

Press Release

2023年3月16日

アジアにおけるヘアプロフェッショナルビジネスのイノベーションハブ

ヘンケル、東京に「J-beauty innovation hub」 (ジャパンビューティー イノベーションハブ)を開設

ヘンケルは、300万ユーロ(日本円にして4億円以上)を投じて、東京に「J-beauty innovation hub」(ジャパンビューティー イノベーションハブ)を正式にオープンしました。シュワルツコフと資生堂プロフェッショナルが長年培ってきたヘアカラーのイノベーションとトレンド、プレミアムヘアとスカルプケア、育毛ケア、スタイリング、パーマソリューションなどの専門知識を活かし、アジアにおけるヘアプロフェッショナル事業の拠点となることを目指します。

ジャパンビューティー イノベーションハブは、資生堂プロフェッショナルをヘンケルの組織へ統合するための最新のマイルストーンであり、シュワルツコフと資生堂プロフェッショナルチームが1,400平方メートルの敷地内に共同オフィスを構えています。40名の研究開発員を含む約100名の国際的なスタッフで構成されるこのハブでは、両者が持つ専門性を活用しながら、戦略、マーケティング、製品開発、理美容教育、オペレーションに取り組めます。特に研究開発においては、ヘンケルは新製品開発と成分配合の能力を大幅に向上させることとなります。この合同チームでは、アジアと欧米におけるビューティーコンセプト、トレンド、ソリューションをうまくミックスさせて、アジアのサロンパートナーや消費者に提供できるよう、緊密に連携していきます。



東京で行われたジャパンビューティーイノベーションハブのオープニングセレモニー。

左から、ヘンケル コンシューマーブランド ジャパン研究開発部長 高田耕二、研究開発アジア地域ディレクター リンダ・チャン、ヘンケル 最高経営責任者 カーステン・クノーベル、ヘンケル コンシューマーブランド 取締役副社長 ウルフギャング・ケーニツヒ、ヘンケル コンシューマーブランド アジア地域プレジデント デイビッド・タン、資生堂プロフェッショナル SBU ブランドダイレクター 花村直樹。

3月15日のオープニングセレモニーで、ヘンケル最高経営責任者 カーステン・クノーベルは、「アジアは、特にコンシューマーグッズ市場において多くのトレンドとイノベーションを生み出す非常にダイナミックな地域であり、当社はこれをグローバルに拡大し活用しています。私たちの新しいイノベーションハブは、刺激的で協力的な環境とともに、インパクトのあるイノベーションを加速させ、ヘンケルにとって戦略的に重要なこの地域におけるヘアプロフェッショナル事業をさらに強化するのに役立ちます。これは、当社の競争力をさらに高め、イノベーションを真に競争力のある差別化要因に変えていくという当社の野心を支えるものです」と述べています。

ヘンケル コンシューマーブランド 取締役副社長 ウルフギヤング・ケーニヒは、「私たちは、あえて世界第2位のヘアプロフェッショナル市場である日本に、ジャパンビューティー イノベーションハブをつくりました。ロサンゼルスとハンブルクにあるシュワルツコフ・プロフェッショナルのハブとともに、当社はヘアプロフェッショナル事業において、北米、ヨーロッパ、アジアにまたがるグローバルなエコシステムを確立するに至りました。私たちは、このまたとない機会を活用し、アイコンニックなブランド力をさらに高め、理美容師やコンシューマーのニーズの変化に対応するためにも、新しいイノベーションを推進します」と説明しています。

ジャパンビューティー イノベーションハブの目玉は、研究開発ラボと、カラー観察室や行動観察キューブを備えた高度なエバリュエーション(製品評価)スタジオです。

- **研究開発ラボ**には、製品開発や特性評価のための最新鋭の設備が整っており、日本やアジア向けのヘアケア製品やカラー開発に注力しています。
- **美容鏡やシャンプー台を設置したエバリュエーションスタジオ**では、ヘアケア、ヘアカラー、パーマ、スタイリング製品の総合的な官能検査を実施しています。
- **カラー観察室**では、評価者が24時間365日一定の状況下で髪色を観察できるよう、特殊な照明システムを導入しています。
- **行動観察キューブ**では、一般的な家庭の洗面所を再現しています。テストユーザーとともに研究を繰り返し、その経験から学ぶことで、当社チームはカスタマイズされたソリューションを開発し、製品設計を改善しています。

