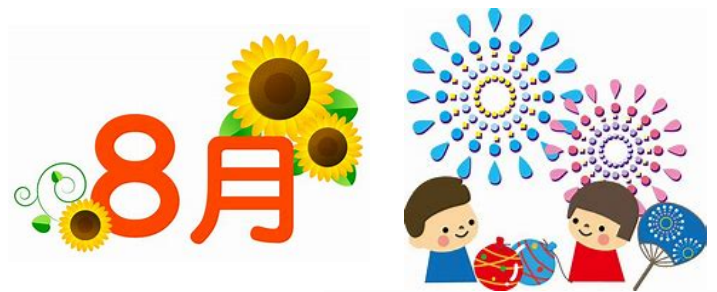


# アイデアの芽吹き ~vol.76

加盟店様の事例、他業界の取組み、商品の使用感等アイデアの「種 (SEEDS)」となる情報を毎月中頃に配信！



## 『若い世代』を取り込む！ ~ある加盟店様の取組み~

ダスキン様は歴史が古い分、お客様やレンタル担当者様の年齢層が年々高くなる傾向にあるとお聞きます。今回は、某加盟店様のご厚意により公開の許可を頂き、実際に『若い世代』を取り込むために行った取組みについて、ご紹介させていただきます。



### <浴室用浄水シャワーの販促活動を開始！>

某エリア会にて浴室用浄水シャワー(以下JSK2)の販促活動に取り組むきっかけとなったのは、次の点だそうです。

- ◆2017年春、15年ぶりに商品がリニューアルした。
- ◆事務員さん達が気に入っていた。
- ◆子供が学校で髪を褒められた。
- ◆昔レンタルしていた時の思い出。



2017年9月~12月にエリアの加盟店様が一丸となって活動した結果、なんとエリア単位での出荷合計が約3倍に増え、全国NO1の出荷数を記録したそうです。

### <1年間の販促活動を通して分かった点>

JSK2の販促活動を1年実施して分かったのが、次の点だそうです。

#### 【良い点】

- ◆若年層が気に入り、使用してくれる
- ◆契約率が高く、解約になりづらい
- ◆デリケートな肌の方にとっても喜ばれる

#### 【問題点】

- ◆そもそも浄水シャワーヘッドを使う文化が無い
  - ◆お客様の基礎知識が低く、後押しが必要
- 商品は魅力的であるにも関わらず、まだまだお客様の認知度が低いのが現状とのことで、認知度を上げるべく、CMやチラシ作成など、本部の方々にも協力して頂きながら積極的に活動しておられるそうです。

### <お客様にアンケート調査を実施した結果>

JSK2に関して独自にアンケート調査を実施したところ、

- 次のような結果が得られたのだとか。若年層を取り込むのに適した商品であることが窺(うかが)えます。
- ◆子供がいる家庭での利用が多い
  - ◆肌について気にされている方の利用意向が高い
  - ◆40代以上⇒髪への効果を実感
  - ◆30代以下⇒肌への効果を実感

- ◆8割の方が1か月で効果を実感
- ◆節水効果と、カートリッジの定期交換が高評価
- ◆女子中高生からの評価が高い

### <具体的な活動方法は・・・？>

JSK2の販促活動として、具体的には次のようなことを行われたそうです。

#### 【会えるお客さま】

- ◆お客様係が、お薦めポイントをPRする
- ◆その場でお渡しして、取り付けて頂く
- ◆ご家族全員に体感して頂く

#### 【会えないお客さま】

- ◆サンプルを投入し、電話でご案内する
  - ◆チラシだけで伝わらない部分は手紙でご案内する
- 他には、美容師さんや郵便局、保険屋さんなどに利用頂いて拡散を図るなどの工夫も重ねられたそうです。

\*\*\*\*\*

### <浄水シャワーヘッドを選ぶポイントは？>

浄水シャワーヘッドを選ぶポイントの例として、以下の点が挙げられるとのことですが、JSK2はどの点もクリアしています。




#### ①浄水部分の濾(ろ)材

浄水部分に用いられるフィルターの高品質・濾(ろ)材には、主に「活性炭」「ビタミンC」「亜硫酸カルシウム」などが用いられているようですが、JSK2で使用されている亜硫酸カルシウムは、水に溶けたイオンの反応速度が速く吐水量が多くても問題なく使用することが出来るそうです。定期交換で濾(ろ)過力が落ちないのもいいですね！

#### ②日本アトピー協会推薦品かどうか

アトピー患者の声に応じて日本アトピー協会が設けた「推薦品マーク認定制度」による推薦品かどうかポイントだそうです。アレルギー体質の方だけでなく、肌や髪へのダメージを極力抑えたい方にもお薦めと言えるかもしれません。



**日本アトピー協会推薦品** 承認番号 S1707700A  
このマークは、日本アトピー協会推薦品であることを表すマークです。日本アトピー協会はアトピー性皮膚炎及びアレルギー諸疾患患者の方の生活向上支援と、同疾患への正しい理解のための情報発信を行うことを目的としています。

#### ③節水機能があるかどうか

水を3分間流しっぱなしにしたときの使用量は約36Lだそうです(東京都水道局による)。お財布にも環境にもエコであることは大切だと考えられます。

### <「アイデアの芽吹き」配信を再開しました>

配信を一時休止させて頂いており申し訳ございません。今後またご愛読頂けますと幸いに存じます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

