

soeasyが美容医療クリニック特化版 「soeasy buddy for 美容医療」をリリース

美容医療の「説明と接遇の質」を、個人の力から組織の仕組みへ。

～自費診療だからこそ問われるカウンセリング・接遇の品質を、現場の「おしえあい」で再現性のあるものに。業界特化の教育動画コンテンツも順次拡充～

「おしえあうって、素晴らしい。」をスローガンに、組織内DXによる人材育成や、教育・おしえあいの文化醸成を、AI搭載のアプリやプロが制作するビジネスショート動画で後押しする株式会社soeasy（本社：東京都千代田区、以下 soeasy）は、美容医療クリニックに特化した「soeasy buddy for 美容医療」をリリースしたをお知らせいたします。施術の技術と同時に高い接遇・カウンセリング力が求められる美容医療の現場に向けて、日々の情報共有・教育・コミュニケーションを一つのアプリに集約するものです。業界に特化した動画コンテンツについても、今後拡充を予定しています。

おしえあうって、素晴らしい。

soeasy buddy ^{+AI}
for 美容医療

美容医療の「説明と接遇の質」を、個人の力から組織の仕組みへ。

美容医療クリニック特化版
「soeasy buddy for 美容医療」をリリースいたしました

開発の背景と信念：なぜ、美容医療業界に特化して提供するのか

1. ほぼすべてが自費診療。患者が「選ぶ」市場では、体験の質がそのまま経営を左右する

美容医療は、そのほとんどが自由診療で成り立つ領域です。患者さまは「治療を受けざるを得ない」のではなく、数あるクリニックの中から「ここで受けたい」と選んで来院されます。同じ施術メニュー・同じ機器であっても、カウンセリングでの説明のわかりやすさ、リスクや費用の伝え方、施術後のフォローといった体験の質が、そのまま満足度・再来院率・口コミへと直結します。

市場も拡大を続けています。矢野経済研究所の調査によれば、2025年の美容医療市場規模は6,440億円（前年比2.1%増）と推計されており、クリニック数の増加にともなう競争激化、広告費の高騰も指摘されています。集客に頼るだけでは選ばれることが難しくなるなかで、来院された患者さまの体験を担うのは、現場に立つスタッフ一人ひとりです。

出典：矢野経済研究所「2026 美容医療の展望と戦略 ～市場分析編～」

2. 医療の専門性と、待遇・カウンセリングスキル。その両方を、短期間で求められる

美容医療の現場では、機器・薬剤・施術に関する医療的な専門知識に加えて、自費診療ならではの説明責任と接客スキルが同時に求められます。カウンセリングでは、期待される効果とリスク、ダウンタイム、費用を正確に伝え、患者さまの不安に寄り添う対話が必要です。一方で、保険診療の医療機関から転職して入職するスタッフも多く、美容医療そのものは未経験というケースが少なくありません。施術メニューや機器の入れ替わりも速く、「医療者としての正確さ」と「選ばれるための接客」の両立を、限られた時間で身につけてもらう必要があります。

3. しかし教育は、いまなお「口伝」と「その場でのOJT」に依存している

多くのクリニックで、教育は先輩スタッフの口伝とOJTに委ねられています。その結果、次のような課題が生まれます。

- ・教える人によって説明の内容やレベルにバラつきが生じ、カウンセリングの質が属人化する
- ・マニュアルや連絡事項が紙・チャット・共有フォルダに散在し、必要なときに探し出せない
- ・新しい施術メニューや機器の情報が全員に行き渡るまでに時間がかかる
- ・教育の担い手である看護師長・トレーナーに負荷が集中し、分院展開時には院ごとの品質にばらつきが出る

この「教育体制」の問題は、経営効率だけの話ではありません。厚生労働省の「美容医療の適切な実施に関する検討会」報告書（令和6年11月22日）でも、医療機関側の課題として研修・教育体制が不十分であることが指摘され、経験や年次、専門性に応じた研修制度の構築が対応策として掲げられています。同報告書では、美容医療に関する相談件数が2023年に5,507件へと大きく増加したことも触れられています。教育の仕組み化は、いまや安全性と信頼性を担保するための経営課題そのものです。

