

株主さま向けオンラインイベント 開催概要

株主の皆さまとの対話を目的とした株主さま向けオンラインイベントを開催しました。

ヘアケア事業の変革～髪生きる力を、人の生きる力へ～



開催概要

日付：2024年11月8日（金）

出席者：ヘルス&ビューティケア事業部門ヘアケア第1事業部 事業部長
研究開発部門 ヘアケア研1室
執行役員 法務部門統括

内山 智子
藤永 浩輝
長谷川 亜希子

説明内容：

1. 花王ヘアケアの歴史と事業戦略
2. 新ハイプレミアムブランド 第1弾 “melt”
3. 新ハイプレミアムブランド 第2弾 “THE ANSWER”
4. Segreta PREMIER

質疑応答の要旨

1. **ハイプレミアム、プレミアムマス、リーズナブルマスと3つの価格帯の話があったが、それぞれ本体1本あたりの価格か。また、1本あたりの使用回数はメーカーではどのように設定しているのか。**
3つの価格帯の規定はシャンプー1本の価格である。シャンプー1本あたりの使用回数は、シャンプーの種類や髪の毛の長さにもよるが、セミロング～ロングヘアの方が1回3プッシュ程度を基準として、花王では2ヶ月前後相当で設定している。
2. **melt や THE ANSWER のブランド名に決めた過程や、その名前に入れた思いを教えてください。**
melt は、「セルフケア」「ご自愛」を大事にしたいという思い、リラックスしてお風呂の中で「とろける」をイメージして、melt にした。
THE ANSWER は、自分にとって本当に良いものを追求するお客様に、「これが答えである」「正解」と示せるブランドにしたいという思いを入れた。

3. THE ANSWER は、男性客にもおすすめか。

髪へのヘビーダメージの悩みを解決したいという商品であり、最近では男性でもヘアカラーやパーマを楽しんでいるので、スタイリング剤などにより、髪の毛を酷使される方にこそ使って頂きたい。

4. melt/THE ANSWER の売れ行きはどうか。

想定以上の売れ行きで、順調・好調な滑り出しとなっている。期待に応えることができたと感じている。

5. THE ANSWER の開発秘話や、苦労した点を教えて欲しい。

本商品のシャンプーには、水溶性と脂質性の異なる成分を混ぜ合わせることで、コンディショナーに近いクリーム状の材質となっている。クリーム状のものを泡立たせることは難しく、消費者の皆さまに髪を洗っていることを実感頂けるほどの泡立ちを作り出すことに苦労した。

6. 地肌ケアにおすすめの商品は何か。

当社の商品で地肌ケアに向いているのはメリットである。お子様からお年を召した方までお使い頂ける。また、しっかり油を落としたいという方には、SUCCESS がおすすめである。男性の毛穴詰まり、頭皮の汚れに特化した設計となっている。

7. メッシュなどのダメージ髪にはどの商品が一番良いか？

ダメージへのケアであれば、THE ANSWER が良い。トリートメントもダメージに応じて3種類を用意している。また、価格帯は異なるが、ダメージケアに Essential Premium も用意している。

8. メリットは 40 年前に使っていたが、その頃と現在とでは、成分はだいぶ変わっているか。

40 年前と比べると、生活スタイルや外部的な環境変化により、変わってきている。

当時は頭皮のフケやかゆみを抑える成分が中心であったが、小さなお子様の弱い力でもちゃんと洗えるといったニーズに合わせ、汚れ落ちが良いものに変更するなど、時代の変化・ニーズに合わせ、アップデートしている。

9. ヘアケア製品のクリーミー成分は流した後、うまく分解されるか？環境の負荷が気になる。

環境への影響を配慮し、生分解性の実験を行い、環境に負荷をかけない設計にしている。常に一つ一つ設計段階からチェックするようにしているので、安心してお使い頂きたい。

10. melt の炭酸パウダーが特徴的だが、melt ライン買いでなく、単体で多く売れているものはあるか。

当社としてはラインナップを揃えて使って頂きたいが、1 回分のお試しサイズもご用意しているので、まずは使ってみて、気に入って頂けたら揃えて頂きたい。

以上