



創業から37年。さまざまな改革も「お客様のため」という理念は変わらないと語る遠藤社長。より広くイプセン化粧品の良さを体感していただくためデジタルマーケティングに取り組んでいる。

Webサイトを改修しブログで魅力を発信 デジタルで認知度向上と新たな販路を開拓

自社ブランドの化粧品および健康食品の企画・製造・販売のほか、直営や加盟店によるフェイシャルケアサロンを展開する株式会社イプセン。天然由来成分にこだわった品質と顧客に寄り添うサービスで、多くのリピーターを獲得している。コロナ禍を契機にデジタルでの販路拡大を目指す。

本事業に申し込んだ背景

地域密着型の「顧客に愛されるコスメ」

当社では、直営または加盟のフェイシャルケアサロンでの施術にてイプセンの基礎化粧品を体感していただき、製品の購入をご検討いただく仕組みで事業を展開しています。サロンは地域密着をモットーに掲げ、お付き合いが10年以上になるお客様や、親子二代でご利用いただくケースも少なくありません。ご紹介も多く、対面での営業を重視していたため、WebサイトやECサイトはあるもののデジタルでの新規顧客獲得にはあまり注力していませんでした。

コロナ禍で浮き彫りになったノウハウ不足

ところが、新型コロナウイルスの影響で状況が一変しました。サロンの休業を余儀なくされ、Webを活用したアプローチの

必要に迫られました。しかしながら、デジタル関連の戦略や運用は協力会社に任せきりでしたので、効果的な運用方法が分からず困り果てました。コロナ禍で浮き彫りになったノウハウ不足が、「今後はデジタルマーケティングにしっかり取り組んでいかなければ」と考えるきっかけになりました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

迷い・悩みが晴れてやるべきことが明確に

ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）では、Webサイトでの販路開拓に力を入れたいこと、社内にノウハウを蓄えるためにコンテンツの内製化を希望していることなどを伝えました。当社化粧品の販売チャンネルには「サロン」「ECサイト」「フランチャイズ・販売代理店」の3つの柱がありますが、売上向上のポイントは施術を受けたほとんどのお

お客様が化粧品を購入・リピートする「サロン」への集客です。協議を重ね、新規顧客への認知度を高めてサロンの集客を増やすことを目的とするWebサイトの改修を優先させ、ECサイトなどは中長期的な取り組みとする流れを決めました。

アドバイザーのサポートでサイトを改修

Webサイトの改修にあたっては、協力会社に依頼する際のポイントや細かい点まで教えていただきました。ワイヤーフレームやデザイン・コーディングなどは外注しましたが、自社で更新を行っていくのでWordPressで作ってもらい、コンテンツのテキストも自社で作成、Web解析ツールを導入して検証も自社で行っていくことにしました。不慣れた作業の連続でしたが、アドバイザーのサポートにより何とか改修作業を終えることができました。



地域密着型のフェイシャルケアサロン「Be House (ビ・ハウス)」。長く通い続けられる価格と丁寧な施術で「お客様がお客様を呼ぶ」が、イブセンの大きな強みのひとつだ。

具体的な販路開拓への取り組み

SEO対策につながるブログをスタート

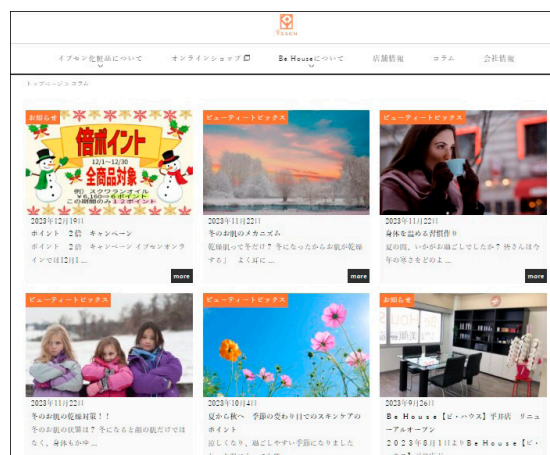
Webサイトの大きな変更点は、新たにブログコンテンツを追加したことです。フェイシャルケアに関心のある方に向けた情報発信でファンを増やし、サロンの集客につなげるための施策です。ブログ記事によって検索順位が上がりサイトへの流入が増えれば、集客にもつながります。ブログ記事の作成では、以前からサロンで作っていた広報誌が役立ちました。文案に応用できる素材が、実は社内にあったことに気づけたのも嬉しい発見でした。次にこれまで各サロンで個別に発信していたSNSについても、イブセンとして統一した運用を図ることにし、アドバイザーの勧めにより専門家派遣にてSNSの運用方法や写真撮影のレクチャーを受けました。

デジタルマーケティングの効果

デジタル施策をサロンの集客につなげる

改修したWebサイトでは、サロンの従業員が作成したブログの記事も徐々に増え、自走体制が整いつつあります。効果の

改修を終えたWebサイト。今後もブログ記事やSNSを通じて、美容の知識やイブセンの魅力を広く情報発信していく。



分析はこれから行っていくこととなりますが、アドバイザーからGoogleアナリティクスでのアクセス解析の方法や解析データの活用法について学んでいますので、今後自社で行っていきます。改善を図りながら、CVR（コンバージョン率）を向上させ、Webサイトからサロンの集客につなげていきたいと思っています。

ECサイトとFC開業支援の強化にも着手予定

ハンズオン支援の最大のメリットは、企業の経営状況やデジタルマーケティングのレベル感に合わせた施策を助言、伴走していただけたところだと感じています。実際、支援前に比べて当社の取り組みは確実に前進しました。これから第2フェーズとなるECサイトの強化やフランチャイズのオーナー様獲得に向けたアプローチなどに、デジタルマーケティングでチャレンジしていきたいと考えています。(2023年12月時点の情報です)

■事業内容：オリジナル化粧品・健康食品等の企画、製造、卸、販売/フランチャイズシステムの運営、直営店舗経営など ■設立：1986年12月 ■資本金：1,000万 ■住所：東京都江戸川区東小岩6-8-11

HP：<https://ibsen.co.jp/>



サロンの集客10%向上を目指し、まずはWebサイト改修に取り組みました

これまでデジタル施策を協力会社に任せてきたため、社内にノウハウが残らず、費用対効果も分からない状況でした。これを打開すべく、事業の3つの柱に優先順位をつけて中長期的な視点で戦略・計画を立てました。まずはWebサイトの改修に取り組み、2023年12月にほぼ完了しています。現在は効果を検証しながら細かい部分に自社で修正を加えている段階です。今後はSNSを活用してさらなるファンの獲得に取り組んでいきます。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム
アドバイザー 藤原 哲史

