

ヤマサキが新製品発表会

通販チャネルで発売

エイジングヘアケア第1弾



する愛用者の声からしながら製品を説明する。製品化を検討していた。ヘアケア市場全体では微減傾向の中を、スカルプケア市場は対前年比104%と伸長し今後も拡大が期待できる。同社既存品の愛用者には、今回の製品のターゲットとなる40代以降の層も厚い。ブランド拡充にふさわしい有望市場として新製品誕生に至った。

ヤマサキは9月6日に東京・渋谷区の本社東京支店で、新製品の薬用育毛剤「ラサーナ 薬用 地肌エッセ」の記者発表会を行った。発売日は9月21日、チャネルはインターネットとカタログの通販限定で展開する。山崎宏忠社長、山崎淳子常務、土肥光研究開発部長が出席し、販売戦略や製品概要などを説明した。同品は、エイジングヘアケアに着目した薬用育毛剤である。約6年前から研究を進めており、薄毛を意識

中で、継続使用しやすいようにフォローしていく。

製品特長としては、「ラサーナ」ブランドの大きな持ち味である海藻エキスをふんだんに活かした。女性ホルモンと薄毛のメカニズムに着目した研究技術に基づき、頭皮を柔軟にして育毛機能を効果的にサポートする。頭皮マッサージと併せて効果的に使えることから、マッサージの提案

同品は、エイジングヘアケアラインの第一弾と位置づけられている。薬用として展開することで既存ヘアケアラインとすみ分けた。シャンプー、トリートメントの2品も開発は既に終了しており、来年1月には順次発売の予定だという。初年度約2カ月分、5250円。フランスブルターニュ産のミネラル豊富で高濃度な海藻エキスをはじめ、育毛に適した褐藻類11種を厳選して

販売戦略など説明

発表会でははじめに、山崎社長が挨拶を兼ねて同社の歴史を紹介した。「当社は今年で創業40周年を迎える。経営理念に『お客様に感動と満足を与えていく』という項目があるが、その前に『悩んでいる女性に夢と希望を与える』という一文を加えたい。新製品は正長を持っている」と述べ、需要喚起がさらに期待できる薬用の新製品であること

また、「サンプリング戦略によるクチコミで成長し続けてきた」(山崎社長)という同社事業の強みをここで活かす、興味を抱いた相談者を対象に無料サンプル(20ml 8日分)を5万本配布予定。4000円台で購入できる定期コースも検討

山崎社長が挨拶を兼ねて同社の歴史を紹介した。「当社は今年で創業40周年を迎える。経営理念に『お客様に感動と満足を与えていく』という項目があるが、その前に『悩んでいる女性に夢と希望を与える』という一文を加えたい。新製品は正長を持っている」と述べ、需要喚起がさらに期待できる薬用の新製品であること

また、「サンプリング戦略によるクチコミで成長し続けてきた」(山崎社長)という同社事業の強みをここで活かす、興味を抱いた相談者を対象に無料サンプル(20ml 8日分)を5万本配布予定。4000円台で購入できる定期コースも検討

山崎社長が挨拶を兼ねて同社の歴史を紹介した。「当社は今年で創業40周年を迎える。経営理念に『お客様に感動と満足を与えていく』という項目があるが、その前に『悩んでいる女性に夢と希望を与える』という一文を加えたい。新製品は正長を持っている」と述べ、需要喚起がさらに期待できる薬用の新製品であること

40代以降をターゲットに



独自にブレンド。大豆イソフラボンなどがホルモンバランスを整え、ヘアサイクルを正常に保つ。40

▼ラサーナ 薬用 地肌 代以降の女性をターゲットにしたエイジングヘアケア エッセンス1150ml、商品で、育毛作用のほか、ホルモンバランスの乱れ、抜け毛の原因となる炎症や血流障害、乾燥対策など幅広く対応。

エアナンバーワンであること、薄毛のメカニズムや新製品技術について説明し、モニター評価などを通じて、同品の優位性や頭皮マッサージの効果などを解説した。その後、土肥部長が登場した。