

Market Trend
Basic Lecture
Power Push Item
Sales Promotion
Salon Report
Investigation Result
Campaign Plan

サロンと顧客をつなぐ
ランドケアの可能性。



Landcare

It is the aging care products that abundantly
blending natural material and support the
health and youth by the grace of ancient earth.

LANDPRESS

The magazine for all beauty salons

Vol. 02

2018 A/W

サロン顧客の意識傾向

前回ご紹介した『自分の髪で気にしていること・年代別トップ5』では、エイジング毛のお悩みは、30代からスタートしていることが分かりました。

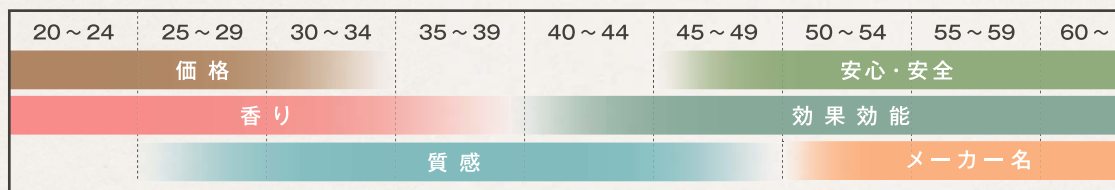
今回は、商品を選ぶときに重視する年代別の傾向を見ながら顧客の潜在ニーズを知り、今後行うべき提案やアプローチを考えていきましょう。

ヘアケア商品を選ぶときに、特に重視していることは？（最大3つまで）

		価格	香り	容量	パッケージデザイン	メーカー名	ブランドイメージ	芸能人の使用有無	SNS	口コミサイト (@コスメ)	口コミ (家族・知人)	質感 (しっとり・サラサラ等)	効果効能 (成分)	安心・安全品質	オーガニック	家族で使える	その他	
全体	n=832	58.1	40.5	11.1	4.3	6.6	4.4	0.7	1.0	12.7	3.1	42.5	44.1	28.2	7.9	4.4	1.7	
年齢	20~24	35	68.6	62.9	8.6	8.6	8.6	2.9	2.9	5.7	25.7	0	34.3	34.3	8.6	2.9	2.9	0
	25~29	145	71.7	48.3	15.9	6.9	5.5	7.6	0	2.1	14.5	2.8	42.8	32.4	22.1	4.1	4.1	0
	30~34	100	63.0	46.0	7.0	8.0	2.0	3.0	2.0	1.0	26.0	2.0	43.0	35.0	16.0	10.0	7.0	4.0
	35~39	140	61.4	45.0	12.9	4.3	6.4	3.6	0	0.7	9.3	3.6	40.0	43.6	30.7	7.9	5.7	2.1
	40~44	120	53.3	32.5	14.2	3.3	4.2	2.5	0	0.8	9.2	1.7	51.7	49.2	26.7	12.5	5.8	0.8
	45~49	156	48.7	37.8	8.3	1.3	6.4	3.8	0.6	0	9.0	4.5	42.9	51.9	37.2	5.1	2.6	2.6
	50~54	63	46.0	31.7	7.9	3.2	11.1	3.2	0	0	9.5	6.3	42.9	57.1	34.9	15.9	0	1.6
	55~59	50	54.0	26.0	10.0	0	14.0	10.0	4.0	0	10.0	4.0	32.0	46.0	32.0	8.0	4.0	0
	60~	23	43.5	21.7	4.3	4.3	17.4	4.3	0	0	4.3	0	39.1	56.5	56.5	4.3	8.7	4.3

