

報道関係者各位

株式会社イロップとの将来的な資本提携を含む業務提携契約締結のお知らせ

2025年7月9日

会社名 THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社
代表者名 代表取締役社長 岩尾 俊兵
(コード：3823 東証スタンダード)

THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：岩尾俊兵、東証スタンダード：3823、以下「ワイハウ」）は、株式会社イロップ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 高橋洋介、以下「イロップ」）と将来的な資本提携を含む業務提携契約を締結いたしましたのでお知らせいたします。なお、イロップ側の株主総会決議の結果を踏まえた上でワイハウからイロップへ出資をおこないます（概ね2025年8月末目処）。

**■ イロップへの出資の背景**

ワイハウは、価値創造本部の「価値創造ソリューション」およびブランド共創部門の「CHALLENGER コンサルティング」を通じて様々な企業支援活動をおこなってまいりました。その中で、推し活マーケティングや Z 世代向けコミュニティ形成など、感情的な価値に着目した新しいマーケティング手法の開発と実践にも取り組んでまいりました。

一方、イロップは2023年7月に設立されて以降、独自開発の「髪色ケア診断」を活用した D2C ブランド「irop（イロップ）」を展開、オンライン・オフラインを融合した新たな美容体験を提供してきました。





こうした中で、当社ヘイロップ社に関する協業および（イロップ側の株主総会決議を経た上で）2025年8月を目途とした資本提携の依頼がございました。当社としては、この資本業務提携を通じて協業関係を一層強化し、イロップの持つパーソナライゼーション体験と、ワイハウのコミュニティマーケティングの知見を組み合わせることで、ビューティー領域における革新的なマーケティングソリューションの共創を目指してまいります。

■ 今後の協業内容

① パーソナライズ体験とマーケティングノウハウの融合

イロップが有する髪色診断をはじめとした高度なパーソナライゼーション体験と、ワイハウが「価値創造ソリューション」「CHALLENGER コンサルティング」を通じて培ってきたZ世代向けのコミュニティ形成・推し活マーケティングのノウハウを掛け合わせ、顧客一人ひとりの感性や価値観に寄り添う新しいブランド体験の創出を目指します。また、サンライズジャパン、渋谷肉横丁、Pavilions等をはじめ、ワイハウグループ会社とイロップとのシナジーも大きいと考えております。



② ブランド体験の深化とエンゲージメントの最大化

単なる機能訴求ではなく、髪色を通じた自己表現や感情の共有を起点にした、より深く長く愛されるブランド体験の構築に挑戦します。さらに、ワイハウがこれまで「推し活」「ファンコミュニティ」などで実証してきた感情価値起点のマーケティング手法を、イロップの美容ブランドに最適化し、生活者に

広く受け入れられることを目指します。また、こうした活動をワイハウグループ各社と連携して進めてまいります。イロップを通じて、顧客エンゲージメントを深化させるブランド戦略モデルの開発を進めてまいります。

■ 価値創造本部の支援内容

価値創造本部としては、イロップに対して「ビジネスモデル囲碁」と「価値創造の三種の神器」を両輪として、以下のサービスを提供いたします。

①「ビジネスモデル囲碁」を活用した事業再構築コンサルティング

既存の業界構造や競争要因にとらわれず、囲碁の対局のように市場の「空白地帯」を見出し、革新的なビジネスモデルの種を発見するワークショップを提供し、イロップの事業内容を深化するお手伝いをおこないます。特に、競争が激化する「レッドオーシャン」から脱却し、独自の価値で新たな市場を創造する「ブルーオーシャン戦略」の実現を支援します

②「価値創造の三種の神器」を活用した日常業務における問題解決支援

以下の三つの思考道具を現場に実装してまいります。未来創造の円形：他者から応援される未来のビジョンを描き出す。問題解決の三角形：対立する立場や意見を昇華し、革新的な解決策を生み出す。七転び八起ききの四角形：過去の失敗や困難をプラスに変え、次の一手を打ち続ける。これらによって、ビジネスモデル革新を絵空事にせず、実行に移すための支援をおこなってまいります。

■ ブランド共創部の支援内容

ブランド共創部としては、以下の3つの新たなマーケティングソリューションの開発を構想しています。

①パーソナライゼーション×コミュニティ構築の融合

イロップの「髪色ケア診断」をはじめとしたパーソナライズ体験により培った個別最適化と、当社のコミュニティ形成ノウハウを組み合わせることで、『同じ髪色の悩みを持つ人々のコミュニティ』『なりたい自分像を共有するコミュニティ』など、パーソナルデータに基づいた新しいコミュニティマーケティングが可能になると考えます。これは他の美容ブランドや、さらには美容以外の領域にも応用可能な汎用的ソリューションとなる将来性を秘めております。

②感情価値創造型のブランディング手法

当社が秋葉原のメイドカフェとの協業などで実証してきた『推し活』『ファンコミュニティ』の形成手法を、ビューティー市場に最適化します。髪色を通じた自己表現を『推し活』のように楽しむ文化を創造し、商品購入を超えた深いブランドエンゲージメントを実現する新しいマーケティング手法を開発します。

③リアル×デジタル融合型の体験設計

オンラインでの診断体験から始まり、リアル店舗でのカウンセリング、SNSでのコミュニティ活動、イベントでの体験共有まで、顧客ジャーニー全体を設計する統合的なマーケティングソリューションを構築します。これにより、大手企業が抱える『デジタルとリアルの分断』という課題に対する実践的な解決策を提供できます。

これらのソリューションは、イロップ事業での実績を踏まえて、他企業にも展開していく予定です。

■ 今後の見通し

本提携による当社グループ業績への影響は、出資比率等が定まっていないものの持分法適用未満の規模となる見込みであること等から、現時点では軽微と考えておりますが、今後、開示すべき事項が発生した場合には、速やかにお知らせいたします。

【株式会社イロップについて】

イロップは、ヘアカラーを楽しむ人のためのパーソナルカラーケアサービスです。独自に開発した「髪色ケア診断」の結果に基づき、一人ひとりの髪色に合った最適なカラーケア商品をお届けします。

所在地：東京都渋谷区代々木 1-58-5 代々木吉野ビル 5 階

設立：2023 年 7 月

代表取締役社長：高橋 洋介

URL：<https://irop.jp/shop>

【THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社について】

所在地：東京都新宿区愛住町 22 第 3 山田ビル

設立：2004 年 7 月 上場：2006 年 10 月 東証スタンダード（3823）

代表者：代表取締役社長 岩尾俊兵

事業内容：価値創造ソリューション、子会社への経営指導

URL：<https://twhdc.co.jp>

■本リリースに関するお問合せ先

当社ホームページのお問い合わせフォームをご利用ください

<https://twhdc.co.jp/inquiry/>