

estbeauté world

〔エストボーテワールド〕 2019.SEPTEMBER. No.10

現代ホスト界の帝王ROLANDが、脱毛サロンを完全プロデュース
なぜROLANDはLUMIX-A9を選んだのか!

今後の大きなチャンス!?男性脱毛の実態を探る!
気になる男性脱毛意識調査

10

Why
did Roland
choose Lumix?

estbeauté world

〔エストボーテワールド〕
2019.9 No.010

編集/制作 estlab Creative Team
発行所/estbeauté by estlab Co., Ltd.

estbeauté
by estlab Co., Ltd.

〒162-0805東京都新宿区矢来町126 NITTO PLAZA 3F
TEL 0120-434828 FAX 03-3269-8860



この化粧品に変えるだけで!
顧客満足度UP!利益UP!

ランニングコスト「削減」!

国内
4,500店舗
導入!

フラーレンとEGFを含む注目の6大有効成分を配合。

エステサロン様専用化粧品 ルアンジュプロ

業務用1Kgあたり2,600円～であなたのお店のコストダウンに貢献致します!



年齢と共に失われていく、肌本来の力に働きかけ
根底から立て直す。

ノーベル賞受賞成分		
ノーベル賞受賞成分 フラーレン	ノーベル賞受賞成分 EGF	バイオ アンテージ
ハイビスカス葉 エキス	白金 ナノコロイド	ビタミンC 還元水

※商品によって配合されていない成分があります。

「プラセンタエキス」、「ヒパマタエキス」、「パルミチン酸レチノール」、「フルーツ酸 (AHA)」など配合成分として使用しています。

上質なのに
驚異の低価格

納得できるものをご提供するために、
何度も改良を加え、こだわりの美肌
成分を惜しみなく配合しているにもか
かわらず、驚くほど低価格に設定され
ているから、続けやすくランニングコス
トも削減できます。

効果を感じられるから
顧客満足度も向上

低価格でもお客様が効果を実感しな
ければ、無駄なコストとなってしまい
ます。エストプロショップはお客様にもサロ
ン様にも喜んでいただける品質をお
届けします。店販用のルアンジュド
ボーテも人気です。

1年間で150万円の
純利益を創出

1日の来店者数10人の場合、流通
コストやパッケージのコストを抑えるこ
とで、高品質な化粧品の低価格化を
実現しています。購入価格のみでなく、
ランニングコストにも差が出るため、
利益向上に貢献します。

ルミクスとも
相性抜群!



ルアンジュド ボーテ

ホームケア用化粧品

ルアンジュプロの本格アンチエイジングシリーズが、お手入れ後のホーム
ケア用化粧品としても誕生。プロユースと同じアイテムで、年齢とともに
失われていく肌本来の力に働きかけ、肌の根底から立て直していきます。



ご注文はエストプロショップからどうぞ。PC、スマートフォン、両方対応可能です!

estbeauté by estlab Co., Ltd.

ESTPROSHOP

<https://www.est-shop.jp/>

化粧品・美容機器のサロン様会員制販売サイト エストプロショップ 【お問合せ先】東京都新宿区矢来町126 NITTO PLAZA 3F TEL : 03-3269-8815



est pro shop QR



ROLAND プロフィール

1992年7月27日生まれ、東京都出身。
高校卒業後すぐに大学を中退し、18歳でホストデビュー。名実共に歌舞伎町のトップホストとして現代ホスト界の帝王と称されている。現在は執筆活動や多数のメディア出演のほか、ローランデル株式会社会長、及び株式会社シュヴァルツ、株式会社ROLAND ENTERPRISEの代表取締役社長を務める。



美を追求するローランドの使命感

ローランドが何故脱毛サロンを立ち上げたのか、まずはそこから話を始めよう。ローランドは脱毛はマナーだと言い切る。美をこころんまで追求してきた男の言葉は重い。なぜそこまで脱毛にこだわるのかというと、ホストという職業柄お客様である女性と接する中で、女性が男性に求める必須条件に清潔感とは上位にくるということに気づいたからだ。

清潔感を出すためには脱毛はすごく大事な要素で、お風呂に入る、爪を切るのと同じレベルで大事なもののだという事を、世の男性陣にもっと分かって欲しいと願っているのだ。見た目を売りにしない職業に従事している人は結構そういう部分に疎いところがあるが、どんな仕事をしていても、人と接しない仕事はないはずだ。その時、人はどこでその人物を判断するかというと、やはり最初は見た目で判断する。その時に清潔感があるに越したことはない。仕事

も絶対にスムーズにいくだろう。そのことに色々な職業の人にもっと気づいてもらい、日本の男性達が美しく、カッコ良くなる事の意識づけを発信していけたらいいと願っているのだ。

自分自身が脱毛に苦労した過去の経験

また、ローランド自身が過去に脱毛した経験からも、脱毛サロンを作る意味があると思ったのだという。過去に何件もの脱毛サロン

を渡り歩き、全身を脱毛するのに3年ほど時間がかかった。また多くの出費が伴う脱毛は、大変激しい痛みがあるもので、何かを得るためには、何かを犠牲にしなければならぬという強い思いから、ローランドはその痛みに耐えてきたのだ。それは、多くの人からしたらきつと耐え難いことだろう。

それに脱毛サロン自体も、ネガティブな意味で男臭いというイメージもあり、決していいイメージではなかったのだ。
自分自身がそういったことを体

Why
did Roland
choose Lumix?

何故、ROLANDはLUMIXを選んだのか

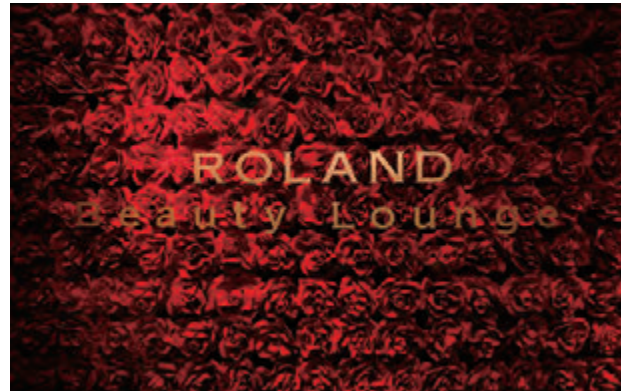
Featuring

ROLAND
Beauty Lounge

PRODUCED by ROLAND

あの、現代ホスト界の帝王ROLANDが、脱毛サロンを完全プロデュース。
新宿三丁目に「ROLAND Beauty Lounge」を2018年12月にオープンさせました。
そこで使われているのが、弊社のSHR方式を採用した脱毛機LUMIX-A9。

今回は、ROLANDがLUMIX-A9を選んだ理由に迫ります。

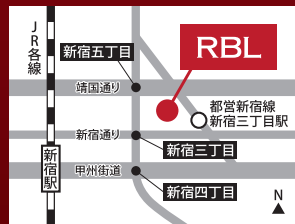


いい財産として、生きているのだ。
また、脱毛サロンの多くは、脱毛機の機種を公表していない。故にお客様は、良い脱毛サロンを選ぶことが困難となる。しかし、「ローランドビューティーラウンジ」では、最高のサービスを提供する為に、超ハイクオリティな脱毛機として「ルミクス・A9」を紹介している。それは、「ルミクス・A9」がとことんまで最高を目指すローランドさえも納得させる、最高の技術を兼ね備えた脱毛機である証ではないだろうか。

ROLAND Beauty Lounge

PRODUCED by ROLAND

info



〒160-0022 東京都新宿区新宿 3-11-9 花菱ビル10F
TEL : 050-2018-2514
営業時間 : 12:00~22:00(最終受付 21:00) 定休日 : 無し
<https://roland-bl.jp/>



たくさんのご要望を受けて、女性も脱毛できる日を設けました！
毎週水曜日 レディースDAY! ※詳しくはRBLへお問い合わせ下さい。

campaign

ヒゲ脱毛10回 月額3,000円(税込)

オーダーメイド脱毛 (50回)

月5,000円(税込)から始めるオリジナルプラン
※部位や回数などをご希望に応じて自由にカスタマイズ可能です。
【オーダー例】(ひじ下裏(左右)+ひざ下表(左右)+へソ上)5ヶ所×10回

全身フル脱毛 (顔・VIO込み)

月9,200円(税込)
一括払い〜36回払いが選べます。
月額を固定にすることで、支払いが計画的になり安心して通うことができます。

special

さらに今なら！

分割手数料は
**ROLANDが
奢ります！**

キャンペーン実施中

※分割手数料とは？
通常、ローンでのお支払いの場合、ローン会社に年利15.23%の手数料がかかります。

Why
did Roland
choose Lumix?



