

削らない角質ケア「ベビーフット」累計販売個数 1,800 万個突破！※1
海外展開拡大と国内のブランド定着がロングセラーに
“キーポイントは、地道な努力と継続的コミュニケーション”

株式会社リベルタ（本社：渋谷区 代表取締役：佐藤透）は、削らない角質ケア「ベビーフット」がシリーズ累計販売個数 1,800 万個を突破したことをご報告致します。



ベビーフットパッケージ画像

発売から20年のベビーフットは、削らない角質ケアカテゴリNo1ブランド※2として国内に定着、現在世界63カ国で展開※3しています。幅広い地域と世代の方に愛用され、多くの人の足を綺麗にする商品として更に海外展開の拡大を続けています。

【ロングセラー4つの理由】

①インターネット社会の時代変化による、口コミの力

フットパックを履いて浸して洗い流すだけで、数日後に角質がぼろぼろ剥ける**効果の分かりやすさ、剥けた時の衝撃、その効果を人に言いたくなるような商品**ということが口コミ派生の要因。まずは使ってみて欲しいと、大量のサンプリングを2008年に実施。その頃からブログやSNSが普及し、口コミがネット上で拡散。現在も口コミによって広がりを見せています。

②お客様の声による商品改良

お客様満足度調査(NPS)をもとに、使用方法・処方変更等、商品開発や改良を度々行っています。お客様の声を大切にし、仕様や処方を変え、常にお客様の立場に立った商品改良を目指しています。



③コミュニケーション活動（一部抜粋）

定期的にイベントを行い、現状の商品やサービスへ対する生の声を聞きお客様との接点を大切にしています。

「ズルむけコンテスト」2008年～

角質の剥ける衝撃は**誰かに自慢したくなる**ことから、ユーザー参加型コンテスト形式のコミュニケーションの場を作りました。それにより、**使った事の無い人がズルむける効果を信用**してもらえるきっかけ作りにもなりました。現在までに12回開催され、海外でも行われています。

「シンデレラをさがせ」2015年5月～

“シンデレラが魔法にかけられたように、美しい足裏を手に入れて頂きたい”そんな想いを込めて、本物のガラスの靴を履いてプリンセス気分を味わえるイベントを国内5都市・ニューヨークにて実施。世界各地で継続しており、2018年にはマニラでも行われ現在までに9カ国で実施しています。



イベント

「ベビーフットミニオンパッケージ発売」2017年11月～

ベビーフットとして、**初のキャラクターコラボ**を実施。ベビーフットは若年層へのリーチが弱く、20代の購入率は通常パッケージで13%程でしたが、ミニオンとのコラボ品は約40%を超え、新規層の認知獲得となりました。更に、「**パッケージ・香り・フットパックシール・取り扱い説明書**」をミニオン限定版に変更し、**当たりカード付**という特別感があったことからベビーフットユーザーの方も楽しんで頂けました。また通常品が売れる店舗とは異なる、モール型店舗での販売数も伸ばすことができました。



企画品

「ベビーフットニスタ」2014年～

ベビーフットを定期的に長く愛用し、更に使用感等を口コミで広げてくれるファンが多くいます。その方たちを“ベビーフットニスタ”として集め、コミュニケーションの場を作りました。モニターとして意見を頂いたり、商品と一緒に作り上げ、ベビーフットを盛り上げてもらっています。またベビーフットニスタ限定イベントを開催することで、美容や健康に関して改めて意識してもらい、知識を深めてもらうきっかけを作っています。

ファンコミュニケーション

【この商品に対するご依頼やお問い合わせ】

株式会社リベルタ 商品部 PR担当
 代田(シロタ)・山田(やまだ) : press@liberta.net
 〒150-8512 東京都渋谷区桜丘町 26-1 セルリアンタワー5F TEL : 03-5489-7667 / FAX : 03-5489-7686
 お客様お問い合わせ先 : TEL : 0120-718-456 (365日9時～21時受付)

④63 国^{※3}の海外展開

各国の地域性や特性に合わせてベビーフットの展開方法を変えることにより、特定の国だけでなく文化の異なる世界で「ベビーフット」の認知を上げてきました。

海外のフットケア商品は保湿クリームが主流で、一般消費者向けのケアアイテムは少なく、更にベビーフットの効果の分かりやすさ・インパクトが世界各国で受け入れられている要因の1つです。

