SPECIAL MEETING
特別鼎談

JBマシナリー代表取締役 茂藤 雅彦 MOTO MASAHIKO ＋ JOE CLINIC 医師 重本 譲 JOE SHIGEMOTO ＋ 聞き手 ARTISTIC&Co. 代表取締役 近藤 英樹 HIDEKI KONDO

世界の美容機器のトッププロダクトメーカー ARTISTIC&Co.はサロンで愛される美容機器をつくるためにプランナー、医師との共同開発をおこなってきました。多彩なコラボパーソンを迎え、近藤英樹社長がその魅力に迫る対談シリーズ。今月は北陸から美容機器開発をするＪＢマシナリーの茂藤雅彦社長と、西日本を中心に JOE CLINIC を展開する医療法人聖美会理事長の重本譲医師を迎えました。

— シリーズ — 匠 の コラボレーション

第４回

業界大転換の時代

エステはどう勝っていくか

エステ市場から消えた500億円はクリニックへ

近藤　機械の開発製造をしていて思いますのは、最近ますますエステと美容クリニックのメニューには共通点があるということで、エステと美容クリニックがいい意味ライバルになってきたと思います。そこで今日はエステ業界に理解をよせる医師の重本先生と、医師とのコラボ美容機器の開発に取り組むメーカーＪＢマシナリーの茂藤社長をお招きして、これからのエステの勝ち方を話し合いたいと思います。

茂藤　先月号のＢＥＬＬＥＺＺａの記事にも出ていたように、２０１２年のエステ売上は３４９０億円と。５年ほど前は市場規模４０００億円だったはずで、消費者の数は変わりないのですから５００億円がどこにいったかと考えました。ひょっとして美容クリニックに流れたのかもしれませんね。つまりこれまでの経営意識で大きかったエステ同士のライバル合戦の時代はじつはとっくに終わってたということじゃないかと思うのです。いまやエステのライバルは美容クリニックでしょうね。

重本　たしかにそうで、この５年ほどは僕の経営するクリニックもエステから流れてくる患者さんでひきも切りません。クリニックが意識的に価格を下げてきた理由もあるんですが、エステのなかでも増えたケミカルピーリングなどのメディカルエステメニューへの対処の難しさの側面もあると思います。ケミカルピーリングは強い酸を使って角質をめくる術式で、施術後一度軽い腫脹をみた後快癒し結果を得るやりかたなので症状に対する酸の濃度処方には医学的知識も必要です。また術後の炎症反応は結果を得るために不可避であるため、お客さんに医学知識にもとづく事前説明も必要となるのですが、エステティシャン、お客さん、双方とも素人ゆえ誤解も生じやすく、光脱毛などのメニューも含めトラブルになりがちです。エステとおなじメニューなら、価格が若干高い程度なら安心できるクリニックで施術を受けたいと考えるお客さんが増えるのも仕方ない。

エステができることは限界が

近藤　でも、そもそもがエステでクリニックと同様のピーリング剤をつかって炎症を前提にした施術をおこなうことは立ち止まって考えなおすべきと思いますね。

重本　そうですね。エステでやるなら酸が目とか鼻とかの粘膜に入っても炎症を起こすことがないような低濃度のものを使わざるをえない。決して炎症が起きないようなもので。それが医療未満としてのエステでの境目だと思います。

茂藤　私はもともと北陸でエステのチェーンをやってきたのですが、エステを始める時に、さまざまな消費者の苦情からエステでの提供サービスの限界というものを知ったうえで始めたんです。エステとして低濃度のピーリングを安全にやるといっても結果が得られないようなら

そもそもやる意味はないですからね。そんなところから私は、これまでエステティシャンのハンド技術に依存してきたメニューの中身を、確実に結果をもたらす美容機器を主眼にした設備投資として考えるエステを始めて、成功させたのです。そして、どうしてもリスク高い施術を受けたいというお客様のために併設クリニックを開設して医療の経験値も積んだのです。

近藤　茂藤社長は医師の人脈づくりにも熱心で、だからこそエステの勝ち組になった。まさにハンド技術ではエステティシャンの資質に依存しすぎて、先生ひとりの個店とか、条件が恵まれた場合でも数人の小規模なケースも多く、とてもチェーン展開は不可能でしょう。

