

SENSAI

THE SENSE AND SCIENCE OF JAPAN

〈発表会レポート〉

「SENSAI」が中国でブランド導入発表会を開催 B2C オンラインショッピングモール「天猫（Tmall）」に旗艦店オープンを記念

カネボウ化粧品のスーパープレステージブランド「SENSAI」は、2021年9月7日、中国・上海の「上海上生新所 蔦屋書店」でブランド発表会を開催しました。この発表会は、9月9日、アリババグループが運営する中国最大の B2C オンラインショッピングモール「天猫（Tmall）」での旗艦店オープンを記念したもので、日本の美意識や日中の文化交流についての講演会やブランドの提唱する美容法 Saho の哲学を伝える体験コンテンツを実施。日中国交正常化 50 周年を来年に控え、SENSAI は製品や美容を通じて日本の伝統的な美意識や文化を伝えながら、日中両国の文化交流と長期的な友好関係に貢献していきたいと考えています。

「天猫（Tmall）」旗艦店 URL： <https://sensai.world.tmall.com/>



日本の美意識や歴史、文化交流について講演

オープニングでは、在上海日本国総領事館副総領事の奥正史氏や復旦大学日本研究中心の徐静波教授が登壇し、奥正史氏から日本の美意識や文化交流についてお話いただきました。

徐静波教授からは日本の美意識について講演いただくなかで、「中国と日本は、文化的に切り離せない本質的なつながりがあり、日中国交正常化 50 周年を迎えるにあたり、このことを特に大切にすべき」と語られました。

SENSAI

THE SENSE AND SCIENCE OF JAPAN

日本の伝統的な美意識と Saho の哲学を、体験を通じて届ける

今回の発表会では SENSAI の Saho や製品の核となる「小石丸シルク」についても丁寧に紹介。会場にはマンツーマンのハンド体験コーナーを設置し、洗練されたスキンケア体験を通じて、Saho の美学を実感いただく場となりました。

また、日本の伝統的な茶道流派である裏千家から茶道の先生をお招きして、「茶道」のお点前を体験いただく時間も設け、ブランド独自の世界観をゲストに伝えています。



10月8日まで「上海上生新所 蔦屋書店」に「体験ルーム」をオープン

今回発表会を開催した「上海上生新所 蔦屋書店」にて10月8日まで SENSAI ブランドの「体験ルーム」をオープンしています。今後も定期的にポップアップイベントなどリアルな場でのお客様との接点を創出することで、SENSAI の思想や、商品価値を伝えるとともにブランドの世界観を五感で楽しんでいただくことを目指して参ります。



SENSAI

THE SENSE AND SCIENCE OF JAPAN 

花王 化粧品事業部門 SENSAL ブランドグループ長 山口聡一氏

「Tmall 旗艦店オープンは、SENSAI ブランドにとって大事な一歩です。成長著しい中国のプレステージ化粧品市場に向けては、国内 EC、免税、インバウンドと、あらゆる方向からのアプローチを徹底強化していきます。2022 年には、国内への実店舗出店も計画しています。」



■ 「SENSAI」について

1983 年に誕生して以来 40 年近い歳月を経て、ヨーロッパを中心に世界約 40 カ国で販売し続け、2019 年より日本での展開を開始。スーパープレステージブランドとして位置付けられている「SENSAI」は、日本に古来より伝わる希少なシルク「小石丸シルク」の美にインスパイアされ、日本の繊細な美意識と科学技術を突き詰めた商品を取り揃える。海外に向けた越境 EC サイトやアジアでの免税店の取り扱いもスタートし、中国「天猫 (Tmall)」での旗艦店もオープン。

■ SEINSAI の *Saho*

SENSAI では、その方ならではの美しさを引き出すスキンケアステップとメソッドを *Saho* と伝えています。ダブルクレンジングとダブル保湿でシルクスキンを目指すお手入れを茶道の一期一会のおもてなしになぞらえて、*Saho* という美のリチュアルへと昇華しました。