2018年3月「ヘアケアに関する調査」/20~60代男女 832名/当社調べ

【年齢別傾向（全体集計よりポイントの高い項目を抜粋）】



全体集計では、ポイントの高い順に①価格 ②効果効能 ③質感 ④香り ⑤安心・安全品質ですが年齢別集計では、少しずつ重視する項目に偏りが見られます。



同じ商品でも、お客様の年齢に応じて「アピールポイント」を変えることでよりニーズにフィットする提案となります。

お客様は「理解や共感を得られた」と感じた時、購買心理が働き店販の購入意欲へと繋がります。

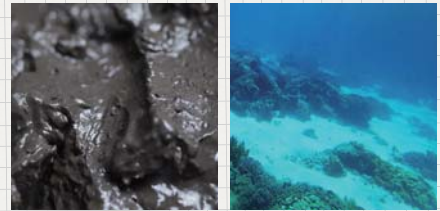
おさらい基礎講座

説明は受けただけで、実はよく分からなかったり、難しい印象のある成分のお話。
ここでは、一般的な成分情報をわかりやすく解説していきます。
お客様への説明に役立つポイントも一緒に学んでいきましょう。

[テーマ] フムスエキス

そもそも『フムスエキス』ってなに？

ひとことで言うと、「天然の土壌エキス」です。
数千万年以上前の海洋の土を、1年間じっくり自然発酵させた後、2年間かけて抽出しており、フルボ酸や16種のミネラル、20種のアミノ酸等が含まれています。



お客様に尋ねられた時は、あえて難しい言葉は使わず、できるだけシンプルな言葉で説明しましょう！

『フムスエキス』って、何がいの？

フムスエキスには、肌や頭皮に必要な栄養素（フルボ酸、ビタミン、ミネラル、アミノ酸、酵素など）が豊富に含まれており、一般的に、右記のような幅広い効果が期待できます。

- ・肌荒れ、フケ、かゆみを抑える
- ・頭皮環境を整える
- ・汚れや皮脂を集める
- ・臭いの緩和（加齢臭・アンモニア臭など）
- ・成分の浸透力をUPさせる



まずお客様のお悩みをヒアリングし、それに応じたポイントを簡潔にお伝えしましょう！

※あくまで成分解説であり、商品の効果を示すものではありません。

『フムスエキス』と『フルボ酸』の違いは？

『フルボ酸』は、フムスエキスに含まれる成分の1つです。（約5%）
様々な成分を浸透しやすくしたり、肌の老化やトラブルを防ぐ抗酸化作用を持っています。
一方、『フムスエキス』は、複数の成分の集合体になります。

※あくまで成分解説であり、商品の効果を示すものではありません。



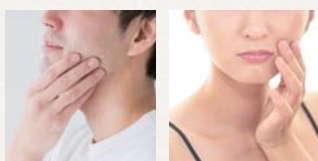
Power Push Item

エッセンスフォーム

エッセンスフォームは『お客様の本気の肌悩みにお応えしたい』
という想いで開発した多機能炭酸フォームです。
デリケートに傾きがちな季節の変わり目や、
日常的に肌コンディションが優れない方に
ぜひ、おすすめ頂きたいアイテムです。



このような方に



ベタつき・ザラつき

乾燥・潤い不足

肌荒れ

ポツポツ毛穴

化粧のりが悪い

エイジングケア※1

その他、頭皮ケア（フケ・かゆみ・髪のボリューム不足）にもおすすめ！

プッシュポイント

へたれにくい
もっちり弾力泡



肌に負担をかけにくい弾力泡。
泡で出てくるので使いやすい。

炭酸ガス※2 配合



炭酸ガス配合の泡でしっかり
マッサージ。血行促進・美容
液成分浸透に期待。

洗い上がりは
しっとりスベスベ



肌にハリや弾力を与える
保湿成分配合。

成分の
配合バランス

特長成分である
フムスエキス※3を
どの成分よりも
多く配合。



アプローチ術

テスターでアプローチ

店内での待ち時間を利用して、お
客様にエッセンスフォームの泡に
触れていただき、もっちりした弾
力を体験していただきましょう！



1分ハンドケアでアプローチ

- 1.片方の手の甲に、エッセンスフォームの泡を
少量のせて、1分放置します。
- 2.なじませた後、タオルでふき取ります。
- 3.左右の手の感触の違いを感じていただきま
しょう。泡をのせた方は、しっとりすべすべ
の感触に!!



