

全国主要8カ所で体験イベントを実施

花王ソフィーナ

花王は、化粧品事業改革の3つの柱のひとつ「コミュニケーション」改革の一環である「体験イベント」を、全国主要8カ所(東京・札幌・名古屋・埼玉・大阪・福岡・仙台・広島)で実施する。

ソフィーナは、2015年11月以降化粧品事業において「研究」「商品」「コミュニケーション」の3つの視点で、抜本的な改革を進めている。「研究」「商品」の革新の柱として「ソフィーナiP」シリーズを発売し、従来の皮膚科学に健康科学の視点を取り入れ、美しさを身体全体でとらえ直した新しい化粧習慣を提案してきた。

また、今年9月には、主力スキンケアブランド「ソフィーナボーテ」「ソフィーナグレース」の

改良を機に、「ソフィーナiP」美活パウダーでは、先端の肌解析技術「スエーデン美容液」を全国のドラッグストア、総合スーパーへと展開を拡大し、新しい化粧習慣の導くことを目指している。



第37回定時総会を開催

広告宣伝委員会



日本化粧品工業連合会 広告宣伝委員会は8月10日、第37回定時総会を開催した。2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)は、総会(1回)と広告宣伝委員会(2回)、運営部会(3回)を開催し、広告宣伝の適正化のための活動や広告審査資料の収集や検討を行うとともに、全国医薬品等広告協議会への参加などを通じて厚生労働省及び都道府県との連携を図った。

また、事業者による広告適正化をさらに推進するための一助として、不適切事例等の「広告審査適正化」を日本化粧品工業連合会(以下、粧工連)のHPで公開を開始。2015年8月に「数値表現」「浸透表現」について、2016年1月に「エイジングケア表現」について、

重要で優先される課題と考へ、広告審査機構(JARO)などと連携を深め、引き続き対応を検討していくことになった。そのほか、「化粧品等の適正広告ガイドライン(2012年版)」は、前回改正から4年目を迎えるため、改正の検討が開始されている。

毎年、第三者委員を交えて行っている化粧品広告審査会は、例年同様、3回実施した。審査会において「A判定」違反相

◆資生堂、組織の一部改正と執行役員体制の変更(10月1日付)
組織の一部改正／プロフェッショナル事業において、各リージョンでのビジネス推進機能強化を目的に、「リージョン」事業推進部を新設する。執行役員体制の変更／執行役員【グローバル田龍哉 国際事業統括部

坂井透委員長(資生堂ジャパン社長)は、「日本では化粧品の表現規制が行われているが、海外ではデータがあれば自由となっている。業界を挙げて自主的に基準を決め、審査を行っているのはとても素晴らしい」と述べた。



「チークカラーズ」は、バラエティショッパ、バラエティストアで9月5日より発売する。

コージー本舗

新ブランド「C-TIVE」

第1弾はチーク

コージー本舗は8月25日、スーパーパウーマングループ「AAA」の伊藤千晃がプロデュース、メイクアップアーティストのイガリシノブが監修した新ブランド「C-TIVE」(シーティブ)ブランド第1弾商品「チークカラーズ」(2色入り全5種各1800円)のローンチパーティーを開催した。

「C-TIVE」はPOD、ブランドに対するこだわりを語った。一方、「チークカラーズ」を使ったメイクデモンストラーションやトークセッションを行ったイガリ氏は「2色がワンセットになっているが、全5種類あるので自由な組み合わせで楽しんでほしい」とアピールした。



そして今回、主力スキンケアブランドの改良と、「ソフィーナiP」美活パウダー(スエーデン美容液)の拡大に際して、ソフィーナの提案する新しい化粧習慣への理解が深まる「体験イベント」を全国主要8カ所で開催。実際に商品研究・開発に携わった社員が直接イベントに続き、全国の大型スーパーなどの店頭

やイベントスペースを中心に体験イベントを継続的に実施していく。
実施日(実施場所)／
9月10～11日(東京・丸ビル・マルキューブ)▽
9月17～18日(札幌・札幌駅西口コンコース)▽
9月17～18日(名古屋・名古屋駅中央コンコース)▽
9月24～25日(埼玉・レオ中央広場)

イオンレイクタウンka ze1階翼の広場)▽
9月24～25日(大阪・BIGMAN前広場)▽
9月1～2日(福岡・ソラリアプラザ1階イベントスペースゼファ)▽
9月8～9日(仙台・イオン仙台店クリスマスロード商店街側入口)▽
9月(広島・紙屋町シヤ