資生堂
「プリオール」より スペシャルコフレを発売

資生堂は11月21日、シニア女性向け総合ブランド「プリオール」より、華やかに装う機会が増える季節に、口もとや手もとをおしゃれにきらめかせるメークアップコフレ「スペシャルコフレ b」ほか、冬の数量限定品として全2品目2品種（ノープリントプライス）を発売する。

「スペシャルコフレ b」は、おしゃれ意欲が高まり、華やかに装い外出する機会が増える季節ニーズを捉え、エレガント&シックなメークアップでさりげない華やかさを提案する。

秋冬の悩みである唇や手の乾燥、あれに着目し、しっとりとつやめくリッチな発色で、唇の縦じわもカバーし、なめらかに整える口紅・リップグロス「美リフトルージュパレット b」（6g）、手指にうるおいを与え、美しく整える「ハンド&ネール クリーム」（10g）、爪の縦すじもくすみもカバーし、美しい指先に仕上げるネールカラー「ネールBBジェル b」（9mL）の限定セットとなっている。

また、2015年11月に限定発売し、「スペシャルコフレ」のセットアイテムとして好評を博した「ネールBBジェル」（9mL）を単品商品（ナチュラルピンクカラー）として数量限定で発売する。

販売チャネルは、ドラッグストア・GMS・化粧品専門店など約9400店で、資生堂の総合美容サイト「ワタシプラス」でも販売する。

「ルナソル」に冬の限定アイテム
カネボウ

カネボウ化粧品は11月11日、「ルナソル」の限定品を発売した。

「ゴールドニュアンスアイズ」（限定3種各4000円）は、ニュアンスカラーとゴールドの組み合わせで凛とした大人のまなざしを演出する2色セットのアイシャドー。

「シャイニーニュアンスアイライナー」（限定2色各3000円）は、なめらかな描き心地でニュアンスのある目もとを演出するクレヨンタイプで、ソフトな光沢と絶妙なニュアンスでクールなまなざしに仕上げる。

「カラーリングリップコンパクト」（限定2種各3800円）は、クリーミィ、グロウ、シアーという異なる質感の3色セットでファッションやシチュエーションに合わせて多彩なリップメークが楽しめる。

「シアーライトグロス」（限定2色各2500円）は、深みのあるカラーに繊細な輝きをブレンドしたベージュとレッドの2色を配置した。

「カラーリングクリーミィチークス」（限定1色3500円、スポンジ付）は、ほのかに赤みを帯びたベージュが自然な立体感を生み出し、抜け感のあるナチュラルな表情を演出する。

「ネイルフィニッシュN」（限定2色各1500円）は、深みのあるブラウン、レッドに大小さまざまなゴールドパールがきらめく存在感のある色合いとなっている。

雪肌精 MYVに陰陽説の考え取り入れたスペシャルケア
コーセー

コーセーは12月1日、高付加価値シリーズ「雪肌精 MYV（みやび）」から、透明感が澄みわたる、生き生きとした肌へ導くスペシャルケアアイテムとして「雪肌精 MYV コンセントレートトリートメント」（美容液＝2・3mL×6個＋マスク＝6セット入り、ノープリントプライス）を発売する。

「コンセントレートトリートメント」は、東洋古来の陰陽説の考えを取り入れており、美容液（陽）を塗った上にゲル状のシートマスク（陰）を乗せてうるおいを密封することで透明美肌へと導くスペシャルケアアイテムだ。

最初に使用する美容液「コンセントレート エッセンス」は、熟成ハトムギ（ヨクイニン）エキスを配合、充実感のあるタッチで伸び広がり、みなぎるうるおいとハリを呼び覚ますかのような効果をもたらす。

次に使用するシートマスク「コンセントレート マスク」は、ひんやりとしたタッチで、美容液の効果を角層奥深くまで浸透させ、肌を心地よく落ち着かせる。

ヘアカラー新ブランド「クレオディーテ」で初CM
ダリヤ

ダリヤは、女性用の新ヘアカラーブランド「CLEODiTE ヘアカラー エマルジョン（白髪のある方用）」（以下「クレオディーテ」）のイメージキャラクターにモデルの小泉里子を起用して、10月15日よりTVCM「登場篇」の放映を開始した。

「クレオディーテ」（医薬部外品、全10色）は、白髪があっても髪色をオシャレに楽しみたい女性をターゲットに、明るいカラーバリエーションを揃え、カラーリングの新たな価値観を提案するブランドとして9月より発売した。

ブランド初のCMは、冒頭で小泉さんが「（白髪染めは）暗い髪色しかないと思っていた」という白髪染めに対し、ネガティブなイメージや固定概念を持っている女性たちに「気づき」を与え、ファッション感覚で楽しくカラーリングできる「クレオディーテ」の巨大フラッグが登場する。ヘアカラー独自の染料ブレンドで白髪も黒髪もバランス良くしっかり染まり、明るいカラーバリエーションまで実現する特長を「染マル！」のフレーズに込めたシリーズ第3弾で、白髪染め需要が高まる年末にかけて毎年実施している「ご夫婦でゆっくりキャンペーン」などの販促企画に合わせて大量投下し、白髪が気になる女性の需要を喚起していく。

