

日本美容名品

“丹邸好士”与“蜜丝芭莉”的秘密

〔日〕下村朱美 著
钱晓波 译



来到“蜜丝芭莉”，就能感受到这里充满了“喜悦”和“惬意”。

读了此书，就知道所有这些“喜悦”和“惬意”都来源于科学的理论基础。

——藤原纪香

上海人民出版社

日本美容名品

“丹邸好士”与“蜜丝芭莉”的秘密

〔日〕下村朱美 著

钱晓波 译



上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

日本美容名品：“丹邸好士”与“蜜丝芭莉”的秘密 / (日) 下村朱美著；钱晓波译. —上海：上海人民出版社，2010

ISBN 978 - 7 - 208 - 09659 - 2

I. ①日… II. ①下…②钱… III. ①化妆品—公司—企业管理—经验—日本 IV. ①F431.367

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 218827 号

责任编辑 苏贻鸣 陈 雷
策 划 金建华 宫岛正洋
封面装帧 甘晓培

本书由日本株式会社シェイプアップハウス授权，日本有限会社 JMP 代理引进，中文简体字版由上海人民出版社出版。

日本美容名品

——“丹邸好士”与“蜜丝芭莉”的秘密

[日] 下村朱美 著

钱晓波 译

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海华业装璜印刷厂有限公司印刷

开本 787 × 1092 1/32 印张 5.75 插页 5 字数 100,000

2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

印数 1 - 4,250

ISBN 978 - 7 - 208 - 09659 - 2/TS · 19

定价 30.00 元



1986年，在纽约的克·瓦尔米(Christine Valmy) 圣迪斯哥 (CIDESCO) 国际学校。作者 (右) 与该校讲师。



1986年10月，日本首家男性专用美容沙龙“丹邸好士梅田店”（大阪市）开业时的广告海报。



1990年，开办“蜜丝芭莉美容学校”（大阪）以来，一直在为培养美容师而尽力。照片为2009年，“蜜丝芭莉美容学校 东京校”实习的情况。



2007年，聘请桑田佳佑（南天群星）作为“丹邸好士”的形象代言人。



2007年，聘请藤原纪香作为“蜜丝芭莉美容沙龙”、“蜜丝芭莉美容学校”的形象代言人。

2009年5月，在香港开设第一家海外分店“蜜丝芭莉纤体中心”。照片为香港中环店。



形象代言人藤原纪香特地前来参加“蜜丝芭莉纤体中心香港中环店”开设庆典仪式(新闻发布会)。



2005 年，作者被授予世界优秀女性企业家奖。与丈夫马尔克副总经理在加拿大温哥华的颁奖仪式上。



2008 年，由日刊工业新闻社主办的第 26 届优秀经营者表彰大会上，作者被授予“女性经营者奖”（美容行业首次得此殊荣）。

前言

1982年,我开设了“纤体馆”(后改名为“蜜丝芭莉美容沙龙”)。这以后过了27年,在这期间,又陆续创办了男士美容中心的“丹邸好士”、专业瘦身的“蜜丝芭莉纤体中心”,休闲放松的“水疗贵宾室”等品牌,员工也逐步增加到900名。

27年来,我始终秉承“让顾客满意”、“让员工幸福”、“提升美容师的社会地位”的信念,努力地经营着自己的事业。

记得有一位艺术专业的大学教授曾经对我说:“美,其本身就是高贵的。而美容师让人们变得更美,因此他们的工作是值得尊敬的。”

当时,听了他的话我心里感到无比幸福,那种感动至今



让人难以忘怀。

美丽的,就是高贵的。当人们看到秀丽端庄的女性时心情会很愉悦,而当人们看到潇洒自如、风度翩翩的男性时,亦同样会感到赏心悦目。

优美的乐曲、高雅的绘画、富有艺术魅力的戏剧等等,当我们遇到这些优秀的艺术作品时,感动之情会油然而生。而看到美丽的人儿,同样也会让人感动。

美容,就是这样热心地服务于美丽的人们。

有人会说“美容也许仅仅只是让外表变得娇美……”但美容师们如果全心全意为顾客做美颜和瘦身的指导,耐心地聆听顾客的心声,顾客会说:“美容师们如此尽心地为我服务,而且又是这么亲切温和,让我感到非常愉快。”一个人感到心情愉快时,待人接物自然就变得和蔼可亲,而这种和蔼可亲则又会继续传播给许多人。同时,这种态度亦会体现到工作中,传播到日常生活中,会对周围的很多人和事都带来良性的影响。

由此可见,美容不仅仅是让人们的外表变得更加娇美、洒脱,美容也会让人们内心变得温柔、平和。美容,会让人们感到生活的幸福。

我写这本书,是为了让更多的人知道美容的益处,让人们了解美容师是如何刻苦钻研技术、磨炼本领、全心全意地

为人们服务的。这本身也是“丹邸好士”和“蜜丝芭莉”(都由纤体馆株式会社运营)的秘密吧。

美容,还有很多未被社会认可之处。因此,我也在书中回顾了自己进入美容行业的一些经历,以及创立“蜜丝芭莉”女式水疗中心、“丹邸好士”男士美容中心、提高美容师技能和一些关于本公司的发展历程。我想,通过本书,读者可以理解以“丹邸好士”为首的“纤体馆”是如何通过聆听顾客的心声、磨炼员工技能而成长起来的。

