

エイジングケアをテーマに差別化図る動きも

松本守正 社長

「スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。」



「スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。」

美容液が売上がけん引へ

「スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。スキンケアは健康と美容の両方を同時に満たすことが大切。」

SizeDown Perfect GEL
Produced by LEO

超浸透系エイジングケア化粧品
世界初「SDCP®」高配合
「SDCP」で有効成分を超高速振動

※SizeDown Ceramics Powder (サイズダウンセラミックスパウダー) の略

株式会社 LeoSize Design 代表取締役 **松本守正**

〒113-0021 東京都文京区本郷4-2-29-24 <https://www.leosizedesign.co.jp>

サイズダウンパーフェクトゲル 60ml
容量：50g 価格：19,800円(税込)

サイズダウンパーフェクトゲル 60ml
容量：2g×30包 価格：19,800円(税込)

【記事全文】

美容液が売上をけん引へ

クラスター浸透水や健康食品を販売するLeoSizeDesign（レオサイズデザイン、本社東京都、松本守正社長）は20年12月に、超浸透美容液「Size Down Perfect GEL（サイズダウンパーフェクトゲル）」を投入し、累計出荷数が5000本を超えた。美容液の投入が組織の活発化を促し、業績の伸長に貢献している。美容液の販売状況や昨年度の業績、今後の施策などについて松本社長に聞いた。

—主力製品のクラスター浸透水以外に、美容液を投入した経緯は。

当社の会員のうち、女性が75%以上占めていることが美容液を投入する決め手となった。女性だけでなく、男性も「美」を追求する時代が訪れると予想しており、化粧品ジャンルの拡充は、会社や組織を大きくする上で必要だと考えた。

これまでは身体の内側をきれいにするようなクラスター浸透水やサプリメントを開発してきたが、今度は身体の外側から「美」にアプローチしていきたい。そこで、顔や皮膚に特化した全身美容液の開発を考え始めた。

試行錯誤の末に完成した「サイズダウンパーフェクトゲル」には、化粧品用に特化した原料粉末「サイズダウンセラミックスパウダー」を配合している。この粉末がマイナスイオンと遠赤外線を発生させている。美白効果のある3Dコアホワイトニング成分やヒト幹細胞培養液エキスをリポソーム化して加えているため、乾燥とたるみ、しわ、毛穴の開きなどをケアして肌を押し上げていく。

差別化するため、当社の主力製品であるクラスター浸透水「サイズダウン」を美容液の原水に使用しており、美容成分をより深く浸透させ、より体感を得やすくした。美容液で会員登録して、その後はクラスター浸透水を購入するという好循環も生まれている。

本格的なプロモーションや販促には取り組んでこなかったが、すでに累計出荷数は5000本を超えている。コロナ禍でマスクを付ける習慣が定着し、肌荒れする人や顔のたるみを意識する人が増えたため、美容液の人気の高まったとみている。

製品化までに約1年を要し、10回も作り直した。

—今年2月には小分けした美容液も販売している。

ボトルタイプだけではなく、旅行や遠方に外出する際の持ち運びをさらに至便にした。一回の使い切りなので、会員がリクルートの場面でお試し品として渡すことも可能にしている。

コロナ禍で衛生面に気を配る人も少なくない。従来のボトルタイプとは別に分包タイプの製品を展開する必要があった。

—今後は、どのように美容液を訴求していくのか。

まずは動画で広く会員に伝えていくことが大切だ。コロナ禍では、以前のような対面でのリクルート活動は難しくなっている。

そのような状況下において、実際に製品を使用してもらっているシーンを動画で配信すれば、よりオンラインでのリクルート活動も進むのではないか。

—昨年度の業績について。

昨年度の売上高は6億円を達成した。会員登録数は6000人を超え、毎月定期購入をしているアクティブ会員は3500人となっている。

昨年は、コロナ禍で失業して、収入が減少した人が増えて副業の需要が拡大したことも増収を後押しした。一番の増収要因は、「サイズダウンパーフェクトゲル」の投入だと捉えている。

使用して体感を得やすいため、既存会員のリピート以外に、美容液をきっかけに会員登録した人が増えた。パッケージを小分けにし、製品の体験をしやすくなったことも新規登録の増加に好影響を与えている。

—4月には、バラの香りのフレグランス「サイズダウンフレグランスローズ」も投入している。

「サイズダウンフレグランスローズ」は、ブルガリアのバラの谷で育てたダマスクローズから抽出したローズウォーターの原液だ。原液は食品としてクスター浸透水に混ぜて飲むことも可能だが、専用のスプレーヤーに水に薄めて入れて香水としても使用できる。

美容液の人気の高まっていることもあり、女性会員が喜んで使用してもらえるような製品ラインアップが必要だった。フレグランスの発売により、愛用者順調に増えている。

—一年内に新製品を投入する計画は。

現時点では考えていない。今年、「サイズダウンパーフェクトゲル」の販売が中心となる、夏にかけてクスター浸透水の注文も増えていくので、既存製品の販売に力を注いでいきたい。

—11月にはコンベンションを開催する。

5月30日の会員向けの配信イベントで発表したが、11月28日にCOOL JAPAN大阪TTホールで初のコンベンションを開催する予定だ。

感染対策を十分に講じ、全国から700人の会員が参加する予定だ。これまでは、ディストリビューターとして自分がステージに登っていたが、これからは主宰企業のトップとして、会員の皆さんが感動してくれるような愛のある温かいステージを用意したい。