

株式会社ラティアグループ

多事業展開を強みに原価高騰の波に打ち勝つ商流維持を

山田 博之 / 代表取締役CEO



PROFILE / 10代で独立し、20歳で起業して以来、テレビラジオ番組、タレントやモデルのイベント、コンセプトビルや店舗の内装、製品企画などジャンルを超えたさまざまなプロデュースを成功させる。そのバイタリティの高さを発揮し、タレント・アーティスト・モデル・DJ・MC・プロデューサー・実業家と7つの顔で活躍中。

COMPANY DATA

1992年設立。活性酸素を除去する特許成分を配合したスキンケア製品ならびにサプリメント、補正下着、およびサポーターなど、エステサロン運営に必要なあらゆる製品を取り扱う。「美・健康・食・祝」を通じ、「より美しく生きるライフスタイルの提案」を担う総合美容企業。直営サロン運営で培ったビジネスモデルと豊富な顧客データを活用した、直販店を持つ企業ならではの販売促進企画や教育・研修などの提供も行っている。

経営者の脳内大解剖！



納得の結果はそのままに  
手に取りやすい価格を実現  
かつては美容医療のみ使用されていたヒト幹細胞培養液。高価な原料のため、化粧品に配合すると、一般的に手が出しにくい価格設定となってしまう。その点弊社の「ラジュアリーシリーズ」は、多事業展開の強みと大量生産により、「再生」というコンセプトはそのままに、求めやすい価格を実現した絶対の自信作です。

原価高のリスクを分散し  
値上げしない選択で前進

長く続いたコロナ禍が収束する一方で、紛争と原油価格の高騰により上がり続ける原価にとても悩まされた2023年ではありましたが、ありがたいことに弊社は昨年対比114%の売上を計上することができました。

その要因としてはまず、前年に引き続き、「再生」をコンセプトに開発した次世代スキンケアブランド「ラジュアリーシリーズ」の販売が非常に好調なこと。今やヒト幹細胞培養液を配合したスキンケアの実力は広く知られることとなりまして、高価なアイテムが多く、購入できる人が限られるという側面がありました。そこで弊社は、十分に効果を実感できるヒト幹細胞培養液の配合濃度を確保しつつ、大量生産でリーズナブルな価格設定を実現。さらに定期購入による販売システムを採用したことで、圧倒的なりびーと率を誇る人気ブランドへと成長しています。

そしてもう一つの要因が、弊社ならではの多事業展開によって原価高のリスクを分散できたこと。世界的な物価高騰は、弊社の製品開発においても大きな負担を生じさせています。しかし、その負担を製品の値上げや自社の減益といった商流のなかで対処しようとしても、それは本質的な解決につながりません。そこで、自社努力としてほかの事業での売上をアップさせ、その利益を製品開発

などに先行投資。今後でも取引先サロンはもちろん、お客様にも負担をかけない運営を継続していきたいと考えています。

新規ファイナンス事業で  
一層のサロン運営支援を

また、エステサロンの運営を支援するためのさらなる施策として、新たに自社ファイナンスの立ち上げも計画し、現在はその実現に向けた準備を加速させています。これは、お客様が店舗の購入や施術コース契約の際に利用しているローン契約の金利軽減を狙ったもの。例えば、サロンでお客様が1年間で10万円以上のコースを契約し、クレジット会社とのローンを利用するとなった場合、製品の残額に15%〜18%もの金利が上乗せされることとなります。そこで、弊社は5%程度という低金利で利用できるサービスを提供し、サロンを利用されるお客様のクレジット契約にける無駄な金利支払いをなくしたいと考えています。

それによってサロン側もお客様に店販やコースの提案がしやすくなり、まず、何よりもこのファイナンス事業で得た取入を高騰する原価の補填に当てれば、製品価格を据え置くこともできます。原価率の上昇という避けられない障害を、製品の価格に転嫁するのではなく、さらに結果の出る製品を提供し続けるという、これまでのスリンスをこれからも貴くための新事業、これが成功すれば、より幅広い側面からのサロン運営サポートが可能になると思うのです。

「原点」へ回帰する施策が  
成功と発展へつながる！

同時に2024年は、引き続きサロン経営に関するコンサルティングにも従事していきたいと思っています。近年、これまで集客において大きな役割を果たしていた広告（クーポン、サイト）の反響が鈍化し、代わってLINEやSNSを活用するサロンが増えてきています。しかし、SNSを使ってサロンの情報をただ発信しているだけでは、売りたい人が一方的に発信する広告と変わらないため、反響は増えず、新規集客に失敗します。

その点、弊社の直営サロンは開業から30年間、完全会員制による、お客様の紹介リクチコミ、だけのお客様を集めてきました。お客様がサロンに対して不安を感じることなく、「このサロンの体験に行きたい！」と思えるような、安心・期待感を高めるには、クチコミを充実させることが最も有効な手段。しかし、結果を出したらお客様が必ず広めてくれるわけでもなければ、お願ひして書いてもらったクチコミがすぐに集客につながらず、お願ひして書ける術の感想を書いてください」と強制するのではなく、お客様に感動を提供し、自発的に情報を発信してもらい……それが信頼度の高いクチコミであり、自然に、そして着実に広がってサロンの評価を高めてくれます。大事なことは「本当に意味、価値のあるクチコミ」とは何なのかという、本質、を見極めること。今後

原価高騰を価格転換しない自社努力で、サロン様、さらにその先のお客様に決して負担をかけない経営を続けていく。