験したことがあるからこそ、ローランドは世の中の男達を綺麗にしたいという善意の気持ちから、短期間で済み、痛みもなく、また通いやすい脱毛サロン、そしてこの脱毛サロンに通うことが「ステータス」と言うことのできる店を作ることに意義を見出したのだ。

素晴らしい脱毛機との出会い

ではどうやって、ローランドと「ルミクス」は出会いを果たすことになるのか。きっかけは2018年9月の「ルカ・モドリッチチャリティーイベント2018」での事だ。このイベントは『公益財団法人がんの子どもを守る会』へのチャリティーとして実施され、そこでローランドはチャリティー親善大使を務めており、協賛企業であるエストラボと出会う。脱毛機なんてどれもみな同じだと思っていたローランドだが、弊社大島COOが熱く語りかけ、SHR方式の「ルミクス・A9」のを知る。話を聞く中で実際に体験してみることとなり、後日実際にエストラボにおもむき「ルミクス・A9」を体験した

のだ。

そこでのローランドは、「今まで自分が受けてきた全ての苦勞はなんだったのか！自分が脱毛に通っていた時にこの脱毛機があれば…もっと早くこの脱毛機に出会えたかった！」と衝撃を受けた。痛みがなくなしかも早く、さらに産毛や金髪にも対応しているすごい脱毛機が「ルミクス・A9」だったのだ！

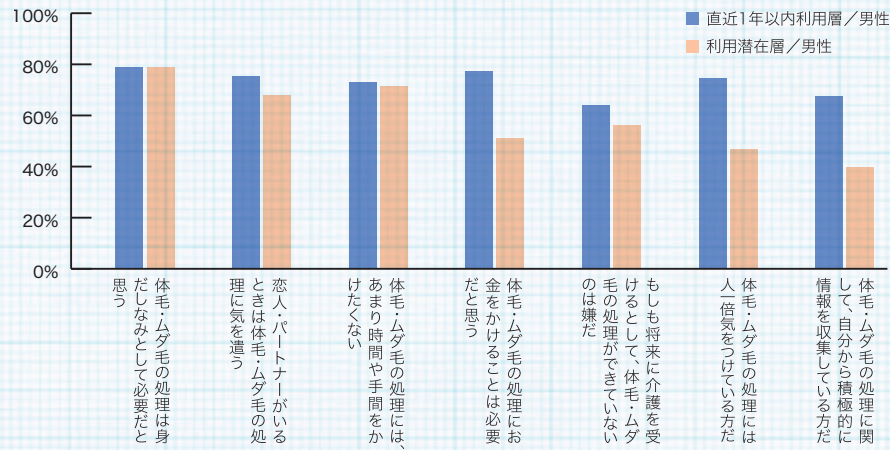
ローランドは、自身の脱毛サロンは己のプライドにかけてパフォーマンスなものを提供したいという強い想いがある。最高のサービスと技術を提供するのに、「ルミクス・A9」こそふさわしい脱毛機だと確信したのだ。そして、この脱毛機に出会わなかったら脱毛サロンをやるうなんて思わなかったのだ。実際、「利益だけを追求するなら他のことをする。」と、言い切っているほどだ。

SHR方式の「ルミクス・A9」は毛周期に関係なく施術が可能だから3週間に1回通えるので、最速で美しい男を目指せるし、1回の施術も全身で50分と時間がかからない。過去に苦労したローランド自身の苦い経験こそが、今

体毛に関する意識

利用層の体毛に関する意識は高い！

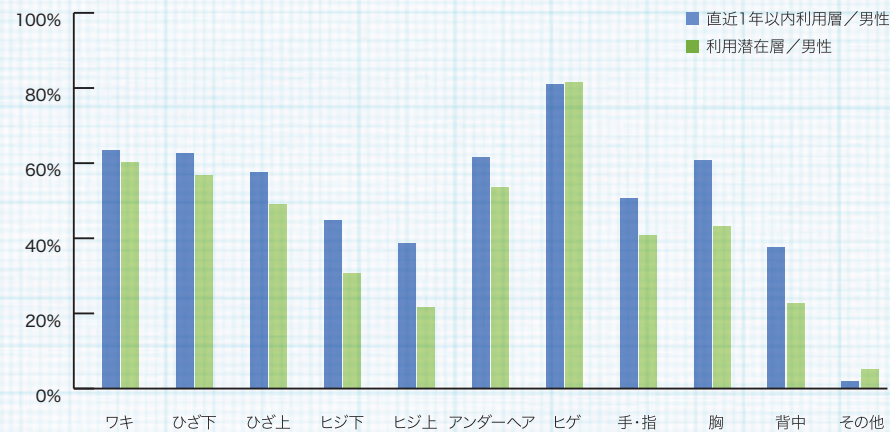
男性利用層は「ムダ毛の処理にお金をかけることは必要」「人一倍気をつけている」「積極的に情報収集している」のスコアが高い。



体毛の気になる部位〈自分の体毛・ムダ毛〉

男性も意外と「アンダーヘア」が気になっている!?

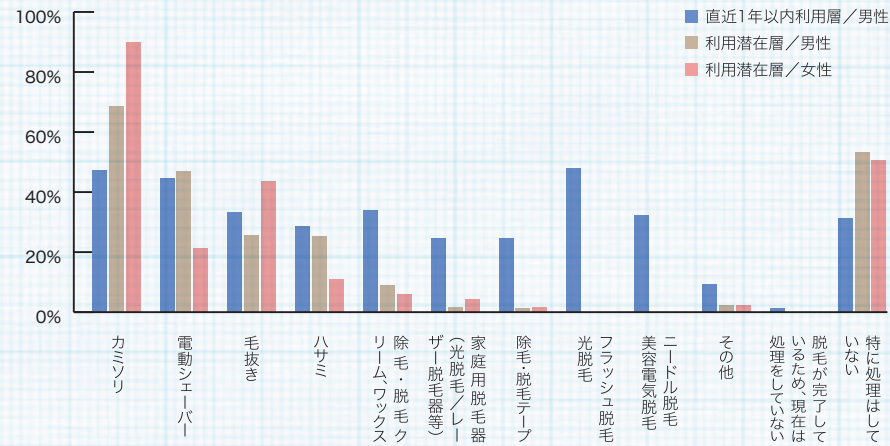
一番気になる部分はやはり「ヒゲ」で、次に「ワキ」「ひざ下」と続くが、次に「アンダーヘア」ときており、幅広い脱毛意識が伺える。



自分の気になる部位のケア実態

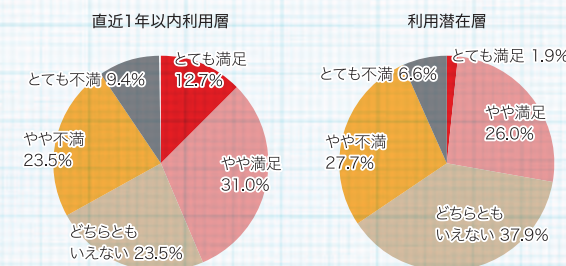
男性の方が女性より脱毛処理スコアが高い！

男性の利用層は、脱毛サロンなどの各メニューだけでなく、自宅処理の併用も多い。男女ともに、利用潜在層は自宅での「カミソリ」による処理が利用層を大幅に上回る。



自己処理の満足度

	直近1年以内利用層		利用潜在層	
	満足度	スコア	満足度	スコア
自宅処理の満足点	処理・脱毛にお金がかからない	55.4	処理・脱毛にお金がかからない	64.8
	処理・脱毛に時間がかからない	45.1	自宅で気付いた時にできる	39.1
	自宅で気付いた時にできる	43.2	自分の好きなタイミングでできる	38.1
	自分の好きなタイミングでできる	32.9	処理・脱毛に時間がかからない	30.8
	処理・脱毛の仕上がりが良い	23.0	特にない	11.2
	特にない	8.0	処理・脱毛の仕上がりが良い	6.8
自宅処理の不満点	自分で処理しにくい部分がある	60.1	自分で処理しにくい部分がある	57.5
	キレイに脱毛できない	48.8	キレイに脱毛できない	53.2
	肌が荒れる／カミソリ負けする	44.1	肌が荒れる／カミソリ負けする	42.5
	時間がかかる	37.6	手間がかかる	35.4
	手間がかかる	37.1	時間がかかる	28.2



自己処理の場合、仕上がりに関連の不満点が多い！

不満点はどの層も「処理しにくい部分」や、「キレイにできない」「肌荒れ」などの仕上がりが上位にあがる。ここを取り込みに活かしたい。

今後の大きなチャンス?!

