

『RMK』『SUQQU』にサマーコレクション

エキップ

エキップは「RMK」サマーコレクション「C O L N P O P」を4月28日に限定発売する。クールなのにポップ、カジュアルなのに大っぴいカラーで涼しげでカラフルなまなざし、シアーな唇、ほんのりとした頬、モードな指先を演出する。

「クレヨンカラーアイ カラーマスカラー」(新3種各4000円)は、上アイスライラック、ゴールド、なめらかなテク まつ毛とまつ毛に異なる色をつけるWエンド仕 様。パール×レッド、 グリーン×マリン、ラズ ミント、ライトブルー、 ピンク、シルバー、ブラ ックの5色で展開する。

「リップカラーUVス デーアイズN」(新2色 各2200円)は、鮮や かなスカイブルーと明 るい目元を印象づけるス パークリングホワイト。見 たままの色がクリアに発 色する。「同チークスN」 (新2色各3000円) は、ブルーパールが肌の マーコレクションで

は、輝きに満ちた花々 や木漏れ日、海外の夕暮 れの美しい夏景色を表現 したアイシャドー、チー クの各々色セット「アイ & チークカラーコンパッ クト」(全2種各7000 円)と、ふっくらと立体 感のある唇を演出するク レヨン型リップカラー 「カラーバームクレヨン」 (限定2色各4000 円)、鮮やかな赤や翡翠



2016年夏の新色、限定品

ポール&ジョー

「リップステディ ックケースA」 (限定2種各1000円)には、プ ルーバリエーショ ンの限定色が登 場。シックでラダ ジュアリーなクラ シカルネイビー× ホワイトと、ソフ トでキュートなバ 瓶のデザインと、こたわ りのカラーが人気のネイ ルポリッシュに新たに10 色を追加。速乾性に優れ、ムラなく均一な仕上が りを築しめる。

「オーブ クチュール ブラシひと塗りシャドウ」を発売

花王は6月 28日、ブラシ ひと塗りで絶 妙なグラデー ションが完成 する「オーブ クチュール ブラシひと塗 りシャドウ」 (全5種各3 700円)を 発売する。

ポーラ 「ミュゼルノクターナル ネイルコレクション」発売

ポーラは7月8日、30 をデザインするネイル から40代の大人女性を ターゲットにしたメー クルコレクション「(3 ブランド「ミュゼルノ クターナル」より、美爪 を発売する。



「ぶたベース」を塗っ たあと、専用ブラシ に「3色シャドウ」を一気にまとめて取 っ、そのまま塗る だけでグラデーショ ンが完成。立体感の ある、はっきりした目も とに仕上がる。また、「ま ぶたベース」にはうるお い成分を配合しており、 デリケートなまぶたをし っとり整え、発色もアッ プさせる。

「女心」攻略 データベース

●執筆プロフィール●

中村浩子 株式会社ウィーナスプロジェクト代表取締役社長 聖心女子大学在学中より、光文社「JJ」にてファッション・ライフスタイルを担当。その後「VERY」「STORY」の編集、企画を経て独立。株式会社セブン&アイ出版スーパーバイザーを経て、現在は一万人の読者モデル発掘の経験と女性消費者を取材し続けながら、ファッション・ビューティに関するブランドプロデュース、コンサルティングなどを行う。



●解説者プロフィール●

中野靖識 船井総合研究所 上席コンサルタント 小売業を中心としたマーケティング戦略立案および実行支援を主業務としている。特に、現場の戦術、戦略レベルの業務である商品構成・売場作り、プロモーション、それらを最大限に活かすための社員教育までカバーしている。戦略立案から現場へ落とし込むまでの一貫した業務経験を豊富に有する。

問い合わせ先 株式会社ウィーナスプロジェクト 小林 TEL 03-3408-7765 Mail venus-project@fine.ocn.ne.jp

第67回 「次の一手」を打つために

銀座のデイヴィッ ド・マイヤーズ・カフ エで、隣の席に二人の 女性が座りました。 トレンドの着こなし から、一人はファッショ ン誌のライター、もう

一人は取材対象のオシ ャレな読者だ、すぐ にわかりました。職業 柄、二人のファッショ ンチェックをしてしま いましたが、全身今シ ーズンのものといった 感じのライターより、 ブランドはわからない けれど、確実と上質な 素材の服にこねれた感 じでジュエリーをつけ こなしている取材され る側の女性の方が、フ

音は引き出せないと思 った。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

ど、女性の感情に迫る 質問が、ごく自然にで きた。それはその答えから、 相手の心が望んでいる ことがかなりわかって きます。

そこで、初めてファ ッションやビューティ ーに求めているものに ついて質問するのだ。 そうすれば、具体的 に女心を満足させて くれるファッション やビューティの話を どんどん聞き出せるど ういう訳です。

会うなり、「今日着 ているブランドは？」 「最近、感動したこと は？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

アシンクキャリアは断 然、上ぞうです。さら に、外資系企業にお勤 めらしく、英語まじり で話すタイプなので、 可哀そうですが、イン タビューの苦戦が予想 されました。 とはいえ、ライター の女性、次号に向け て「注目のファッション」 について、どうしても ネタになる話を聞き 出したい様子。相手の 女性が着ている服、靴、 バッグについて、次々 とブランド名を質問し ていきますが、その問 いかけでは、残念ながら、 一番聞ききたい、次 の企画につながる、本 音は引き出せないと思

いました。 私なら、まずは、相 手の持つている、ある いは大切にしているラ イフスタイルについ て、じっくり聞かせて いただくことから始め ます。相手の世界にお 邪魔させていただくこ とに、現場の戦術、戦 略レベルの業務である 商品構成・売場作り、 プロモーション、それら を最大限に活かすため の社員教育までカバー している。戦略立案か ら現場へ落とし込む のまでの一貫した業務 経験を豊富に有する。

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な

た。 「次は何を買いた いですか？」 「ストレスにな っていることは？」 「心 が折れそうになる瞬間 って、どんな時？」な