

2006年8月25日

カネボウ化粧品、中国での事業展開を更に強化

～戦略ブランド「インプレス」「ルナソル」を導入し、プレステージ市場での存在感を確立～

株式会社カネボウ化粧品

当社は、中華人民共和国（中国）において、100%子会社・佳麗宝化粧品（中国）有限公司を通じ、戦略ブランド「インプレス」「ルナソル」を百貨店流通に導入します。既に百貨店で展開中の「Kanebo INTERNATIONAL」及び中国国内生産ブランド「AQUA」の強化と併せ、今後ますます成長が期待されるプレステージ市場での存在感を確立していきます。

今秋、上海・八佰伴、北京・百盛、天津・伊勢丹より導入を開始。今後ブランドイメージに相応しい高級百貨店に順次導入し、2009年には約100店での展開を目指します。

なお上海において、現地時間 本日（2006年8月25日）14時00分より、社長・知識賢治出席のもと、報道関係者に同内容の発表会を行いました。

当社中国事業戦略

当社は中国市場において、百貨店約200店で「Kanebo INTERNATIONAL」「AQUA」を展開、上海・北京を中心とした高級薬局約30店で「フリープラス」を展開しており、今後も「百貨店流通」と「高級薬局流通」を重点流通に据え、更なる強化を図ってまいります。

「百貨店流通」においては、「Kanebo INTERNATIONAL」「AQUA」を継続強化するとともに、戦略ブランド「インプレス」「ルナソル」を導入し、プレステージ市場における当社のポジショニングを確固たるものとします。2009年には拠点数を現状の約200店から約500店に拡大します。（「インプレス」「ルナソル」は2009年に約100店）

昨年新規参入を果たした「高級薬局流通」は、「化粧品購入チャネル」として今後大きな伸長が期待される流通であり、2009年には現状の約30店から約1000店まで拡大してまいります。

これらの戦略構想を確実に実行することにより、中国市場における当社のポジションを飛躍的に向上させ、2009年には約200億円の事業規模を目指します。

記

「インプレス」「ルナソル」の概要

インプレス

1. ブランド概要

「最上級の美は印象で決まる。」をブランドコンセプトに、当社の長年の研究により得たノウハウと最先端テクノロジーを結集させたブランド

2. 発売商品 8品目 10品種

3. 価格帯 350元～4,000元

4. 販売形態 当社百貨店カウンターにおけるカウンセリング販売

5. 日本での状況

本年3月に百貨店を中心に導入。ターゲットとしている美意識の成熟した大人の女性の支持を獲得し、計画を大きく上回る実績で推移。

ルナソル

1. ブランド概要

1999年2月、百貨店専用のプレステージブランドとして誕生。2005年2月に「手を抜かず丁寧にメイクをすれば、顔はもちろん心まで洗われる」という新メイクコンセプト「浄化メイク」を提案した。

2. 発売商品 45品目 120品種

3. 価格帯 35円～570円

4. 販売形態 当社百貨店カウンターにおけるカウンセリング販売

5. 日本での状況

新メイクコンセプト「浄化メイク」がターゲットの深い共感を獲得し、2005年度高伸長を示した。

「佳麗宝化粧品（中国）有限公司」の概要

1. 社名 佳麗宝化粧品（中国）有限公司

2. 所在地 中国上海市静安区陝西北路66号 科恩国際中心12F

3. 設立 平成17年11月10日

4. 資本金 12億円（株カネボウ化粧品100%出資）

5. 役員 董事長：岩間孝夫、総経理：垣見匡史

現地発表会における社長・知識賢治スピーチ要旨

本年8月から、当社プレステージ戦略の中核を為す「インプレス」「ルナソル」の2つの戦略ブランドを上海、北京の主要高級百貨店を中心に導入。2009年までに、ブランドイメージに相応しい高級百貨店を中心に、約100店の導入を目指す。

中国は弊社のグローバル戦略における最重点市場であり、当社の「優れた技術に裏付けされた品質」、「女性の感性に響くブランドの世界観」を通じて、中国の女性の更なる美と健康に貢献していきたい。

以上