

コーセー

インフィニティ、限定品購入で
アフリカ女性を支援

コーセーは、ハイプレステージブランド「インフィニティ」が取り組む「Share the Bloom」キャンペーンを、5年目となる2025年も11月16日〜12月31日まで実施する。期間中、「インフィニティロイヤルフラワーコレクションXIV」を購入すると、1点につきアフリカのバラ農園で働く女性に生理用品が寄付される。この取り組みは、女性たちの経済的負担の軽減や生活環境の改善を支援することを目的としている。

同社は2021年から、用創出や経済循環につなぐ、発展途上国の女性や子供たちの生活環境改善を目指す「One of Loveプロジェクト」の活動に賛同し、「Share the Bloom」では、エチオピアの13カ所のバラ農園で働く約6000名の女性に、洗って繰り返し使用可能な生理用品が提供された。この活動は、物価上昇の影響で日用品の購入が困難になっている現地の従業員への欠勤・離職率



の低下にも寄与しているという。キャンペーンの対象商品「インフィニティロイヤルフラワーコレクションXIV」は、11月16日に限定発売される。14周年のコンセプトを「Royal Bloom」とし、高貴なツヤ肌を呼べるフェイスパウダー「セラムインパウダー」と、唇のケアもできるエイジングケアルージュ「セラムルージュ」の2種を展開する。

「セラムインパウダー」(9g)は、くすみや小ジワをソフトフォーカスし、内側から光が溢れるような上質なツヤと透明感を与える。独自の「セラムラッピング製法」により、すべての粉体を

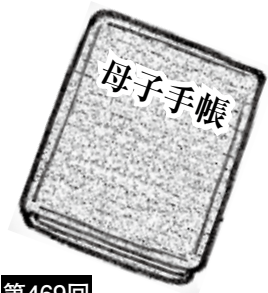
タンパク質ケアで発売2カ月195万個突破

ファイントゥデイは、「いい髪はタンパク質から」という革新的なコンセプトのもと、ヘアケアブランド「+tmr」(プラストウモロ)を展開する。資生堂のパーソナルケア事業を継承した

このブランドは、コロナ禍で高価格帯市場が伸長したことを背景に開発された。従来の「潤い」ではなく、髪の主成分の8割以上を

母子手帳

ヒット商品



第469回

「+tmr」
ファイントゥデイ

同社は、その確固たる強みをヘアケア分野で発揮している。このブランドは、コアという新たな選択肢を提案する。使う喜びにもこだわり、吉兆のサイン「彩雲」をモチーフにしたパッケージと、心弾むフローラル系の香りを採用している。

この本質的な提案と情緒的価値の融合は、市場で爆発的な支持を集めた。2024年2月の全国発売からわずか2カ月で累計出荷数195万個を突破。さらに、24年上半期には



多数のベスコスを受賞し、品質と価値が広く認められた。同社は「初のオリジナルブランドとして全社一丸となり注力した。ベスコス受賞は、ブランドの価値が生活者に受け入れられた証と実感した」と手紙を語る。

インバサアイテム中心のプロモーションの最中、ヘアセラムも同時受賞したことを受け、24年秋にはシャンプー、トリートメント、ヘアセラムを同梱した企画品を異例のスピードで発売。厳しいスケジュールながら、社内連携により短期間での商品化を実現し、PDCAを高速で回した。今年9月に発売した3ライン目となる「ブ



は、「ヘアケアの本質における一つの解として、タンパク質に着目したケア」という選択肢を、より多くのお客様に届けていきたい」と述べ、今後も本質的な美しさを追求する姿勢を強調し、市場を牽引していく構えだ。(上)

カネボウ

化粧品よ、TAISHI
(大志)を抱け。WebCMを公開
「胎脂」研究から生まれたクリームを訴求

カネボウ化粧品は、自社の化粧品ブランド「KANEBO」の新WebCM「化粧品よ、TAISHI(大志)を抱け。」の配信を9月5日より開始した。

新WebCMは、「I HOPE」を掲げ、美

ではなく希望を発信するKANEBOのブランド思想を表現したものであり、約40億年かけて進化してきた生命、人間が持つ強さに敬意を表し、人間そのものを肯定する化粧品づくりへの思いが込められている。CMで



やアニメーションで生命のつながりが表現されている。出演者である中島セナ氏、柊木陽太氏、銀粉蝶氏、湯浅亜美氏、GENDAI氏の5名が、それぞれの人生を生きる「一人の人間」としての迫力ある姿を映し出し、人間が持つ生命としての強さを描いている。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

資生堂

「STEAM Girls Award」の入賞者を発表
「好き」から広がる探究心と創造力を支援

資生堂は、グローバルラグジュアリーブランド「クレド・ポーボーテ」とSteAMが共催する「STEAM Girls Award」の入賞8グループを決定した。このアワードは、日本の女子小学生・中学生を対象に、STEAM分野(科学、技術、工学、芸術、数学)における創造的な探究活動を支援するもの。8月8日には、大阪・関西万博で入賞者の表彰とポスター発表が行われた。

参加者は3つのテーマ安全など幅広いテーマを扱っており、「命の語り」から作るポリポット」など発表された。審査委員長の中島さち子氏は、応募作品の「多様なワクワクと独創性」を高く評価し、探究を続けることの重要性を伝えた。

優秀賞を受賞した8作品は、防災、環境、食の

セナ氏、柊木陽太氏、銀粉蝶氏、湯浅亜美氏、GENDAI氏の5名が、それぞれの人生を生きる「一人の人間」としての迫力ある姿を映し出し、人間が持つ生命としての強さを描いている。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

この契約に基づき、2025年10月3日に開業する「TOYOTA ARENA TOKYO」にて、施設の衛生環境を整備し、衛生習慣の定着を促していく。

花王「ビオレ」とKPS、TOYOTA
ARENA TOKYOの衛生パートナーに

花王のスキンケアブランド「ビオレ」と、花王グループで法人向け衛生事業を手がける花王プロフェッショナルサービス(KPS)は、B.LEAGUE所属のプロバスケットボールチーム「トヨタアルバルク東京(アルバルク東京)」とパートナー契約を締結した。

この契約に基づき、2025年10月3日に開業する「TOYOTA ARENA TOKYO」にて、施設の衛生環境を整備し、衛生習慣の定着を促していく。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

また、CMの楽曲には、少年少女合唱団による「唇よ、熱く君を語れ」が採用されており、複雑で困難な世界を生き抜く人間の強さを称えるアレンジが加えられている。KANEBOのものづくりは、人類が過酷な環境に立ち向かってきた際に最初にもつバリア膜「胎脂(たいし)」に着想を得ている。この研究から生まれたのが、朝を促進していく。

Bioré

kao
花王プロフェッショナルサービスALVARK
TOKYOTOYOTA
ARENA
TOKYO

これからの取り組みを通じて、来場者が快適にスポーツやエンターテインメントを楽しめる環境を整え、社会の活気向上に貢献していく考えだ。