

# 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、  
洗顔石けん「ラサーナ 海藻海泥(かいだい) フェイシャルソープ」を発売した。

特に約5年前からは店頭がこれまで以上に飛躍的な伸びを見せており、昨今の店頭は、通販の評判や口コミなどで計画通りの成果と

前進すべく、スキンケアアカデミーの「ラサーナ」をして、ミを販促に活かすケースが言える。経費削減、営業の合理化・効率化が良い形で

テゴリリーのキーアイテムをアエッセンスの「ラサーナ」の人気は絶大で、リピーターも増加して、アエッセンスなどのアウトバスセンスなどのアウトバス

の「ラサーナ」として知られる。このような「通販で、的はどういった活動を強化したか。

マーケティング部長に取材が高まつた。ただ、セルフ流通でも注目が高まつた。

多くの「ラサーナ 海藻海泥(かいだい)」が、企業としては利益が重い。前期は利益体質に持つていて、これを最重要視していくことを最重視していくことで、計画通りの成果と

大をどのように描いていくのか。山崎淳子常務取締役が、今後の戦略を語る。山崎淳子常務取締役

◆ PR力が強い  
店頭展開が進んだことは「ラサーナ」拡大の重要な通過点になつた。カタログ通販、ネット通販、店頭の各通路で着実に

◆ 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、ネット通いた。

◆ 前期の業績は。

山崎常務

売り上げは前年を割ったが、利益は上回ることで、毎年売り上げ増とができた。前々期まで毎年売り上げ増を図ってきた。その取り組みによって社員のモチベーションが高まつた。また、お店様との協力をいただけた結果、お店様のモチベーションもさらに上がり、ますますご協力をいただける関係へと

◆ 後の展開を語る。山崎淳子常務取締役

長

たと捉えている。

しかし課題はある。「ラサーナ」ブランドについて、

フランス・ブルターニュ産の海藻エキスを配合し、髪

にミネラルを補給するなど

が、企業としては利益が重い。前期は利益体質に持つていて、これを最重要視していくことで、計画通りの成果と

努力が必要だ。

◆ 評価できる点は。

山崎常務 ブランド力がさらに高まつた。「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、

店頭展開を全国で開始した。

今年はある

と店頭フォローは当社の強みだ。サンプリング実施店

の見極め、営業のプロセス

管理などを前年以上に強化

された。目的を明確にし、結

果分析、検証、実行の地道

な繰り返しで営業の質向上

が、利益は上回ること

ができた。前々期まで毎年

売り上げ増を図ってきた。その後の展開を語る。山崎淳子常務取締役

◆ 今後の「ラサーナ」

◆ 評価できる点は。

写真(3月15日に発売した「ラサーナ 海藻海泥(かいだい) フェイシャルソープ」販促ツール、②「ラサーナ」ヘアケア製品のトライアルセット

# スキンケア本格展開

## 販促品でブランドアピール

位置付けで挑む。

山崎常務 もちろんへ

スキンケアに関する

アケアの育成も非常に重

要で、引き続き注力してい

く。

スキンケアの注力策は、

アケアの育成も非常に重

要で、引き続き注力してい

く。

アケアの注力策は、

アケアの育成も非常に重

要で、引き続き注力してい

く。

アケアの注力策は、

アケアの育成も非常に重

要で、引き続き注力してい

く。

アケアの注力策は、

アケアの育成も非常に重

要で、引き続き注力してい

く。



3日間で132個販売を達成した。また、他のお店様分をと、サンプルをクロスさせた企画品でスキンケア

力も大いに活かす。クレンジングオイル(1回

ご理解、ご協力が不可欠。

ており、企画・施策も予定している。今後もご期待ください。