

資生堂 2025 日本パッケージング コンテストにて最高賞を受賞

資生堂は、日本包装技術協会が主催する「2025 日本パッケージングコンテスト(第47回)」にて、出品した4作品が受賞した。特に、「ボトル製造」と「中味液充填」を一体化させることで環境負荷を軽減する「Liquid Form(リキフォーム)」技術をディスプレイポンプ型容器に採用した「イプサム En158(医薬部外品)」が、最高賞であるジャパンスター賞の経済産業大臣賞を受賞した。

ジャパンスター賞(経済産業大臣賞)を受賞した「イプサム En158」は、Liquid Form技術をディスプレイポンプ型容器に採用することで、プラスチック使用量を56%、温室効果ガス排出量を48%削減した。環境に配慮しつつ、化粧品としての魅力を損なわないデザイン性、使いやすさを同時に実現している。

ポーラ

ポーラは、日本包装技術協会が主催する「第47回2025日本パッケージングコンテスト」にて、最高峰アメニティブランド「UG EN」がトイレットリー包装部門賞をそれぞれ受賞した。今回の受賞は、ポーラの製品におけるデザインと機能性の融合、環境配慮への取り組みが高く評価されたもので、同社が化粧品容器の分野で、美意識、機能性、サステナビリティを高い次元で融合させていることを示している。

「2025日本パッケージングコンテスト」でW受賞

UG ENの「B. A グランラグ」は、従来のアイデンティティを継承しつつ、「ジャパニーズモダンリファインメント」をコンセプトに、プレスデージ感とサステナビリティを両立。パールが容易なケミカルリサイクルPETを約50%使用し、見た目の美しさも兼ね備えた新容器開発に成功した。



「IUGEN」は、ハイプレスデージ施設に特化したポーラの最高峰アメニティブランド。容器は透明感のある有機的な形状で、周囲の風景を映し込み、空間と時間に合わせた表情の変化を創出する。これにより、訪れる人々に常に新しい印象を与え、日本の「幽玄」の美意識を感じさせるデザインが追求された。ロゴマークも「幽玄」の漢字をミニマルに表現。環境配慮として、ボトルには再生PETを100%採用している。

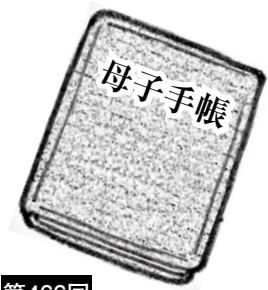
25年上半期ベスコス20冠を牽引

DECENCIAは、今年1月30日にリニューアル発売したDECENCIAの最高峰シリーズ「DECENCY(ディセンシー)」の敏感肌用美白クリーム「フライトリフトクリーム」(医薬部外品、本品1万450円、レフィル9900円、写真)で、20冠中15冠を獲得した。

同品は、健やかな角層を疑似的に再現する「ヴァイタサイクルヴェール」と、ふっくらとハリのある立体角層に導きバリア機能をサポートする「バスケットウィーブ処方」の2つのディセンシア独自技術を初めてダブルで搭載したアイテムだ。さらに、美白・肌荒れ予防のポーラ・オルビスグループ独自の成分「D-パントテールW」を配合し、シミ・

ヒット商品

母子手帳



第466回

「ディセンシー ブライトリフト クリーム」
DECENCIA

「ディセンシー ブライトリフト クリーム」は、今年1月30日にリニューアル発売したDECENCIAの最高峰シリーズ「DECENCY(ディセンシー)」の敏感肌用美白クリーム「フライトリフトクリーム」(医薬部外品、本品1万450円、レフィル9900円、写真)で、20冠中15冠を獲得した。



「当社を知っていたら、発売前に実施したサンプリング施策も奏功し、離脱が非常に少ない形で商品の発売を迎えることができた」と語る。

「当社の目指しているのは、顧客創出の入力口となり得る商品がディセンシーシリーズだ。下半期は11月5日にホリデーキットを発売してディセンシーへのアップセルを促すほか、リアル店舗(@cosme STORE)での接点強化をより一層図っていく(同社)之