■アメリカ 世界売上 No.1

世界63 国^{※3}展開している中で、**アメリカが No.1 の売り上げ**を誇っています。某テレビ番組のキャスターが、効果の高さに驚き番組内で商品の効果伝えたことから、業界人やセレブリティまでもがベビーフットを使用してくれるきっかけとなり、その結果口コミによって広がりました。

また、各地域の展示会に年3～4 回程小まめに参加し、コンタクトポイントを増やすことで、アメリカ本土の広い地域で認知獲得することが出来ました。



アメリカ オランダでの展示会

■イスラエル セレブリティ動画コンテンツ

2018 年3 月に、有名セレブリティ兄弟（Omer と Neta）がベビーフットを使用し、その動画を youtube にて投稿。

動画が Instagram や FaceBook など SNS 上で拡散され、イスラエルという土地柄でもベビーフットの認知を高める事が出来ました。



イスラエル セレブリティ動画キャプチャ

【今後の展望】

国内：ベビーフットの認知度は現在約 24.6%^{※4}。更なる認知獲得を目指し、コラボ等の企画商品を検討し新規顧客の獲得を目指します。

一方向リピート率は**60%以上**^{※5}。お客様とのコミュニケーションを継続し、ベビーフットファンの拡大と商品改良を続けていきます。

海外：アメリカでの売り上げを引き合いに、流通がスタートしたイギリス・ドイツ・フランスなどのヨーロッパでの認知獲得を目指しています。

また、中国では 2017 年にスタートしたオンラインの売り上げが好調の為、更なる飛躍を目指します。

◎2019 年には、国内海外累計販売個数**“2,000 万個突破”**を見込んでいます。

【商品概要】「ベビーフット」ブランドサイト：<http://babyfoot.co.jp/>



【商品名】ベビーフット イージーパック DP60
 【香り】ジャスミンアップル
 【価格】1,600円（税抜）
 【サイズ】Sサイズ24cmまで、Mサイズ27cmまで
 【販路】全国のドラッグストア、バラエティショップ、総合スーパー、百貨店、自社ECサイト、ECモール



【商品名】ベビーフット イージーパック DP60(メンズ)
 【香り】マイルドミント
 【価格】1,600円（税抜）
 【サイズ】Lサイズ30cmまで
 【販路】全国のドラッグストア、バラエティショップ、総合スーパー、自社ECサイト、ECモール



2018 年 4 月 15 日発売
 【商品名】ベビーフット さらさらフットジェル
 【価格】925 円(税抜)
 【内容量】60g
 【販路】全国のドラッグストア・バラエティショップ、自社 EC サイト、EC モール

※1:2018 年 6 月時点(シリーズ品含む) ※2:富士経済 美容家電・化粧品雑貨マーケティングトレンドデータ 2014-2015「角質除去関連用品より ※3:日本・中国・韓国・台湾・香港・タイ・インドネシア・マレーシア・シンガポール・ベトナム・フィリピン・インド・ノルウェー・デンマーク・スウェーデン・フィンランド・スイス・フランス・ドイツ・イタリア・イギリス・アイスランド・ベルギー・オランダ・ルクセンブルグ・オーストリア・ルーマニア・スロベニア・エストニア・ラトビア・リトアニア・ロシア・UAE(ドバイ)・オマーン・バーレーン・カタール・クウェート・イエメン・ヨルダン・サウジアラビア・パレスチナ・イスラエル・トルコ・イラン・オーストラリア・ニュージーランド・USA・カナダ・コロンビア・パナマ・メキシコ・キプロス・ハンガリー・レバノン・イラク・エクアドル・ペルー・グアテマラ・コスタリカ・ベネズエラ・カリブ海諸島・コンゴ・ペリズ ※4:2017 年 11 月 17 日～24 日に男女 10,000 名対象に実施したインターネット調査 ※5:2016 年 5 月 2 日～3 日に男女 262 名対象に実施したインターネット調査

【この商品に対するご依頼やお問い合わせ】

株式会社リベルタ 商品部 PR 担当

代田(シロタ)・山田(やまだ)：press@liberta.net

〒150-8512 東京都渋谷区桜丘町 26-1 セルリアンタワー5F TEL：03-5489-7667/FAX：03-5489-7686

お客様お問い合わせ先：TEL：0120-718-456（365 日 9 時～21 時受付）