株式会社リクルートライフスタイル
ホットベッパビューティーアカデミー「ムダ毛・脱毛に関する意識調査2018」

気になる男性脱毛意識調査2018

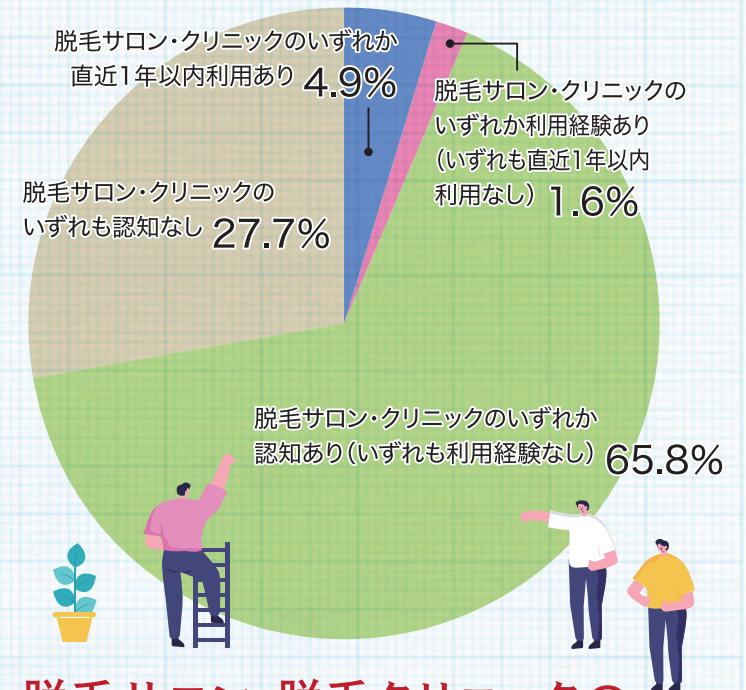
昨今は男性の美容意識も高まっており、その流れで脱毛に興味のある男性も決して少なくない。今回は、男性脱毛に関する意識調査を元に男性脱毛の実態を探ります。

年代別の利用ボリューム

	利用経験あり	認知あり
全体	6.5%	72.3%
16-19歳	8.7%	71.1%
20-29歳	10.2%	70.0%
30-39歳	6.9%	72.2%
40-49歳	3.0%	74.2%

30～40代をどう取り込むかが鍵

10代から20代男性の利用が多めで約1割程度。しかし、認知している年齢はどの年代もさほど差がないが、40代が一番高い。年齢が高くてもきっかけさえあれば、利用の可能性はある。



脱毛サロン・脱毛クリニックのいずれかの利用経験について

男性脱毛の認知は広がっている

男性の脱毛サロン利用者は、まだまだ少ないものの、認知している人が7割程度おり、取り込む余地は十分にありそうだ。

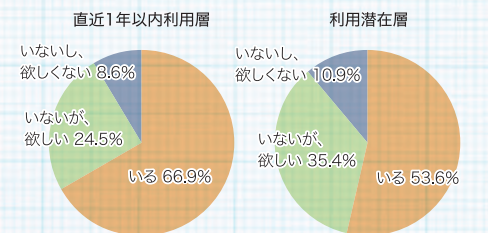
体毛・ムダ毛の気になり出した処理を始めた年齢

利用潜在層は、利用層より脱毛を始める時期が早い！

男性は18～20歳頃に気になり出し、その1～2年後に処理を始めるのが平均的。利用潜在層の方が利用層より処理を始めた年齢が若干早めで、自分なりの処理方法がより確立している可能性がありそうだ。

	直近1年以内利用層		利用潜在層	
	気になり出した年齢(平均)	処理を始めた年齢(平均)	気になり出した年齢(平均)	処理を始めた年齢(平均)
ワキ	19.1歳	21.6歳	19.0歳	21.4歳
ひざ下	18.7歳	21.4歳	17.8歳	20.8歳
ひざ上	18.7歳	21.9歳	18.4歳	21.1歳
ヒジ下	19.6歳	21.8歳	18.9歳	20.2歳
ヒジ上	19.5歳	21.4歳	19.4歳	21.2歳
手・指	21.1歳	22.7歳	20.3歳	21.5歳
胸	21.7歳	23.9歳	21.0歳	22.8歳
背中	21.6歳	23.1歳	21.0歳	22.5歳
その他	21.0歳	21.4歳	20.2歳	23.8歳
Vライン	-	-	-	-
Iライン	-	-	-	-
Oライン	-	-	-	-
顔	-	-	-	-
アンダーヘア	20.1歳	22.4歳	20.4歳	23.2歳
ヒゲ	21.1歳	22.9歳	20.2歳	19.5歳

パートナーの有無恋愛意向



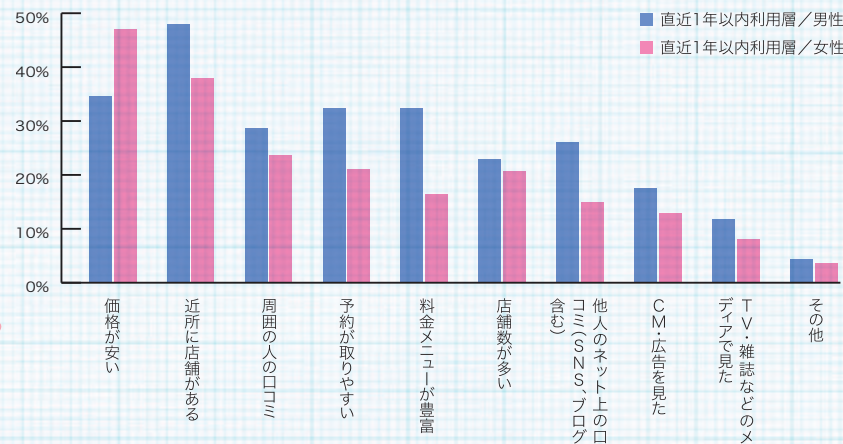
異性への意識が脱毛に向かわせる!?

利用層は利用潜在層に比べて「恋人 or パートナーはいる」人が多い。そこには異性を意識した結果か、または美意識が高いから異性を惹きつけるのか？興味深い結果が伺える。

今のサロンを選んだ理由 〈脱毛サロン〉

男性は「価格」より「近さ」優先！

現在の脱毛サロンを選んだ理由として最も多いのは、男性は「近所にある」で女性は「価格が安い」。男性は女性と比べ「料金メニューが豊富である」が高い。



まとめ

男女ともに、利用層は利用潜在層に比べ…

経済的余裕あり

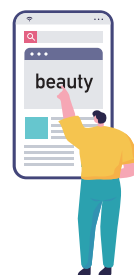
ファッション・美容への支出が多い

美容意識や、体毛・ムダ毛処理の意識が高い

男女の利用層を比較すると…

男性利用層は女性利用層よりも美容関連の支出が多く、美容への関心も女性利用層と同程度に高い特徴的な人たちである

今回の意識調査では、美容・ファッション関連の支出が多く、美意識やムダ毛処理の意識が高く、比較的可処分所得の高い男性が脱毛利用者層（経験者）の特徴であることが確認できた。しかし、おそらく誰もが推測する通りの結果でもあった。



では、**如何にしてご自分のサロンに男性客が来るよう施策を打てばいいか**？紹介しきれなかった統計データも交えて少し考えたい。

まず男性の場合、出店場所は「近所にある」が最重要視されているため、会社員の生活導線を意識すべきである。平日客狙いならターミナル駅やオフィス街の周辺、土日客狙いなら大型住宅地のある駅周辺が理想だろう。地方ならオフィスの多い駅や大型ショッピングセンターと住宅地の中間の国道・県道沿いでもよい。大通りに面していなくてもいいが、何かの「ついで」に通える場所にこだわりたい。

また、男性の利用潜在層を利用者へ転化するには、ヘアサロンやマッサージ店での脱毛サービスが意外と近道かもしれない。わざわざ脱毛サロンに行くのは面倒だが、ほどほど美意識が高く、ボディメンテナンスに興味のある男性が定期的に通うお店であれば、自己処理しづらい箇所から始めてくれるのではないだろうか。これは実際に弊社脱毛機ユーザーからも続々と成功の声が上がっている。

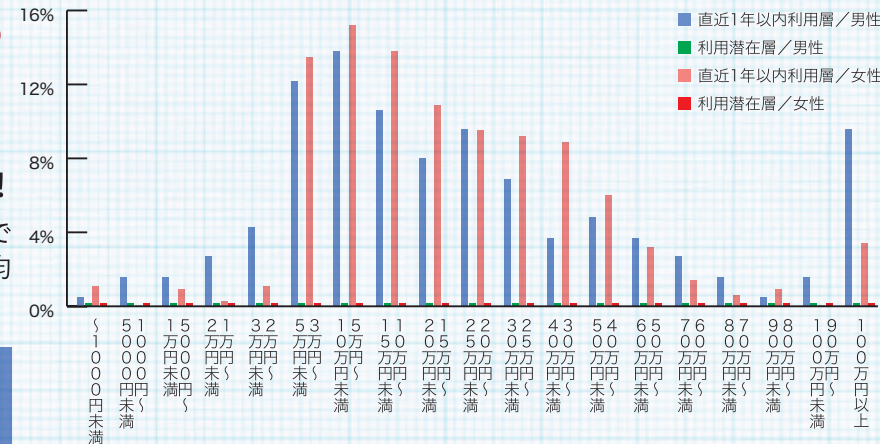
この他、男性は女性よりも衝動的ではない傾向があるため、激安コースでの囲い込みは逆効果となる場合がある。少なくとも通い始めはムダがなく組み合わせ自由、かつ適正価格な料金メニューを用意し、慣れたところで長期コースを提案してみてもどうだろうか。

