

組立工程に人間ロボットを 資生堂

試験導入

資生堂は、2017年3月より掛川工場のメークアップ製品組立工程に世界で初めて産業用ロボットを試験導入した。形や材質の異なる複数のパーツを、作業員1名、人間ロボット2台で組立てて、最終製品に仕上げる。

人間ロボットは、機械 多品種少量生産への適応や従来の産業用ロボットが課題となっている。特に自動化が困難であったメークアップ製品の生産工程を担う一方で、作業員は構成材料が多量に検品作業に専念することにより、確かな品質を守る。「人とロボットの協働作業」によって、労働力不足等の環境変化に備えるとともに、市場変動にこれまでも柔軟に対応できる新しいモノづくりを目指す。

化粧品業界では、顧客の嗜好の多様化に合わせ、



(一社)日本ビューティーウィッグ協会
専務理事

吉田 禎 氏

The Voice

日本ビューティーウィッグ協会は、トータルな美を演出する「ビューティーウィッグ」の開発・普及を推進するため、「プロポーショナル」で知られるダイアナにより2015年9月に立ち上げられた。女性の美しさは体型のみならず、頭の先ま

で整ってこそ成り立つ。特にヘアスタイルはその人の印象を決める大切な要素だ。ヘアスタイルは年齢や性格、さらには品格まで左右する。人は30代後半から髪質が変わり、さらに顔の形も変わってくる。若い頃のヘアスタイルを続けていると、もともとなく似たような

くなるのは、顔や髪質が変化しているからだ。「大人髪」のルーツは、頭髪を含めた頭全体で卵型にするのが黄金比といい、その人の魅力を引き立つバランスだ。

しかし、年齢とともに髪はボリュームがなくなってしまう。そのため、ダイアナは「頭

ウィッグとメイクで

「なりたい女性」を実現

部を黄金比に整え、オシャレを楽しむため」に2014年からオーダーメイドウィッグの販売をスタートした。ウィッグは薄毛などのコンプレックスを隠すために使うものと思

われがちだったのを、活躍するディアナジグは「なりたい自分になるためのウィッグサポーターがチームを組む、「なりたい女性」になるための「似合わせ」の技術をチーム対抗で競い合う。

「完成形だけを競うのではなく、モデル女性の自己表現にいかにより近づいてきたか、チームでどんな意見交換を行ってきたかなどのプロセスも重視する。コンテストを通じてウィッグの魅力や伝えたい」(吉田氏) (中)

アジア圏で化粧品小売事業を アイスタイルグループ 展開

アイスタイルは、コスメセレクトショップ「@cosme store」の海外1号店「微風広場台北駅店」を、台湾台北市に5月5日にオープンする。

同グループは現在、ビジネスの柱の一つとして「@cosme」グローバル事業を据えており、海外展開を通じて「世界共通の化粧品・美その表現に向けて今後

は、マーケットの成長性や日本の化粧品の親和性等からターゲット国として定めたアジア圏5カ国(中国、香港、台湾、シンガポール、タイ)を中心に、日本で培ってきた容市場規模もアジア各国の中で大きく、また全体の美容市場規模や、その年平均成長率も2-3%と高水準にあることから、海外の小売店事業

「微風広場(BREEZECENTRE)台北駅店」は、台北の交通の要であり、乗降客数も非常に多い台北駅舎内の大型ショッピングセンターのB1Fエリアに位置し、台湾新幹線台湾鉄道中央改札や、2017年春開通予定の桃園空港線への改札に近接していることから多くの流動客数が見込めるとい

1号店のオープン以降も、台湾・香港での出店を今夏を目途に準備しているという。

〈店舗概要〉
@cosme store
微風広場 台北駅店
所在地 1100 台北市中正區北平西路3號(台北火車站B1) ▽営業時間 10時~21時30分(予定)
▽休日 微風広場に準ずる ▽売場面積 62坪

@cosme store
微風信義店 / 所在地 110 台北市信義區忠孝東路五段68號 B1F ▽営業時間 11時~21時30分 / 水曜~土曜(11時~22時) ▽休日 微風信義に準ずる ▽売場面積 61坪

「Database」
「Engine」
「Brand」
「WEBAPP」
「Business Model」

Global 事業の目的
①世界共通の化粧品・美容DBの構築
②@cosme ブランドの浸透・確立

(禁無断転載) ©R
本紙の全部または一部を無断で複製(コピー)することは、堅く禁じられています。
本紙からの複製を希望される場合は、出版者著作権管理機構(JCOPY) (03-3513-6969)まで必ずご連絡下さい。