SABFAの新校長に進藤郁子氏が就任
AIには創れない「心揺さぶる美」を育む

資生堂が運営する美の総合アカデミー「SABFA（サブファ）」の第9代目新校長に、資生堂トップヘアメイクアップアーティストの進藤郁子（しんどう・いくこ）氏が10月1日付で就任することが発表された。

SABFAは、技術力の向上に加え、未来を創造する力を育むことを目指し、AIには創れない「心揺さぶる美」を生み出す人材の育成に一層注力していく方針だ。

新校長に就任する進藤氏は、2007年にSABFAを卒業後、資生堂に入社した。ビューティーディレクターとして「MAJOLICA MAJORCA」の宣伝広告や商品開発に携わり、多くの女優やタレントから指名を受けるトップアーティストとして活躍している。また、ファッション誌や美容誌、ニューヨーク、パリ、東京でのコレクションのヘアメイク、美容師向けのセミナーなど、活動の場は多岐にわたる。2013年には「JHA（Japan Hairdressing Awards）」大賞部門でグランプリを受賞するなど、その実力は高く評価されている。

校長就任にあたり、進藤氏はSABFAを「仲間とともに美の可能性に挑み、徹底的に自分を鍛えるトレーニングジム」と表現した。SABFAの教育は、「単なる技術伝達にとどまらず、現役のアーティストが現場で得た成功や失敗の経験、常に変化するトレンドを共有することで、実践で活用できる『生きた力』を育む場である」と語る。自身もSABFAの卒業生として、高い目標を持つ仲間と切磋琢磨できる環境の重要性を強調している。

進藤氏

約500万円の究極フレグランスで初コラボ
ミキモト　ラリック

日本のハイジュエラー「ミキモト」と、フランスのクリスタルガラスメゾン「ラリック」が、初のコラボレーションフレグランス「フォーチュンリーブス、クリスタル エディション」を発表した。

両メゾンの職人技と芸術性を融合させた、世界限定10点の希少な限定品だ。価格は495万円。9月10日より、ラリックとミキモトの一部店舗で販売を開始した。

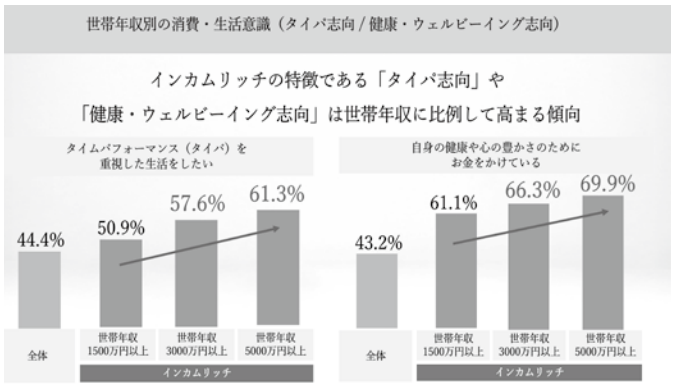
今回の共同制作は、数年前にミキモトが銀座4丁目本店のブライダルサロンのシャンデリアをラリックに依頼したことがきっかけとなった。その際に誕生した「クラウド オブ クローバーズ」というデザインが、フレグランスの着想源となっている。

クリスタルフラコンは、ラリックのアーティスティック&クリエイティブディレクター、マーク・ラミノーがデザインした。クローバーに縁取られた真珠の形をしており、キャップには、ラリックの歴史的な技術であるロストワックス技法を駆使した装飾が施されている。キャップを開けると、幸運の象徴である四つ葉のクローバーが現れる仕掛けだ。このボトルは、白塗りのメープル材ケースに収められている。

香りは、トップノートにアンジェリカシード精油とピンクペッパーコーン、ハートノートにレンティスクアブソリュート、アンジェリカルート精油、オリスコンクリート、ベースノートにまるで露に濡れたバラのようなミネラルローズアコード、アンブレットアブソリュート、ムスクを配している。

「世帯年収3000万円」を境に変化する美容意識
博報堂

博報堂富裕層マーケティングラボが発表した「新富裕層調査2025」では、世帯年収3000万円を境に、化粧品や美容に関する意識が大きく変化していることが明らかになった。



●高所得層の美容は「タイパ」と「健康」がキーワード

調査は世帯年収1500万円以上の高所得層（インカムリッチ）を対象に実施された。その結果、「タイムパフォーマンス（タイパ）を重視した生活をしたい」という意識は、世帯年収が上がるにつれて高まる傾向にあることが判明した。

同様に、「自身の健康や心の豊かさのためにお金をかけている」という意識も、収入に比例して強くなることがわかった。

このことから、高所得層は美容においても、効率的に結果を出しつつ、心身のウェルビーイングを追求する傾向が強いといえる。

●単なる効果だけでは響かない？ 富裕層が求める「ストーリー」

また、この層は「アート・カルチャー志向」や「ストーリー消費志向」が強く、特に世帯年収3000万円以上でその傾向が際立っていた。

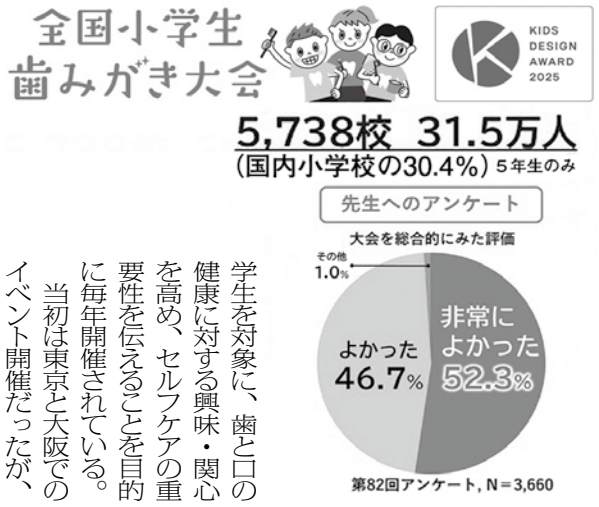
彼らは単にモノや機能的な価値だけでなく、製品の背景にあるストーリーや、文化的・芸術的な価値を重視している。

化粧品やビューティの分野で富裕層の心をつかむには、単に効果を謳うだけでなく、「ブランドの哲学」や「製品開発にまつわる物語」がますます重要な鍵となるだろう。

全国小学生歯みがき大会がキッズデザイン賞を受賞
ライオン

ライオンは、公益財団法人ライオン歯科衛生研究所、公益社団法人日本学校歯科医会、一般財団法人東京都学校保健会と共催する「全国小学生歯みがき大会」が、このほど「第19回キッズデザイン賞」（主催＝特定非営利活動法人キッズデザイン協議会）を受賞したと発表した。

全国小学生歯みがき大会は、子どもの健康意識を育むことを目的に、毎年「歯と口の健康週間」に合わせて開催されている。今回の受賞は、妊娠・出産・子育てに関わる人々が安全かつ楽しく育児に取り組める工夫や、新たな発想、手法を有するものが評価される「子どもたちを産み育てやすいデザイン部門」での受賞となった。



1932年に始まった歯みがき大会は、2025年で82回目を迎えた。永久歯への生え変わりという重要な時期にある小学生を対象に、歯と口の健康に対する興味・関心を高め、セルフケアの重要性を伝えることを目的に毎年開催されている。

当初は東京と大阪でのイベント開催だったが、現在ではDVDや動画配信を活用し、全国各地の小学校や海外からも参加が可能となっている。2025年の第82回大会には、国内5738校、約31万5000人が参加し、海外からも554人が参加した。