

2016年頭挨拶（要旨）

株式会社カネボウ化粧品 代表取締役 社長執行役員 夏坂 真澄

株式会社カネボウ化粧品

皆さん、明けましておめでとうございます。

年の初めにあたり、昨年1年間の皆さんのご努力に感謝申し上げます。本日は、2015年の振り返り、2016年の取り組みについてお話しします。

【2015年の振り返り】

昨年度は、国内においてスキンケアが苦戦し、厳しい状況ではありましたが、一方で以下の成果を上げることが出来た1年でした。

<3つの成果>

- ① 1つ目は、アジア事業の伸長です。特に「KATE TOKYO」においては、東京、大阪、博多など日本の主要都市での展開と連動して、アジアの主要都市でもプロモーションを展開し、大きな成果をあげました。また、しばらく低迷していた中国事業が力強く復活しました。
- ② 2つ目は、メイク分野の伸長です。国内では、「KATE」「メディア」「ルナソル」などのメイクブランドが引き続き好調に推移しました。
- ③ 3つ目は、お客さまとの接点の強化です。お店やお店の外でのイベントなど、お客さまにもっと近づく活動、お客さまに当社の商品にもっと触れていただく活動を積極的に展開した結果、新しいお客さまにも出会うことが出来ました。

【2016年の取り組み】

<3つの革新>

今年は次の3つの革新に取り組んでいきます。

- ① 1つ目は、ブランドの革新です。本年度は、特にスキンケア強化に重点的に取り組んでいきます。新しいブランドの発売や既存ブランドのリニューアルなど、お店さまに貢献できる強いブランドづくりを推進していきます。
- ② 2つ目は、カウンセリングの革新です。これまで主にブランド単位の施策を展開してきたために、店頭ではさまざまな情報が氾濫してお客さまにメッセージが伝わりにくくなるがありました。今後はブランド軸にこだわらず、美容理論に基づき、当社としてお客さまにこの時期に何を提案できるかといった観点で、ブランド横断的なカウンセリング活動を推進していきたいと考えています。
- ③ 3つ目は、販売活動の革新です。花王と当社の販社が一体化して、新たに「花王グループカスタマーマーケティング」が設立されました。狙いは総合力と専門性の強化による国内最高品質の化粧品営業組織体を構築することです。組織小売業さまに対しては、従来のように担当者レベルの折衝だけではなく、双方の経営幹部をも含めた企業対企業の取り組みを強化していきます。もちろん、百貨店さまや専門店さまの個別店に対する提案力も強化していきます。

これらの革新を成功させられるかどうかは、社員の皆さん一人ひとりが組織の壁を越えてオープンに議論出来るかどうかにかかっています。仲間や上司とオープンに議論してください。オープンに議論できる風土の会社にしていきたいと考えています。

今年も当社製品をご使用になり白斑様症状を発症された一人ひとりのお客さまのお気持ちを理解し、誠心誠意、お客さまに寄り添った活動を続けてまいります。お客さまへの対応と事業活動、この2つが今年も当社の事業活動の両輪であるということを、年の初めに改めて全社員で確認したいと思います。