

# エステティック通信

ESTHETIC WIRED JAPAN

美容経済新聞

# 8

2014 AUGUST  
No.122

## 健やかに美しく 輝く女性を 応援します

### 敏腕エステティシャン座談会

創刊  
**10**<sup>th</sup>  
ありがとう



大好評

エステティック通信—公式アプリ

### 神技エステ道

充実のコンテンツを無料配信中! [iPhone版 / Android版]

※業務用ブランド・コスメ検索機能他、詳細は本誌内に御案内



取材原稿、イベント連報などの情報発信、限定プレゼント企画も!?  
メーカー・サロンのフェイスブックページとリンクした情報も発信中!!

いいね! / フォローをお待ちしております!



/estheticwired



/estheticwired

Esthe Pro  
Labo®  
the esthetic professional line

## 酵素活性力 細胞浸透力 界面活性力

### 抗酸化酵素SODに対する活性力

酸化還元酵素スーパーオキシドディスムターゼ(SOD)に対する活性力を測る試験を実施し、高い酵素活性力を実証。

### アクアポリン透過性

皮膚細胞に存在する水が通過できる穴(ニアクアポリン)における水透過性の試験を実施し、高い細胞浸透力を実証。

### 油を溶かす力

水に溶ける油の量を測定する界面活性力試験を実施し、1.73倍\*の高い界面活性力を実証。

\*東京都目黒区の水道水との比較

株式会社 エステプロ・ラボ 〒108-0073 東京都港区三田3-7-18  
TEL 0120-911-854 営業時間: 平日 AM9:30~PM6:30 URL: <http://www.esthepro-labo.com/>



NEW

酵素ファスティングダイエットに  
ファストプロウォーター

500ml×24本 価格 6,000円(税別)

2L×6本 価格 3,900円(税別)

サロン価格はお問い合わせください

賞味期限: 製造より2年(未開封時)

MADE IN JAPAN

## Special Contribution

明治時代の美顔に端を発するといわれる日本のエステティックは、現在では市場規模が4000億円を超える産業に成長した。しかし、自社の売上のみを追いかける企業姿勢がもたらすエステティックサロンの被害など、業界内の問題も顕在化している。エステティック産業を健全に発展させるために企業は、エステティックサロンはどうあるべきか。独自の販売スタイルを築き「インディバ」という単一機器で20年間、業界をみつめてきた株式会社インディバ・ジャパン、山口祐司代表取締役会長に語ってもらった。



### メーカーの無計画な販売で エステティックサロンに長期的な打撃

ここ20年(私が知っている期間)余り、医療・美容・エステ分野に過密の変動がありました。手技・技術の向上、多種多様な美容機器・コメテ(フェイスチャル・ボディ)、エッセンス(グリコール酸、プラセンタ、その他)と非ブライメントなどと、プロがみても迷うほどのです。しかし、同時に、商品が数年で消滅するケースも多くなってきました。社会の変化が商品を変えることがあっても、数百万円もするような機器となると、導入者側の損害はどうなるか? プームが終焉を迎え、メーカーの倒産、販売中止により、エステサロンに致命的な長期的打撃を与える……無計画な販売によって起るケースです。

一方、消費者(お客様)の美容知識向上がエステティシャンにプレッシャーをかける時代になってきました。

### 110年以上の歴史をもつ エステティック業界の今と今後の課題

## 信頼⇨輪の構築なくして エステティック業界の 発展はありえない

株式会社インディバ・ジャパン  
代表取締役会長

## 山口祐司氏

を向上していくことが重要なのです。その結果として輪に近い関係が構築でき、それがさらなる「信頼」へと繋がります。

信頼が得られないことには、いくつかの理由があります。メーカーが法や宣伝・広告に添った製品の製造をしていないケース、教育・アフターケアの体制不足といったようなことです。

業界の各所で起こっている問題を解消して、信頼の絆を構築していかなければなりません。

### エステティック業界の発展へ 必要不可欠な「信頼」

どのようなビジネスに於いても「信頼」なくして良いビジネスは期待できないでしょう。私が29年余り住んでいたスペインでは、おもしろいビジネス習慣があります。最初の挨拶である「Nice to meet you (Mucho gusto)」から始まり、敬語である3人称の「アナタ」から2人称の「オエ」に変わるまでは、ビジネスは有り得ない。相互の信頼感がない限り、ビジネスの話には発展しないということです。

よくあることですが、スペイン人が日本に出張し、交渉をし終わって帰ると必ず、仕事はうまくいったという報告をします。しかしその後日本から何の返答も来ない。

スペイン人は日本人の優しい対応を見て信じた。しかし……、ビジネスの成功に相互の「信頼」は欠かせません。

### 現在のお客様ニーズに応える ハイテクな「エステティック」へ

エステティシャンのみならず、お客様が提供する技術に、お客様が満足される、又は、されないのはなぜでしょうか?