看完这本书,读者朋友如能加深对美容行业的了解,加深对美容师这个职业的理解,并有多的人能成为美容业的粉丝的话,我将感到非常荣幸。

下村朱美

2009 年 10 月



目录

前言 I

**第一章 成功的秘诀——自始至终只为了让顾客
满意 I**

尽力满足顾客的需求 I

让顾客不愉快、让顾客失望的企业不会成功 2

领先于美容行业的纤体馆 3

顾客会告诉我们该做什么 5

成为顾客所期望的企业 7



要想让顾客幸福,必须让员工幸福.....	8
经营者要努力让员工在工作时感受到幸福.....	8
如何让员工感到幸福.....	10
顾客与企业应该成为相互依存的关系.....	11
增加店面数量不是目的.....	12
珍惜现在的顾客.....	13
正当经营,财源滚滚.....	14
很多事情必须自己做.....	16
 第二章 成立“纤体馆”之前的我的经历.....	18
博学多识的祖父.....	18
中学时代,曾经是拉拉队的队长.....	19
在池坊四年的学习生活.....	20
赴美留学.....	20
初试化妆品销售.....	21
开设美容沙龙的契机.....	23
面部美容培训班上,惊叹自己不中用.....	25
正因为不中用,所以成了好老师.....	26

第三章 重要的知识均是由顾客传授的.....	29
计划开设一家拥有明确理论基础的美容沙龙.....	29
25岁,拥有600万日元存款.....	32
在大家的帮助下终于开张了.....	34
纤体馆之初.....	37
有理论支持的瘦身课程发挥超群的效果.....	38
瘦身法成为热门话题.....	42
何谓三重瘦身法.....	44
母亲的去世让我对工作有所觉悟.....	48
1984年成立纤体馆株式会社.....	49
对“人”伤透了脑筋.....	50
开设第一家男性美容店——“丹邸好士”.....	51
“日本首创”带来的效应和过热的报道.....	52
世界范围内都不多见的男子美容.....	54
男性顾客虽怕疼,但能接受理论性指导.....	55
招揽男性顾客依靠口口相传.....	56
丹邸好士的服务.....	57



- 开始录用高中应届毕业生.....61
- 婚后负担减了一半.....62
- 两个宝宝诞生.....64
- 患上焦虑性神经症.....65
- 蜜丝芭莉美容学校成立.....67
- 中药店“汉方俱乐部”开张和停业.....69
- 阪神淡路大地震中感受到顾客的可贵.....70
- 出于风险分散目的,目光投向东京.....71
- “纤体馆”更名为“蜜丝芭莉”.....73
- 开始录用大学毕业生.....74
- “水疗会所”开业.....76
- 蜜丝芭莉纤体中心诞生.....78
- 获得“世界优秀女性企业家奖”.....81
- 通过志愿者活动发挥美容技术.....82
- 成立美容专业学校.....84
- 让环球小姐震惊的美容美体.....87
- 25 周年的目标是“办一家世界第一的美容沙龙”.....88

纤体馆的六个品牌和五项服务.....89

第四章 做和其他公司不一样的事.....96

97%的人认可美容师.....96

培养一流的美容师.....99

不培养优秀的美容师,美容行业就不会
发展.....100

学三百小时也远远不够.....101

与其他公司不同的是“信任感”.....104

“蜜丝芭莉制造”——只推荐自己用得好的
产品.....105

就算是费工夫花钱也要让刚毕业的员工成为最
强的战斗力.....106

中途录用的员工支撑着年轻人.....109

不能把顾客交给派遣员工和合同工.....110

“纤体馆”的员工类型.....111

我们不做不合乎情理的买卖.....113

不录用卑鄙小人.....115

- 有好员工就会有好顾客.....116
- 来自顾客的声援.....117
- “丹邸好士美容化妆品”“蜜丝芭莉化妆品”.....119
- 不具备准确的数据,我们不进行美容,也不销售
化妆品.....120
- 引进脱毛技术花了两年时间.....122
- 为达到最高水平而精益求精.....124
- 不取消内定政策.....126
- 女性员工做了母亲会更坚强.....128
- 兼顾育儿对工作来说有积极作用.....130

第五章 作为企业经营者的责任.....132

- 作为经营者一直需要考虑的问题.....132
- 希望和有相同价值观的人一起工作.....134
- 和不喜欢的人在一起工作不会顺利.....135
- “把人生交给我”,经营者的责任很重.....137
- 对经营而言重要的是.....139
- 希望我们的美容沙龙能给大家带来慰藉.....141

既是技术人员也是顾客.....144

获得“女性经营者”奖.....145

第六章 “纤体馆”的未来.....148

世界范围的美容信息——服务在亚洲,技术推欧洲.....148

在欧美,美容师缺乏温柔体贴的感觉.....150

日本已达到世界级水平.....151

世界上的美容店和水疗馆都有日本人.....154

希望把日本的水疗推向世界.....155

希望能理解美容的好处.....158

美容让心灵也变美.....159

美容会给许多东西带来影响.....161

今后也将奉行顾客至上主义.....163

提高美容师的社会地位,展望美容行业的未来.....164

纤体馆的发展大事记.....167