

ランドケアが提供する  
価値の伝え方。



Market Research  
Basic Lecture  
Power Push Item  
Sales Promotion  
Salon Report  
Let's try it !!  
frequently asked questions

---

---

*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. 03

2019 S/S

---

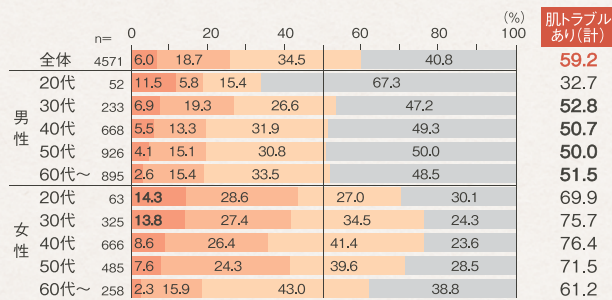
# 顧客の傾向

男女・年齢を問わず、乾燥による肌トラブルは年々増加傾向にあり、特に男性の意識の変化は、スキンケア市場の活性にも影響を与えています。  
これからの美容室は、多様化するお客様の悩みに対し、髪・頭皮だけでなく、全身トータルケアへの提案も求められています。

## 肌トラブルとスキンケアに関する調査

①冬に「手や足、胴体などからだの肌」のトラブル（乾燥・あかぎれ等）を感じますか？（顔は除く）

ココに注目!!

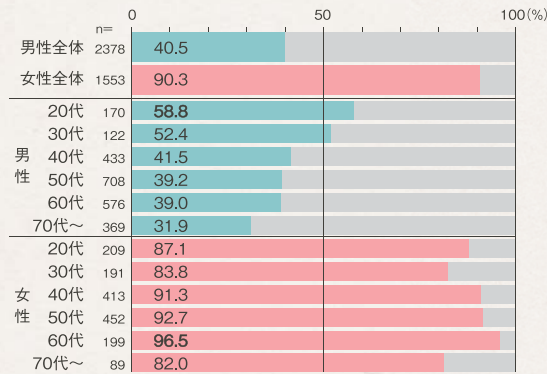


- 全体で6割の人が、顔以外のからだに「肌トラブル」を感じている。
- 若い女性ほど「困っている・悩んでいる」比率が高い。
- 男性でも30代以降の5割以上が「肌トラブルあり」と高い傾向に!

非常に困っており、悩んでいる      困っており、気にしている  
 肌トラブルはあるが、困るほどではない      肌トラブルはない

②あなたはスキンケア用品を使って、顔や全身の肌のケア（スキンケア）をされていますか？どのくらいの頻度でしているか教えてください。

ココに注目!!



- スキンケアをしている割合は、女性9割に対し、男性は約4割。
- 年代別では女性は60代、男性では20代が最も高い。

スキンケアしている(計)      スキンケアはしない  
 1日3回以上、1日2回程度、1日1回程度、2、3日に1回程度、週に1回程度、月に2回程度、月に1回程度、月に1回未満



- ①肌トラブルを感じている… **女性 20~30代**      **男性 30代~**
- ②スキンケアの頻度が高い… **女性 40代~**      **男性 20代**

結果を見ると、年代別の傾向が①と②で真逆の現象に！  
つまり、肌トラブルに悩んでいる年代ほど、スキンケア頻度が低い傾向となっています。  
「悩みを解決したいけど、何をすればよいか分からない…」といったお客様には  
お悩みをヒアリングし、スキンケアの大切さを丁寧に説明しましょう。  
また、テスター等で使用感を知ってもらい、お客様の関心を引き寄せることも大切です。

出典:インターワイヤード(株) DIMSDRIVE事務局 / インターネット調査 / ① 2015.11.30~12.18 / 4,571人(男性2,774、女性1,797)、② 2019.1.11~1.25 / 3,931人(男性2,378、女性1,553)

# おさらい基礎講座

実はよく知らなかったり、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。

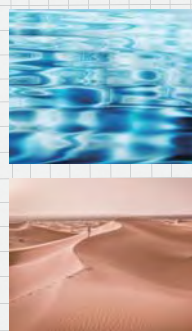
## 【テーマ】グリセリルグルコシド

### 『グリセリルグルコシド』ってなに？

南アフリカの乾燥地に自生し、“復活の木”という呼び名を持つ植物、ミロタムヌスに含まれる成分です。一度しおれてしまっても、少ない水で復活できる**驚異の保水力**を持っています。その他、日本酒やワインにも含まれています。



『アフリカに自生する“復活の木”ってご存知ですか?』などとたずねて、お客様の興味を引いてみるのも良いでしょう!



