

下村朱美(シエイプアップハウス社長) 「日本のエステをアジアのグローバルスタンダードにします」

エステティック市場は約4千億円の規模を維持してきたが、ここに来て縮小の傾向が見えてきた。そんな中、男性・女性向けサロンを全国展開するシエイプアップハウスの業績は右肩上がりだ。その秘密を下村朱美社長に直撃した。

(本誌/北川宏)

海外への出店を加速

「店舗数は10店舗くらい減らしたのですが、前期の売上高は前年度比で10%増加し、今期も毎月、前年同月比で20%増が続いています」



下村朱美氏

こう話すのは、男性向けの「ダンディハウス」や、女性向けの「ミスパリ」といったエステティックサロンを全国展開する、シエイプアップハウスの下村朱美社長だ。

同社は1984年に女性向け

エステを開業した後、日本初男性専用エステ「ダンディハウス」をオープン。今では、男性・女性向け双方の合計で全国120店舗以上を展開している。また、

2009年には香港に初の海外店舗を開設。グローバル化にも意欲的だ。

エステ市場はこれまで不況知らずといわれてきた。景気が悪化しても、女性の美に対する意識は、いわば「別腹」といわれてきた。だが、そんなエステ市場にも陰りが見えてきた。昨年10月には業界初の上場企業であるラ・パルレが民事再生法の適用を申請し、事実上の倒産に追い込まれた。

しかも、この業界は誇大広告や格安の体験コースで客を引き寄せ、高額コースへの勧誘や化粧品、エステ器具の強引な物販

に導くなど、以前から消費者からの苦情が多く、トラブルも相次いでいる。顧客からの信頼獲得は、業界全体にとっても至上命題だが、シエイプアップハウスはどのような手法で信頼を得て業績を伸ばしているか、下村氏に聞いた。

* * *

市場環境が悪化する中、業績を伸ばしている要因は。

下村 エステ業界の市場規模は、約4千億円といわれてきましたが、今年度は3500億円程度まで縮小するといわれています。そんな中でも当社が業績を伸ばせるのは、顧客とスタッフの質が他社とは違うからです。エステは、効果を出すためには定期的に通わなくてはなりません。そのため、お客様は、ある程度の回数分を一度に契約します。すると、どうしても契約金額が高額となるため、利用者はショッピングを組むケースが多く、エステを利用する7割がそうだといわれています。ち

なみに、当社のエステを利用するお客様のショッピングローン比率は25%程度です。これは、支払い能力に余裕のある高年齢層が利用しているからです。しかも、そうした層のお客様の目は厳しく、満足していただくためには、質の高いスタッフが必要となります。

—— もともと、そういった年齢層をターゲットにしていたのですか。

下村 それは違います。当社は、女性向けのエステティックサロンからスタートしましたが、ご存じのとおり、その後は日本初の男性エステ「ダンディハウス」をオープンさせました。これは、女性の顧客から、夫や息子にエステを受けさせたいという要望があったことも理由ですが、それ以上に、世界に打って出る日本男児を育てたいという思いから始めました。そのため、ターゲット層は、30代から50代半ばのビジネスマンに設定しました。当時は、競争相手もいなく広告の

費用対効果も女性向けに比べて10分の1程度で済み、瞬く間に会員数は増えました。このダンディハウスの人気から、数ある女性向けエステで競うより男性向けに特化したほうがよいと考え、その後15年間にわたり女性向けエステの広告をやめました。

その結果、女性向けエステの新規会員は減り、当初からの会員やダンディハウス会員の奥様や会員様の知り合いが入会する程度となりました。そして、07年に広告を再開した頃には、「紹介がないと入れない」といった入会までの敷居が高いエステというイメージが世間に浸透していたのです。結果的に、これが他社との顧客層の違いとなりました。

国内市場はまだ伸びる

—— エステのスクールや専門学校なども運営していると聞きましたか。

下村 エステは接客業です。まして、年齢層の高い顧客を相

手にするには、技術力だけでなく接客態度やレベルの高いコミュニケーション能力が必要となります。

そこで、本格的な専門学校「学校法人ミスパリ学園」を08年に設立しました。それまでの専門学校が2年間で300時間程度しか取っていなかった授業時間を2085時間と大幅に増やしました。私が目指したのは、エステイションとしての実力だけでなく社会に出て十分活躍できる人材を育成することです。現在は、東京・大阪・名古屋に学校がありますが、来年は千葉にも開校する予定です。

—— 学校法人の運営も順調のようですね。

下村 当社は、あくまでもエステティックサロン経営がメインですが、学校といえども手抜きはできません。卒業生の4割は当社に就職を希望します。ので、本気で教育しなければゆくゆくは会社の業績に響いてきますから。だからこそ、贅沢な教

育をしています。卒業生は有名ホテルからのオファーも多く、就職率は100%です。もともと日本には「おもてなしの心」があるように、サービス精神が高いのです。欧州のエステ業界には、国家資格がありますが、日本のエステイションのレベルも上げていきたいと考えています。その前に、まずはアジアのスタンダードを目指します。

—— 今後については。

下村 国内市場は頭打ちといわれていますが、私は1兆8千億円くらいまで伸びると思っています。なぜなら、美容・理容業界が3兆円市場といわれる中、例えば、人口の半分を占める女性の半分が毎月5千円のエステを、髪を切りにいく感覚で利用すれば、このくらいの市場規模が見込めるからです。会社としても、現在の売り上げ130億円に対して、5年後くらいには250億円まで伸ばしていきたいと考えています。