

「ラサーナ」スキンケア 店頭販売本格スタート

ヤマサキ

ヤマサキは今春、化粧品ブランド「ラサーナ」スキンケアシリーズの店頭展開を本格スタートした。

今回、同社が店頭販売品第1弾として投入したのは、オイルタイプのクレンジング剤

ラサーナスキンケアシリーズ



「海藻クレンジングオイル」(改良新発売、150g)、洗顔石鹸「海藻海泥(かいでい)フェイシャルソープ」(30g/80g)の2品。それぞれブランド共通成分「仏ブルターニユ産海藻エキス」などの天然成分を配合。最近のオーガニックコスメへの関心の高まりにも対応する。

まず「海藻クレンジングオイル」は①洗浄力②保湿力③使用感を向上させるとともに、9種類の天然精油を新

配合。シトラス系の爽やかな香りを楽しめる。さらに肌へうるおい

を与える仏ブルターニユ産「海藻エキス」を配合し、一般的なオイルクレンジングが抱える「洗浄力は高いが、

肌の大切なるおいままで取ってしまう」との課題も解決。クレンジング成分をより細かくし、水への耐性も高めため、濡れた手でも使えるようになった。

一方の「海藻海泥フェイシャルソープ」は、昨秋、広島で行ったテスト販売で人気を獲得した高付加価値型の洗顔石鹸。同品の最大の

特長は、弾力のある「もちもち泡」。濃密な泡で肌を優しく洗え

販促ツール



るほか、海泥が肌の奥の汚れを吸着・除去する。また、仏ブルターニユ産海藻エキスに加えて、「三陸海岸産メカブ」も配合、洗い上がりのしっとり感に優れる。

同社では、これら新製品の店頭での拡販をバックアップするため、「情報発信」を重視した施策を展開する。具

体的には、ラサーナの世界観や価値、各製品の特長を分かりやすく表現した販促ツールやミニチラシ、店頭用DVDを用意している。

海藻クレンジングオイルでは、売り場に設置した「サンプル券」による引き換え形式のサンプリングを行うことで、商品認知度とサンプル使用率の向上につなげる。

海藻海泥フェイシャルソープに関しては、店頭で「もちもち泡」を体験してもらう「泡立て実演販売」を推進。さらに9月には便利な「泡立てネット」をセットにした企画品も導入する予定。