脱毛サロン・医療脱毛の利用金額〈脱毛サロン〉

男性の平均利用金額は女性より高め！

男性の平均利用金額は289,239円。男女で比較すると、男性の方が女性に比べて平均利用金額が高めなのが見える。

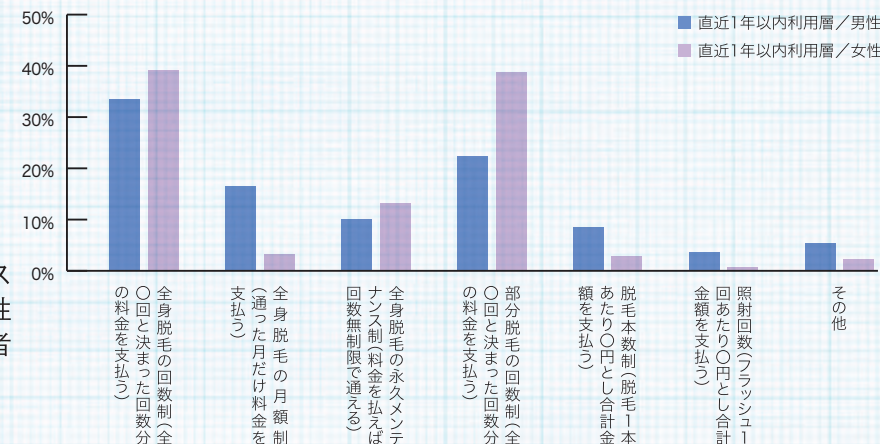
▶ 全体平均利用金額
男性：289,239円 女性：233,102円



脱毛サロン・医療脱毛で利用している料金システム〈脱毛サロン〉

回数制なら部分脱毛より全身脱毛！

脱毛サロンで最も多く利用される料金システムは男女とも「全身脱毛の回数制」。男性は女性と比べ「全身脱毛の月額制」利用者が多い。



体毛処理にかけている金額〈実際にかけている金額〉〈かけてもよいと思う金額〉

体毛処理にかけている金額は利用層と利用潜在層で大きく異なる！

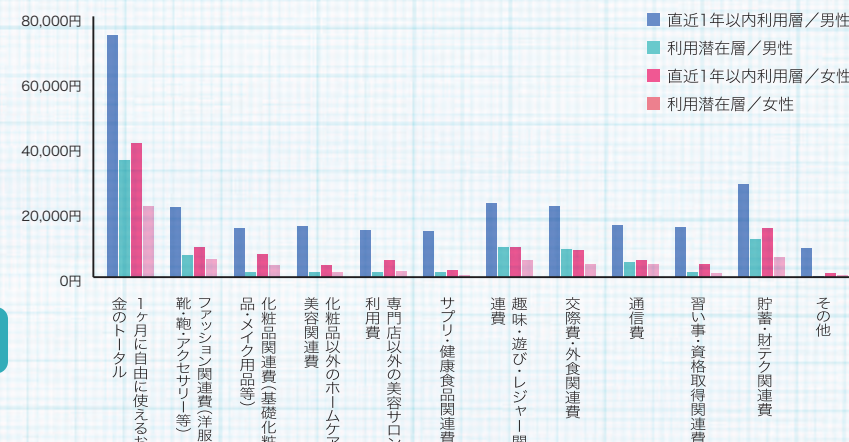
利用層は「実際にかけている金額」「かけてもよいと思う金額」共に9万程度かけているのに対し、後者は5千円を下回る程度。かけてもよいと思う金額は利用潜在層では16,000円程度。



可処分所得と使用内訳

自分の為に使えるお金が利用層男性は多い！

男性の利用層は1ヶ月に使えるお金のトータルが全体と比べて高く、いずれの内訳においても可処分所得が高い。





今までに発行された「エストボーテワールド」(旧エストラボ通信)

エストラボの精神の礎になっています。
売れない時代を経て、
テレビ出演依頼が！

そして、2015年1月には、
TV番組「ドラゴンゴンのバカ
売れ！研究所」の出演依頼が来ま
す。販売当初は「SHR」方式の脱
毛自体が世間から認知されておら
ず「ルミクス」のプロモーションに
苦労したことなど事実を包み隠

さず対話し、「本当に良いものだけ
を厳選して世に伝えたい」といつた
番組ミッションに共感し、取材を
快諾、出演を果たします。

会合の目的は
ある認定制度だった！

創刊4号には、「ルミクス」が一
般社団法人国際セラピスト認定
協会様の『美容機器適合認証』を
取得するまでが掲載されています。
この認定制度は、美容業界で使用

『エストボーテワールド』 創刊10号の軌跡と 株式会社エストラボの歴史

～時代を超えて語り継がれるエストラボヒストリー～

本誌創刊号『エストラボ通信』は2015年7月に発行されました。

創刊号では100%実話の話として、弊社の脱毛機「ルミクスSHR」を社員が販売するのに
いかに苦労したかが語られております。

そして、2017年6月号から、誌名を『エストボーテワールド』に変更すると共に
デザインも一新し、今般10号を迎えました。

これまで誌面で伝えてきたのは、エストラボの成長を支えたその時代の取り組みと、
社員の想いです。この機会にその歴史を振り返りながら、『エストボーテワールド
(旧エストラボ通信)』の創刊からの軌跡をたどってみます。

株式会社エストラボ設立と、 エストラボ通信の創刊から4号まで

エストラボのルーツであるラ
セーヌ設立から35年、エステティッ
クサロン1号店を大阪で出店し
てから化粧品開発をスター
トさせ、そして2015年に現
在の株式会社エストラボを設立し
ます。

その間、脱毛機の開発を20年取
り組んできた当社。創刊号では、
脱毛機「ルミクス」の開発が如何
に大変だったかが分かります。

その後2014年5月に「SHR」
方式の最新脱毛機「ルミクス・ツ
イン」を初お披露目しますが、新
しすぎる「SHR」脱毛理論のメ
リットをどのようにしてお客様へ
伝えていったらいいか、社員の頭
を悩ます様子が伝わります。

経営支援セミナーにみる、 エストラボの精神

そもそもエストラボの脱毛機
をご購入頂くからには、お客様の
商売が成功しなければ意味があ

する機器に、海外製の製品など安
全性が確認できない物が数多く
あった時代に、取り扱いを誤って
事故を起こすケースがあり、お客
様やオーナー様が安心して施術を
できる様に一般社団法人国際セラ
ピスト認定協会様の有識者の
方々が、機器を調査し合格できた
本物だけを承認するという制度で
す。この調査は取り扱い説明書な
どの書類審査と機器の安全性と
使用者に配慮されているか？など
を確認するもので、厳格・公正な
目で審査されます。

また特に我々がこの制度のポイ
ントと感じた事が「1種目1認定」
であるという点です。その分野の
確かな機器を「1つだけ認証」する
という強い想いに共感することが
でき、無事に2016年1月に認
定を取得することが出来ました。

ルミクス導入サロン様 全てが増収増益！

創刊5号で、エストラボがお取
引させて頂いているサロン様の情
報を収集させて頂くと「SHR」
方式の「ルミクス」を導入されてか

りません。正直なところ最初は脱
毛機を売り込むことに必死でし
たが、先にサロン様に「貢献でき
る事をする！」という発想の転換
をしました。お客様のサロン経営
をサポートしながら信頼関係を
築き、結果的にエストラボの脱毛
機「ルミクス」を選択してもらえ
るよう、全国横断経営セミナーを
行なっていくきます。

機械は買って満足するものでは
なく、その機械を使いこなして売
上をあげる、つまり成果を出す事
が大切で、その機械によってどう
集客できるのか？ランニングコス
トはどうか？など、長期的視点を
持つことが重要であることをお伝
えしていくエストラボの経営支援
の姿勢が、お客様に納得をして頂
き、全国でセミナーを開催してい
く中で「ルミクス」導入店舗が徐々
に増えていきました。この経営支
援セミナーはサロン様に機械の販
売だけではなく販売後の「経営支
援」をしていくという、現在も続く



有識者の方が機器のシステムを一つ一つ検査する様子

ら、全てのサロン様が増収増益と
いう結果を得ている事が分かりま
す。これは売り上げが下降したサ
ロン様はいらっしゃらないとい
うことです。もちろんサロン様自身
による努力の賜物が一番の理由で
すが、当社側からの支援で大きな
要因として2点あると思います。

1つ目はやはり「ルミクス」の持
つ、「高速で痛みが少ない」、「顧客
回転率が高い」、「ランニングコス
トが安い」などの特徴です。
2つ目は当社が得意とする「購
入後のアフターフォロー」です。弊
社のインストラクターによる入念
な導入講習、接客方法、セールス

コンサルタントによる脱毛メニューのプラン・価格などの提案です。このように経営サイドにも深く関わらせて頂いて、サロン様自体の評価が向上し、リピーター様の増加や口コミによる新規ご紹介のお客様増加につながったと考えられます。

また、社内の様子として紹介されているのが、弊社の技術部署です。製品の最終品質テストや、修理などを請け負うエンジニアの姿が掲載され、万全の体制でクオリ

サロン様とのコミュニケーションの中で エストラボは成長し続けるのです

ティーを保っていることが伺い知れます。弊社内に修理対応のサービス部署があることが、サロン様にとっても大変メリットに感じて頂いていることが合わせて分かります。導入後のメンテナンスは東京と大阪の2つの拠点で実施し、365日スピーディーな対応が出来ることにも触れています。