POPでアプローチ

季節に応じたアプローチや、ホームケア
方法など、多種多用のポップをご用意して
おります。詳しくは担当営業までお問い合
わせください。



※1 年齢に応じたお手入れのこと ※2 表示名称：二酸化炭素（噴射剤） ※3 保湿剤 ※4 洗浄基剤、安定剤、防腐剤など

Sales Promotion

アプローチトーク集

秋冬編

季節に応じて髪や頭皮のコンディションは変わってきます。

お客様との会話の中からお悩みを引き出したら

アプローチのチャンス！

case 1



髪がパサついて
ツヤがないんです…

夏に受けたダメージで
まだ“夏疲れ”が
残っているのかも

本当に厳しかった今年の夏…。髪や頭皮へのストレスが大きかったことで、秋になってもまだダメージや疲れが残っている場合があります。

やさしい洗い心地のオールインワンシャンプーだから、これ1つでOK！パサつく髪を補修しながら、ツヤとハリ・コシを与えて、頭皮のコンディションも整えてくれます！

case 2



秋になると
身体がかゆくなってきます…

うるおい不足で
刺激を受けやすく
なっているのかも

かゆみの主な原因は、肌の乾燥とバリア機能の低下です。肌表面のうるおいが失われると、少しの刺激にも敏感に反応し、かゆみが生じやすくなってしまいます。

乾燥・かゆみ対策にはコレ！
全身用保湿ローションだから、
毎日のお風呂上りや、朝の化粧水にも使えますよ！

case 3



肌がくすんで*
化粧のりが悪いんです…

冷えや乾燥、夏疲れ等で
ターンオーバーが
乱れているのかも

ターンオーバーが乱れると、古い角質がうまく剥がれず、肌に残ることで、顔全体がくすみ、化粧のりも悪くなります。

炭酸ガス配合*2の洗顔フォームがおすすめ。もっちり弾力泡でマッサージすれば、血行促進効果も期待でき、肌にハリと弾力を与えてくれます！

おすすめアイテム
ESSENCE
SOAP



おすすめアイテム
ESSENCE
LOTION



おすすめアイテム
ESSENCE
FOAM



*くすみとは…肌が本来持っている透明感やキメ細かさ、明るさが失われ、顔全体がだんだんと暗く見えるようになる状態をいいます。

写真・イラストはすべてイメージです

Interview

施術効果を最大限発揮するには、適切な



専門店ならではの強みを活かして信頼感を得る

Q. サロンのコンセプトを教えてください

トリートメント専門店です。カットやカラー、パーマは行っていません。しっかりセットをしても、髪が傷んでいるとヘアスタイルは決まりません。特に艶が大切で、人を美しく見せるための鍵と考えています。そのことを多くの人に知ってもらえるようにトリートメント専門店をオープンしました。薬剤もオリジナルのものを使っています。他にはない業態ですので、幅広い方に利用していただけるように、あえて繁華街に近い場所を選びました。結果20～60代までの方が来店され、特にキャビンアテンダントなど人に見られる職業をされている美容意識の高い方が多いですね。その分、知識が豊富ですので、お客様により多くの情報を提供して信頼していただけるようにしています。



特別な成分と優しさに魅力を感じて

Q. ランドケア導入のきっかけはなんですか？

個人的にフルボ酸が大好きなんです。フルボ酸が配合されているシャンプーを探している時に発売のご連絡をいただき、すぐに試用。スタッフにも試してもらったところ、「子どもが使っても目にしみなかった」と聞き、肌に優しいと実感して導入しました。

シャンプーは栄養を入れるものと考えていて、シャンプーによって入っている成分が異なりますので、3種類使っていただくことをおすすめしています。そのうちの一つがランドケアです。基本は3日おきにシャンプーを変えていただくようにご提案し、頭皮の乾燥が気になる時やカラーやパーマで頭皮が傷んでいる時は、ランドケアを優先的に使っています。