浸水直後 1日後

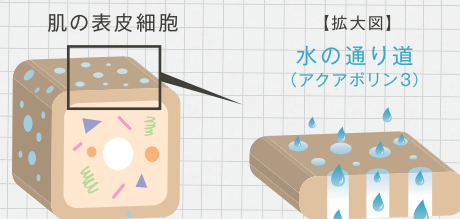


乾燥したミロタムヌスを水に浸し時間経過を観察

### 驚異の保水力のヒミツ

肌の細胞には「水※1の通り道(アクアポリン3)」が存在し、肌のうるおいやバリア機能を保つ働きがあります。グリセリルグルコシドは、その「水※1の通り道」を増やす働きがあります。また、肌が乾燥するのはこの「水※1の通り道」の減少が原因の一つとされています。

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。



「肌のすみずみまで水分や栄養を届けてくれる」ということが伝わればOK!!

### その他にもうれしい美容効果

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。

- 肌うるおいを与える
- 肌ハリを与える
- 加齢臭など臭いの緩和

Power Push Item

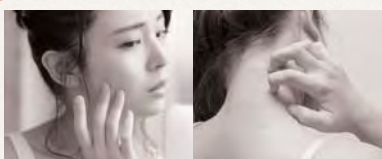
# エッセンスローション



気軽に“シュッ!”を毎日の習慣に

エッセンスローションは、お客様の肌質・年齢を問わず  
毎日続けられる保湿ケアとして開発された  
全身用ローションです。

このような方に



肌荒れ・カサつきに

日焼け後の肌ケアに

化粧水の導入液として

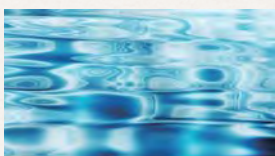
フケ・かゆみに

頭皮環境を整える

髪のボリューム不足に

アピールポイント

グリセリルグルコシド



優れた保湿効果と、うれしい  
美容効果がいっぱい!

アルコールフリー・無香料



家族で使える保湿ローション。  
デリケート肌でお悩みの方にも  
おすすめ。

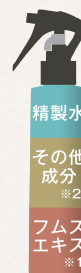
毎日使える全身ケア



ランドケアシリーズを始めるなら  
ローションからがおすすめ!顔にも  
ボディにも使えて、毎日続けやすい。

成分の  
配合バランス

特長成分である  
フムスエキス※1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  
エッセンスローションに触れていただき、  
「さっぱりなのに、うるおう!」を体験して  
いただきましょう!



メニューでアプローチ

タオルドライ後、お客様に“頭皮のうるお  
い補給”としてエッセンスローションをたっ  
ぷり塗布しましょう!商品説明とホームケ  
アアドバイスも忘れずに!



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、多種多様のPOP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 保湿剤 ※2 保湿剤、安定剤、防腐剤など ※3 二酸化炭素（噴射剤）

Sales Promotion

# アプローチトーク集

春夏編

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!



過酷な夏から  
髪と頭皮を守りたい!



うっかり日焼けして  
しまった!!



ベタつく肌を  
なんとかしたい!

対策

実はトラブルが  
「起きる前」のケアが  
大切なんです!

夏のダメージは、秋以降の不調に繋がることがもあり、甘く見ていると危険です。トラブルが起きる前に、早めのケアをスタートさせ、外的刺激に負けないようコンディションを整えておきましょう!日傘の使用もおすすめです。

対策

そのままにしないで!  
今すぐ肌に  
うるおい補給を!!