そして、この号から「ルミクス」を導入されたサロン様の実際の使用感や、現場のお声などを掲載し始めました。やはり、まだ「ルミク



「エストボーテワールド」に掲載された多数のサロン様のお声

テ」を発足します。サロン様とエンドユーザー様の「求める綺麗」を叶えるために日々変革を続け、新しい美容のあり方を追求するブランドとしてリリース致しました。

そのタイミングで本誌も「エストボーテワールド」へ誌名を変更し、新たな気持ちで発行となりました。創刊8号では、『エストボーテ』

のイメージキャラクターとして、洗練された大人の魅力を持つ石田純一さんが就任された際の、撮影の様子を取りあげています。ポジティブに大人の人生を楽しみ、世の中の美しいものをこよなく愛する石田さんが『エストボーテ』をさらに加速させてくださいました。

5年連続で受賞の快挙！ 「ルミクス」導入店舗も 1,000社に！

そして2017年12月には、エストラボは株式会社美容経済新聞社様が刊行するエステティック通信にて「美容業界を牽引する成長企業」として「成長企業銘柄2017」を受賞いたします。

本表彰の受賞は、2014年度

ス」を導入されていないサロンオーナー様や、既に導入されているサロン様も、実際に導入されているサロン様のお声はとても気になるものだと思います。

『エストボーテワールド(旧エストラボ通信)』は全国を回って、現場に行かなければ得られないサロン様のお声を読者の皆様にお届けするという、徹底した現場主義にこだわってきました。お声を頂いたサロン様の「ルミクス」や当社社員への貴重なお声が読者様の参考になり、はたまた我々社員の励みにもなるのです。

ご協力頂いたサロン様には大変感謝すると共に、『エストボーテワールド』が単なる社内の出来事や様子をご紹介するだけではない、皆様との対話の中で作り上げられているということが分かる冊子になっていったのです。

日々進化するブランドへ 『エストボーテ』始動

2017年、エストラボでは業務用化粧品、業務用脱毛機、美容機器の総合ブランド『エストボー

整体といった他業種の経営支援も行い、満足いただける製品・サービスをご提供し美容業界を盛り上げていけるように、これからも『エストボーテワールド』で発信し続けます。さらに本誌はサロン様皆様のお声と共に作り上げられているものであり、良いお声だけでなく時には批判も頂き、私共がさらに皆様に貢献できるよう、成長し続けていきたいと思えます。



株式会社 美容経済新聞社様から頂いた賞の数々

年表

1984年	ラセーン設立
1993年	エステティックサロン1号店を大阪で出店
1995年	天然成分を使った化粧品開発スタート
1999年	白金ナノロイド研究への助成
2002年	皮膚細胞培養培地でフリーズドライ化粧品の商品化
2011年	事業分社 株式会社エストラボ設立
2012年	農林水産省が研究開発したシルクファイブロイフンを使って界面活性剤を使わない化粧品の開発・商品化
2013年	高圧抽出法によるフラセンタ原液の開発・製品化
7月	松本零士先生による弊社キヤフクターの名前を一般公募
11月	松本零士先生による弊社キヤフクターの名前を一般公募し「グリア」ちゃんに決まる
5月	日本初の「SHR」脱毛理論の「ルミクスSHR」初お披露目
7月	1秒間に10回の超高速連続照射SHRモードと通常のIPL+RF脱毛の二つを搭載したルミクスツインSHRの発売を開始
12月	美容経済新聞社様から「Esthetic Wired Japan Fast 2014」(以下EWJ Fast)を受賞
4月	株式会社サイエンスラボと合併 株式会社エストラボ設立
7月	「エストラボ通信」創刊号 不定期発行でちょっと恥ずかしい100%実話の物語を掲載
9月	「エストラボ通信」第2号 You Tube 連動型宝地図プロジェクトについて掲載
11月	国内初の4点照射の高密度焦点式超音波エステ瘦身機HIFUウルステムが登場
12月	「チバアプレ」ビジネスクラッシュセサカンドステージ「企業輝くとき」に「ルミクスSHR」脱毛機が紹介される
EWJ Fast 2015	ベストオブベンチャー賞を受賞
1月	一般社団法人国際セラピスト認定協会様による美容機器適合認証制度の適合認可がされる
「エストラボ通信」第3号	「チバアプレ」ビジネスフラッシュの収録の様子をのあげる
4月	TOKYO MXテレビ「未来展望100年の計」にファッションデザイナー 中島篤氏と「ルミクス」脱毛機のコラボのドキュメンタリーが放送される
「エストラボ通信」第4号	実録「ファッション×美容機器」の正体について掲載
8月	「エストラボ通信」第5号「ルミクス」を導入し、増収増益にうったサロン様をご紹介
9月	「チバアプレ」ナツのH1商品会議室」に4週連続してルミクス」が紹介される
11月	「エストラボ通信」第6号「ルミクス」導入サロン様の座談会を掲載
12月	EWJ Fast 2016 ベストオブベンチャー賞を受賞
2月	美容業界で成功させる経営セミナーを開催 スベシャルゲストとしておぐねーと小椋アインちゃんを特別講師としてお招き
3月	「エストラボ通信」第7号「美容業界で成功させる経営セミナー」の様子を掲載
5月	「フレイシャル用美容機器アカアピュ」初お披露目
テレビ埼玉・井筒和幸の企業探訪もうかりまっか!?」で	弊社の業務用脱毛機「ルミクス」の最新脱毛理論「SHR」方式と「ルミクス」でサロンの売上がアップする理由を放送
7月	石田純一さんが「エストボーテ」のイメージキャラクターに就任
「エストラボ通信」第8号	「エストボーテ」のイメージキャラクターに就任した石田純一さんの撮影の様子を掲載
10月	世界的ファッションデザイナーが手掛けた、ファッション×美容機器のコラボレーションを実現した脱毛機「ルミクス・A9」発表
11月	オンラインストア「エストラボショップ」リニューアルオープン
12月	「ルミクスツイン」が美容経済新聞社様からベストアイテム2017を受賞
1月	「エストボーテワールド」第9号「ルミクスA9」をデザインされたファッションデザイナーの中島篤様のインタビュー記事を掲載
9月	「ルミクス」脱毛サロン検索サイト「ルミクス脱毛サロンサーチ」を公開
12月	「ルミクス・A9」が美容経済新聞社様から「ベストアイテム2018」を受賞



奉仕の心がモチベーション 営業 第3課

2018年11月に新設された営業第3課は、既存のお客様のサポートをメイン業務で行い、何かお困り事がないかお伺いしたり、施術に関してのカウンセリングや季節に合わせたキャンペーンや新商品の提案、セミナーの開催など、幅広くお客様の売上げ向上のコンサルティングを行う部署です。チームは女性リーダーをはじめ、随時スタッフを増員しながら全国の既存顧客の対応をする体制となっております。

営業第3課の全員は、お客様に



お客様の笑顔やお喜びの声を思い浮かべながら打ち合わせしています！

寄り添い個々のサロン様を良くしたいというチームを目指し、今まで培った経験と知識を活用しています。

それは弊社のマシンや化粧品だけに限ったことではなく、例えばお客様がホットペッパーに広告を掲出する際に文言をアドバイスすることもありました。その結果、サロンの売りに貢献する事ができた時に、お客様から「エストラボさんを選んでよかった！」という言葉を頂けました。このようにサロン様に感謝のお言葉を頂け

セミナー報告

「光フェイシャルの未来と実践」

今春に「光フェイシャル」について既存のお客様向けのセミナーを開催致しました！他店との差別化をしたいサロン様や、光フェイシャルメニューはあるけれど勧め方が分からない、施術に関してお悩みをお持ちのサロン様へ、光フェイシャルメニューが最大限に活用されることを目指したセミナーでした。

セミナーではまず、光フェイシャルのリピート率や成約率をレベルアップさせる話があり、カウンセリングで光フェイシャルと相性の良い化粧品「ココン」の説明の他、実技講習などが行われました。

熱心にセミナーの内容をノートに記載したり、写真撮影をされたり、真剣な表情で受講されているご参加された皆様は、セミナーの内容に納得された様子でした。



セミナー開催後のアンケートでは、内容にご満足された方が9割近くと大変多くいらっしゃいました。



質疑応答では活発に意見交換が行われる場面もございました。

るよう常に努めております。
多くのお客様の対応をしている為、すぐに連絡がつかない事もあります。その場合は前のお客様の対応が終わったらすぐにご連絡差し上げるように心がけ、お客様に安心感を与えられるように日々

努力をしております。
その甲斐もあって最近ではお問い合わせもたくさん頂いておりますので、これからもっと多くの既存顧客様のフォローができる体制を強化していきたいと思っております。



お客様の想いに寄り添うエストラボ 気になる社内をご紹介します

「お客様に心から喜んで頂くために何をすべきか。」
それをスタッフ一人一人が考え抜いて、日々行動しております。
今回はほんの一部ですが各部署の熱い想いをご紹介します。

