

「資生堂 アルティミューン パワライジング コンセントレート」 7月30日の先行発売から1カ月、計画を上回る好調な実績でスタート

資生堂は「マーケティング改革」の第1弾として、世界89の国と地域で販売するグローバルブランド「SHISEIDO」を象徴する美容液、「資生堂 アルティミューン パワライジング コンセントレート」を2014年9月1日(月)より世界各国・地域で本格発売を順次開始し、国内外とも好実績で推移しています。



世界各国の販売状況は以下のとおりです。

【国内】 本年7月30日より先行発売した伊勢丹新宿店と阪急うめだ本店では、1カ月間で2店合計約2,000個を販売し、2店における当社美容液のこれまでの1カ月間平均と比較して約3倍となる、最高売上金額を記録しました。

全国内デパート約230店合計では、先行発売から9月までの売上計画(個数)を本格発売した9月1日からの1週間で達成し、9月末までに30,000個の売上を見込んでいます。

【海外】 7月から販売を開始したアメリカやカナダでは、12月までの出荷計画(金額)に対して8月末時点で既に約40%を出荷しています。台湾では8月から発売し初月の売上が計画比135%を達成したほか、その他アジア地域や欧州でも9月より順次本格発売し好調な実績で推移しています。今後は11月にロシア、中国などでも発売していきます。

売上好調の要因と今後の展開について

売上好調の要因は、以下の2つと分析しています。

1. コンセプトと使用実感

発売前の早い時期から徹底して行った、ビューティーコンサルタントによるお客さまへの事前紹介活動で、「美の底力が上がる。」という新発想のコンセプトを、使用感触の良さも相俟って実感いただき、高評価を得ました。特に、「使用時に感じる香りのよさ」、「肌に塗布した際の使用感触の心地よさ」など、化粧品として大切な感性価値をしっかりと体感いただきました。

2. 新規客との接点拡大

発売時には、大規模な交通広告の展開、拠点店でのオリジナル装飾、各店での特別イベントなど、積極的かつ多面的なプロモーション活動が、新規のお客さま増にも奏功しました。

現在、世界各国・地域での好事例やお客さまからの声などを、リアルタイムに全社で共有する新たな仕組みを構築し、資生堂の強みである「ビューティーコンサルタントのカウンセリングによる紹介活動」を世界共通レベルで展開すべく、これから新たに発売する国・地域に対する情報提供も積極的に行っています。

さらに、今後はグローバルブランド「SHISEIDO」が2014年度に策定した、ブランドメッセージの発信力を強固にする「ブランドステートメント」を、より具現化する新・販売カウンターの導入を2015年度より順次、世界各国・地域で進めていきます。

ブランドステートメント:【Because the beauty is already in you. (英文) / 眠れる美を解き放つ。(和文)】

あらゆる人に備わる自ら美しくなろうとする力を、資生堂の最先端のヒューマンサイエンスと、「おもてなしの心」によるカウンセリングによって最大限に引き出し高めていくことをお客さまに約束するもの

「資生堂 アルティミューン パワライジング コンセントレート」について

「美の底力が上がる。」という新発想のもと、先進の皮膚科学研究成果をベースに開発された美容液です。毎日、朝晩の使用により、乾燥などの外的要因によるさまざまなダメージに負けない強い美しさへ導きます。

- ・1品目2品種:30mL 8,000円(税込8,640円)、50mL 12,000円(税込12,960円)、価格はいずれも希望小売価格
- ・日本国内ではデパート、資生堂のwebサイト「ワタシプラス」で販売

お客さまからのお問い合わせは「資生堂お問い合わせ先 フリーダイヤル 0120-30-4710」でお受けしています。