強い紫外線を長時間浴びると、肌細胞にダメージを与え、炎症やシミ、しわ、たるみの原因にもなります。日焼けをしてしまったら、すぐにうるおい補給でほてりを抑えて、ケアをしましょう!

対策

そのベタつき、  
実は乾燥が原因の  
インナードライかも

肌の内側が乾燥すると、これ以上の乾燥を防ごうと、肌が一生懸命皮脂を分泌しようとする状態を「インナードライ」といいます。間違ったケアを続けると、さらに状態が悪くなる可能性も。

コレがおすすめ!  
ESSENCE  
SOAP



フムスエキス\*1が一番多く配合されたこのオールインワンシャンプーがおすすめ!髪と頭皮にうるおいと栄養を与えて、健やかな頭皮環境へと整えます。夏のトラブルに負けない髪に!

コレがおすすめ!  
ESSENCE  
LOTION



日焼け後のケアにはこれ!  
さっぱりしてベタつかない全身用ローションだから、毎日の保湿ケアにぴったり!子供から大人まで、家族で使える1本です。

コレがおすすめ!  
ESSENCE  
FOAM



炭酸ガス\*3配合の洗顔フォームがおすすめ!もっちり弾力泡が、必要なうるおいをちゃんと守りながら、余分な皮脂汚れはしっかり落とします!

# Interview 私たちはこの店にしかない、そのプライド



## 髪と頭皮を大切に作るサロンと周知されるように

Q. サロンのコンセプトを教えてください

本店を45年前にオープンして以来、髪と頭皮に良いものを提案することを心掛けています。ダメージが少ない商品を扱うのはもちろんですが、パーマやカラーのダメージは避けられません。ですがオシャレを我慢するのも嫌でしょう?ですので、パーマの回数を減らしてトリートメントの回数を増やすなど、ダメージを最小限にしてオシャレを楽しめるご提案をしています。オープン当時からトリートメントをおすすめし、現在のトリートメント施術率は約9割。良いものしか扱っていない、髪をキレイにしてくれるサロンだと、皆さん信じてくださっています。



## 時代のニーズに合った商品を積極的に取り入れる

Q. ランドケア導入のきっかけはなんですか?

2年ほど前に予防美容サロンについての講習会に参加し、ランドケアを知りました。いろいろな商品をご紹介いただいたなかで、オールインワンであるランドケアは、今の時代にマッチすると感じたんです。これからアレルギーの方は増加する一方ですし、共働きなどで忙しい方が多いので、時短ケア商品は喜ばれます。早速、スタッフ全員分を購入して試してみたところ、髪質が良くなった、泡立ちがホイップクリームのように、使い心地はさっぱりしているのに乾燥しないと、全員が大満足でした。新しい商品を導入する際は、スタッフ満場一致で良いと思った物のみ。今も皆が自宅で使用していますし、私は娘や孫にもプレゼントしています。アレルギーのある孫も使用後にピリピリしないと気に入っているようです。



## を忘れない



### 誰かに自慢したくなるような効果を実感

#### Q. ランドケアに対するお客様の反応は？

ランドケアが初めての方には、手頃に購入できるエッセンスローションをオススメしています。髪にも肌にも使えて便利、肌がツルツルになった、髪がなめらかになったなど喜んでいただき、リピート率がとても高いですね。また価格もリーズナブルなので購入しやすいようです。お客様にランドケアについてお話していると、他のお客様が「それ、すごくいいよ」と後押ししてくれることも。常連のお客様がメインですので、お客様同士が顔見知りなんです。そんな様子を目の当たりにすると、他人に思わずすすめたくなるほど良い商品なんだと実感します。また商材は店の信用に関わるもの。これまで培ってきた信頼を裏切らないようにしようと、気が引き締まる瞬間でもあります。