シャンプーが不可欠。



トリートメントの効果をより長く感じていただく

Q. ランドケアに対するお客様の反応は？

どのようなシャンプーを使用するかで、トリートメント効果の持続は左右されます。ランドケアは髪の上に油分が残らないので、艶が長持ちしますね。「オールインワンなのでケアが簡単」、「シャンプーで頭皮がかゆくなりやすいけど、ランドケアは大丈夫」というのもよく耳にする感想です。提案時はいきなりオススメすることはせず、ご自宅で使用されているシャンプーをお伺いし、変えた方がいい、追加した方がいいと思った時だけにしています。ご購入していただく際も商材の説明をしっかりとお話しし、ランドケアのホームページもご案内していますね。いい物にはお金を惜しまない方が多いので、シャンプーの大切さやランドケアを使うメリットをご理解していただければ、購入につながります。

SNS効果で遠方から、さらには海外からの来店も

Q. サロン独自の取り組みは？

商品のキャンペーンは一切していません。その分お客様に有益な情報をご提供できるように心掛けていて、毎日の終礼では、その日の反省点や美容に関する知識を共有し合います。私は講師の仕事もしていて、人に話しをするのが好きなんです。私の接客をスタッフたちはしっかり聞いて、自分の接客に活かしていますね。お客様により素晴らしい提案ができるように…スタッフの向上心には目を見張るものがあります。また、施術後はおお客様の携帯電話で写真を撮っています。するとお客様がご自身のSNSにアップしてくださるようになり、広まりました。今ではSNSを見て予約される方が一番多いです。ドバイから予約が入ったこともあるんですよ。

全ての悩みに細やかに応えられるサロンへ

Q. 今後の展望を教えてください

美容室という業態にこだわらず展開していければと思います、ヘアエステを神戸にオープンします。茶屋町店で人気のメニューに特化し、さらに細分化する予定です。お客様のなりたい髪質は一つではなく、軟らかくしたい人がいれば、コシが欲しい人もいます。くせ毛の方はストレートに、逆に直毛の方はニュアンスが出しやすい髪質になりたいと仰いますよね。その全ての要望にトリートメントで叶えられると考えていますので、現状よりメニューを細分化して、個々の要望に応えられるようにしたいと思います。ただトリートメントだけでは完璧ではなく、日々のシャンプーがキレイを支えてくれますので、これからもお客様のご要望に応えられる商材を提供していきたいです。



Salon
Data

髪艶専門店 RADIANCE [レディアンズ]

大阪市北区

オーナー・艶リスト Kotobuki氏

Interview

信頼関係を大切にし、長く通いたくなるサ



髪も頭皮もいたわる商材を追求して40年

Q. サロンのコンセプトを教えてください

創業40年変わらず『シンプル&クリニック』をコンセプトに掲げています。使用する薬剤やスタイリング剤は成分などを調べて髪や頭皮に優しく、より美しくなるものを選び、水はマイナスイオン水を使用。商材選びには力を入れていて、新しいものを導入する際は必ずスタッフ全員が2~3週間試用したうえで、納得したものだけを導入しています。40年お客様と共に年月を重ねてきました。長いお付き合いのお客様も多く、なかには親子二代で来店してくださる方もいらっしゃり、自宅のように寛げるとリラックスされる方も。普段は話せないような悩みも店でなら話せる、そんな環境作りに努めています。



効果と使用感にスタッフ全員が使いたいと切望

Q. ランドケア導入のきっかけはなんですか？

まずフムスエキスに興味を持ちました。今まで多くの商材を試してきましたが、フムスエキスは初めて。どのような効果があるのだろうと気になり、すぐに勉強会に参加しました。フムスエキスは天然土壌のエキスであることや、2年がかりで抽出していることなどをお伺いし、髪や頭皮に優しくないと納得。これは店のコンセプトに合っていると感じました。早速試用したところ使い心地も良く、満場一致で導入したいとなったんです。またメインの客層が40~60代ですので、髪が細くなった、ハリやコシがなくなったと悩まれている方が多く、オススメしたいと思いました。系列店でも導入しており、石神井(しゃくじい)公園店では店長のご主人がクセ毛でもまとまりが良くなったというエピソードがきっかけで、購入者が増えました。



