

西根 夕貴

株式会社フォレストシンフォニー

代表取締役

イベント会社の企画営業でマーケティングから販売促進、広告戦略立案に従事し、年商1,000万円だった売上を150億円にまで拡大する。その後、美容健康業界へと転職し、(株)フォレストシンフォニーを設立。高機能美容機器、化粧品を次々に発表するとともに、最新の情報・知識・技術を広く発信している。

確かな製品と正しい知識の提供 2つの軸でサロンの成功に貢献

変化するニーズに合わせた 門戸を広げる必要性を痛感

2024年は新製品の取り扱いなど、あまり大きな動きがなかったこともあり、システムの自動化など、社内システムのさらなる整備・強化に取り組んだ一年となりました。ただこうしたシステムは、導入したからといってすぐにその恩恵を受け、スムーズに運用できるわけではありません。今はまだ、それらを安定して活用するための準備や最終チェックの段階です。導入したシステムの本格的な運用、そして業務の軽減化が実現するのは2025年に入ってからだろうと思っています。

一方で、弊社の「課題」として特に実感させられたのが、製品のPRや広告の手法について。昨年1年間の売上自体は例年と同じ、もしくはそれ以上の水準を保つことができましたが、広告を見て、導入のお問い合わせをいただいたサロン様にご連絡をしても、それが成約に結びつかないというケースが増えてしまったのです。その要因は、他社がSNS上で流しているLPが弊社のものと比較して、マシンの概要や性能が一目でわかりやすいうえ、そのまま商談の日程まで確定できるようにしているから。弊社はこれまで「エンドユーザーに使う機器だからこそ慎重に」と、機器の性能も商談もしっかり「顔」を合わせて説明するスタイルを取ってきました。しかし、それでは手軽さとスピードを重視する時代のニーズに合わず、機器の性能

に自信があっても「選ばれるチャンス」を逃してしまうことに気がつきました。だからといって、業務用機器を「手軽に」購入してしまうことは、トラブルや短期間での閉店につながりかねません。これは早急な対策が必要だと思ったのです。

ハイブリッド企業として 「継続できるサロン」へ導く

そこで2025年は、自社製品のLPの内容や、商談日程の設定方法など、これまでのマーケティングの手法を改めて見直し、変えていきたいと考えています。今までの「機器の詳細はお会いたしときに」というスタンスから、今後はさまざまな情報をLPの段階からフル公開して、より多くの方々に門戸を広げていくつもりです。弊社はメーカー・商社として美容機器や化粧品の開発・販売を手掛けるだけでなく、開業者向けのスクールも行なっています。だからこそ、スピードを重視する時代のニーズに合わせながらも、機器を売って終わりではなく、エステサ

ロンを運営するうえで必要となる技術や知識をしっかりと提供し、アフターフォローを通じて「長く継続できるサロン」づくりに貢献するハイブリッド企業を目指します。

また同時に、昨年末お客様からの声に応える形で誕生したシミ用化粧品シリーズ『リリーブランシュ』の販売・認知拡大にも力を注いでいくつもりです。クレレンジングとローション、乳液のそれぞれにシミに特化した成分をぜいたくに配合した機能性化粧品となっています。国内だけでなく海外での販売も視野に入れ、成分も厳選した製品ですので、今はまだ道半ばではありますが、多くの方にその実力をご体感いただき、新たな挑戦へとつなげていきたいと思っています。

COMPANY DATA

2002年10月設立。変化を続けるエンタテイン業界のなかで「商社」サロン「開業支援スクール」の3事業を柱に、美と健康へのニーズに応え続けている。人気の「ビクメンション」デトックスIIのほか、2025年に販売を開始した3Dサラウンドクレンジングなど、確かな結果と導く美容機器・化粧品の開発・販売。開業者向けスクール事業に尽力。海外からも注目されている。

経営者の素顔に迫る！

「犬ぞり」は組織づくりの ヒントがいっぱい

20年以上犬ぞり競技を継続中。それを引く犬たちにはリーダーやチームドッグ、ホイールとそれぞれに役割があり、それはまさに人間の組織づくりにそっくり！ それもまた魅力の一つです。

