

読者と共に考え、共に解決策を見出す総合ビジネス誌

財界

ZAIKAI
a Japanese business biweekly

産業界の99%以上を占める中小企業の生産性向上がカギ!
人手不足下の
日本再生へ
**日本商工会議所会頭・二村明夫の
大企業と中小企業の共存共榮を!**

本誌主幹

村田 博文

ノーベル化学賞受賞!

旭化成名譽フェロー

吉野 彰

「失敗あってこそ成功が。
自分で作ったゴールに自信を!」

2020 2/12

◎インタビュー

JXTG

ホールディングス社長

杉森 務

SMBC日興証券社長

清水 喜彦



表紙の人

YKK社長

大谷 裕明

撮影 斎田 劍



いけだ・よしお

大阪医科大学卒業。1996年大阪医科大学附属病院形成外科入局。同大学附属病院形成外科病棟医長、東海大学病院形成外科・美容外科臨床助手を経て、2000年大阪いけだクリニック開院。04年銀座いけだクリニック開院。現在は東京皮膚科・形成外科院長の他、東海大学病院形成外科非常勤講師、一般社団法人・JAAS日本アンチエイジング外科学会理事長をつとめる

リクルートの方とお話ししているうちに自分の性格に合いそうだと考
えて、リクルートを志望しました。
そこで『ゼクシィ』というブライ
ダル雑誌の営業になり、主なお客様
である結婚式場の広告戦略立案や広
告制作ディレクションなどの業務に
従事しました。やはり、リクルート
は若いうちから様々な仕事をやらせ
てくれます。ですから、自分の腕を
磨く意味では、非常に大きな経験と
なりました。

リクルートは2年ほどで卒業しま
して、今度はベンチャーキャピタル
で海外のスタートアップ企業のリサ
ーチをして資料をつくり、出資
先の支援を行ったりしていました。
その時に中国の美容整形のスタート
アップを知るきっかけがありました。
そこは今ではNASDAQに上場する
会社になっていて、この頃から、自
分も何か美容に関わる仕事がしたい
と考えるようになったのです。

池田 もともと美容医療に対して
の関心があつたんですね。

ドクターと患者の コミュニケーションが大事

毛 はい。わたしも18歳の頃から
いろいろな美容整形のクリニックに
通って、ヒアルロン酸を注入したり、
レーザーを打つたりしていたんですね。

池田 そういう経緯だったんですね。
その『トリビュ』とはどのよ
うなアブリですか。

毛 「トリビュ」は美容整形の
施術から完成までの術後経過写真や

学することになり日本にやってきました。
池田 留学先はどこだったんです
か。

毛 東京大学の大学院です。父は
生物学か何かの研究をしていまして、
大学院を卒業した後、日本の会社に
就職して、わたしもずっと日本に住
むことになったのです。ですから、
北京の記憶もほとんどなくて、何度も
か祖母に会いに行つたりして帰省す
るうちに北京の記憶がつくられてい

きました。
高校生までは千葉の高校に通い、
立教大学に進学しました。その後、
大学を休学して、中国の大学に留学
しました。帰国後に就職活動をし、
リクルートに入社したということです。

池田 リクルートを選んだきっかけ
は何だったのですか。

毛 もともとは語学を活かして商
社などを志望していましたが、た
また紹介してもらつて知り合つた

「美容医療に関する不安を 取り除くことで、業界全体 の底上げを図りたい!」

東京皮膚科・形成外科 総院長 トレビューアイド取締役
池田 欣生 × 毛 迪

**美容クリエイツの口コミアブリ「ト
リビュ」を運営するトレビュ。**
代表を務める毛氏は18歳の時、
初めて美容整形を体験。しかし、
医師からどれだけ説明を受け
ても「最後まで不安感や恐怖
感は拭い去ることができなかっ
た」という。悩みを抱える多
くの人たちが安心して施術を
受けられるよう、美容業界の
イメージアップに取り組む日々
だ――。

池田 今は、美容クリエイツの
口コミアブリ「トリビュ」を運営
するトレビュの毛代表に登場いた
だきました。もともと毛さんはリク
ルートの出身だと伺っていますが、
まずは改めて、自己紹介を兼ねて、
これまでの起業の歩みについてお話
してもらえますか。

毛 わたしは中国・北京で生まれ、
5歳の時に、父が日本の大学院に留
してもらいました。



もう・でい (Dei Mou)

中国生まれ、5歳から日本育ち。立教大学卒業後、2014年リクルートのゼ
クシィにて国内最大手企業を担当。広告戦略立案や広告制作ディレクショ
ンなどの業務を担当。16年アーキタイプ(インキュベーター/VC)で大企
業向け新規事業立案や出資先の支援などを行う。17年トレビュ設立、代
表取締役就任。



池田 それこそ中国や韓国など、
真を見ていい悪いの判断をしていく
ような気がします。

テキストより写真の方が分かりやすい
んです。しかし、美容整形の情報は
テキストより写真の方が分かりやす
いです、特に若いユーチャーになれ
ばなるほど、長い文章なんて読みま
せんよね。むしろ写真を見た方が一
発で分かるから、テキストよりも写

海外の口コミサイトはどのようなものが多いんですか。

毛 中国や韓国では2012年あたりから、こうした口コミのサービスが登場していまして、ユーザーも数も多いし、口コミの数も多いです。最近、中国ではスマートフォンをかざして自分の写真を撮ると、AI（人工知能）を活用して勝手に診断