茂藤　安定した技術の高い人材を均質に雇用するのは至難の業だし、顧客に結果を約束できる体制を作ろうとすると、経営的には機械を主軸にするしかないんです。だからエステ経営の問題意識としては「安全・安心・信頼・満足」が得られる美容機器をみつけることに焦点が絞られてくる。最後は信頼出来る美容機器をみずから製造する必要があるという結論になり、メーカーとしてＪＢマシナリーをつくったのです。併設クリニックの医師であった中間健医師と図師伸一郎医師に共同監修していただき、問題意識高いメーカーとして意気投合した近藤社長に製造をお願いしたのです。

世界一のプロダクトで安全・安心・信頼・満足

近藤　ＪＢの茂藤社長には美容経験豊富なパートナー医師がいたので、エビデンスもしっかりつくれたのです。ＪＢさんの理念どおりの「安全・安心・信頼・満足」あふれるすばらしい美容機器を納めることができました。当時のエステ業界というのは、サロンの先生を騙すような機械が多く、すぐに使えなくなりサロンの肥やしになるケースが多かったと思いますが、うちも創業以来、医師の監修による高品質の美容機器以外つくらないという姿勢に徹していたので、理念がしっかりしていたＪＢさんの製造を受託できたと自負しています。

重本　僕の印象深いのは当時、近藤社長が生み出した名作・ドクターアリーヴォですね。店販機器なのにしっかり結果が出るのに医師としてもびっくりで、まさに画期的商品でしたね。

茂藤　ＪＢマシナリーの美容機器の納品でお会いしたエステの先生は「20年エステやってきて人に店販品を売ってきたのに、はじめて自分自身が心底ほしいと思った美顔器がアリーボだった」と聞き、近藤社長の生み出す機器の商品力の高さを再認識し、私も痩身機器のコンパクト化をこんどは重本先生の監修でおこなうことにしたのです。

重本　それが超コンパクト業務機器のドクターＪと店販機器ドクターキャビエットに結実したのですが、とにかくコンパクトなのにこれだけのパワーが出るかと私自身驚きました。ＡＲＴＩＳＴＩＣの製造技術はすごいとしかいいようがない。

近藤　うちの製造商品は、開発費がかかるからコピー商品のような安売りはしませんが、クオリティに関しては世界一を意識しています。総合家電のパナソニックに対して美容機器ではうちというぐらいの世界一のレベルの機械を今後もつくってくことでエステ業界に貢献したいと思っていますので、ＪＢマシナリー様同様、よろしくお願いします。

PROFILE

重本 譲
徳島大学医学部卒業、大手美容外科専門クリニック・大手美容皮膚科専門クリニック院長歴任、平成15年11月 Joe Clinic 開設、院長就任、医学博士、医療法人聖美会理事長、ジョウクリニック院長、日本美容外科学会正会員 / 日本美容外科医師会正会員、豊胸認定医 / 金の糸美容法認定医（日本で２人目）/ サーマクール認定医 / ミラクルリフト認定医

茂藤 雅彦
JBマシナリー代表取締役、クールエステティック代表。
2011年ＪＢマシナリー設立。 経営するエステチェーンは北陸に７店。オリコン調査・集計による 2012年度の「顧客満足度ランキング」のエステ総合部門で、顧客満足度の高いサロンとして全国唯一３年連続の「特別推奨サロン」。脱毛部門では顧客満足度ランキング全国第１位。第１回エスグラ顧客満足サロン部門、第１エリア第１位。本誌連載コラム「ナンバー１顧客満足講座」が大好評！

近藤 英樹
ARTISTIC&Co. 代表取締役。
輸入高級車のチューン・アップを手がけるディーラーとして日米をまたにかけ活躍後、2008年から本格的に美容機器製造業に参入。小型美顔器ドクター・アリーヴォの大ヒットでエステ業界の注目を集めた。OEMの仕掛け人プロデューサーとしても知られ、世界の高品質美容機器のトッププロダクトメーカーを目指し拡大を続けている。