



週刊粧業
化粧品&トイレタリーの流通総合専門誌 C&T 掲載 — 2015年4月号 —
まつげエクステの市場拡大・Blancの成長について、2ページに渡り紹介されました。

Blanc (ブラン)



山下晴之氏

Blancはまつげエクステンション市場黎明期の2009年、滋賀の大津PARCOにまつエク専門店をオープンさせて以来、海外進出にも成功し、現在は国内外に71店を展開する業界最大手企業に成長した。現在のまつげエクステンション市場は1500億円規模まで拡大しており、つけまつげとは異なり自然ながらくっきりとした目元がつくれることや、化粧の時間短縮になることから20~30代の女性を中心に人気を集め、市場拡大が続いている。まつエク市場の成長に火を着けた同社の取り組みについて、山下晴之社長に話を聞いた。

(中井)

まつエク黎明期にサロン1号店オープン 技術力で得た信頼がリピートにつながる

Blancはまつげエクステンション専門店ならではの高い技術と品質を強みに、顧客からの信頼が高いサロンだ。1号店をオープンした2009年に合計4店を出店し、翌年からは業界でも珍しいフランチャイズ展開を始め、毎年15~20店を出店してあっという間に全国に広がった。まだ日本ではまつ毛エクステンションが女性のオシャレとしてあまり受け入れられていなかった当時、いかにして店舗拡大に成功し、業界最大手にのし上がることができたのか。それは、同社の教育制度に支えられたスタッフの高い技術力にある。

2008年3月7日付で厚労省は「まつげエクステンションによる危害防止の徹底について」を通達し、まつげエクステの施術は美容師法に基づく美容行為であり、国家資格である美容師免許を保持している美容師が保健所の認可を受けた美容所でのみ行うことができるとした。

しかし、まつげエクステを行っているサロンの中には、これらの認可を受けていない場合も少なくなく、こうしたサロンでの様々な施術トラブルが起き、消費者センターに顧客からの相談も相次いだ。法律に違反し、技術レベルの低いスタッフが施術を行っては顧客からの信頼を失う一方だ。リピートにもつなげられず、スタッフはすぐに辞めてしまうことが多かった。このずさんな衛生管理体制を業界の

大きな問題と捉えた山下氏は、法令順守の徹底を最優先に考えて事業を組み立てた。スタッフは全員美容師免許取得者とし、サロンは保健所の認可を受けたうえで、日本まつげエクステンション協会が定める「アイデザイナーB S T衛生管理サロン」にも登録されている。

「スタッフが美容師免許を持っている証明として、名刺に免許番号を記載し、店内に証明書のコピーを貼っている。以前は、美容師を辞めたけれど美容師免許を活かして仕事をしたいという女性がスタッフとして入社することが多かったが、現在は新卒入社が増えている」

同社のサロンはパルコやルミネ、イオンモール、アトレといった駅ビル・ショッピングセンターに出店しているため、OLでも仕事帰りなどに通いやすく、若い女性客が多い。しかし、それだけに技術に対する要求は厳しい。そのため、そのニーズに応えるためにスタッフの技術練習量は増えていく。

同社では直営のスクールや、韓国を発祥とする世界特許技法スクールを開設し



目元を引き立たせるまつげエクステンション

まつげエクステで世界中の女性を美しく

Blanc (ブラン)



兵庫県にあるつかしん店

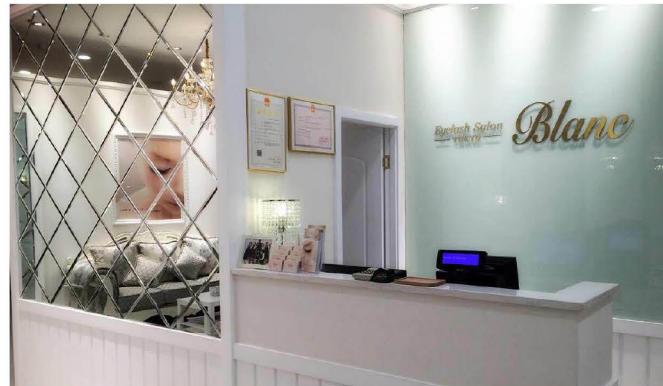
ており、そこでまつげエクステンションに関する基礎知識や技術、接客スキルなどを習得する。特に直営スクールでは、プロフェッショナル・スタンダードコースで34時間、知識や技術を学びながら最低40名以上での練習を義務付け、実践力を身につけさせるとともに、昨年から同社独自の検定を設け、3級を取得しなければサロンでお客に施術ができないようにした。

さらにスクールでは過去にスクールを受講したことがある場合に、スキルアップなどや点検を行えるコースを設けたほか、オプションでサロンのマネジメントや経営者としての基本を学ぶコース、サロン開業を目指すための独立支援を行うコースなども選ぶことができる。

「施術者には確かな技術力は当然のこととして求められている。しかし、それだけではサロン経営はうまくいかない。知識やカウンセリング力といった接客力と、広告戦略やメニュー戦略などのマネジメント力に加え、人材教育も必要になる。それら全てをスクールで磨き、アイラッシュデザイナーとしても経営者としても一流の人材を送り出している」

こうしたスタッフの技術力の高さから、顧客からの信頼度も高くリピート率は2回目が45～50%、3回目以上は70～80%にのぼる。これは同社のメニュー品質の高さも寄与していると山下氏は指摘する。

まず、エクステンションは目の形や顧客の希望によって提案を変えていくため黒色だけで136種類ある。さらに安全性が高く低刺激、速乾性の接着剤を開発し、従来は一般的に60分かかっていた施術時間を半減させたことも、回転率と顧客満足度を上げ、



進出したばかりの中国・武漢店

売上拡大に大きく貢献することとなった。

市場拡大のためには低価格化も必要措置 海外にも店舗を広げ世界の女性を美しく

同社の現在の注力事業は、業界最大手として店舗数を拡大し、さらにまつげエクステンションの市場を広げることという。そのために、価格を下げることも必要と山下社長は考えている。

「現在、施術は1カ月に1回、1～2時間かかっている。金額も7000～1万円が一般的だ。しかし、今ままではアイラッシュサロンは身近にならない。現在、低価格で素早く施術できるクイックサロンを5店舗で展開しているが、非常に好調だ。今後は競合他社から『こんなところと聞いたたくない』と思われるほどに成長するため、価格の見直しや施術スピードの向上などに着手していく。マスカラを塗るようまつエクをする女性を増やし、業界トップ企業としてまつエク市場を盛り上げていきたい」

同社は現在、タイ、ベトナム、中国など海外にも進出し、まつげエクステンションサロンを展開している。日本と同じ技術を海外でも取り入れ、信頼性のある、技術力の高い施術を受けられるようにすることで「Blanc」の認知を世界中に広めていく。

さらに、2015年はフランチャイズ加盟店を増やし、国内外では50店舗、3年後には、全世界で300店舗を目指す。

「目元の印象を変えるだけで女性は劇的に美しくなる。国内だけでなく、美容への関心が高まっているアジアを中心とした海外市場へまつエクを広めることで、世界中の女性を美しくしたい」