

花王「サクセス」、高級理容室「ヒロ銀座」の協力の下実施した 「かっこつけない理容室」を好評につき再び開催！

参加者は300人以上!!ヒロ銀座の過去キャンペーンの中で最大級の参加に

花王株式会社のトータルメンズケアブランド「サクセス」は、高級理容室を展開する株式会社 HIROGINZAの協力の下、2023年に期間限定で実施した「かっこつけない理容室」キャンペーンの好評をうけて、2024年2月1日から再び開催いたします。



【「かっこつけない理容室」企画概要】

「かっこつけない理容室」は、自分の心に向き合い、いいなと思える自分自身に出会う場所です。理容室には、新しい自分と出会った8人の男性を紹介したオリジナルヘアカタログを設置。カット前のカウンセリングの際には、「自信」「チャレンジ」「自由」など30のパーソナリティを表すキーワードが書かれたシートを提示し、お客様とのパーソナルな対話を通じて、その人らしさを引き出す髪型を提案します。こうした体験を通じて、自分の可能性に気づき、自分を好きと思える人が少しでも増えてくれることを願い、「かっこつけない理容室」を開催します。

※本体験は、ヒロ銀座のカットメニューに付帯して期間限定で提供されるサービスとなります。体験をご希望の場合は、ヒロ銀座・PREMIUM BARBER各店舗のカットメニューご予約の際に該当のクーポンを選択いただくか、ご利用の際にスタッフへ直接お声がけください。

※価格やメニューの詳細は各店舗ホームページをご確認ください。



■企画概要

サービス名：花王サクセス「かっこつけない理容室」

期間：2024年2月1日(木)～2024年6月30日(日)

会場：ヒロ銀座・PREMIUM BARBER 国内全店舗

告知映像URL：<https://www.youtube.com/watch?v=RXTxMujcI8E>

オリジナルヘアカタログ：<https://prtimes.jp/a/?f=d97285-17-8f9e2084fe6d7eec671d59e83e3dcbf6.pdf>

■2023年の参加実績

The infographic is divided into two main sections. The left section has a blue background and features the text: 「かっこつけない理容室」好評につき再び開催決定！ (The 'かっこつけない理容室' is being held again due to high reviews!). Below this, it states that over 300 people participated (300人以上が参加). A small text box explains that the service involves a keyword sheet where customers provide keywords like '自信' (confidence), 'チャレンジ' (challenge), and '自由' (freedom), and staff propose hairstyles based on these. The right section has a light grey background and is titled '参加者からの声' (Voices from participants). It contains two testimonials, each with a small icon of a person. The first testimonial says: 「キーワードシートのおかげで、なりたい自分に向き合うことができました。カット後に気持ちが前向きになりました。」 (Thanks to the keyword sheet, I was able to face myself as I wanted. My mood became more positive after the haircut.). The second testimonial says: 「完成形の自分を見たときに、今までの印象とかなり変わったので、ポジティブな気持ちになりました。」 (When I saw the finished version of myself, my impression had changed quite a bit, so I felt positive.)

2023年11月17日～12月17日で実施した同キャンペーンには、ヒロ銀座の過去キャンペーンの中で最大級の300人以上の方にご参加いただきました。

・参加者からの声

「キーワードシートのおかげで、なりたい自分に向き合うことができました。カット後に気持ちが前向きになりました。」

「完成形の自分を見たときに、今までの印象とかなり変わったので、ポジティブな気持ちになりました。キーワードを選びながら、自分の心と向き合い、可能性に気付きました。これからは楽しみです。」

■今回の取組みに関するコメント

・ヒロ銀座様

普段では入り込めない、お客様の「内面的な部分」までカウンセリングができ、お話する空間がとても楽しかったです。新しい自分に出会うきっかけにもなりますし、驚きや喜びの声をたくさんいただき、嬉しかったです。そして何より、私たちスタッフがお客様を変えたいという意志が強まりました。

・花王株式会社 ヘアケア第1事業部 ブランドマネジャー 林裕也

サクセスでは、「今もこれからも自分に納得ができて、誰もが明るい未来を描ける社会にしていこう」というブランドパーパスを掲げています。しかし、約50%の男性が「自己肯定感が低い」という実態調査の結果があります。この施策を通して、「なりたい自分」に近づけるお役立ちができたのではと実感しています。今後も、ヒロ銀座様と自分の可能性を信じて前向きになれる企画に、取り組んでいきたいと思っております。

■商品概要

『サクセス 最初から泡シャンプー』

○ゴシゴシしなくても毛穴汚れ*¹まで吸着洗浄。

○泡立て時のひっかかり抜け毛を抑えて洗う。

○髪と頭皮までサッと広がるなめらか泡。

- ・アミノ酸系洗浄成分使用
- ・リンスインタイプ
- ・ユーカリ葉エキス配合（保湿成分）
- ・頭皮と髪と同じ弱酸性
- ・フルーティシトラスの香り

*¹ 皮脂汚れのこと



■花王サクセスについて

花王サクセスは、男性の頭皮・髪・肌をケアするブランドとして1987年に誕生し、炭酸*²ジェットで噴射する育毛トニックや、頭皮に直接届く「直（ジカ）シャン」ノズルを採用したシャンプーなど、ユニークなアイテムを提案してきました。自分の可能性を信じて、成長し続けたいと願う、すべての人へ。頭皮・髪・肌をケアする充足感が前を向くチカラとなれるように、これからも新たな商品や価値を提案してまいります。

*²炭酸ガス（噴射剤）

■ヒロ銀座について

メンズ向け理容・美容メニューをはじめレディース向けの美容メニューを提供。より多くのニーズに応えられるよう、ヒロ銀座のほかにプレミアムバーバー、ヒロギンザバーバーショップとコンセプト違いの3ブランドを展開。プレミアムバーバーは、高級感のある個室で理容室の原点、伝統の技を生かし、技術・接客・空間、全てにおいて一流の名に相応しいサービスを追求。ヒロギンザバーバーショップは、クラシックを基調としたお店。アメリカンカルチャーを踏襲した空間でビジネスパーソンスタイルからクラシカルスタイルまで幅広く対応。

「ヒロ銀座」ブランドサイト：<https://www.hiroginza.com/>

【お問合せ先】

<製品に関するお問合せ>

花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター 消費者相談室

TEL: 0120-165-694