数はどれくらいで、今後はどういう会社にしていきたいと考えていますか。

ユーザーは順調に増えています。現在は25万人くらいです。基本的には女性のユーザーばかりですが、男性のユーザーも5~10%くらい。写真や感想などを積極的に投稿してくれるユーザーは1割ほどで、残り9割は閲覧だけする人が多いですね。

美容医療に関心のある20~30代のユーザーがメインですが、40代、50代でもアンチエイジング（抗加齢）などに興味を持つ方は多いので、今後はより多くの人に見てもらえるようになります。

■ 株式会社トリビュー

〒150-0041 東京都渋谷区神南1-20-2 第一清水ビル4F

HP <https://tribeau.jp/>

■ 東京皮膚科・形成外科銀座院

〒104-0061 東京都中央区銀座2-11-8 ラウンドクロス銀座3E

TEL 03-3545-8000

HP <http://www.251901.net/>

わたしとしては、美容整形で成功する人が増えるといいなと思います。やはり、美容整形して、綺麗になれば自分に自信がもてるし、それこそ人生が楽しくなると思うんですよ。ですから、かつてわたしが情報不足で悩んだような状況を解消し、事業を通じて、美容医療業界全体の底上げにつながるような会社になりたいと考えています。

はこういうタイプの顔で、おでこが広めだとか、顔が長いとかを教えてくれて、だつたら、顔を小さく見せるためにはこういう施術が合うかもねというような診断をしてくれるサービスも増えてきました。

だから、ユーザーが単に情報を探しに行くのではなく、「メンバード（お勧め）」してもらえるような機能も増えています。

毛 そうだと思います。やはり、この世界の情報って個々のクリニックのホームページを見るとか、美容外科が発信する情報を信じるしかないところがありますし、日本では美容整形というと周りの人に相談にいく空気があるので、なかなか不安を拭うことはできません。

わたしも18歳で初めて経験した時には、お医者さんからカウンセリングされても最後まで不安感や恐怖感は拭い去ることができなくて、最終的には勢いというか、為せば成るという感じで施術に踏み切りました。結果的に術後の満足感はありましたけど、事前の恐怖感を拭うことはできませんでしたね。

いなかが大きいと思うんですね。
その理由はいろいろ考えられます
が、もちろん、ドクターの腕もある
でしょうし、ドクターとのコミュニケーション不足もあると思います。
やはり、ドクターが考える綺麗と患者さんが考える綺麗とという美的感覚
が一緒にないと、お互いに満足できません。
いい結果になると思います。
ですから、患者さんとドクターの
コミュニケーションはとても大事だ
と思いますね。

池田 うちもいろいろな領域の先
生がいますが、患者さんとのコミュニケーションは大事にしています。
とはいって、わたしは自己満足だけ
の手術は嫌で、患者さんが望むような
イメージとのすり合わせができるな
い時には手術をお勧めしません。あ

が、一方で、わたしはどんなに患者さんに丁寧に説明しても、それ以前に技術レベルが伴っていなければ説得力も無いと昔から思っています。レストランの経営もそうですけど、店長さんとの話が面白くても、肝心の食事が大したことなれば、何度も店に足を運ぶようにはならないと思います。

それでいくと、『トリビュ』では実際の写真や体験談が掲載されているので、一人ひとりにあったクリニックや医師選びができると思います。

ありがとうございます。逆に20～30代を中心
ユーチーは約25万人！

いる術後の成功事例が素晴らしく、わたしの目にすぐに留まりました。実は昨年、イスラエルに勉強に行つたんですが、その際にその先生にも会うことができました。

やはり、そういう時代だと思うんですけれども、今までは検索をして、「どこ」のクリニックがいいのか探すというのが一般的でしたが、最近の若い人たちにはもう検索するらしません。ほとんどがSNSや口コミアプリです。今はいろいろなアプリが登場したりして、過渡期のような状況ですけど、今後もユーザーにとって使い勝手のいいアプリが選ばれる時代になつっていくのではないか。

毛 それはあると思いますね。これまで日本のサイトって、口コミサイトでも文章による説明が多かつた

体験談、担当クリニックの情報が集まっています。ですから、多くのユーバーが美容整形を行う際に役立つリアルな情報を知ることができます。

会社は3年目で20名くらいのスタッフが働いています。スタッフも7割くらいは美容整形の経験者で、今わたしがお話ししてきたことに結構、共感してくれるメンバーが集まっています。

池田 これはわれわれにとっても大きな課題でして、いかに患者さんの不安を取り除くかというのは大きなテーマです。基本的には丁寧に説明をして信頼してもらうしかないところですが、毛さんからみて、何か気づくことがありますか。

くまでもわれわれが提供しているのは患者さん自らが若々しさを保つための施術であって、その意味ではまるつきり元の顔を変えてしまうような手術はしないし、たとえ、それを患者さんが望んでいたとしても、それなら他所を当たつてくださいと言つてお断りすることも中にはあります。

うアプリやネットを見ることがあるんですか。

池田 もちろんありますよ。きちんとした説明や施術前後の写真が載つていれば、世界中の患者さんがどういう風にして綺麗になつたということが分かるんですね。だから、とても勉強になります。

例えば、イスラエルにレーザーを使いながら膝のしわを取る先生がい