ポーラ

新体操日本代表の世界選手権大会に向けて新メークを発表

ポーラは7月13日、オフィシャルパートナー契約を結ぶ新体操ナショナル選抜団体チーム・新体操個人日本代表「フェアリージャパンPOLA」が第35回世界新体操選手権大会（8月29日～9月3日、イタリア・ペサロ）に出場するのに先駆け、都内の国立スポーツ科学センターで公開練習と新メーク発表を行った。

新メーク発表では、フェアリージャパンPOLA元主将で現在はポーラで美容コーチを務める田中琴乃氏が新メークのポイントを紹介した。

ポーラが提案する新メークのテーマは「Temptation Beauty（誘惑メーク）」。これまでの妖精の羽をモチーフとしたフェアリーラインから、1本の太いラインで目もとの印象を強め、目尻をキュッとはね上げた「フェアリーキャットライン」へと進化させた。

田中氏は、新メークのポイントについて「選手の眼差しの強さや女性らしいしなやかさを表現するため、新たに緑のアイライナーを採用するなど、『誘惑』をテーマに今までにないメークパターンに挑戦した。今回のメークパターンには、強い気持ちで舞台に立って欲しいという美容コーチの想いが込められている」とアピールした。

導入企業は2万3000社、累計ユーザー数は1億人を突破している。

ネットプロテクションズ

ドクターシーラボにNP後払い提供

ネットプロテクションズはドクターシーラボに対し、通販向けの後払い決済サービス「NP後払い」の提供を2017年7月に開始した。

NP後払いの仕組み

ドクターシーラボでは与信審査や請求書の発行、催促、代金回収を自社で行ってきたが、後払い決済のアウトソースにより効率的な運用が可能になると判断した。

「NP後払い」ではネット通販で買い物をした購入者が商品の受け取り後、中身を確認した上で別送または商品に同梱された払込票を利用して支払い手続きを行う。クレジットカード情報の登録が不要で、商品受け取り後の支払いが可能になるため、新たに緑のアイライナーを採用するなど、『誘惑』をテーマに今までにないメークパターンに挑戦した。今回のメークパターンには、強い気持ちで舞台に立って欲しいという美容コーチの想いが込められている」とアピールした。

導入企業は2万3000社、累計ユーザー数は1億人を突破している。

本島椿

泡のヘアクリームで「東京産椿油」をアピール

本島椿は7月28日、東京・利島産の椿油を使用した泡タイプのヘアクリーム「東京純椿トリートメントヘアクリーム（フォーム）」（85g、オープン価格）を発売した。

同社は、純国産の椿油を使用した化粧品を手がけており、「純椿油としま」をはじめ100%無添加の椿オイル6品で、ハラール認証を取得している。今回発売する「東京純椿トリートメントヘアクリーム（フォーム）」は、純国産の椿油に加え、10種の植物由来成分を配合し、軽い泡で出てくるヘアクリームに仕上げた。

髪のトリートメントに「クリームタイプを使いたいが、重たい感触が苦手」というユーザーニーズに応え、開発を進めたという。髪を乾燥から守り自然なうるおいが長持ちし、軽い仕上がりのスタイリングにも使用できる。

椿油は、中国をはじめアジアでも人気が高い素材で、華やかなデザインをあしらったピンクのパッケージには、「東京都産」を示すローマ字「TOKYO PURE Tsubaki Oil」を表記した。ハラール認証の椿油商品とともに外国人観光客の需要拡大も見込めそうだ。

フマキラー

アリ対策剤のヒアリに対する効果を確認

フマキラーは、特定外来生物「ヒアリ」（Solenopsis invicta）に対する同社のアリ対策剤の効果試験を海外にて実施し、その効果を確認した。

今回の試験で効果が確認されたアリ対策剤は、「アリフマキラー」「アリカダン」「アリ・ムカデ粉剤」「アルゼンチンアリ殺虫&侵入防止粉剤」「アリカダン粉剤」、「巣のアリ退治液剤」「アルゼンチンアリ巣ごと退治液剤」「カダンアリ全滅シャワー液」「ウルトラ巣のアリフマキラー」「アリカダンウルトラ巣のアリ退治」「アルゼンチンアリウルトラ巣ごと退治」という。

