「コスメデコルテ」から新ポイントメークアップ

コーセー

コーセーは、ハイプレステージブランド「コスメデコルテ」より、新「ポイントメイクアップ」を発売する。輝きをまとい、気品に満ちた、表情美を創造するポイントメークアップ（25品目147品種、500円～5500円）を、2018年2月16日より全国の百貨店と化粧品専門店で販売する。海外でも順次販売を開始していく。

「コスメデコルテ ポイントメイクアップ」は、見る人の記憶に残る、表情美を引き出すため、新開発の「ヴァチュリアスパウダー」を配合。光・影・透明感をコントロールし、骨格に沿って自然なツヤを与えることで「輝きのグラデーション」を実現する。頬や額などの広い面は明るく、丸みのある目もと・口もとには自然な陰影を与えることで、メリハリのある立体感を演出する。

デザインは、ピンクゴールドとブラックを基調とし、コスメデコルテが大切にしてきた「高級感・華やかさ・女性らしさ」を表現。幸せな気持ちで心地よく使用できるよう、手にした時のフィット感や、容器の開閉時の感触にこだわった。

なお香調は、透明感あふれるフルーティグリーンフローラルタイプの香りを採用している。

メインアイテムの「ディップイン グロウ」（1色3500円）は、触れた瞬間、肌の温度でとろける新質感のクリームベースのマルチハイライター。指先にとり、頬骨の高い位置・Tゾーン・あご先・上唇の上にのせてなじませると自然な立体感が生まれ、スキンケアをした直後のようにハリと潤いに満ちた自然な艶のある肌を演出する。

店頭では、iPadを使用し、新ポイントメークアップ専用アプリ「メイクシミュレーター」を使用したメークカウンセリングを行う。4つの質問項目から顧客に最適な色を選ぶ「自分に似合うカラーを選ぶ」モードと、顧客が興味のあるアイテムと色を自由に試すことができる「自分が気になる色を試す」モードの2つのモードを活用し、顧客に最適なポイントメークアップを提案していく。

資生堂

「SHISEIDO」より素肌美を演出するベースメーク

資生堂は3月1日、世界88の国と地域で展開している「SHISEIDO」より、素肌美を演出する新ベースメークアップ「シンクロスキン ティンティッド ジェルクリーム」（4色各40g4200円、SPF30・PA+++）を世界各国で順次発売する。

国内では、全国のデパートを中心とした約290店と資生堂の総合美容サイト「ワタシプラス」で発売する。

「シンクロスキン」シリーズは、2016年に発売され、リキッドファンデーション、クッションファンデーション各2種を展開してきたが、肌と一体化し自然な美肌が続く機能が好評で、2017年のブランド全体のファンデーションの店頭売上は、前年比約150％と好調に推移している。

2018年春夏は、トレンドの「素肌感のある肌」に仕上げる新タイプのベースメークアップを発売する。

今回発売する「シンクロスキン ティンティッド ジェルクリーム」は、ここ数年トレンドとして定着している「素肌感のある肌」へのニーズに対応。独自のジェル技術により、驚くほど軽やかな感触を実現した。肌とシンクロし、透明感を際立たせながら自然で健康的な素肌美が続く。

「エレガンス」から新色・新製品・限定品を発売

アルビオン

アルビオンは2月18日、メークアップブランド「エレガンス」より、2018年春の新色・新製品・限定品（6種、2500～6000円）を発売する。

「フルエクステンション マスカラ」（新2色＋限定1色各4000円）は、エクステ級の濃密ふさふさまつげを叶えるフィルムマスカラ。まつげの根もとにハリのあるリアルラッシュファイバーが付着し、そのまわりに弾性の高いエラスティックファイバーが絡みつくように付着するので、根もとから擬似的なまつげを形成しまつげの密度を高め、エクステのように本数が増えたような仕上がりに導く。

「スリーク フェイスN」（新4色＋限定2色各3000円）は、鮮やかに色づき、透明感のある表情に導くクリームチーク。見たままの色が肌の上でクリアに発色し、みずみずしく濡れたようなツヤ感を演出する。

「ヌーヴェル アイズ」（新2種各5500円）は、惹きつけられる目もとをつくるアイカラー。質感と感触の違う2種類のベースを2色ずつセットしており、透明感の高い澄んだ発色と輝きがまぶたにしなやかなフィットする。

「フレッシュセントルージュ」（新3色各3800円）は、春色がきらめくトリートメントルージュ。ツヤ高いオイルをふんだんに配合したベースが、にごりのない澄んだツヤとクリアな発色を実現する。

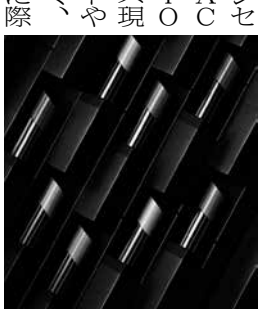
「ネイルケア カラー」（新3色各2500円）は、ベースコートいらずのネイルカラー。繊細なニュアンスを表現した上質な色と質感を一塗りでクリアに表現し、指先を美しく彩る。

「フィルミック スキン EX」（7色各30mL6000円、SPF50・PA++++）は、フィルムのように薄い膜で美しく包み込むリキッドファンデーション。ピンと張った化粧膜がキメの凹凸や毛穴を緻密にカバーし、ツルンとキメ細かくなめらかな肌に仕上げる。

今回は、トータルビューティーブランドへの進化を目指し、ニューヨークでトップメークアップアーティストとして活躍するAyami Nishimura氏をカラーディレクターに迎えた。

新ブランドのコンセプトは、「NEW ACTUALIZATION～私らしさの具現化～」で、トレンドや装いのためではなく、自分らしさを鮮明に際立たせるメークを志向している。

見る人、見る時間、見る空間で様々な色を魅せるパッケージは、今まで自分の中になかった発想や行動につながり、まだ見ぬ世界を感じさせ、使うたび、自分の変化を予感させるという。新メークブランドの投入により、変化を楽しみ、人生を鮮烈に生きる女性たちを応援し、一人ひとりの女性が次なる未来に進むための新しい発見や可能性を提案していく。



ポーラ

新しいポイントメークシリーズ「B.A カラーズ」投入

ポーラは3月1日、鮮烈な色で自分に新たな刺激を与えてくれるB.A初のポイントメークブランド「B.A カラーズ」から、「リップステック」（8色各6000円）、「リップライナーペンシル」（ホルダー別売4色各2400円）、「リップライナーペンシルホルダー」（1000円）、「熊野化粧筆（紅）」（4000円）を発売する。

1985年の誕生以来、エイジングケアの新しい価値を提案し続けてきた「B.A」は、「その先の美しさ」を追求し続けた結果、肌領域のみならず、女性の可能性を広げ、刺激し合えるブランドへ進化したいという想いから、新たなメークブランドを誕生させた。