

NYの皮膚科クリニックの処方を取り入れた化粧品ブランド

「クリニーク」が、プランタン銀座にオープン

2013年3月1日(金) 本館1階

進化するプレステージ ビューティ ショッピング…自由に試せる&ゆっくり相談

化粧品ブランド、クリニーク（日本支社:ELGC株式会社|千代田区、代表取締役社長 エリック ドウイエ）は、2013年3月1日(金)より、プランタン銀座 コスメティック フロアに新規出店します。

クリニークは、シンプルで効果の高いスキンケアや、健康的でフレッシュなイメージのメイクアップ製品が揃うグローバル化粧品ブランドです。NYの皮膚科医の考え方を取り入れて、100%無香料でアレルギーテストを徹底して製品開発をしています。

◆ 独自のストア デザイン コンセプト(SAYLI)

この出店で、接客サービスをさらに進化させ、多様化するショッピングスタイルに対応します。近年、新ストア デザイン コンセプト『サービス アズ ユー ライク イット(SAYLI)』を、日本を始めとする主要諸国で展開していますが、プランタン銀座でも、SAYLIの特徴である、「自由に試せるセミセルフ スペースと、ゆっくりコンサルテーションも受けられる接客スペースの組み合わせ」で、月間3000名規模の集客を目指します。



『ディスカバリー バー』
(Story-Telling)

【楽しい買い物空間を提供する SAYLI の構成要素】

● 世界初導入『ディスカバリー バー』(Story-Telling)

このたび、女性向けのファッション スペシャルティ ストアとして人気の高いプランタン銀座には、世界初の試みとして『ディスカバリー バー』(円卓上の筒状什器)を導入します。ディスカバリー バーは、製品情報が心に響き、記憶に残るように伝える目的で“ストーリー テリング”手法を取り入れました。スライドボタンなどワンタッチの操作性が組み込まれた計7つのウィンドーには、それぞれ製品の機能や、肌への効果をすばやく伝える工夫が施されています。

たとえば、ベーシックケアの乳液のウィンドーには、潤いで満たされふっくらとした肌と乾いた肌のイメージを対比したスポンジを設置するなど、来店客の想像力を刺激するエンターテインメント性を盛り込みました。

ブランドや製品になじみの薄い方も、すでに知識を持っている方にも化粧品選びを楽しんでいただけるエレメントです。

● スマイル プレスレット

望む時、望む時間内で、望む内容のサービスを受けるための、遊び心あふれる3色のプレスレット。“自由に試したい”(ピンク)、“相談したい”(グリーン)、“急いでいます”(ホワイト)を、意思表示できます。渋谷ヒカリエ ShinQs(東京・渋谷)、阪急うめだ本店(大阪・梅田)について、3店舗目の導入。



● クリニーク スキン ダイアグノスティック

Apple iPad®に搭載された、一人でできる肌診断アプリ。基本的な設問に答えて90秒前後で、肌にあった製品を探せるツールです。(対応言語:日、英、中、韓/製品組み合わせは18万通り) 診断内容は、自分宛てにメール送信したり、印刷して持ち帰ることができます。また、ユーザーの製品レビュー サイトなどの閲覧もできます。

【化粧品ブランド クリニークについて】 www.clinique.co.jp

米国ニューヨーク州の皮膚科医の発案で創設され、世界140の国と地域で展開する化粧品ブランド。2010年よりストアデザインを順次刷新し、買い物のスタイルも選べるサービス SAYLI を導入。日本参入の1978年以来、百貨店流通を中心に150以上の拠点と、公式オンラインショップで販売。日本支社:ELGC株式会社 米国本社: The Estée Lauder Companies Inc.

【クリニーク プランタン銀座】 占有面積 39.3 平方メートル

東京都中央区銀座3-2-1 本館1F クリニーク直通 TEL 03-3538-3106 営業時間 11:00~21:00(日曜20:00)

【本リリースに関するお問い合わせ】

クリニーク事業部 広報部直通電話 03-5251-3480 FAX 03-5251-3426 clpr@clinique.co.jp