

コーセー

「プレディア」中核ラインに
新ベースメイク

コーセーは3月16日、化粧品専門店専用ブランド「プレディア」の中核ライン「スパ・エ・メール」から、日中もケアしながら美肌を守るスキンケア発想のベースメイク(4品目9品種、4000円〜40000円)を発売する。

新ベースメイクは、肌(アルゲ)エキスなど、悩みを隠してきれいにさせるだけではなく、日中もケアしながら美肌を守ることに着目し、パウダーファンデーションと日中用美容液をラインナップしている。

同社新規オリジナルの「発光マルチカラー粉体」を配合することで、肌のくすみ、色ムラ、毛穴など肌のすみずみまでしっかりカバーしながら、内側から発光したかのような透明感のある明るい肌を演出する。

また、「スパ・エ・メール」のスキンケアアイテム共通成分の「ガゴメ



紫外線ダメージから肌を守り、キメのふっくらとした透明美肌を、一日中快適に保つ。「ミネラルデイエッ

センス(カバー)は、ジから肌を守り、明るく化粧下地を兼ねた日中用美容液で、肌に心地よくフィットするしなやかなラスティングファンデーションホワイト(全ラ・たるみ・毛穴をカバー、6色各10g4000円、SPF20・PA++)

「コスメデコルテ」から
新ベースメイクライン

コーセーは3月16日、春夏の化粧崩れしやすい時期でも、きれいな化粧膜が長続きする汗や皮脂に強いベースメイクライン「コスメデコルテ」を発売する。



なる肌悩みをしっかりとカバーするので、日中の紫外線から肌を守り、日やけの親和性が向上し、密着効果が持続するという。

ナリスアップ

美白、UVブランドの
ラインナップを拡充

ナリス化粧品グループの一般流通商材を扱うナリスアップコスメティックスは2月2日、美白、UVケア関連のブランドから新製品を発売した。

UVカット効果を兼ね備えた美白メークシリーズ「N・U・P ホワイ

ターゲットとする30代〜40代では、シミ・そばかすや毛穴の開きが肌悩みに挙げられる一方、年齢による水分・油分の低下から目もとや口周りはにふわりとのび広がるパファンデーションが乾燥のほかに、なめらかでみずみずしい感触のリキッドファンデーション、紫



補正、UVカット、くすみ防止、肌あれ防止の7役を持つ。

資生堂は2月21日、「インテグレート」から、1品でリキッドのような仕上がりのパウダー、リキッドのよう



のメークアップにかかる所要時間は「10分以下」が7割強を占めている。

「インテグレート(全7品目13品種)／ミネラルベーススキンエフズ(限定1種3・5g)

度でもふわっとやさしく明るい、やわらかな光を放つ素肌感を実現した。

「同UVカットミネラルBBパウダーN」(顔

資生堂

自分好みの仕上がり実現する
ミネラルファンデ投入

女性にメークアップで最も重視するアイテムの1つにファンデーションが挙げられ、肌の美しさが重要視されている。こうした背景から、セルフファンデーション市場の金額シェア(イトレンドは、「つやのあ

CMモデルには引き続き岸本セシルを起用。これひとつでリキッドにもパウダーにもなれちゃう

「マキアージュ」より
ムース生まれのファンデーション

資生堂は2月21日、「マキアージュ」からムースプレス製法を採用。美容液水とパウダーを混ぜ、空気とパウダーが混ざった軽いムース状にした。レフィール7色各9g、SPF25・PA++、ノードラマティックパウダーを軽い力でスポンジ

また、紫外線カット効果最高値を実現した美白スプレー「同薬用 ホワイニングUVカットスプレー」(医薬部外品、50g1000円、SPF50+・PA+++)も同日発売した。シリーズ4品に拡充し、ブランド

2015年春のテーマは「Love Princess」。気だりファンデーションが49%、リキッド・クリ

「ドフラマティックパウ

「ドフラマティックパウ