CHECK

入り口では松本零二先生による弊社キャラクターの「グラシア」ちゃんがお出迎え



頼れるセールスコンサルタントを目指します！ 営業 第1課・2課



お客様に寄り添い日々対応させて頂いております

営業第1課・2課は、新規のお客様へお客様へ美容機器の販売や、健全経営の為のコンサルティング業務を主に行なっております。
具体的には、新規のお客様へのご案内や、お問い合わせの対応、経営支援・集客方法のアドバイス・メニューや価格のご提案など、全国にあるサロン様のご支援をさせて頂いております。地方に出張することも多々あり、その際は飛行機はもちろん車で移動先まで伺って商談する事もある、とても活動量の多い仕事です。

全国のサロン様にご対応するため、その地域の特性を把握し、個々



様々な観点からお客様にご満足いただけるようご支援いたします

のサロン様に見合ったご提案ができるように、下準備や情報を収集し、引き出しを多く持つてお客様に貢献できるように努めております。
具体的な事例を挙げると、まつ毛エクステのサロン様が脱毛機を導入される際に、広告費をかけずに集客する方法はないか考え、導入キャンペーンを企画して前月比700万アップを実現したり、アピールの仕方や声かけの方法まで支援するなど、きめ細やかなフォ

ローを心掛けております。そのような成果を出したお客様が2店舗目を出店した際には、セールスコンサルタントとしての喜びを感じられる時でもあります。

また、チームとして美容機器や経営支援について、お客様に何を聞かれても皆が高レベルで全ての質問にお答えできるようにすることをモットーに、頼れる営業を目指して日々研鑽を積んでおります。

人というのは、歩けない赤ちゃんでも歩きたいという願望があるように、本来「成長願望」があり、常に上を見ながら目標設定します。でも、その目標が明確かどうかが大事なんです。例えば、月に1,000万円の売上目標を立てた時に、スタッフにはその日の目標を立てさせます。その日の売上目標を100万円とすると、スタッフは「今日1日で!」と思います。そこで「一旦は「難しいかな…」と同情し、その後で「でもやっている人が世の中にいる。だからできない事はない!」と励まします。そしてまずはプランを作らせます。今日来るお客様が1人だったとしたら、1人に100万円売らなければなりません。そしてそのメニューをプレゼンする為のトークを考えさせます。そのトークを実際やってみますが簡単には出来ません。でも、最初はそれでいいのです。チャレンジしたことが素晴らしいのです。そして次の日2人の来店予約があったとします。2人来店があるからといって昨

日失敗している為、1人に50万円ずつではダメです。2人に100万円を売るように接客させます。やってみると、また上手くいきません。でも2日間で3回もやっているわけですから、経験が大事なんだと経営者は悠然と構えます。

大島道場

エステラボ会長

連載第1回 テーマ 人を育てる

「成功体験」が大事なのです

そして3日目。3日目は3人の予約があったとします。3日目も3人に100万円ずつ売るつもりで接客させます。そうすると、たまに1人くらい契約してくれる人が出てきます。その時に皆がとても喜びます。これが成功体験です。これを毎日続けていくだけです。成功体験をした時は本人が一番嬉しいはずで、それを褒めてあげるとまた次やるうとします。それは自然の流れなのです。そうやって人は育っていきます。要は出来たことを喜び、出来なかったことは絶対に怒らず経験と捉えます。出来なかったことも経験ですから、出来たこと「緒なのです。そうすると人は自ら目標に向かい行

動を始めます。実際に、うちのサロンは200名位のスタッフがおりますが、店長クラス以外のスタッフには月1回程度しか会いません。それでもちゃんと動いています。それは成功体験がある為です。成功体験を経て、それを褒め、また次の目標設定ができていれば人は自ら行動します。そうすると必ず成長する。人はあまり教えたらずダメなんです。なぜ教えではダメかというと、教えるというのはその人を否定しているのと同じ事なのです。「あなたのやっている事は間違っているから、こうやらないさい。」というのが教えます。それが否定になるのです。だから私は教えずにヒントを出すのです。

Profile

株式会社エステラボ 会長

大島 正人

略歴○フレンチシェフ、大手下着メーカーを経て化粧品や美容商品の企画・製造・販売からOEM製品、サロン経営まで幅広く展開。直営サロンの経営から美容業界のノウハウを習得し、わずか数年で規模を拡大。事業に垣根を設けずに展開するビジネスセンスは、異業種からも注目されている。2014年よりエステラボグループの会長に就任。

お客様の想いに寄り添うエステラボ
気になる社内をご紹介します



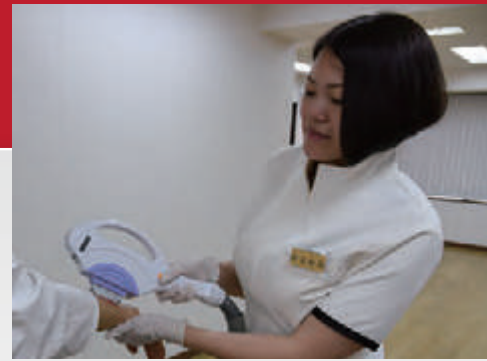
美容機器に命を吹き込む
インストラクター

インストラクターの主な業務内容としては、営業部やカスタマーサービスと連携し、美容機器導入後のサロン様へマシンの使用方法や実技講習、脱毛理論や化粧品についての説明などをさせて頂いています。弊社の美容機器を導入されたサロン様が正しく機器を使いこなせることはもちろん、実際にエンドユーザー様へのカウンセリングを円滑かつ、結果が出るようにアドバイスしております。

「悩んだけどこの機械にして良かった。」や、「お店の場所は決して良くないのに、おかげさまで収益が上がって2機目を購入することになりました!」などのお喜びのお声を頂けた時は、お客様のお役に立てて本当に良かったと思える瞬間です。

美容機器はスペックや数値で管理していますが、それを温かみや血の通った「体感」に切り替えてゆくものとして、たくさんの女性の肌に触れていくマシンに命を吹き込み、「美しくなる夢を与え」お客様が収益にもつながっていくように日々努力しています。

丁寧に施術の仕方をご説明いたします!



お客様の売り上げアップを最優先!
セールスプロモーション



弊社製品をお買い上げのサロン様が売り上げアップできるように、印刷物やWEB制作をしているのがセールスプロモーションです。例えば、ルミクス脱毛機導入サロン様をWEB検索できる「ルミクス脱毛サロンサーチ」では、検索サイトのノウハウや知識を生かして、サロン様に貢献できるように皆で意見を出し合いながら制作しております。

お客様の気持ちを理解して、それをどうデザインに落とし込んでいくかを考えて、お客様の売り上げアップを第一に業務に当たっております。この業界では珍しく内製できる体制を整えているため、他部署と連携してサロン様のご意見を直接頂き、迅速に制作物へ反映することができるのが、弊社の強みの一つです。



常に品質第一主義!
カスタマーサービス

マシンの検品・最終品質テストなどを行っているのがカスタマーサービスです。常にクオリティーファーストで業務を行い、マシンの品質を保っております。またいつでも安心してお使い頂けるように、東京・大阪の2拠点で万全の体制でアフターフォローにも備えております。365日対応しておりますので、ご安心ください。



商品と共に真心をお届け
茂原物流倉庫



お客様からご注文のあった化粧品の梱包・発送を行っているのが茂原物流センターです。箱を開けた時に、商品がキレイに梱包されているように、「確実・丁寧」をモットーに業務を行っております。商品を受け取りになるお客様のことを思いながら、商品一つ一つに真心を込めてお届けしております。

beautyworld
JAPAN

展示会情報

出展期間：2019年5月13日(月)～15日(水)
開催場所：東京ビッグサイト

Event Report

BWJ 2019
イベントレポート
ご来場、誠にありがとうございました!

さる5月中旬の3日間、東京ビッグサイトで開催された日本最大級の美容展示会「ビューティーワールドジャパン」。エストラボのブースではスペシャルトークショーとしてローランドさんをお招きし、ご自身のプロデュースによる脱毛サロンについてや、ルミクス・A9について等、様々な「脱毛」についてのお話をお伺いしました。当日の会場は予想をはるかに上回る盛況となり、ブース周辺の通路を埋め尽くす大勢のお客様で、会場はパニック寸前に！あらためてローランドさんの注目度の高さを感じた展

おかげさまで、史上最高の動員数を記録！

新商品情報等お気軽にお問合せ下さい。

☎ 0120-434828

FAX 03-3269-8860

WEB <https://est-pro.co.jp/>

スマホからもご覧いただけます ▶



Event
information
2019-20

ダイエット&ビューティーフェア2019 ビューティーワールド ジャパン 福岡・出展のご案内

化粧品やサプリメントをはじめとした美容業界関係者が集まる展示会としての「ダイエット&ビューティーフェア2019」。そしてオリンピックイヤーの2020年、美容業界の最新トレンドが分かる「ビューティーワールド ジャパン 福岡」にエストラボは出展参加！お客様がきっとご満足いただける注目の新製品、増収・増益に関する情報、技術等をたくさんご用意しておりますので、是非お越しください。

DIET&BEAUTY FAIR
ASIA 2019

ダイエット & ビューティーフェア 2019
2019年
9月9日(月)～11日(水)
10:00-17:00 @ 東京ビッグサイト

beautyworld
JAPAN FUKUOKA

ビューティーワールド ジャパン 福岡
2020年
2月3日(月)～4日(火)
10:00-18:00 @ 福岡国際センター



ローランドさんの脱毛に関する意識や、男性脱毛をこれから常識として浸透させていきたいなどの抱負を語って頂き、多くの来場者を魅了したトークで会場は盛り上がりました！



エストラボブース周辺を所狭しと埋め尽くす大勢のお客様。弊社取材班のこのカメラ後方にも、まだまだ人垣が続いてました。

ローランドさん登場に、会場は大盛況！
ビューティーワールドジャパン・東京・展示会レポート

LUMIX-A9が、お悩みを解決いたします!

