

盤石な経営の裏にある 自己資本比率9割超

新型コロナウイルス感染症の影響が世界に及んで2年目となり、どの企業もウィズコロナを見据えた具体的な経営について考える年になったのではないだろうか。それは弊社も同様ですが、弊社の場合はより先つまり経営者である自分が引退した後まで考えているのが他社と大きく異なる点ではないかと思えます。

実は弊社は、自己資本比率が9割を超え、また帝国データバンクの調査では63点と高評価を得ています。そういった健全な経営が多くの上場企業の経営陣の目を引き、業務提携

HIROYUKI YAMADA

山田 博之

ラティアグループ
代表取締役CEO

10代で独立、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、店舗の内装、商品企画など、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。今やそのバイタリティで、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つの顔を持つ。

の話をしていただくこともしばしばです。ここまで評価されるのはとてもありがたいことですが、長きにわたる私の経営が正しかったと証明されているようであればいい限りです。このように評価される理由としては、先にお話した経営の健全さのほかに、私自身の知的財産といってもいい実績に対して大いに興味を持っていただいていると感じています。というのも、資本提携の条件を話し合う際には、メディアに強く発信力がある私自身が経営者として立ち、提携元やグループ会社などの経営の立て直しまで関わってほしいといわれるからです。

ご存じのとおり、私は経営者以外に一個人として、TVや雑誌のプロデューサー業にも携わっています。現在メインとなっているのは、やはりインフルエンサーが多く集まるSNSを中心としたビジネス。インフルエンサーを使って製品の売上を向上させていくのはなかなか難しいことですが、多方面にコネクションを持つ私ならではのネットワークを駆使し、関わるプロジェクトを成功に導いています。こうした一面をもつ経営者だからこそ、提携先として価値を見出されているのかもしれないと思うのです。

積極的な店舗数拡大と 人材育成で飛躍の年に

弊社の特徴は「ビューティ」を基盤に「ウエディング」「エンタテイン

経営者としての思考、 お見せします！

出来事

有事のときの政

昨年今年の有事といえば、新型コロナウイルスの感染拡大でしょう。とはいえ、有事はいつでも起こるものです。にもかかわらず、この2年は「コロナだからこうなってしまった」と、うまくいかない理由を安易にコロナのせいにする人があまりにも多い。どんなことであっても起きたら起きたで考え、素早く対応していかなくてはなりません。ですが、政治ばかり経営しかり、何かと対応が後手後手に回っているような印象を受けます。最悪の事態を避けるためには迅速な対応が求められることを痛感した1年でした。

メント」「ヘルス」と、事業を線から面、そして立体へと多角的に展開している点でしょう。基盤のビューティ系についてはもともと人や機器の施術を収益の柱にせず、ホームケア中心の事業展開をしていきましたので、コロナ禍でも、ダメージを受けることも営業形態の変更を強いられることもなく、平常運転でいられた。それは今年も変わっていません。

また製品開発のコンセプトは「体質改善」。免疫力を高めるメカニズムと密接な関係があるため、健康や免疫といったワードへの関心が高まった今の時代には、より受け入れやすい製品としてのポジションを獲得できたようにさえ思います。

加えて弊社では、結果が出たお客様を表彰し、モチベーション向上に寄与する「ラティアヒロイン」というイベントを毎年開催していますが、実は社員に対する同様のイベント「ラティアコンベンション」も開催しています。今年は、コロナ禍での

自粛モードが落ち着いてきた10月に開催。成約に関係する表彰項目を数多く設定し、その項目ごとにNO.1になった人を表彰するこのイベントは、1位になるための考え方や体験をくせ付けすることで、事業への貢献ができる人材の育成に役立てています。

来年はここ数年控えていた店舗数の拡大を計画しており、そのための人材確保が必須となります。数の確保ももちろんですが、店長や副店長といったマネジメント力のある人材の育成も欠かせません。またSNSを駆使し、情報発信も積極的に行なっていくつもりです。ここ数年あまり大きな変化を起こさずにきたラティアグループですが、今年の動きにはぜひ注目いただきたいです。

COMPANY DATA

活性酸素を除去する特許成分を配合したスキンケア商品ならびにサプリメント、国産特許を取得した光電子繊維を使用した補整下着およびサポートタイなど、サロン運営に必要なあらゆる商品を取り扱う美容総合企業。直営サロン経営で培ったビジネスモデルと豊富な顧客データを用い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の提供も可能。

先を見据えた経営で外部変化に大きく影響されない経営を実現