長を伝えた最後には、ブランドサイト内において好きなカラーを5000名限定でプレゼントする無料お試しキャンペーンを告知し、新規トライアルの獲得につなげる。

同日、ニオイのない白髪染め「サロン ド プロ 無香料ヘアカラー」（早染めクリーム・早染め乳液）の新CMも放映を開始している。

新CMは、名取裕子が生え際・分け目もキレイに染まるブランドの特長を「染マル！」のフレーズに込めたシリーズ第3弾で、白髪染め需要が高まる年末にかけて毎年実施している「ご夫婦でゆっくりキャンペーン」などの販促企画に合わせて大量投下し、白髪が気になる女性の需要を喚起していく。

私の H＆B 日記

はじめての運動会

今春から幼稚園に通う長男の運動会が先月行われた。

全学年合わせて400人近い園児が通う幼稚園では、子ども達だけでグラウンドが埋め尽くされるため、幼稚園から程近い中学校の広い校庭が例年会場となっている。

これだけの人数が一堂に集まるとなると、当日は「観覧席の場所取り」で苦労するかと思ったが、午前7時の開門と同時に子どもが事前に引き当てた番号順から案内されるというスタイルだったので、特に長時間待つことなくスムーズに場所取りができた。

運動会が始まると、観覧席での撮影が禁止されていることもあり、撮影席なる場所へと移動し、開会式と準備運動の撮影に向かった。人混みで溢れかえる撮影席に着き、ようやく場所を確保してカメラを回したが園児の数があまりにも多く、他の子ども達の隙間から僅かに覗く長男の顔しかカメラに捉えることが出来なかった。

初めての運動会で手痛い洗礼を受け、肩を落としながら観覧席へと戻る途中、偶然にも高校時代の同級生に遭遇し、子どもが同じ幼稚園に通っていることをそこで初めて知った。先輩パパとして色々と運動会のアドバイスをしてくれたお陰で、多少なりともリラックスして再び運動会に臨むことができた。

それでも、メインイベントでもある長男のかけっこが徐々に近づくにつれ、楽しみから緊張や不安へと気持ちが変わっていき、そしていよいよ長男がスタートラインに立つ。

「よーい、どん！」の合図で4人が一斉に駆け出すと、脇目もふらずただゴールだけを見つめて走り抜け、見事1等賞を獲得した。

かけっこで自分が今まで1等賞を獲った記憶がないので、我が子ながら本当にたいしたものだと感心した。

親としてかけっこの1等賞はもちろん喜ばしいことだが、多くの友達と仲良くはしゃぎ回る姿から、幼稚園生活を日々楽しんで過ごしている様子を窺い知ることができ、それが何より嬉しかった。

（之）

羽生選手が「Mr.きき湯」を演じる新CMで需要喚起
バスクリン

入浴剤需要期となる寒い季節に向け、各入浴剤ブランドから新商品や企画品を展開するバスクリンは、10月17日より薬用入浴剤ブランド「きき湯」の新TVCMの放映を開始し、販促・プロモーションを強化している。

新TVCMは、フィギュアスケートの羽生結弦選手（ANA所属）が、スーツ姿で「きき湯」の効き目を知る「Mr.きき湯」を演じ、「腰痛・肩こり」「冷え症」「肌荒れ」にそれぞれ適した「きき湯」を紹介しながら、自らも入浴してその効果を実感する3篇で、身体の悩み別に選べる入浴剤シリーズであることを伝えている。

同社オフィシャルサイトでは、CM3篇（グリーン／オレンジ／ピンク篇）の他にCMメイキング映像や羽生選手からのビデオメッセージも見ることができる。

商品では10月、「和」をテーマにした湯色や香りを揃えた大人向けのバスクリンとしてレギュラー化した「大人のバスクリン」より数量限定で「薫—kaoru—」シリーズ（医薬部外品、2種各600g）を発売したほか、「バスクリン アロマスパークリング」にはアソートタイプ「小笠原アイランド アロマバスコレクション」（同、4種×3包・1包30g）を追加している。

メークアップブランドがパリコレデビュー
エイボン

エイボン・プロダクツが展開している大人のフェミニンとエレガンスを引き出すメークアップブランド「エフ エム ジー」製品が、パリ・プレタポルテ・コレクション（以下、パリコレ）の出展ブランド「Christian Wings（クリスチャンワイナンツ）」（ベルギー）で使用された。「エフ エム ジー」がパリコレの場で使用されたのは今回が初めてという。

1972年に発売された「エフ エム ジー」は、時代の感性を程よく取り入れながらも、普遍的で上質な華やかさや女性らしさを提供するメークアップブランドとしてルージュやファンデーション、アイカラーなどを発売し、洗練された大人の女性の美しさを提案してきた。

一方、「クリスチャンワイナンツ」は、ウェアラブルであることやゆったりとフェミニンであることをフィロソフィーに掲げ、その作品の一部はベルギー・アントワープの「MODE MUSEUM」に永久保存されるなど、芸術品としても高い評価を受けている。

両ブランドがそれぞれ提案してきた「自然な輝きを持ち、洗練されつつデイリーユースできる」というブランド観が重なり、エフ エム ジーがクリスチャン ワイナンツのパリコレスポンサーに就任した。