

2017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。

昨年1年間の皆さんのご努力に感謝申し上げます。

- ・ 昨年の11月30日時点で、白斑様症状を発症された方が19,605人、そのうち、当社と和解され、対応を終了された方が16,614人、継続対応の方が2,991人でした。本年も、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お願いします。「お客さま対応の活動」と「事業活動」、この二つが現在の我々の活動の両輪であるということを、改めて全社員で確認したいと思います。
- ・ 中期計画の基本的な考え方についてですが、今後は、品目を増やさず1品目あたりの売上を上げる、そして、店舗数を増やさず1店あたりの売上を上げる、つまり売上の質を高めることによって量的にも成長したいと思います。メーカーとして良い商品やサービスを提供し、お客さま、ご販売店様に喜んでいただく、そして得た利益で社員の処遇を改善し、社員の皆さんが笑顔になる、そんな笑顔の連鎖をつくりたいと思います。
- ・ その計画を実現するためのポイントは、カネボウ化粧品でしかできないことに注力し、お客さまにとって、なくてはならない会社になることです。つまり、「カネボウらしさ」を磨き、それを競争力にする、ということです。
- ・ 「カネボウらしさ」の1つ目は、「五感で感じるモノづくり」です。効果はもちろん、五感に訴えるモノづくりを究めることが競争力になります。すでに、「五感設計」という考え方を導入し、モノづくりを実行していますが、小田原の新研究所から、「五感設計」に基づいたカネボウらしい商品がどんどん生み出されてくることを期待しています。
- ・ 2つ目が「寄り添うカウンセリング」です。カネボウらしいカウンセリングは、お客さまと同じ目線でお客さまの悩みやニーズを把握し、パートナーとしてお客さまと一緒に解決するカウンセリングです。ヘアカウンセリングやカウンセリングコンテストの新設、「時間美容」の導入など、これまで「寄り添うカウンセリング」を強化する活動を実行してきました。本年はさらに、スマホを使って、お客さまと店頭を結ぶ新たな仕組みを導入します。
- ・ 3つ目は、「個性に輝きを添えるブランド」、カネボウらしいブランドづくりです。レディ80やテストティモなど、カネボウ化粧品は、その時代の女性の気持ちを理解したブランドづくりをしてきました。この伝統を磨き、個性あるブランドをつくるのが「カネボウらしさ」を強化する3つ目のポイントです。「KATE」「KANEBO」に続き、本年は、カネボウ化粧品の基幹となるスキンケアブランドを育成します。
- ・ 「カネボウらしさ」を磨く、ということの基盤はほぼ昨年でできたと思います。昨年は「一歩前に入る年」でしたが、本年は「カネボウらしさを武器に、攻めに転じる年」にしたいと思います。「カネボウらしさ」を究め、お客さま、ご販売店様、社員が笑顔で満たされる1年にしたい、そのような思いを込めて、「攻めに転じる年」にしたい、と思います。