ロンを目指す



一度使えば納得され、手放せない存在に

Q. ランドケアに対するお客様の反応は？

昨年と今年の1～2月に来店いただいたお客様全員に、お年玉プレゼントとしてランドケアのサンプルをお渡ししました。すると次回来店してくださったお客様から「ランドケアが欲しい」という声。今までもサンプルをお渡ししたことはありましたが、お客様から買いたいという声があがることはなかったのが驚きました。ハリやボリュームに対する感想はもちろん、「自宅でハンドブローするだけでセットが決まるようになった」という方も多くですね。「ランドケアを使うようになってからトリートメントをしなくてよくなったので、結果コストパフォーマンスがいい」とも聞きますし、よりしっとり感を求められる方にはローションも併用していただいています。リピート率もとても高いです。

小さな声も聞き逃さず、ベストなタイミングで提案

Q. サロン独自の取り組みは？

ヘッドスパメニューにもランドケアを取り入れています。通常のヘッドスパメニューよりプラス料金にはなりますが、お客様の頭皮状態をご説明したうえでご提案すると、すんなりとランドケアのヘッドスパを選ばれる方が多いです。ただ押し売りにならないように、ご提案するタイミングには気をつけています。雑談のなかに髪や頭皮に関する悩みにつながる話が出てくるので、拾い逃さないように注意深く聞いていますね。髪が少なくなってきたことを気にされている方は育毛剤を検討されがちですが、やはり手間ですよ。シャンプーなら毎日行うことですので、「まずはシャンプーを変えることから始めませんか？」とご提案することも。お客様もシャンプーなら気軽に使ってみようと思われやすいです。

人も地球も美しくなる未来のために日々邁進

Q. 今後の展開を教えてください

創業当時に比べて周辺の開発が進み住宅が増えた分、サロンも増えました。当時は『シンプル&クリニック』も珍しかったんですが、今は同じようなコンセプトのサロンがたくさんあります。そこで髪だけでなくトータルの美をご提案できる店にしようと、エステも始めました。ランドケアのローションは化粧水としても使えるので、スキンケアアイテムとしてもオススメしています。美容液を使わなくても肌が潤うと評判です。特に肌が弱い方に愛用していただいています。ランドケアのような商品をたくさんの方が使ってくだされば、髪や頭皮に悩む方も少なくなりますし、もっと広められるようにしたいですね。



Salon
Data

美容室DEBUT [デビュー] 大泉本店

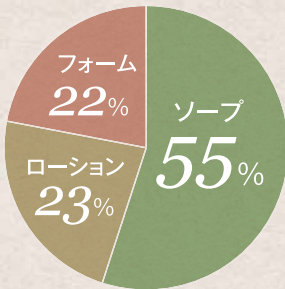
東京都練馬区

ディレクター 清水 英子氏

Investigation Result

アンケート結果

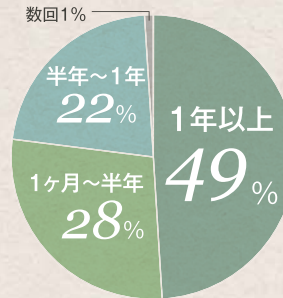
ランドケアシリーズを実際に使用された方を対象にアンケートを実施※。
多くのお客様に高い評価をいただいています。