### 説明するより、体感していただくのがベスト

#### Q. サロン独自の取り組みは？

まず体感していただくことを大切にしています。カットやカラーの合間に、手にエッセンスローションを吹きかけるんです。そしてお客様にじっくり考えていただけるよう、セットのタイミングなど、少し時間をおいてから使用感をお尋ねします。説明は決してマニュアルのようにはしません。「昨日行った店がおいしかったよ」と世間話をするように、自分が使って良いものだったから、お客様にも使っていただきたいという気持ちでお話しています。POPが目にとまりやすいようにイラストを交えるなど工夫をしていますので、成分や効果は詳しく説明しなくても伝わっているんです。大事なのはリアルな感想。さらに、興味をもってくださった方にはミニサイズのシャンプーをプレゼントします。ミニだから旅行用にしようとならないように、「自分に合うか合わないか試してみてもいいよ」など、明日にでも使いたくなるように促すことが大切です。

### スタッフ全員が楽しく自信を持って働けるサロンに

#### Q. 今後の展望を教えてください

近隣に店舗が増えていますが、私たちはこの店にしかいません。そして私たちを頼って通ってくださっているお客様がいる。しかも親子四代など長いお付き合いのお客様がほとんど。そのことを誇りに思い、ソフト面に魅力がある店であり続けるのが目標です。スタッフが仕事に生きがいを感じることで、店はどんどん良くなっていきます。プライベートが充実すれば仕事も楽しくなりますので、なるべく休みを自由に取れるようにしています。サロンの仕事以外にピアノ講師をしている者、趣味に没頭している者、皆好きなことをしていますね。私も陶芸や俳句、フィットネスなどでリフレッシュしています。また私たちは良いものを扱っているという自信も大切。そのためには臨店講習は不可欠です。商品を初めて使用したときの感動は、日々の中で薄れてしまいがちなので、臨店講習で良さを再認識すると、また胸を張ってお客様にオススメできます。これからも常に誇りと生きがいをもって、皆が働けるサロンづくりに努めたいです。

### Hair & Esthe 美容室HEAVEN [ヘブン]

神奈川県海老名市

代表取締役 岡 佐恵子 氏

Salon  
Data

導入アイテム

エッセンスソープ、エッセンスローション  
エッセンスフォーム

# Interview 髪と頭皮のケアを通して、美しく豊かな人生



## 大切なお客様の、大切な髪と頭皮を守り続ける

Q. サロンのコンセプトを教えてください

『髪と頭皮にやさしく』をモットーに、お客様一人ひとりに合わせたダメージケアやトラブル予防に力を入れています。商材、薬剤選びや、シャンプー、ブロー方法などに気を配るのももちろん、各種トリートメントメニューも用意。1時間かけて入念にマッサージとシャンプーを行うコースもあります。さらに、ご自宅でのお手入れもサポート。正しいシャンプーの仕方や今主流のヘアケア法などをまとめたチラシを手作りし、お渡ししています。そうして、地域の皆様に愛されて約30年。

1歳から90代まで、幅広い年代の男女のお客様にご来店いただいています。幼い頃から大人になってもずっと、親子代々で来てくださる方も多いですよ。長く続くご縁を大切に、居心地の良い店作りに努めています。



## 自信を持っておすすめできる商品に巡り合えて感動

Q. ランドケア導入のきっかけはなんですか？

ここ数年、全世代で髪や頭皮トラブルを抱える方が増えています。その矢先に、ランドケアエッセンスソープが発表されて。天然のフムスエキスが主成分と知り、やさしい印象を受けました。そこで、悩めるお客様に「今度こんなシャンプーが出ます」とお話したところ、発売前にも関わらず皆さん「使ってみたい!」と興味津々。私どもの説明に納得され、「あとは信頼しているから」と多くのご予約をいただきました。現物が届くと、まずはスタッフ全員で試用。実は私もスタッフも皆アトピーやアレルギーがあり、人一倍敏感なんです。でも、かゆみがなく、太い髪でもまとまりやすく、洗い上がりが良い。年代問わず好まれる柑橘系の香りも気に入り、良い商品だと確信して販売を始めました。



