

企業研究

学生が聞く



2018

5

美容室向けのヘアケア商品を製造している。肌やさしい製品の開発などを進め、少子高齢化で顧客が減る美容室の発展をサポート。3年前、神戸を拠点に新たなブランド戦略を展開しようと、大阪から本社を移した。甲南大の藤田順也准教授のゼミ生が堀田和基副社長を訪ねた。

美容室向けのヘアケア商品を製造している。肌やさしい製品の開発などを進め、少子高齢化で顧客が減る美容室の発展をサポート。3年前、神戸を拠点に新たなブランド戦略を展開しようと、大阪から本社を移した。甲南大の藤田順也准教授のゼミ生が堀田和基副社長を訪ねた。

美容業界の現状は。

「国内の美容室は約23万7千店に上り、コンビニの5倍近くもあります。美容師の数は49万6千人で、利用人口は5千万人。美容師1人当たりの客数は100人になります。この数倍くらいあるのが理想で、現状は客を取り合っています」

少子高齢化にどう立ち向かうか。

「美容室の客数が減り、ヘアケア市場は伸び悩んで

ナンバーズリー(神戸市中央区)

堀田和基副社長(66)



堀田和基副社長(左)に話を聞く甲南大3年の赤井舜人さん(中央)と北條伶衣さん(神戸市中央区港島南町7)



エムラボ

原料を使わない商品の製造に力を入れており、国際的な認定も受けています。また、イスラム教の戒律を満たした商品などに与えられる「ハラール認証」も取得。イスラム教徒らに使ってもらえる商品で、美容室の来客増につなげていきます」

「今後の海外展開は。

「アジアなど9カ国に商品を輸出しており、海外でのシェア拡大に取り組んでいます。日本製のシャンプーやトリートメントは品質が良く評判も上々。国ごとのニーズ把握に努め、より広く普及させたいですね」

(まとめ・三島大一郎)

います。期待できるのが訪日外国人客(インバウンド)。日本の美容技術はアジア圏でトップレベルにあり、東京の有名サロンに行くことが訪日客の目的にもなっています。もっと美容室を訪れてもらえるよう、動物由来や遺伝子組み換え

会員制交流サイト(SNS)の活用などで利益につながる提案をしています」

商品開発の戦略は。

「敏感肌やアレルギーなど、人にやさしい商品が求められています。当社では

インバウンド対策に活路



商品の品質を確認するサロンルーム

メモ 1956年、大阪で前身のナンバーズリー本舗設立。従業員150人。美容室向け毛髪化粧品などを製造販売。17年5月期売上高33億8700万円。18年春は8人を採用。神戸市中央区港島南町7の1の27。☎0120・768003