使用アイテム

Point

まず最初は、ソープから使用し始める方が多い。ローションやフォームを使用される方は、ソープと併用している傾向が。

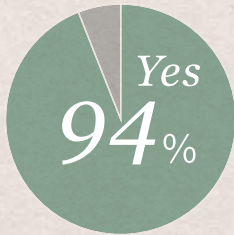


使用期間

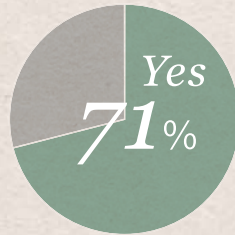
Point

約半数が「1年以上」使用していることから、一度使い始めると、継続される方が多いことが分かる。

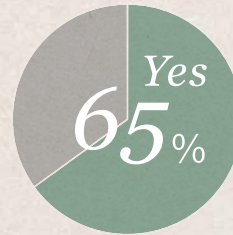
良い変化
を感じた



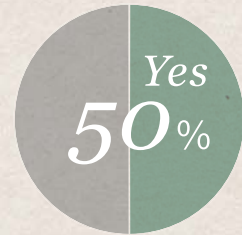
髪にハリ・コシ
が出た



乾燥・かゆみ
に効果があった



フケ
に効果があった



Users Voice

お客様の声

ESSENCE SOAP

ハリが出て、しっかりボリュームが出てきます。(40代男性)

キシキシしなくなった。乾燥がひどかったが、良くなったように感じる。(40代女性)

髪がもつれなくなり、洗い上がりがすごく良い。スベスベ!サラサラ!! (50代女性)

ESSENCE LOTION

髪にも肌にも使ったが、しっかり潤いを保っているように感じる。(40代女性)

使い始めて1週間ぐらいで、肌の調子が良くなった。(20代男性)

ESSENCE FOAM

髪にコシが出てきて、顔は化粧のりが良くなった。(60代女性)

泡の弾力感と香りが良いです。(50代女性)

1回の洗顔で化粧がよく落ち、サッパリしていて良い。(50代女性)

Campaign Plan

おすすめキャンペーンプラン

日頃ご愛顧頂いているお客様への還元企画として、
人気アイテムを詰めこんだ「ハッピーバッグキャンペーン」はいかがですか？
年末年始はもちろん、サロン様のタイミングでいつでも実施していただけます。

HAPPY BAG CAMPAIGN

いつでも
実施OK

ハッピー
バッグ



ご優待
チケット



【ハッピーバッグ セット例】

(セット内容は一例です。サロン様で変更可能)

<input type="checkbox"/> エッセンスソープ (ボトル) 400mL	1本
<input type="checkbox"/> エッセンスソープミニ 50mL	2本
<input type="checkbox"/> エッセンスローション 200mL	1本
<input type="checkbox"/> エッセンスフォーム (YYまたはGF) 180g	1本
<input type="checkbox"/> 優待チケット	1枚
<input type="checkbox"/> ランドケア専用ペーパーバッグ	1枚

【優待サービス例】

(サービス内容は一例です。サロン様で変更可能)

どちらか1メニューをサービス!!
A. 炭酸クレンジングスパ
B. 補修トリートメント

【価格例】	サロン様価格	6,500円 (税抜)※
	通常販売価格	14,000円 (税抜) / 優待チケット代込み
	キャンペーン特価	10,000円 (税抜)

※謝恩セール価格で購入した場合



店内告知
POP



「告知POP」「ご優待チケット」テンプレートは
こちらからダウンロードいただけます。

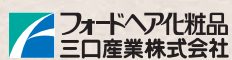
【ホームページから】
FORD > サロン向け情報 > サポートツール > ランドケア

詳しくは担当営業までお問い合わせください

写真・イラストはすべてイメージです

LANDPRESS [ランドプレス] Vol.02 / 2018年10月

○写真・イラストはすべてイメージです。 ○本紙掲載の写真、記事等の無断転載・複写を禁じます。



発行/フォードヘア化粧品・三口産業株式会社
大阪市天王寺区玉造本町6-5 Tel.06-6761-5636 (代)

バックナンバー
はこちら

Landcare WEB



FORD WEB



Instagram icon FORD

