

業界を牽引する経営者たち

Ratia Creates, Inc. 株式会社ラティアクリエイツ

SNSを駆使したブランディング強化で、新たなフェーズへ

山田 博之 / ラティアグループ代表取締役CEO

メディア活動やコラボレーション開発など、つねに革新的なチャレンジを続ける株式会社ラティアクリエイツ。2019年、めざす場所とは。

SNSを駆使して 世界のマーケットにアピール

「2018年も情報発信を積極的にされておりましたね。さまざまなメディアで拝見しました。」

私がHirokiというタレント名でメディア活動をしているのは、ラティアのブランディング強化のためです。ラティアの製品をB2Cの流通に乗せ、広めるためには「欲しい」「使ってみよう」と思ってもら

う必要があるため、広告は欠かせません。そのためSNSですし、ラティアHirokiというブランドで走ったほうが断然面白い。1年半前から始めたインスタグラムは、現在ではフォロワー数が135万人となり、女優や人気モデルたちと肩を並べる数を獲得しています。実際に、ここから取引希望の連絡が来る場合もありますね。また、キュレ

ションメディア発のTV番組「ティアリーTV」を持っていることもブランディングに貢献していると思います。番組内に私のコーナーがあるのですが、一見ハチャメチャなことをやっているように見えるらしく、Hirokiって何者? とフォローしてくださる方も多いためです。しかもSNSは世界中に情報発信でき

るため、マーケットは日本に限らず、海外からも問い合わせが来ることもあります。そして「ティアリーTV」で共演した元AKBの高城亜樹さんとのコラボ製品も「&Ratia」からリリースしました。彼女はもととアトピーの肌に悩んでいました。その彼女がラティアの製品に魅力を感じてくれ、新しい製品が生まれました

それが8月に発表したB&BクリームとB&Bフェイスパウダーです。このように、私のメディアをきっかけに

有名モデルやタレントの方とコラボ製品を作るという流れを大きくしていきたいとも思っています。ほかにSNSを活用したマーケティングとしては、オーディションで選ばれた女性たち「ラティアガールズ」がインフルエンサーとしてラティアブランド情報を発信しています。

——ラティアブランドが強化された年だったのですか。

そうですね。ただ、地方に行けば行くほどスマートフォンを使い方や情報収集の方法に違いがあると感じるので、現状で満足はしていません。今年は、SNSに限らず広告・販促ツールを作るにしても、CMを作るにしても、ラティアのブランディングを隅々まで浸透させたいですね。

ラティアブランドを 一代で終わらせないために

——2019年以降、何か新しい展開はありますか。

私は面白い、やりたいと思ったことをその瞬間に迷わず行なうタイプなので難しい質問ですね。ただ経営者として、売上、製品開発、販促から提携店舗拡大といった短中長期計画はしっかりと組み、毎年クリアし先を見据えています。会社経営の部分は現在順調といえるので、今後「ラティアブランド」を残していくためにはどうするべきかを模索中です。SNSメディアの浸透・進化により「個人発信力」が驚異的にパワーを持つてきました。「ラティアガールズ」メンバーの注目度や魅力、発信力をさらに強化するため、モデル

プロダクションを新設し、多種多様な媒体へのキャスティングを見据えています。彼女たちの露出を増やし発信力が増すことで、同時にモデルとしての知名度が上がり、ラティアブランド認知がさらに強化できると考えています。

——後身の育成に力を注いでいくということでしょうか。

育成とは違うかもしれませんが。私のキーワードは「〇〇したくなる」。ラティア製品を契約したくなる。ラティアの社員になりたくなる。自分から率先して営業したくなる。社員に対して強制・命令はせず、ヒントは与えます。スタッフが「〇〇したい」と思えるように導いていくことを大切にしています。一方で、たとえばエステサロン1店舗当たり1,000万円の売上を上げるビジネスモデルをデータ化してマネジメントのリスクヘッジは考えています。

——エステティック業界でラティアがめざす場所は？

他社とは違うやり方で、めざすのはやはり1位です。私自身は破天荒というイメージを持たれがちですが、事業や製品の戦略もすべて確実済みの上で新しいことがしたい。アイデアフラッシュで出てきた点を線につなげてメディアという面に落とし込めば、どんどんつながりが見えてきます。それを可能にするのがSNSであり、ここまで勢力的に活用している企業はないと思っています。ラティアはほかとは違う、しかもまねできない方法でトップをめざします。



PROFILE / ファッション・ビューティライフスタイルを複合的に考え、飲食やブライダル、エステティック、エンターテインメントなどさまざまなジャンルで活躍。アーティスト兼プロデューサーとして「Beautiful!〜本当の美しさ〜」についてメッセージを発信し続ける。

COMPANY DATA

ビューティフルライフスタジオ「スタジオラティア」経営。店舗ごとに異なるテーマで、心地よい空間を演出。一人ひとりの個性をふまえて、美の悩みを解決するために、内面・外面・精神面の3方向からの確にアドバイスを行なう。