出典：厚生労働省「美容医療の適切な実施に関する検討会」報告書（令和6年11月22日）

4. soeasyが目指すのは、「教えられる組織」ではなく「おしえあう組織」

soeasyが美容医療業界へ特化する理由、それは、選ばれる続けるクリニックの鍵が、現場スタッフが互いに教えあうことで生まれる「学びが循環する現場」にあると考えるからです。院長や一部のベテランからの一方的な教育だけでは、スタッフの主体性や一体感は生まれにくく、「自分の貢献」や「成長」「クリニックへの愛着」を実感しにくいことが早期離職の要因にもなります。うまくいったカウンセリングの言い回し、患者さまに喜んでいただいた気配り、施術準備のちょっとしたコツ——現場で日々生まれているそうした知恵こそが、もっとも実践的な教材です。

個人のスキルに依存せず、双方向のコミュニケーションを起点とする「おしえあいカルチャー」の醸成を仕組み化する。それによって属人化を組織の資産へ変え、患者さまに提供する体験の質を安定させる。そのために本サービスを構築いたしました。

提供するサービスの概要

1. 現場発信の「生きたナレッジ」を増やす双方向コミュニケーション

soeasy buddyは、院長や本部から指示を下すだけでなく、現場スタッフがスマホで撮った「仕事のコツ」をその場で共有できる双方向のプラットフォームです。連絡事項や成功事例、カウンセリングのノウハウ、施術準備の手順などを画像・動画でリアルタイムに共有できる「おしえあいタイムライン」と、独自のスタンプやコメント機能で感謝や賞賛を可視化する「エモUI/UX」により、心理的安全性を高めながら現場の知恵を資産化。属人化を防ぎ、分院展開においても対応品質の均質化を実現します。

2. AIと多言語翻訳が「教える手間」「探す手間」を削減

- ・AIアシスタント「buddyくん」搭載：過去の投稿やマニュアルから最適な情報を提示。教育チェックリストの作成やFAQのまとめなど、現場の「教える・探す・考える」を効率化します。
- ・多言語自動翻訳：189言語に対応。タイムラインやトーク、動画字幕まで自動翻訳が可能です。外国人スタッフの在籍するクリニックや、海外からの患者さま対応を行うクリニックでも、言葉の壁を超えた情報共有を実現します。

3. 美容医療業界に特化した動画コンテンツを今後拡充

美容医療の現場でそのまま使える教育動画コンテンツについても、順次拡充してまいります。カウンセリング、接遇・患者対応、施術に関する基礎知識、機器・薬剤の取り扱い、感染管理といった、業界特有の学習テーマを想定しています。

導入事例

医療法人社団誠祐会 秋葉原スキンクリニック様

東京・秋葉原の皮膚科専門クリニックである秋葉原スキンクリニック様では、情報共有の非効率と、体系化されていないスタッフ教育が課題となっていました。soeasy buddy導入後は、業務マニュアルや教育動画を一元管理し、連絡事項の共有やプロジェクトチームの運営にも活用されています。

- ・以前は1週間かかることもあった情報伝達が、1日で完了するように
- ・スタッフが自分のペースで動画を視聴し、必要な情報をすぐに検索・閲覧できる学習環境を整備
- ・チーム内の相談や協力が活性化し、楽しみながら成長する文化が醸成

出典: soeasy buddy 導入事例(院長 秋葉原スキンクリニック様へのインタビュー <https://service.soeasybuddy.com/medical/case-study/AkihabaraSkin>)

soeasy の想い

美容医療の現場でお話を伺うと、患者さまの不安をやわらげた一言や、うまくいったカウンセリングの進め方といった、素晴らしい知恵が必ず生まれています。ところがその多くは、その人の中だけにとどまり、組織には残りません。わたしたちは、そうした現場の知恵を誰もが取り出せる形にして、おしえあうことが当たり前になる文化をつくりたいと考えています。教育を個人の負担にせず、チーム全体の力に変えていく。それが、選ばれ続けるクリニックづくりには必要です。

現場の「おしえあい」を通じて、スタッフが貢献感や成長、そしてクリニックへの愛着を実感できる場を創出し、個人のスキルやパワーに依存しがちな運営をチームの力へと変えることで、美容医療業界の持続的な発展を支援してまいります。

本件の問い合わせ先

株式会社soeasy 広報 mail : pr@soeasy.tokyo