

2019年6月17日

スーパープレステージブランド「^{センサイ}SENSAI」を日本に導入 アジアへの進出でグローバル化をさらに加速

株式会社カネボウ化粧品

カネボウ化粧品は、2019年9月、欧州を中心に40カ国以上で展開するスーパープレステージブランド「^{センサイ}SENSAI」を日本に導入します(35品目75品種・3,000円~71,500円<税抜>)。

SENSAIカウンターを百貨店に設置し、日本をはじめとするアジアに向けてブランドの世界観を発信する旗艦店とします。さらに2020年に予定している中国への導入に先立ち、越境ECやアジアでの免税店ビジネスもスタートさせ、日本文化への理解と関心が高く感性の豊かなお客さまに向け展開していきます。

今回、「SENSAI」のグローバル化を加速させることで、花王グループ化粧品事業のグローバル戦略ブランド「G11」のフラッグシップとして、確固たる存在感を発揮していきます。

なお、花王グループは、2025年までに化粧品事業全体で売上4,000億円、営業利益率15%を目指します。



日本導入の背景

花王グループでは、2018年5月に策定した化粧品事業の新たなグローバルポートフォリオのもと、現在、“強いブランドづくり”を推進しています。2019年は、グローバル戦略ブランド「G11」の中でも特にプレステージ領域の強化を掲げ、事業を展開していきます。

「SENSAI」は、グローバルでのさらなる成長を担う「G11」のフラッグシップブランドとして、これまでの欧州・中東を中心としたエリア展開から販路を拡大。本年9月の日本導入を皮切りに、2020年には中国に導入し、以降、アジアでの拡大を目指していきます。

日本の繊細な感性と科学技術を突き詰めた「SENSAI」

「SENSAI」は、1983年に誕生し、現在、欧州・中東他40カ国以上の百貨店・パフューマリー約4,000店で展開しているスーパープレステージブランドです。日本原産の希少な「小石丸シルク」をブランドの核とし、日本製造にもこだわったモノづくりを行ってきました。スキンケアでは、プロセスに沿った丁寧な日本らしい肌のお手入れ方法を、茶道から名付けた「Saho(作法)」^{※1}として提案。日本の繊細な美意識や価値観が、美容業界の中心とされる欧州の感性豊かなラグジュアリー層から支持されてきました。

今回、グローバルで存在感のあるブランドに育成すべく、新たなブランドコンセプトとして「THE SENSE AND SCIENCE OF JAPAN」を提唱。日本ならではの、美に対する繊細な思想や感性と、花王グループの先端の科学技術を突き詰めたブランドとして、独自性を磨いていきます。

※1 W洗顔(クレンジング料を使ってメイクを落としてから洗顔をするお手入れ)、W保湿(化粧水で肌をうるおわせてから乳液やクリームを使用するお手入れ)を、肌を惹きむように丁寧に行うこと

「SENSAI」は、“日本文化への理解と関心が高く、感性の豊かな方”に向けたブランドです。日本導入にあたっては、ラグジュアリーホテルのアメニティや、会員制クラブなどでのイベントやお手入れ会を通じ、「SENSAI」の世界観に浸りながらブランド体験ができる機会をお客さまに提供していきます。日本においてスーパープレステージブランドとしての存在感を高め、アジア拡大への契機としていきます。

商品展開について

今回、日本に導入するのは、グローバルで注力する 35 品目 75 品種です。

「SENSAI」の中核と位置付けるのは、エイジングケア^{※2}「AS シリーズ」(化粧水、乳液、クリーム^{※2}の 3 品)。日本原産の高品質な「小石丸シルク」の、なめらかさや吸いつくような感触、しなやかさ、光を内包した上品な艶めきなど、これらを全て宿す肌を目指したエイジングケア^{※2}シリーズです。年齢とともに多様化する肌悩みに対応し、上質なシルクスキンに導きます。

また、ブランドにおける最高級エイジングケア^{※3}「UTM シリーズ」もラインアップし、スーパープレステージブランドを象徴するアイテムとして展開します。

※2 年齢に応じたうるおい・ハリのお手入れのこと

※3 年齢に応じたうるおい・ハリ・やわらかさ・艶のお手入れのこと



AS シリーズ



UTM シリーズ

トラベルリテールと EC の取り組み

日本での取り扱い店舗を限定する一方で、海外のお客さまに向けては、トラベルリテールを通じて、新しい出会いの場を提供します。今後は、日本をはじめ、アジア主要エリアでの免税店カウンターを設置を進めるなど、トラベルリテール事業を強化していきます。また、中国のお客さまに向けては、2020 年の中国導入に先立ち、今秋以降スタートさせる越境 EC を通じ、帰国後の商品購入機会も提供していきます。

国内においても SENS AI 公式オンラインショップを開設する予定です。

ブランド概要

■ブランド名

SENSAI

日本語の「繊細」に由来。モノづくりやおもてなしに細やかに心を配る、日本文化の精神が込められています。

■ブランドコンセプト

「THE SENSE AND SCIENCE OF JAPAN」

自然の機微を奥深くきめ細かに感じ取る日本の感性や美意識と、細部にまで宿る緻密で高度な日本の技と先端技術。これらを突き詰めたブランドであることを表現しています。

【ブランドムービー】 <http://youtube.com/watch?v=-hpRqTXeNiQ>

■日本導入商品 全てメーカー希望小売価格（税抜）です

計 35 品目 75 品種・3,000 円～71,500 円

【スキンケア】	21 品目	21 品種	3,500 円～71,500 円
・AS シリーズ	3 品目	3 品種	各 18,000 円
・UTM シリーズ	5 品目	5 品種	26,000 円～71,500 円
・SP シリーズ	9 品目	9 品種	3,500 円～7,500 円
・CP EX シリーズ	4 品目	4 品種	13,000 円～26,000 円
【ベースメイク】	5 品目	15 品種	3,000 円～9,000 円
【ポイントメイク】	9 品目	39 品種	4,000 円～7,500 円

■取り扱い店及び発売日

日本国内店舗 : 伊勢丹新宿店 (2019 年 9 月予定)

阪急梅田本店 (2019 年 10 月予定)

トラベルリテール : 成田空港第 2 ターミナル

JAPAN DUTY FREE 店 (2019 年 8 月予定)

EC (E コマース) : 越境 EC (2019 年秋予定)

SENSAI 公式オンラインショップ (2019 年秋予定)