今後も害虫対策や感染症予防対策等など積極的な啓発活動に取り組んでいく。

今日から試せる！PR&販促講座
～成熟市場に活路を見出す美容マーケティング～

VOL.32
インナービューティー意識とともに高まる現代女性の「起業」「教室主宰」への関心度

松下令子（まつしたれいこ）

美容専門PR・マーケティング会社(株)DSプロモーション代表取締役／(株)コスメラウンジ代表取締役CEO／美容マーケッター。メディアパブリシティ、SNS、インフルエンサーネットワークを活用したPR事業を展開し、「リアルとデジタルの融合」によるマーケティングに注力。高品質のコスメブランドを集約し、美容感度の高いインスタグラマー・ブロガーをネットワークさせた会員制美活サイト「コスメラウンジ」を運営。今秋より、新製品を対象にしたプレスキャラバンを一般美容関心層向けにアレンジした「キャラバンラウンジ」企画をスタート予定。
【㈱DSプロモーション】http://www.ds-p.net/　info@ds-p.et
【㈱コスメラウンジ】https://cosmelounge.jp/　desk@cosmelounge.jp

現代女性の食生活をはじめとするインナービューティへの関心は年々高まる傾向にありますが、興味の対象も時代とともに少しずつ変化してきているようです。

弊社でインナービューティに関連する調査をしたところ、一番関心が高いのが「オーガニック食材やスーパーフードについて」39%、次いで「ダイエットに関わる食材や食べ方について」22・1%、「ファスティングやデトックスについて」19・5%、「グルテンフリーやVeganなどの知識習得について」13%という結果でした。

「以前は何を食べれば綺麗になれるか、摂り入れる方に意識が行きがちだったのが、最近は添加物、有害なものをいかに効率よく排出する、デトックスの関心の方が高い」（41歳・会社員）など、「毒素排出」には依然高い関心がうかがえます。

それに加え、顕著な動きが出てきたのが、女性たちのインナービューティに関連するサロン経営、教室主宰など「起業」への関心、興味の高さです。

弊社のアンケート調査で「インナービューティに関心がある」と回答した人のうち42・9%が「インナービューティ関連の起業に興味がある」、26%が「いつかは、あるいは将来的に起業してみたい」と回答し、約7割近く（68・9%）の人がインナービューティの「起業」等に興味を抱いている結果となりました。また、「既にインナービューティ分野で起業している」「起業を準備中である」といった人の回答も6・5%ありました。

「インナービューティはプライベートで興味ある分野で、仕事にするとは考えもしなかったが、起業することで自分の時間をコントロールできるので最近興味がわき始めた」（35歳・会社員）、「現在の仕事は収入を得るためと割り切っているが、将来的には自分が興味のある『女性が内面から綺麗になれる分野』で趣味と実益を兼ねた仕事に就ければ、こんな幸せなことはない」（43歳・会社員）というように「自身の興味分野」を「無理ない範囲で」「実益に結び付ける」といった趣旨が多い傾向です。

昨今、時間に制約のない仕事の仕方、ライフスタイルに応じた働き方など男女を問わず働き方の多様化が見直されています。こうした潮流もあって、現代女性の間でも自身の経験や知識を活かしやすい「美容」分野で時間をコントロールしやすい「起業」「教室主宰」を希望する声が増えてきたともいえます。

また、インナービューティという分野は、単に自身の美容センスや感性だけでは成り立たず身体や食材に関する膨大な知識も必要です。女性の「自己研鑽をしながら自己実現を満たし、周囲に貢献したい」という思いは、このような職業に結びつきやすいのでしょう。