高い買い物なので失敗したくない...

1ショット0.1円!
業界最安値の低コスト

圧倒的な費用対効果 全身脱毛を最短12分!

LUMIX-A9は秒間10ショット。全身脱毛を最短12分(理論値)で完了します。今迄2~3時間かかっていた施術時間も10分の1へ大幅短縮!ベッド回転率10倍アップを実現でき、**大幅な増収**が見込めます。また、最新SHR方式のLUMIX-A9なら毛周期に関係なく施術ができるので、**最短6ヶ月で脱毛完了**。その分、多くのお客さまを受け入れることができます。

価格が15万円の場合1ショットは0.75円	次世代技術がもつ メリットが直接反映
一般的な脱毛機 20万ショット	1SHOT 0.1円 ※SHRモード
LUMIX-A9 100万ショット	この差がコストダウンに繋がります

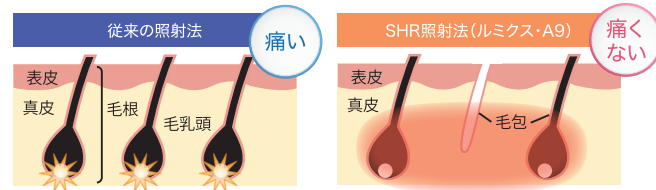
脱毛スケジュール例												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
毛周期												
LUMIX-A9	●	●	●	●	●	●	最短6ヶ月で終了！			●	●	
レーザー・IPL・SSC等	●			●			●				●	まだまだ続く…

どの脱毛機がいいの?

痛みも少なく、日焼け肌、
産毛、金髪もOK!

最新脱毛方式(SHR)とハイパワー

LUMIX-A9が採用しているSHR(Super Hair Removal)方式は、従来とはまったく違う最新の脱毛理論。温かい熱を徐々に蓄える蓄熱方式で、毛包にアプローチ。そのため**熱さや痛みをほとんど感じずに、効果が期待**できます。さらに**日焼け肌や産毛、金髪の脱毛もOK**。お客様対応幅が広がります。



他サロンとの差別化を図りたい...

業界初“BBL”機能で
全身をスキンケア

脱毛だけにとどまらない お肌の悩みにアプローチ

シミ、くすみ、しわ、たるみ、ニキビ等の肌悩みを、LUMIX-A9は業界初搭載の「BBL(ブロードバンドライト)」機能でアプローチ。BBLは通常使われるIPLの5倍の効果を誇り、かつ秒間10ショットの高速連射が可能。**脱毛以外のメニューを導入可能とし、サロン経営の増収増益が期待**できます。



集客効果ダントツ!

「ルミクス脱毛サロンサーチ」に
登録すると**0円**で収益UPを目指せます!

「ルミクス脱毛サロンサーチ」にご登録で集客率向上!

ルミクス脱毛サロンサーチとは、ルミクス脱毛機のプロモーションを目的として、ルミクス脱毛機を導入いただいているサロン様だけを掲載している脱毛サロン紹介サイトです。**様々なコンテンツや口コミ機能などを掲載し、サロン様の売上UPを狙います。**

登録料
年会費
無料!



ルミクス脱毛サロンサーチ8つの特長

口コミ	こだわり検索	サロン紹介
キャンペーンの実施	メンズサロニー発検索	
PR	クーポン発行	地域検索

ルミクス脱毛
サロンサーチ



ご登録は
こちら!



<https://lumixsalon.jp/>



スマホからもご覧になれます

LUMIX-A9の詳細はこちら!

https://est-pro.co.jp/lp/lumix_a9/

またはお電話、FAXにて、お気軽にお問い合わせ下さい。



0120-434828



03-3269-8860

ATSUSHI NAKASHIMA X estbeauté

LUMIX-A9



他のサロンとの**差別化を図りたい!**
今よりもっと、**売上をあげたい!**
こんなお悩みのある経営者様は**必見!**

導入サロン様累計数

1000社

導入店舗満足度
94.8%

※自社調べ

新脱毛理論・SHR方式採用
BBL機能搭載 連射式脱毛機

LUMIX-A9

「儲かる」は要らない。

「すごく儲かる」

が欲しい!



ベストアイテム
2017・2018
連続受賞

サロン様から驚きの事例が次々と!!

3ヶ月で
売上が
3倍!!

月間売上
1000万円
突破の
店舗
続出!!

ベッド回転率が上がるので

売上大幅アップ!



エステティック通信誌
成長企業銘柄
(IB EWJ FAST)

受賞!

調査企画：美容経済新聞社 産業調査部



LUMIX-A9 Designed by
ATSUSHI NAKASHIMA

ミラノコレクションで活躍中
「中島 篤」氏によるデザイン

本体デザインは、今日本で最も注目されるファッションデザイナーの1人でもある、中島篤(ナカシマ・アツシ)氏によるもの。有名ブランドのヘッドデザイナーを経てパリで培った感性を生かし、脱毛機における新たな方向性をLUMIX-A9で創造します。

中島 篤 「ATSUSHI NAKASHIMA」デザイナー

- 2001年 名古屋ファッション専門学校ファッションスペシャリスト科卒業
- 2003年 第20回オンワードファッション大賞グランプリ受賞、その場でジャンポールゴルチエからスカウトされる
- 2009年 ジャンポールゴルチエ ディフュージョンライン・ヘッドデザイナー就任
- 2011年 帰国 自身のブランド「ATSUSHI NAKASHIMA」をスタート
- 2013年 ジルサンダーネイビー バッグラインディレクター就任
- 2015年 海外デザイナー支援DHL Exported にて日本人として初の受賞、Milan fashion week にて2016 AUTUMN WINTER COLLECTION を発表

施術の時短でサービスにもゆとり
結果お客様の満足度も向上！



今回のお客様

エステ&ヒーリングスパ・エステスクール ヒールスパ様



エステ&ヒーリングスパ・エステスクール「heal-spa(ヒールスパ)」様

お客様本位で、誠実かつ熱心が伝わってくるエステサロン、「heal-spa(ヒールスパ)」のオーナー、鎌田 沙織(かまた さおり)様／お写真中央。 エステや脱毛サービスだけでなく、まつ毛エクステ・パーマやエステスクール等、多様な角度から「美しさ」に取り組まれていらっしゃいます。多くのお客様からのご予約で忙しい中、快く質問にご回答いただきました。

エストラボの業務用脱毛機「ルミクスシリーズ」を実際に使用して頂いているサロン様にご登場頂き、その使用感等を語っていただく「お客様の声」。第六回目は、香川県坂出市にお店を構える「エステ&ヒーリングスパ・エステスクール ヒールスパ」様にご登場頂きました。

創業は約八年前。オーナー様ご自身のエステティシャンとしてのご経歴は十五年以上となり、人並みならぬ美に対するこだわりの中から、BBL機能搭載の新型脱毛機、



「ルミクス・A9」をお選び頂きました。

— 本機のどのような点に魅力を感じになられたのでしょうか？
ヒールスパ様 魅力を感じた点はいくつかあったのですが、何と言っても時間を有効に活用できることです。従来の全身脱毛は大体お客様お一人につき二〜三時間というのが常識でした。ですがこのルミクス脱毛だと一時間もかからないで終わってしまうんです！その分サービスにもゆとりができますので、お客様の満足度も向上しています。そして満足度という点では、お客様が脱毛後、お肌が綺麗になったと、喜ばれている点も挙げられます。特に顔脱毛をされた後は肌がツルツルになった！と、とても喜ばれていますね。これはルミクスに脱毛効果だけでなく、フォトフェイシャルの効果があるためだと思われます。また、脱毛機自体も大変魅力的なのですが、導入後のフォローもそうですね。操作等でわからないこと、施術の仕方等も丁寧に教えて下さいますし、カスタマーサービスは休日も稼働

しているので不安なくお客様対応に専念できる点もいいですね。

脱毛＋美肌効果が好評

―お客様の反応はいかがでしょう？

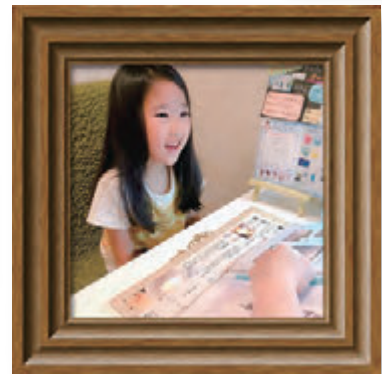
ヒールスパ様 本当に多くのお客様にお喜びいただけてもらっているのですが、やはり「短時間で終わるし痛くない」、「産毛までなくなるのがすごい」や、他にも「お肌がツルツルになった」というような、スキンケア効果でも上々の反応を頂いております。肝心の脱毛効果でも結果が出ておりますので、これからもルミクス脱毛で多くのお客様に喜んで頂けてもらえそうです。

