

自社工場で作られる豊富なトレンドカラーが人気！ 多彩なカラバリを生み出すジュークの こだわりが知りたい！

3つのブランド、そして500色を超えるハイクオリティなカラージェルを擁するメーカー、「ジューク」。
安心安全の純日本製にこだわり、美しさを追求するトップジェルブランドとして確立したジュークにお話を伺いました。

Text:橋本 いずみ Photo:norico

Q1 ベトロ、ベラフォーマ、ベラネイルの 各ブランドの違いや魅力を教えてください。

A トレンドの最先端をおさえたカラーを生み出し、つねに斬新なプロモーションを打ち出す「ベトロ」、そして妹ブランドの「ベラフォーマ」はSPA（製造小売）により、使いやすいカラーを抜群のコストパフォーマンスで提供しています。この2ブランドは化粧品登録商品です。一番新しいブランドの「ベラネイル」は雑貨ブランドで、ラメやグリッター、ネオンなどの奇抜なカラーラインナップが魅力です。3ブランドともにアートの仕様に合わせて様々なテクスチャーを展開しています。



ベトロ
ジュークの看板ブランド。トレンド感のあるこっくりとした深みのあるカラーラインナップが多いのが特徴。大人っぽい色や質感に仕上げたいときにおすすめの最高級ジェル。



ベラフォーマ
手軽な価格帯と、可愛らしいカラーラインナップが特徴のベトロの妹ブランド。塗りやすいテクスチャーに、最先端のトレンドカラーを取り入れたコスバ抜群の次世代ジェル。



ベラネイル
多色のラメやネオンカラーなどを扱う、大胆で個性的なジェルが豊富なベラネイル。雑貨ラインならではの発色の良さ・色味が魅力。ベトロ・ベラフォーマにはないカラーが揃う。



Q3 自社工場がある強みとは 一体どんなところでしょうか？

A 2018年に自社工場を東京都八王子市に移転し、一部自動化を導入。研究開発、製造、広告・販売までをすべてビル一棟で担える体制になりました。自社工場がある強みは、すべての工程を一箇所で行うことで、常にお客様のご要望や時代の流れに柔軟・迅速に対応できることと、すべてが目に見えること、そして安心安全の純国産商品の製造を可能にし、高品質な商品を提供できることです。小ロットで鮮度の高いジェルを提供したり、廃盤色を出さない、またリクエストカラーにも細かく対応できる点も自社工場がある強みだと思います。

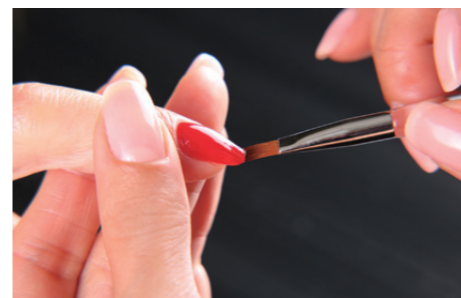


Q2 ジュークの強みとは？ また、その強みがネイルサロンに どのようにフィットすると 思われますか？

A 東京都八王子市に自社工場を構えているため、全商品の開発から生産までを「製販一貫体制」で行えるので、「Made in Japan」の高品質商品を常に提供し続けることができる、というところが強みです。製販一貫体制で行うことで、細かい部分までこだわり尽くせるので、トレンドの落とし込みやお客様のご要望をいち早く取り入れることができます。そういった体制であるからこそ、ネイルサロンのさまざまな形にフィットすることができると思っています。

Q4 どのブランドも色数が豊富ですが、 新色の開発から発売までのフローは どのように進めていますか？

A トレンドカラーの発表と同時に色彩を作り、約一年をかけた色彩の変色、退色、質感のチェックを行います。常に流行の先端をいくような商品を生み出しています。まず、ブランドごとの開発チームが企画案を出し、通った企画をもとに製造チームと色の開発に取り掛かります。一色につきテクスチャーや彩度ごとにいくつもの試作品を作って、細かい検証を重ねて完成。並行して開発チームが商品デザインやプロモーション戦略を打ち出し、晴れて商品化となります。その都度細かく精査するので、途中で発売中止になることもあります。



Q7 withコロナ時代では、メーカーとして どんな取り組みをしていますか？

A 昨今の情勢を踏まえ、皆様が自宅でも気軽にご参加できるようなオンラインセミナーやイベントに力を入れています。なかなかカラーを見に店舗へ足を運べない方のために、新色が出るたびにオンラインイベントを行い、画像だけでは伝わりづらい色味やテクスチャー、アートのやり方などもYouTube「VETROチャンネル」にて発信しています。また、全国のネイルテクニシャン様のために、ネイルサロンの活性化ができるよう「サロン応援1円ジェル」企画を立ち上げたり、カラーチャートの無料貸し出しを行ったりと、たくさんの企画を打ち出しています。



Q8 ネイルメーカーとしての 今後の展望を教えてください。

A 今後お客様に寄り添う愛されるブランドであるために、初心を忘れず、「最高の品質（安全・安心）の商品」を「低価格で販売する」を心がけ、国内自社工場という環境を最大限に生かしながら、品質の良い新しい商品をリリースしていきたいと考えています。また、ネイル人口の裾野が広がるよう視野を広くもち、新しい分野にも積極的に参入していきたいと考えています。最近では、光重合を使わないジェルやオフに特化した発泡ジェルなどの開発も行っています。また、本年はコンシューマーの市場にも力を入れ、コンシューマー向けの新品もリリースする予定です。

答えてくれたのは…
株式会社ジューク
商品部・営業部 部長 兼 社長室付
長谷川千尋さん

ネイルスクール卒業後サロン勤務、個人サロン経営を経て2015年に入社。現在は幅広い業務を兼任し、開発戦略の立案や総合的なマネジメントも担当している。



Q5 トレンドカラーが豊富ですが、 どのようにしてトレンドを キャッチしているのでしょうか？

A ネイルは「美容」ではなく「ファッション」の一部だと捉えています。ファッショントレンドを常に意識し、足を使って渋谷や表参道などの街でトレンドを肌感じてキャッチしたり、また、デスクワークだけでなく、ネイルサロンへ市場調査に行くこともあります。どこよりも早くトレンドを発信できるよう24時間365日、とにかくタフに行動し視野を広げています。そして、吸収したことをスピーディーに共有しています。八王子に本社を移転しながらも、渋谷にオフィスを構えているのは、トレンドを身近に感じることができるからです。

Q6 商品の開発において、一番大変な点は どのような所でしょうか？

A カラージェルのもとになる樹脂や顔料は季節や温度によって色の出方が変わるため、毎回同じ量を混ぜ合わせれば同じ色になるというわけではありません。生産時はその調整が一番大変です。時間をかけて色の調整を行いますが、うまくいかないとき一色作るのに2、3日かかることもあります。その妥協を一切しないことがジューク社クオリティーです！こだわりぬいた製品だけがお客様に長く愛される商品だと思い、一色一色愛情を込めて作っています。

商品ページはこちら！

