

TOP INTERVIEW 2015年の化粧品業界の展望

maNara マナラ

“実感と安心にこだわった感動の製品でさらなる飛躍を”

岩崎裕美子/ランクアップ社長 YUMIKO IWASAKI/PRESIDENT

「マナラ」を展開するランクアップは2005年の創業以降、業績、顧客数ともに右肩上がり成長を遂げてきた。14年度の売上高は、前年比128%の59億円を記録。今期(15年9月期)も売上高65億円を目標に順調に推移している。岩崎裕美子・社長は、好調の要因を「安心で肌の変化を実感できる製品提案」と「顧客満足度アップにつながるサービス提供」と話す。「安心で肌の変化を実感できる製品」の代表格が「ホットクレンジングジェル」

だ。06年のデビュー以降、売り上げをけん引し続けるスター製品は、14年11月に累計販売本数が400万本を突破。「美容液成分を90.4%も配合したメイク落とし。汚れが落ちることはもちろん、潤いがアップして明るい肌へと導いてくれると高い支持を得ている」と自信を見せる。また、13年に発売した美容液洗顔料「モイストウォッシュジェル」も14年12月までの累計売り上げ本数は23万本に達した。

これらの製品力に加えて、「顧客満足度アップにつながるサービス提供」が好調への鍵だ。ハガキやウェブを通して毎月約300通の「お客さまの声」が届く。全てに目を通して、随時製品の改良・改善を図っている。「例えば、「ワンタッチキャップのボトルは持ち運ぶときの漏れが心配」という方にはネジ式キャップを、「スパチュラが小さい」という方には大きいものをお送りする」という。こういった細やかな心遣いが、多くの顧客の心に響く。

関わる全ての人の熱い思いが成長に寄与

また、ビジネスの根幹には、岩崎社長のブランド立ち上げへの思いが存在す

る。「そもそも、老化していく自分の肌の悩みを解消したくてブランドを始めた。日本中の化粧品メーカーの門をたたき続け、やっとの思いで私自身が実感できる製品が完成した。これからも「女性をキレイにする、日本一の化粧品を作る」という思いを軸に製品作りにまい進する」と熱い言葉が響く。そして社長のもう一つの思いがこの会社を支えている。それは、「女性が結婚、出産しても生き生きと働くことができる会社である」こと。「就業時間は、8時30分～17時30分。早く終われば17時退社も可能としている。現在、社員の約半数は子どもを持つ女性でもあり、17時退社が当たり前。そのため、社員一人一人に効率を高めた仕事ができるか。会社側も、社員もそこに集中する。また、時間の有効活用により、仕事以外にも目を向ける時間が生まれ、新しい発想が次々と出てくる」と述べ、制度導入後、飛躍的に業績も伸びているという。「クオリティ・オブ・ライフ」がここに存在する。

15年はこれまでの方針である「こだわりの製品を、分かりやすく伝え、そして

PHOTO BY HARUNA SEIDA



PROFILE:昭和43年2月8日生まれ。広告代理店に15年間勤務したのち、2005年6月にランクアップを設立。「肌の変化を確実に実感できる化粧品」をモットーに、化粧品ブランド「マナラ」を開発

サービスの向上を図る」ことにまい進し、これまでの雑誌、ウェブ、インフォーマーシャルの通販事業に加え、バラエティーショップなどへの卸事業も開始し新客との接点を広げる。今年6月で創業10周年。次の10年に向かう飛躍の年がスタートする。

2015年の抱負

挑戦

2015年も、私たちランクアップは強い情熱と不屈の精神力で、より良い製品、サービスを生み出し、女性を若々しく元気にするために全員で挑戦する。



ブランドのスター製品「ホットクレンジングジェル」