

## DSプロモーション

# ママ向け美容サービスの充実化と美容部員による接客販売に商機

化粧品業界への新規参

入を様々な角度からサポートするDSプロモーションの松下令子代表は、去る5月に開催された「ビューティワールドジャパン」のメインスティー



松下令子氏

「キレイママ層」だ。

「この層は約8割が美  
容肯定派であり、7割以  
上の何らかの美容サービ  
スを利用している。育児  
をきちんとこなしながら、  
おしゃれも楽しむ傾向に  
ある。一方で、4割

その中で松下氏が注目  
する購買層としてあげた  
のが、美容に関心を持つ

キッズターの設定や、出  
張サービスに興味を持つ  
てもらえるのではない  
か」(松下氏)

松下氏はさらに、化粧  
品の店頭購入派にも注目  
している。

同社の調査によると、  
約75%が通販よりもリア  
ル店舗で化粧品を購入す  
る機会が多く、ここで多  
くの情報を収集し、テス  
ターやカウンセリング、  
POPなどを参考に商品  
選びをする人が多いこと  
がわかった。

店頭でカウンセリング

を受けたくない人は3割  
ほどに過ぎず、特に20、  
30代はカウンセリング肯  
定派が多い。受けたくて  
も恥ずかしかったり、や  
りとりがわからなかった  
りして販売員にアプロ  
チできていないだけで、  
構われない女性は意外に  
多いかもしれない。

「私はここに商機があ  
るとみている。セルフコ  
ーナーでも入店した販売  
員が推奨販売を行うのは  
効果的だ。セルフだから  
といって売場のケアまで  
セルフにしてはいけな  
い。特に、ある程度の経  
験値や知識がないと選び  
にくいオーガニック系は  
奨励販売が効果的ではな  
いか」(松下氏)