をサポート。



多方面で満足度が高く、どんどん広がる喜びの輪

Q. ランドケアに対するお客様の反応は？

こちらから伺うより先に、皆さん「髪にハリとコシを感じ、フワッとボリュームが出るようになった」「頭皮のかゆみが改善された」と嬉しそうに報告して下さいます。頭皮が傷だらけだったお客様も、赤みが引きましたね。またオールインワンシャンプーということで、「これ1本で済むから、時間も手間もかからず楽」と話される方が多いです。いくら良い商品であっても、使い方がめんどろなもの負担になり、なかなか続きませんから。それに、一見高価に思えても「1本2役と考えるとお得」という声も多いです。一度ご購入いただくとリピート率が高いですし、ご本人だけではなく、徐々に親子、夫婦、兄弟、姉妹で共有され、今ではご家族でご愛用いただいているという方も多いようです。

お客様に合わせたご提案と、目に止まる仕掛けを展開

Q. サロン独自の取り組みは？

ご希望のお客様には、マイクロスコープを使って頭皮の状態をチェックするサービスを行っています。そこでトラブルが確認できた方には、シャンプーの際にエッセンスソープを使用。洗いながら商品の特長をご説明し、仕上がりの良さを実感いただくことで、ご購入につながっています。また、チェックを希望されなくても、私どもが気になった場合や、お悩みをご相談いただいた場合は、同じくエッセンスソープでシャンプー。興味を持たれたら、ご自宅での使用もおすすめしています。一方、お客様の目に触れやすいよう、常にセット面に商品をディスプレイ。スタッフお手製の手書きポップを添えているのもポイントです。加えて年に1~2回はキャンペーンを実施。一年で最も寒く乾燥し、フケなどのトラブルが生じやすい12~1月に行うことが多いですね。

期待を裏切らないよう、より良いサービスを追求

Q. 今後の展開を教えてください

現在はエッセンスソープが主力ですが、今後はエッセンスローションやエッセンスフォームも普及させていきたいです。エッセンスローションは、頭だけではなく全身に使えることが大きな魅力。一年通して乾燥が気になる時に手軽に活用できることを、しっかりと広めたいと思います。エッセンスフォームは、炭酸ガス配合のもっちりとした泡がやさしく、演出効果も高いもの。頭皮マッサージに上手く取り入れて、訴求していきたいと考えています。やはり当店は、髪や頭皮にお悩みを持つ方が口コミで「ここなら頼れるかも」と来られるケースも多いですし、「他は節約しても美容代は節約しない」という美意識の高いお客様も多数。そんな皆様のご期待に精一杯応えられるよう、日々成長していきたいです。



ロダン美容室

山口県下関市

店長 小林 武子 氏

Salon Data

導入アイテム

エッセンスソープ、エッセンスローション  
エッセンスフォーム

Let's try it !!

ぶきっちょさんの

# 手作りPOP講座

“メニューや商品の魅力をもっと伝えたい!!”

そんな熱いメッセージをお客様にお届けするには、手作りPOPがオススメ！  
工作が苦手な方でも、ポイントを抑えれば、簡単に作ることができます！

## 用意するもの（参考例）

- 商品写真のカラープリント
- イラスト素材（右記参照）をプリントしたもの
- 画用紙（ハガキサイズ程度）2～3色
- マーカー（太・細）3～4色
- 鉛筆
- ハサミ
- のり（or両面テープ）
- カードスタンド（お好みで）



## 【無料で使えるイラスト素材（商用利用可）】



**いらすとや** イラストと言えばコレ！人物からトレンドまで豊富。  
<https://www.irasutoya.com/>



**フキダシデザイン** 様々なデザインの吹き出し専門サイト。  
<http://fukidesign.com/>



**いらすとん** 水彩タッチの手書き風、ゆるカワ系。  
<http://www.irasuton.com/>

※予め会員登録などが必要となる場合があります。  
利用条件やダウンロード方法などは各サイトをご確認ください。



## 作り方（参考例）

### ①まずはコピーを考えよう！

作業を始める前に、お客様に対して「POPで何を伝えたいか」をまとめます。コピーは優先順に3つに分けます。

POINT

- ★1番目（最大文字）  
お客様にとって1番の「メリット」  
つまり、お客様がその商品を  
“買うべき理由”を簡潔に!!
- ★2番目（中文字）  
簡単な特長、おすすめの理由 など
- ★3番目（小文字）  
商品名、価格 など