それは、「改善」というレベル・定義がそれぞれ異なるからです。明らかにお客様の知識が向上していることを踏まえるべきです。

「技術力に加えて説得力を重要視すること」  
併用できる有用性の高い美容機器の導入、消費者が持ち合わせていない機器の説得力は、消費者に安心と信頼を生みます。われわれがよく言う言葉があります。Tailored Aesthetic =

仕立てのエステティックという意味ですが、これにより、「飽きさせない」と「感動させる」を実現できるのです。

19世紀、フランスからスタートしたエステティック。美・癒しや「若々しくありたい」というニーズは基本的には、当時も今も変わりはありません。しかし、ここ20年で大きな変化が生じてきたのが、先ほど述べたようにお客様の高度な美容知識は、健康志向をも含むようになってきていることです。従って統合エステティックへの方向性として、知識・手技の二層の向上を目指すべきでしょう。それに加えて説得力、エステティシャンの技術に併用できる美容機器の導入は必須、しかし、リスクは負わなことが重要なのです。

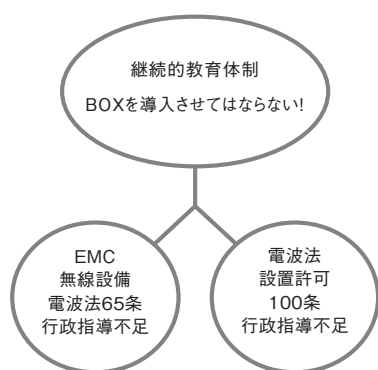
### 正しい機器の選択や法の厳守が さらなる業界の発展に繋がる

美容機器は今後のエステティック業界においては必要不可欠であり、選択には充分気を遣う必要性が求められるでしょう。以下はそのためのピンポイントアドバイスになります。

- \*法規則に適合する機器であること
- \*幅広い有用性をもつ機器であること
- \*徹底した教育体制と継続的な教育制度などのフォロー体制が徹底されていること
- \*エステティシャンの手技・その他技術と併用可能な機器であること
- \*適正価格であること

特に法律やフォロー体制のところは、敏感になっていただきたいところです。例えば「RF」「ラジオ波」という名称がよく使用されています。これらは

美容機器使用例(例:高周波温熱機器)の問題点



#### Profile

山口 祐司 Yuji Yamaguchi

大学在学中にスペインに留学し、その後30年在住。23歳で入社したJALマドリッド営業所ではトップセールスマンとして活躍する。1988年に「インディバ」と衝撃的な出会いを果たし、1995年日本の代理店として株式会社インディバ・ジャパンを設立。看板商品「インディバ」は瞬く間に美容・医療・スポーツなど幅広い分野で認知される機器に。

#### 株式会社インディバ・ジャパン

〒152-0003 東京都目黒区碑文谷5-15-1  
TEL:03-5768-8871 FAX:03-5768-8872  
http://www.indiba.co.jp

#### 基本理念

[Value] (価値観) 「輪」

勝つことなく自分の立場を主張する自立人間よりも、その域を超え、相手の存在を尊重し、全体の調和の中でコントロールでき、自身の能力を最大に活かす「自立人間」が勝者といえる。「輪」はそこから生まれ、確固たる「輪」を制すれば、偉大な仕事を制す。これが、「教育体制あつての販売」の基となる。

[Mission] (使命感) [QOL]の向上

「不健康長寿」を健康長寿へ。  
平均寿命と健康寿命の差は、今後の重大な社会問題となる。健康寿命の向上には、[Health & Beauty] (健康と美)、[Forever Young] (いつまでも若く)そして、[Preventive Beauty] (予防美容)に直結するものであり、幅広い分野からのアプローチが不可欠である。

「無線周波数」のことです。しかしながら、正規の呼称でなく習慣的に用いられてきた単なる俗称です。

ただ、高周波領域(0.01MHz以上)を使用している機器は電波法100条にある、設置許可を総務省通信局に申請し取得する必要があるがあります。法令を知らずに、使用してしまうと懲役1年、又は100万円の罰金刑が科せられることもあります。このようなことはエステティシャン個人の痛手だけでなく、業界の責任ともいえます。

高機能な機器であればあるほど、法令や使用方法も複雑になってくるものです。徹底した教育制度や体制を築き、常に適正なところへと導いていくのが、私たちの務めでしょう。

そのひとつひとつが、信頼⇨輪の構築へと繋がりが、日本のエステティック業界の発展に繋がっていくといえます。