「エルシア」のメークアップがリニューアル

コーセー

コーセーは8月21日、50代以上の女性に向けた総合エイジングケアブランド「エルシア」のベースメークとポイントメークをリニューアルし、全商品を「エルシア プラチナム」（11品目63品種、ノープリントプライス）として、全国のドラッグストア・量販店を中心に販売を開始した。

エルシアは、「プラチナ世代に向けた」という意味の「アクセシブルプラチナム」をブランドコンセプトに、手軽に上品で若々しい印象を実現する50代以上の女性に向けた総合エイジングケアブランドとしてのリニューアル第2弾を行う。

今回のリニューアルでは、「プラチナムシャインパウダー」を新たに配合し、ターゲット世代のニーズである『輝きのある活き活きとした表情』を叶える「エルシア プラチナム」として全商品が生まれ変わる。

今回新たにラインナップに加わる「クイックフィニッシュ BB」（35g、ノープリントプライス）は、1品で美容液・乳液・クリーム・日やけ止め・化粧下地・美白ファンデーションの6つの効果を発揮し、さまざまな肌悩みをしっかりカバーするBBクリーム。シミやそばかすカバーには「美白」タイプ、乾燥・小じわカバーには「保湿」タイプと、肌悩みに合わせた2タイプから選べる。チューブ容器先端部分がスポンジ一体型の構造なので、肌に直接塗布することができ、忙しい朝でも簡単スピーディにベースメークが完了する。

全品共通で乾燥から肌を守る「うるおい美容成分」と光をコントロールして上品なツヤと血色感のある「明るさ&血色アップパール」、「プラチナムシャインパウダー」を配合したベースで、明るい肌に仕上げる。

エルシア プラチナム（参考小売価格）／クイックフィニッシュ BBホワイト UV（2色各35g1300円、SPF40・PA+++）▽同モイスト（2色各35g1300円、SPF26・PA++）▽明るさアップリキッドファンデーション（4色各25g800円、SPF30・PA++）▽保湿美容液クリームファンデーション（4色各25g900円、SPF35・PA++）▽肌色コントロール 化粧下地（3色各30g650円、SPF35・PA++）▽コンシーラー（2色各15g900円、SPF25・PA++）▽フェイスパウダー（6g1200円、SPA15・PA++）▽顔色アップ ラスティングルージュ（22色各5g760円）▽顔色アップエッセンスルージュ（11色各3・5g760円）▽そのまま簡単仕上げアイカラー（8色各2・8g900円）▽明るさ&血色アップ チークカラー（4色各3・5g750円）

アルビオン

エレガンス クルーズ 第4シーズンは「サントロペ」

アルビオンは9月18日、メークアップブランド「エレガンス クルーズ」の第4シーズンの旅先を、フランス南部で最も美しいと言われ、多くのアーティストたちに愛され続ける小さな港町「サントロペ」とし、どこか懐かしく穏やかで洗練感のあるオシャレな雰囲気を持つ新色・新製品（5品種17品目、1500～2500円）を発売する。

「サンディカラー」（5色各2000円）は、みずみずしいベースからパウダリィに変化する新感覚のリキッドフェースカラー。感触も仕上がりもサラサラな質感で、肌に溶け込むようになじむ。

「ファインカラー」（新5色各1800円）は、鮮やかな色や繊細な色、澄んだ色など1色1色にこだわり抜き、それぞれの色が一番美しく色づくベースでつくられたアイカラー・フェースカラー。ウォームブルー、ピンクベージュ、アイシーグリーン、ダークレッド、ラスターゴールドの5色を追加した。

「ステイン ルージュ」（新3色各2500円）は、見たままのフレッシュな色とみずみずしく透明感のあるツヤが唇を彩る。

その他、薄膜のベースがなめらかにコートし美しい発色が続く「ネイルラッカー」（新3色各1500円）、ラメやパールがたっぷり配合された高発色ベースの「ネイルグリッター」（新1色1500円）を発売する。

私の H&B 日記

道を尋ねられる人になろう

関西出張に行くと毎回おじいさんにナンパされるようになった。

京都へ出張した時は、帰りの新幹線までの空き時間に観光名所を歩いていたら「お嬢さん、肩に猫の毛がついていますよ」と声をかけられ、それが縁でお茶飲み友達になった。もともと京都へはプライベートでも毎年遊びに行っているため、今年も涼しくなったらお茶を飲みに会いに行く予定だ。

そのおじいさんは素敵な奥様がいる。しかし、老後はお互いに好きなところで過ごして好きなように暮らしましょうと2人で決め、離婚はせず気が向いたら会ってお茶を飲むのだそうだ。ちなみに奥様は宝塚歌劇団の大ファンなので、今は宝塚に住んでいるとのことだった。

佐賀出張では、うどん屋で昼食をとっていたら相席になり、そこで向かいに座ったおじいさんと仲良くなってLINEを交換してしまった。老眼だが新しいモノが好きで、スマートフォンを愛用しているそうだ。たまに連絡が来て、佐賀の様子を教えてもらっている。

そして大阪出張の時には、「こんな暑い中スーツで大変だ。待ってなさい」と声をかけられ、コンビニでアイスを買ってもらった。

よく母親には言われたものだ。「道を尋ねられる人になりなさい」と。道を尋ねられる人物というのは、相手に安心感を与えているからだ。そうやって育てられて、実際に道をよく聞かれる大人になった。しかし、30歳手前にして、おじいさんから声をかけてもらえるようになるとは予想もしていなかった。

けれども、京都で出会ったおじいさんのように、様々な人生経験を経たからこそたどり着いた価値観や物事の捉え方に触れることで視野が広がるような感覚があり、話を聞くのが楽しいと感じる。佐賀で相席したおじいさんも、地方ならではの楽しみ方を教えてくれている。

見知らぬ人との出会いは毎回新しい発見をもたらしてくれる。「おじいさんからのナンパ」が出張の楽しみの1つになった。（中）

「メディア」にアイブローとチークの新作

カネボウ

カネボウ化粧品は「メディア」新製品を8月1日に発売した。

「Wアイブロウペンシル&パウダー」（全3種各1200円）は、大人世代の女性のアイブローへのニーズに対応し、1本で簡単に自然な印象の眉に仕上げる。柔らかな芯でなめらかに描けるペンシルとなじみのよいパウダーを両端にセットし、眉毛の足りない部分を埋めやすく、輪郭や眉尻もすっきり描ける。パウダーはパール入りでふんわりした眉を演出する。

「ブライトアップチークN」（全10色各800円）は、自然で上品な印象に仕上げるチークカラー。発色の加減で色を選びやすいよう、低発色の4色には「ふんわり」、高発色の5色には「華やか」というアイコンを外箱に記載した。付属のブラシは肌あたりがなめらかで洗浄可能な樹脂素材に改良した。

今秋は口紅とファンデーションで新CMを展開し、40代トライアル層のさらなるユーザー拡大を図っていく。