### ②完成をイメージして材料を揃えよう

材料の色は「黒+2～3色」程度にし、店のインテリアや商品ボトルの色に合わせると、スッキリまとまります！



### ③POP台紙を作ろう

画用紙で、色・形の違うものを数枚作ります。手前になる紙ほど小さめに。形はお好みで。※のり付けはまだ



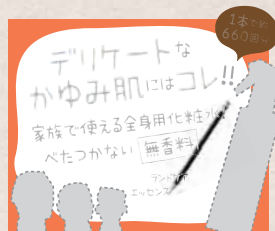
### ④素材を仮置きしてみよう

商品写真やイラストのキリヌキを台紙に並べ、バランスや重ねる順序を確認します。少しズれているくらいが良い味が出ます。※のり付けはまだ



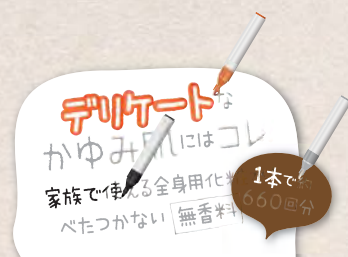
### ⑤鉛筆で文字を下書き

①のコピーを、鉛筆で薄く下書きします。文字を詰め込み過ぎない事がポイント！



### ⑥マーカーで清書しよう

最大文字は、囲み文字や飾り文字にして目立たせます。アンダーラインで協調するのもGOOD！清書後、下書きは消しゴムで消します。



### ⑦のり付けして仕上げる

文字が隠れないよう、貼る順序に注意しながら、④の素材をすべてのり付けします。



### ⑧カードスタンド等に設置して完成！！

お客様の目に留まりやすいセット面やレジ横などに設置しましょう！



写真・イラストはすべてイメージです

## frequently asked questions

# FAQ

お客様からよくある、製品に関するご質問に回答します。

### ESSENCE SOAP

Q1. トリートメントは必要ないの？

ミドルダメージまでの方を対象としています。

Q2. カラー・パーマ等の施術に影響はないの？

特に普通のシャンプーと同じ使用方法であれば、影響はありません。

Q3. 香料は入っていますか？

香料は一切使用していません。  
香りについては、天然精油であるグレープフルーツ果皮油を使用しています。

Q4. オーガニック成分は入っていますか？

オーガニック成分として、アルガンオイルを使用しています。

Q5. ターゲットは男性ですか？女性ですか？

主に、女性をターゲットとしていますが、  
男女共にお使いいただける処方になっています。

### ESSENCE LOTION

Q1. アルコールは入っていますか？

アルコールは配合していません。  
乾燥肌や幅広い年代の方に対して、やさしい使い心地です。

Q2. 香料は入っていますか？

香料や精油などの香りは一切使用していない、無香料です。

Q3. 髪に期待できる効果は？

カラーやパーマ後の毛髪コンディションを整え、ダメージから守ることが期待されます。

Q4. ボトル1本分の使用回数は？

使用部位や用途などにより異なりますが、吐出量は1プッシュ=0.3mLです。  
1本で約660回のプッシュが可能です。

Q5. 全身どこに使用しても大丈夫ですか？

体・顔・髪等、全身への使用が可能です。但し、除毛直後、肌に傷がある時、  
粘膜（目、口、鼻等）へのご使用はお避けください。  
顔に使用する場合は、一度手に取ってからのご使用をおすすめします。

### ESSENCE FOAM

Q1. エッセンスソープの洗浄剤とは違うの？

ソープと同様に「石鹸系・アミノ酸系・両性系の混合タイプ」で出来ています。

Q2. クレンジング効果は？

皮脂の溶解へと働くクレンジング成分を配合しており、薄化粧程度であれば  
洗い落とすことができます。

Q3. 肌質は選びますか？

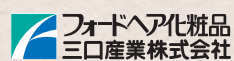
幅広い肌質の方にお使いいただけます。

Q4. ボトル1本分の使用回数は？

1回のご使用をピンポン玉1個分（約1.5～2.0g）とした場合、  
約90～100回程度使用できます。

LANDPRESS [ランドプレス] Vol.03 / 2019年4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



 FORD

