

## 花王化粧品事業、美容部員のブランドユニフォームを刷新 各ブランドの世界観を極めたデザインへ

花王株式会社

花王株式会社は、このたび、化粧品ブランドの個性を磨き上げる取り組みの一環として、6つのカウンセリングブランドにおいて、美容部員が着用するユニフォームを刷新し、2021年10月1日より順次導入いたします。

花王は、2018年5月に、グループの化粧品事業における新たな成長戦略の柱として、“新グローバルポートフォリオ”を策定し、グローバルで展開を強化する11の戦略ブランド「G11」と、日本を中心に重点育成していく8ブランド「R8」を選定しました。以降、花王グループならではの確かなエビデンスと五感に訴える感性美の融合によりブランドの個性を磨き、日本を含むアジア・欧州での強化・育成を図っています。

また、2021年4月にはグループの美容カウンセリング会社「ソフィーナビューティカウンセリング株式会社」と「カネボウビューティカウンセリング株式会社」を統合し、新たに「花王ビューティブランドズカウンセリング株式会社」(KBBC)を設立。カウンセリングブランドにおいて、美容部員のプロフェッショナルなカウンセリング活動を通じてブランドの世界観・価値観を伝達し、ご愛用者の維持・拡大を進めてきました。さらに、7月からは、KBBC本社内に美容情報発信専用スタジオを開設し、お客さまとブランドを直接つなげるコミュニケーションを強化しています。

今回、「G11」に選定されているグローバルカウンセリングブランドの「SENSAI(センサイ)」「est(エスト)」「KANEBO(カネボウ)」、プレステージメイクブランド「LUNASOL(ルナソル)」、「R8」の国内カウンセリングブランド「TWANY(トワニー)」「ALBLANC(アルブラン)」において、ブランドの伝道師としてお客さまとブランドをつなぐ美容部員が着用するユニフォームを、ブランドごとの世界観やプレステージ性が表現されたデザインに一新いたします。これにより、それぞれのブランドの個性をより際立たせていくとともに、お客さまとブランドの絆を深める取り組みを推進。お客さま一人ひとりの「美」と「個性」に寄り添い、生涯にわたって最高の喜びと笑顔を提供し続けてまいります。