

ヤマサキ

女性向け薬用育毛剤を発表

同社初エイジング・ヘアケア

化粧品ブランド「ラサーナ」を展開するヤマサキは9月6日、東京・渋谷の同社東京支店で新製品記者発表会見を開催。同社初のエイジング・ヘアケアに着目した薬用育毛剤「ラサーナ薬用地肌エッセンス」を発表した。

9月21日から新発売する「ラサーナ薬用地肌エッセンス」（医薬部外品、150^{ミリリットル} 5250円）は、同社が6年の期間を経て開発した“女性のための”薬用育毛剤。同ブランドの共通成分であるフランス・ブルターニュ産の海藻エキスをはじめとする褐藻類11種が頭皮を柔軟にして育毛機能をサポート。女性ホルモンに似た働きがある大豆イソフラボンや他の植物成分がホルモンバランスを整えてヘアサイクルを正常に保つ。さらに毛母細胞や頭皮の毛細血管に働きかける生薬3種類も配合した。

香りは、女性らしい爽やかなシトラス&フローラルを採用。パッケージは“育毛剤”という表記を最小限にすることで、女性たちが普段使いできるアイテムを実現した。

初年度の販売目標は1億円。販売チャネルは、女性たちの「店頭で育毛剤を購入するのは恥ずかしい」との声を反映し、通販のみで店頭販売は行わない。さらに同社では来年1月、同ラインのシャンプー&トリートメントの発売も予定している。

記者会見には、山崎宏忠社長、山崎淳子常務取締役兼マーケティング部長、土肥光研究開発部長の3名が出席。

はじめに山崎社長が「当社は私が昭和45年に個人創業し、今年で40周年を迎えた。本日の記者発表会見ならびに発表する新製品はその40周年の節目の1つとして非常に感慨深いものがある。

当社の経営理念は『多くの女性に感動と満足をご提供する』であるが、今回の新製品はこの感動と満足を提供する前に、髪の悩みを持つ多くの女性に夢と希望を持っていただくためのアイテムだ」と挨拶。

続いて山崎常務が同品の製品特長やマーケティング方針を発表した後、土肥開発部長が技術解説を行った。

それによると、同社の通販顧客会員約21万人のうち、72%を40代以降の女性が占めるが、その女性達から「いつも使っているラサーナから育毛剤を出してほしい」との声がコンスタントに寄せられていた。また、同社が実施したアンケート調査でも、40代以降の女性の髪の悩みとして「白髪」に続いて「ボリュームがない」「紙が細っている」などエイジングに関するものが多かったという。

同社では、これらのニーズに応えるラサーナならではの育毛剤として同品を提案。通常販売品のほか、①約8日分のトライアルキット（無料）②定期コース（1本4460円）—と2つのサービスを用意してトライアルを促進するとともに、より育毛効果を高める同社考案の“頭皮マッサージ”も合わせて提案する。



ラサーナ 薬用 地肌 エッセンス



山崎社長（中）