

ヤマサキ「ラサーナ」

山崎淳子常務に聞く

ヤマサキが3月15日、浸透してきた。

洗顔石けん「ラサーナ」海 特に約5年前からは店頭 海泥(かいでい)フェイシャルソープを発売し 伸びを見せている。昨今 の「ラサーナ」として知ら 売れる」という強みと実績 大をどのように描いていく のか。山崎淳子常務取締役 も関心をいた マーケティング部長に取材 だき、セルフ 流通でも注目 が高まった。 P R力が強い 店頭展開が速

—ここ数年の「ラサーナ」の動向は。 山崎常務 ヘアケアライ ンを中核にブランドとして カタログ通販、ネット通 販、店頭の各流通で着実に

前年の業績は。 山崎常務 売月上 げは前年を割った が、利益は上回るこ とができた。前々期 まで毎年売り上げ増



山崎淳子常務取締役
マーケティング部
長

は達成し続けていたのだ

が、企業としては利益が重 要。前期は利益体質に持つ ていくことを最重要視して いたので計画通りの成果と 言える。経費削減、営業の 合理化・効率化が良い形で 数字に表れた。

店頭に対しては具体 的にどういった活動を強化 したか。

山崎常務 ブランド力が さらに高まった。「ヘアエッ センス」などのアウトバス トリートメントとのパッケ ージデザイン統一を兼ね、

スキンケア本格展開

販促品でブランドアピール

山崎常務 サンプリング と店頭フォロワーは当社の強 みだ。サンプリング実施店 に見極め、営業のプロセス

09年3月にインバスの「海 洗顔石けん」で①海泥エキス ②弾力のあるもちもち

08年に通販限定で発売した 洗顔石けん。①海泥エキス ②弾力のあるもちもち

山崎常務 売月上 げは前年を割った が、利益は上回るこ とができた。前々期 まで毎年売り上げ増

山崎常務 まずはスキン 成した。また、他のお店様 分をと、サンプルをクロス している。今後もご期待い

写真3月15日に発売した「ラサーナ海泥(かいでい)フェイシャルソ ープ」販促ツール、①「ラサーナ」ヘアケア製品のトライアルセット



3月15日より「ラサーナ 売したところ実上好調で、 9月には100店舗を超え るまで広域で販売した。 くようになった。

今年はある 意味「ラサ ーナ」でのス い。カテゴリー同士の相乗 効果に期待している。

山崎常務 エリアや店舗 3月15日にトライアルセ ャットを発売した(通販では 「トラベルセット」として 手頃に購入できるトライア

山崎常務 まずはスキン 成した。また、他のお店様 分をと、サンプルをクロス している。今後もご期待い