

# “お客様満足度”の追求こそが 変革期を乗り越える鍵になる

MASAHIKO MOTO

## 茂藤 雅彦

株式会社クールプロジェクト  
代表取締役

1966年石川県生まれ。地元の大学・薬学部を経て医療機器販売会社に入社。その後、外資系生命保険会社での勤務を経て美容業界に転身。2002年に(株)クールプロジェクトを設立、北陸3県でのエステティックサロンの運営のほか、美容機器や化粧品品の開発にも着手、国内外で販売を行なっている。



### サロンの売上低下を救った 店販比率向上への取り組み

これまでコロナ禍の影響をそれほど受けることなく乗り切ってきたエステ事業部でしたが、2022年は1月の大雪、さらにオミクロン株の大流行の影響を受け、開業以来初めて、大幅な売上ダウンからのスタートとなってしまいました。

そうした危機のなかで、我々がまず取り組んだことは「店販比率の見直し・向上」でした。コロナ禍においても、弊社サロンの運営が大きな影響を受けずにいたのは、おこもり美容の浸透に伴い、ホームケア美容機器「レディッチ」をはじめとした自社製品の販売が非常に好調だったから。もともとコロナ禍に突入した当初からこの店販比率の向上を目指し、「クリニカルエステ花蔵」の三谷愛先生を招いて、カウンセリングや店販に関する社内研修にも取り組んでいました。お客様の悩みに寄り添い、肌診断の結果をもとに「その方に本当に必要なものをオススメする」という考え方にスタッフも刺激を受け、コロナ禍前には20%前後だった店販の売上比率も、今では40%を超えるまでに。年初に大幅に売上が落ち込んだエステ事業部も、こうした取り組みによって短期間で例年の水準まで回復することができました。今後さらなる経営安定のために、より一層店販の充実に力を入れていきたいと考えています。

また海外に向けた活動は、2022年もコロナによる影響が大きく、

特に主な取引先である中国は自由に入出国もできずに苦しいところがあります。それでも今年は上海での法人立ち上げ、新たな代理店との契約締結、ティーム系の旗艦店の立ち上げなど、今後につながる体制強化を図ることもできましたので、今年是中国の法人を活かしながら、中国・韓国、そしてASEANに向けたさまざまな活動を展開していきたいと考えています。

### お客様を大切にすることが 成長・発展に直結する！

私自身は、この美容業界にはマーケットが広がる可能性もチャンスもまだまだたくさんあると思っています。実際、ここ数年で男性の美意識は格段に高まり、今では男性雑誌でも定期的にスキンケア特集が組まれ、美肌や痩身、そして脱毛のためにエステサロンに通うことも、普通のことになってきています。これからこの流れはさらに広がり、男性向け製品や施術の開発も活発になっていくのではないのでしょうか。

今はコロナ禍だけでなく、急激な

物価上昇や円安など、サロン運営も美容機器開発・販売においても厳しい状況が続いています。ですが、どんなときでも、「お客様の満足度を高め、結果で応えていく」のが基本。施術や店販品についても、結果を見極め、納得したものをだけを提供する。そしてお客様に「売る」のではなく、「本当に必要なものを提案する」——この考えのもと、真摯にお客様と向き合っており、満足度を高めていけば、どんな状況に陥っても会社は消えることなく継続できると信じています。そのためにも、社会情勢をきつちりと見極め、目まぐるしく変わる流行をキャッチするなど、常にアンテナを張っていないとすぐに置いていかれてしまいます。本当に毎日が勉強の連続だと思い、私自身努力を続けていきます。

#### COMPANY DATA

2002年設立。社名の「COOL」は英語で、心の意。サロン運営・美容製品開発・製造・経営コンサルティングなどの事業を展開。サロン運営においては「会社の規模ではなく、お客様満足度日本を目指す」との理念を追求、創業から30年後の2030年から3年連続で「オリコン顧客満足度調査」で全サロンランキングにおいて「特別推薦賞」に選定された。

### 経営者の選択 “成功の鍵”

お客様を本気で大切に  
すれば会社は潰れない

サロン経営に乗り出したばかりの頃、青年会議所で知り合った仲間から言われた「お客様のことをしっかりと考え、大事にしていれば会社が潰れることはない」という言葉は、今でも私にとって大きな格言となっています。当時、やる事が山積みになり常に追い込まれたような気持ちになっていましたが、この言葉でスッと心が軽くなったのを覚えています。やはり「お客様を本気で大事にする」という思想はビジネスの基本。早い段階でこの言葉に出会えたことが自分の「成功の鍵」だと思っています。