ヘンケル コンシューマーブランド アジア地域プレジデントであるデイビッド・タンは、「ジャパンビューティー イノベーションハブは、アジアのコンシューマーのために、アジアでのブランド力やイノベーションを推進するという当社の能力をさらに強化するものです。これは、日本だけでなく、アジアにおける最大のビューティー市場である中華圏、韓国、タイ、シンガポール、マレーシアのビジネスパートナーやサロンパートナーにとっても、ゲームチェンジャーとなるものです。マーケティング、ブランド開発、研究開発の各チームが緊密に連携することで、起業家的な文化が生まれ、新しいアイデアの構想やテストをより迅速に行い、市場投入戦略までの意思決定を加速できるようになりました。ジャパンビューティー イノベーションハブは、アジアにおけるヘアプロフェッショナル事業の成長を加速させるために、極めて重要な役割を果たすでしょう」と述べています。

ヘンケルについて

ヘンケルはブランド、イノベーション、テクノロジーにより、産業およびコンシューマー向け事業において世界中の市場をリードしています。アドヒーズブテクノロジーズ(接着技術)事業部門は接着剤、シーリング剤、機能性コーティング剤市場のグローバルリーダーとなっています。コンシューマーブランドは特にヘアケアやランドリー&ホームケアの分野において、世界中の市場やカテゴリーをリードする地位を維持しています。ヘンケルには3つの強力なブランド、LOCTITE(ロックタイト)、Persil(パーシル)、Schwarzkopf(シュワルツコフ)があります。2022年度の売上高は220億ユーロを超え、営業利益はおよそ23億ユーロでした。ヘンケルの優先株は、ドイツ株式指数DAXのリストに入っております。ヘンケルには長いサステナビリティの歴史があり、具体的な目標を掲げた明確なサステナビリティ戦略を推し進めます。1876年に創業したヘンケルは現在、世界に50,000名以上の社員を擁し、多様なチームが強固な企業文化、共通の価値観とヘンケルの社員をひとつにまとめる共通基盤である企業目的「Pioneers at heart for the good of generations」の元に結束しています。さらなる情報はこちら www.henkel.com をご覧ください。

ヘンケルジャパンホームページ: <http://www.henkel.co.jp>

ヘンケルジャパンフェイスブックページ: <http://www.facebook.com/HenkelJapan>

■参考資料:写真とキャプション



研究開発ラボには、製品開発や特性評価のための最新鋭の設備が整っており、日本やアジアに向けたヘアケア製品やカラー開発に注力しています。



研究開発、マーケティング、ブランド開発、製品評価の各チームが同じ敷地内に共同オフィスを構えているため、新しいアイデアの構想やテストをより迅速に行い、市場投入戦略までの意思決定を加速できるようになりました。



シュワルツコフと資生堂プロフェッショナルの研究開発エキスパートが、最新機器を用いて製品開発および特性評価を行い、日本市場およびアジア向けのヘア製品およびカラー開発に注力しています。



美容鏡やシャンプー台を設置したエバリュエーションスタジオでは、ヘアケア、ヘアカラー、パーマ、スタイリング製品の総合的な官能検査を実施しています。



エバリュエーションスタジオでヘアカラー製品の官能検査を行う評価者たち。



カラー観察室では、評価者が 24 時間 365 日一定の状況下で髪色を観察できるよう、特殊な照明システムを導入しています。



「ジャパンビューティー イノベーションハブ」は、アジアの消費者のためにアジアでのプレミアムブランドカとイノベーションを推進することに重点を置いています。