―お客様の満足度は、多彩な美容メニューにも関係しますか？

ヒールスパ様 そうですね。当店で、来店されるお客様の年齢層は十代から四十歳代と幅が広いので、

お客様の

声



柔らかな雰囲気落ち着いた店内。ヒールスパ様では潜在需要の多い「子供脱毛」のサービスも提供している。

様々なメニューをご用意しております。その中でも脱毛メニューを導入したきっかけは、多方面から「ルミクス脱毛が良い」という評判があった為ですね。大切なお客様へご提供するサービスなので、その点は慎重に検討しました。

―その結果、ルミクスに（笑）！では導入を迷っているサロン様へ、現場の声として一言お願いできますでしょうか？

ヒールスパ様 「ルミクス・A9」、これは期待を裏切らない脱毛機だと思えます。オススメです！

「ルミクス・A9」をご導入いただき、お客様と一緒に喜びを感じられている様子のヒールスパ様。益々のご満足に向け、しっかりとサポートさせていただきます。

この度はお忙しい中ご登場いただきまして、誠にありがとうございます！

お客様担当セールス コンサルタントに 聞く

今回登場していただいた「ヒールスパ」様の担当セールスコンサルタントに、担当視点でのヒールスパ様について聞いてみました。

「脱毛機ならルミクス」という「ロコミ」が決め手に

ヒールスパ様との出会いのきっかけは一本のお電話からでして、脱毛機の買い替えを検討しているの

で詳しく説明して欲しい、とのことだったんですね。ご案内を経て、納得された上での導入となった訳ですが、実は私のご案内の他に、クーポンサイトの営業さんや、瘦身機メーカーの営業さん達が、皆一様に「脱毛機ならルミクス」といういわゆる「ロコミ」が決め手になったようです（笑）。もちろん検討中とはとても真剣にお考えになら

れて、とにかくサロンにいらっしやったださるお客様第一目線の機種選定、といったところに深い感銘を受けました。

また、脱毛機としての性能面はもちろん、導入後のフォローアップチームの体制、万が一の故障時のカスタマーサービス面、そして当時イメージキャラクターが石田純一さん（大ファンだそうです！）だった、という総合的なサービス面も高く評価していただきました。実際にご導入いただき、お付き

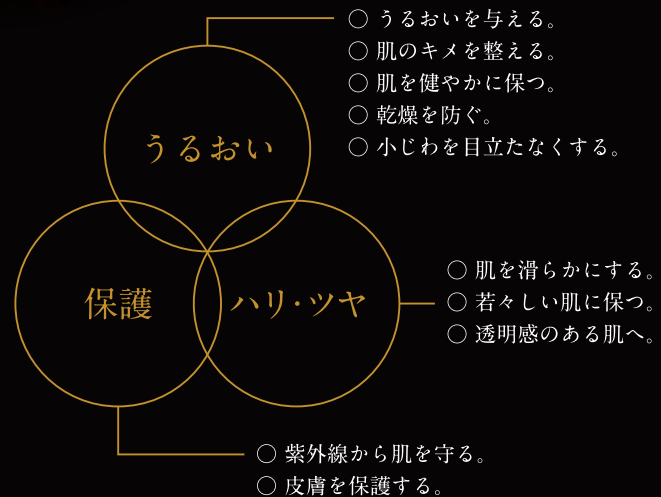
 heal-spa

合いをさせて頂いて感じる事なのですが、ヒールスパ様のスタッフ皆様は、お客様愛が本当にすごいんですね。その想いがしっかりと届けることができるよう、ルミクスを通してお手伝いしていきたいと考えています。

植松 優子（うえまつ ゆうこ）

株式会社エストラボ・東京本部、セールスグループ/セールスコンサルタント所属。サロン・エステティシャンとしての経験を活かし、誰よりもお客様目線で寄り添えるのが強みです。美容について、なんでもご相談ください！

悩める女性たちを全ての肌トラブルから救いたい シルクフィブロインの美肌作用



角質層にうるおいを保つNMF(天然保湿因子)の原料となるグリシンやアラニンなどのアミノ酸成分を豊富に含んでいます。乾燥した肌になじみ、角質のすみずみまでうるおいで満たします。うるおいをキープすることができる健康的な肌は、不要な角質の排出もスムーズに行えるようになるため、乾燥などで乱れやすい肌のキメを整えて、みずみずしく透明感のある健康な肌に保ちます。

健康的な美肌へと導くための無数の働きは
“うるおい”“ハリ・ツヤ”“保護”の3つに分けることができます。

ハリ・ツヤ

ココンに含まれるシルクフィブロインは、その構造が肌と似ているため、ずっと肌になじんでキメを整えます。正常なターンオーバーを促し、使い続けることで肌を滑らかにします。美しく齢を重ねるために大切なこと、それはハリとツヤに満ちた肌のエイジングケア*です。

保護

紫外線は肌を老化させる大きな要素です。シルクフィブロインには、自らが紫外線を吸収して無害化する働きがあります。ケミカルな紫外線吸収剤の肌への負担が気になる方も、安心してUV対策に活用することができます。

洗い上がりしっとり メイク落とし	柔らかい泡が肌にやさしく すっきり洗う	シルクのうるおい成分が 最上級の肌を育てる	ハリ、ツヤを 引き出す乳液	しっとり滑らか素肌に導く 濃密シルククリーム
 ソワ クレンジング 150mL 6,500円+税	 ソワ ウォッシング 120g 6,500円+税	 ソワ ローション 150mL 6,500円+税	 ソワ エマルジョン 150mL 6,500円+税	 ソワ クリーム 35g 18,000円+税
 ソワ クレンジング 300mL 6,500円+税	 ソワ ウォッシング 300g 6,500円+税	 ソワ ローション 300mL 6,500円+税	 ソワ エマルジョン 300mL 6,500円+税	 ソワ クリーム 100g 17,800円+税

ご注文は便利で簡単なエストプロショップからどうぞ。PC、スマートフォン、両方対応可能です！

estbeauté by estlab Co., Ltd.

ESTPROSHOP

<http://www.est-shop.jp/>

化粧品・美容機器のサロン様会員制販売サイト エストプロショップ 【お問合せ先】東京都新宿区矢来町126 NITTO PLAZA 3F TEL : 03-3269-8815



est pro shop QR

ルミクス搭載 光フェイシャルとも相性抜群

*肌年齢に合わせたケアのこと

エイジングへの攻めのケアで 極上の素肌美を 引き出す

日米特許取得 シルクフィブロイン

特許技術「シルクフィブロイン乳化法」は、独立行政法人との共同研究により開発された乳化方法。化粧品の乳化には欠かせなかった界面活性剤を一切使わず、クリームを乳化させることを可能にした天然の乳化成分です。

- 特許第 3659352 号
皮膚細胞生育促進性を有する乳化剤及びその製造方法
- 特許第 3738255 号
非結晶性絹フィブロインを含有する化粧料
- 特許第 4624710 号
着色絹粒子、油性物質含有絹粒子の製造方法
- Patent No.:US7,901,668 B2
SILK FIBROIN EMULSIFIER AND PROCESS FOR THE PRODUCTION THEREOF



化粧品の開発に携わっている当社は、24年間化粧品の効果と安全面に自信が持てるものだけをお客様に届けたいという想いを軸に化粧品の開発してきました。

化粧品の開発を始めた当初より、刺激の少ない安全な成分で、健全な化粧品の作りに邁進してきた我々は、通常の化粧品のづくりに使われる、水と油を乳化する界面活性剤を重くみていました。

しかし、着色料や香料を抜くのは簡単な事ですが、界面活性剤を抜くのは大変に難しい事でした。そんな中、古代から愛用されてきたシルクから驚くべき成分があることを知るのでした。それはシルクを構成する成分の『シルクフィブロイン』。この成分を発見したのは、シルクによる人工皮膚の研究開発を進めている中での事でした。『シルクフィブロイン』には天然の素材でありながら、乳化作用を持つという並外れた個性があり、これが化粧品の作りの概念を大きく変えるものとなったのです。この画期的ともいえるべきシルクフィブロインの乳化製法は、日本とアメリカで特許を取得しています。

この驚きの乳化作用は、界面活性剤を一切使用しない化粧品の実現を可能にしました。それは我々にとっても、とことん肌への優しさを追求した化粧品の、悩める女性達に届けることができると確信した出来事でした。

肌本来の素肌美を引き出すシルクフィブロインの威力と、これまでの化粧品のとは一線を画す、上質な『ココン』シリーズをあなたの肌で実感してみてください。

界面活性剤とは
「界面活性剤」とは、水と油を混ぜ合わせる(乳化させる)ために使う原料のことです。化粧品へは、なめらかなテクスチャーのために、クレンジングや洗顔料などあらゆる種類の製品に配合されています。しかし、その強い洗浄力が、肌に必要な皮脂までも洗い流し、肌の刺激になるといわれています。