

Topに聞



長年スタイリストとして雑誌やテレビCMなどで活躍する小野田氏。スタイリストのスキル活用の場を広げようと、一般消費者とのマッチングサービス「スタイリスト」を7月に立ち上げた。「美容師のようにスタイリストの仕事を日常に根付かせたい」と話す。

(森口萌美)

ファッションパートナー代表取締役 小野田史氏

変わって子育てをしながらスタイリストを続けたいと考える人や、限界を感じているという声も聞いていました。

特定の個人に対して活動するパーソナルスタイリストは、企業の社長や弁護士などに対しての仕事が多く、価格や敷居の高さから、美容師のようには世間一般に広がっていません。

トにどうやってなつたらいいのか、どう活動してお客様を呼ぶのかもわからず、なかなか踏み出にくいため、手助けをしたいと思いました。もっと一般のお客様に、近くに感じてもらうことでニーズを見つけ出そうと考案したサービスが「スタイリスト」です。統計では約7兆円の服がタンスに眠っていると言われていますが、スタイリストならその無駄をなくすことが出来ると考えています。

自宅へ訪問する「ワードローブエディット」のサービスでは、タンスに眠る洋服を直して使えるようになります。二次流通に回したり出ます。一緒に買い物に行く

「ショッピングアテンダント」で無駄買いやハズレ買いをなくせば、洋服の余剰在庫をなくすことも出来ると思います。社会貢献でもあります。

■ 今まで個人のスタイルが企業に対して仕事をして、そこに主なニーズや活動の場がありました。SNSの広がりで雑誌の仕事が少しずつ減り、ライフステージが

スキル生かせるつながり作り

業界の仕事を個人してきた人にとっては、一般消費者に対して仕事をするパーソナルスタイリストが企業に対して仕事をして、そこにはつながりがありますよね。

ファッションが好きな人にも苦手な人にも利用してもらつて、スタイルが皆で集客して一定の顧客量を作つていけたらと思います。スタイリストの仕事をより現代的なビジネスにしたいです。



美容師の専門学校に入学

した人はほぼ全員が美容師になると聞いたことがあります。が、服飾の専門学校のスタイリスト科に入学し、実際にその職に就く人はほんのわずかです。スタイルの仕事が世に広がつて、きちんと学んだスキルを生かして働く環境を作れたら、スタイルになる人も増えると思っています。