日本の素晴らしさを世界へ 美容医療で日本経済を底上げする

「地球ブランディング」などの革新的な取り組み

都内最大級の美容クリニック「BIANCA」を経営し、現在最も注目を集める若手医療経営者の堀田和亮先生。海外顧客を見据えた「地球ブランディング」の取り組みをおこない、美容医療業界のみならず日本全体の経済発展にまで視野を広げています。今後更なる活躍が期待される堀田先生の、経営者としての揺るがない軸や、展望についてお伺いしました。

BIANCA lifestyle with smiles
理事長
堀田 和亮 先生

ほった かずあき●2009年に日本大学医学部卒業、東京女子医科大学病院勤務。2011年から大手美容クリニックに勤務したのち、2018年に東京・銀座に美容外科・美容皮膚科のBIANCAクリニックを開院。

日本の経済発展に寄与する「地球ブランディング」

BIANCAでは、世界中から外国人が日本に美容医療を受けにくるための「地球ブランディング」に取り組んでいます。私は常々、「韓国に行くとみんなが美容医療を受けるのに、どうして日本に来ても美容医療を受けないのか」という疑問を抱いていました。韓国の美容医療のレベルは世界的にも最先端ですが、やはり丁寧さを比べると日本の方がホスピタリティは群を抜いていると感じます。美容医療はあくまで医療なので、ホスピタリティが大切です。

日本人がホスピタリティ精神に溢れていることは、日本独特の文化であり、どれだけ洗練されたサービスをおこなえるかを追求する国民性が現れているからだと感じています。その精神と美容医療はとてもマッチするので、やはり世界の人には日本に来て欲しい思いが強いです。

反対に海外にBIANCAを作ることはありません。なぜならスタッフが外国人だと、日本のホスピタリティを提供できなくなってしまうからです。さらに「ドクターにとってBIANCAにいる意味」を作りたいと考えています。日本人のドクターは、アジア人の治療をする機会しかなくアジア人の皮膚に特化しています。欧米や中東の人たちの肌はもちろん全然違うので、ドクターたちの教育のためにも、様々な人種の治療を経験するということはクリニックにいるメリットだと考えています。海外の患者様が来ることがBIANCAの強みであり、ここで働くことで経験を積めるというブランディングをおこなっていきたいです。

海外事業部も立ち上げ、かなり優秀なスタッフも揃ったので、8月から本格的にインバウンドに向けてのブランディングを実施する予定です。会議室には、日本国内も含めた世界をどうブランディングしていくかを視覚的に考えるために世界地図も貼っています。それに「日本に来たら美容医療」ということが当たり前になれば、現在低迷している日本の経済も活性化させることが可能です。美容医療を通じて日本の経済の発展に寄与することが私の目指すところで、「地球ブランディング」はBIANCAだけではなく日本全体のためのブランディングなのです。

経営の軸に据えるのは「カッコイイ」かどうか

私が経営で大切にしている軸は「カッコイイ」かどうかです。極端な例を挙げると、悪徳美容外科はカッコ悪いですよね。カッコ悪いことを自覚しながらお金のためにやるのはもちろん論外で、医療や患者様に対して、周りのドクターに対して自分たちが胸を張れることをすることが大切です。なおかつ中途半端にやるのではなく、ちゃんと結果を出せるとよりいいですよね。BIANCAのドクターたちもインタビューなどを受けた時に「堀田先生がいつもカッコイイ医療をしようぜと言っている」と答えていて、共通認識として捉えてくれています。

BIANCAという船を目立たせるようなことをすると、ドクターたちも襟を正して外に出てくれるので、JSAS（日本美容外科学会）でのクリラボ（クリエイションラボ）の発表もインパクトのある演出をおこないました。海外のカンファレンスや様々な企業のプレゼンを見るとやはりカッコイイです。日本人は良くも悪くも右倣えでみんな同じような発表をすることが当たり前になっていて、本当にそれが正しいのかと疑問を抱いていました。学校の授業でも居眠りをしてしまう学生が悪いといった風潮を不思議に感じていたのですが、それは学生が悪いのではなく、「寝てしまうような授業をする教師に責任がある」と思っていました。聞く側のマナーも大切ですが、やはり寝させないような授業をするためのアイディアや工夫が大切ですよね。

学会の発表でもアカデミックを追求するのであればいいんですが、やはり人はインパクトがあった方が学びを吸収できますし、ちゃんと自分たちの発表を見てもらうことができます。最低限のアカデミックさと礼儀を保ちながらプレゼンをきちんと見てもらえるように工夫することは、演者として一番大切なことだと思っています。「カッコイイ」の軸は人それぞれだと思いますが、「カッコイイ医療」と言われる取り組みをこれからもしていきたいです。

地方の美容過疎地に美容医療の普及を

海外に向けての取り組みはもちろんのこと、日本には日本の解決するべき課題がまだまだあるので、今後は地方の美容過疎地に対する美容医療の普及にも務めていきます。美容医療は現在都心に集まりすぎているため、美容医療の過疎地域で困っている患者様も多くいらっしゃいます。地方と都心の情報格差も解消するためにも、美容医療を開業しようとしている土地に根付いた先生のコンサルタントとしてクリニック立ち上げの支援をおこない、地域のためによい美容医療をおこなっていくことを目指します。地方にお住まいの患者様は地元の先生から最新の美容医療を時差なく、安心して受けられるようになる利点があります。

クリニックによっての個性を大切にしていきたいので、この事業はBIANCAとしてではなく私個人の仕事として、総合経営コンサルファームのTUKIYOMIさんとタッグを組んで取り組んでいます。現在、1件目になるプロジェクトを岐阜で進めているのですが、今年の10月にオープンする予定です。

「I」ではなく「WE」が経営者としてのキーワード

私自身、経営者としてはまだまだ未熟者なのですが、主語を「I」ではなく「WE」にする大切さに最近気がつきました。従来であれば、企業の中でみんなで頑張ろうという時の主語は「WE」になるのですが、一般的にドクターの主語は「I」でした。しかしBIANCAの役職者に教育しているのは、「WEになれ」ということです。経営者としては当たり前のことなのですが、「WE」が主語になると影響力も増していきますし、成長にも繋がっていきます。私自身、JSASなどの学会に呼ばれるようになって、日本の美容医療全体を見据えた「WE」を考えるようになりました。次の段階では日本全体を「WE」と捉えることを考えています。日本の美容医療を通じて世界中から外国人を誘致して、日本の経済を活性化させたいという想いの「WE」です。

世界を知るために海外の国々に足を運んでいますが、日本に帰ってくるたびに日本のよさを実感します。綺麗だしご飯もおいしくて旅行するのには最高の国です。みんなが日本に旅行に来たついでに、美容医療も受けていくことが当たり前になればと思います。韓国は国レベルの施策もあり、美容医療が発達してきました。日本の美容医療を盛り上げていくためには、まずBIANCAが成功例となることが大切です。そのためにも日本全体を視野に入れていろんな取り組みをこれからも実施していきます。

BIANCA銀座

東京都中央区銀座1-8-19
キラリト銀座12階
050-3196-4834