FITS

春夏商談会でCOSMOS認証のミストなど発表

フィッツコーポレーションは4月20日、2018年春夏商談会を開催し、新ブランド・新製品などを提案した。

せっけんの香りのライフスタイルブランド「レールデュサボン」から5月26日に一般発売した「パフュームジェリー」は、ソープバーをモチーフにしたボトルデザインはそのままに、ペット素材で携帯しやすくした。香りを楽しむジェル香水として、一般的なハンドジェルのおよそ6倍の香料を配合している。サトウキビ由来のアルコールを使用し、95%天然由来成分処方を実現した。

ボディ&フェイス用化粧水「ヴィーナススパドレスオーガニック」は、全5種のうち2種でCOSMOS ORGANIC認証を取得し、ファッションのようにありのままの感性で使えるデイリーオーガニックラインとして提案していく。

「オーガニックを装う、纏うという意味を持ち、香りもファッションに因んだタイトルにした。認証を取得していない3種もベースはナチュラル処方であり、選ぶ楽しみや表現の幅を広げるために5種をラインアップした」(同社)

シュガリーな香りで人気の「ラブパスポートイットバームスティック」より、大人の要素とフローラル系の香りをプラスした第2弾も発売する予定だ。

このほか、「コレスナチュラルプロダクト」のリップにオイルを配合し、ツヤ感を向上させた「リップバームスティック」として5月30日にリニューアル発売する。

アルビオン
「イグニス」から国産原料を厳選配合した新製品を発売

アルビオンは6月18日、「イグニス」より国産原料を厳選して配合したクレンジング、ボディケア(全4品、2200円～3000円)の新製品を発売する。

「サニーサワー デュオ クレンジング ジェリー」(150g3000円)は、「瀬戸田のレモン」と「さがんルビー」(佐賀産グレープフルーツ)の相乗効果で、毛穴の開きや黒ずみをケア。洗い流した後の肌は、ザラつき・ごわつきのないキメ細やかでつるんとしたなめらかな肌に整える。

「ラヴェリッシュ ボディソープ」(400mL2800円)は、弾力のある泡がやさしく包み込み、しっとりしなやかな肌に磨き上げるボディソープ。華やかな香りがバスルームいっぱいに広がり、心安らぐバスタイムを演出する。

「ラヴェリッシュ フレグランス ボディパウダー」(8・0g2800円)は、甘く爽やかな香りが長時間続くプレストタイプのフレグランスボディパウダー。優れたデオドラント効果で、気になるニオイもケアし、豊かな香りを引き立てる。

「ラヴェリッシュ ボディクリーム」(180g2200円)は、夏のほてった肌にたっぷりとうるおいを与え、透明感のある肌に導くボディクリーム。濃厚なテクスチャーながらもすーっとのび広がり、素早くなじむ心地よさで、ベタつかず、しっとりとしたうるおいを長時間キープする。

また、シャンプーとコンディショナーが識別できない人もいるので、容器の形や色合いを少し変えた方がいいかもしれない。ポンプボトルでない通常サイズの容器だと、残量が少なくなった時に中身が出にくくなり、手に力が入らない人はつらいそうである。

これらの課題は改善しても直接購入に結びつきにくいかもしれないが、SNSによる購入者のクチコミ効果は見込めそうだ。

資生堂
「エリクシール」より美白濃密クリームを発売

資生堂は5月21日、高機能エイジングケアブランド「エリクシール」より、薬用美白クリーム「エリクシール 美白濃密クリーム」(医薬部外品、2種各45g、本体/つけかえ専用レフィル、ノープリントプライス)を、ドラッグストア・GMS・化粧品専門店約2万店とワタシプラスなどのECサイトで発売した。

開発にあたっては、30代以降の女性の気になる肌状態として、フェースラインのぼやけや肌の暗さが挙げられるため、かげりや暗さをみせず、顔の印象まで明るく感じさせるハリのある肌に着目した。

「エリクシール 美白濃密クリーム」は、みずみずしさとコクを両立した心地よい使い心地で、ハリが支えるうるおいに満ちた明るい肌に導く。

私のH&B日記

理解

取材先で30分近く待たされた。何でも、電話注文をしてきた一般ユーザーが永遠と話し続け、切るに切れなかったのだという。お客様相談窓口を設けている企業ならともかく、営業社員がそこまで対応するとなると、大変である。

お客様相談窓口には様々な問い合わせが寄せられる。中には脱線して世間話をしてくる人もいるらしい。多くは時間にゆとりのある高齢者のようだ。

そういえば高齢化が進んでいるにもかかわらず、パッケージの説明書は相変わらず文字が小さいものが多い。老眼が進んだ人には読みにくいのではないだろうか。商品理解を深めるためにも、レイアウトを工夫してほしいものだ。

エコロジー対策として外箱の裏面に説明書を記載しているブランドもある。外箱を開いて説明書に目を通しても破棄してしまうと、全て記憶しているとは限らないので、やはり相談窓口のお世話になってしまうのだろうか。

カウンセリングブランドの場合、リーフレットを作成して使い方を説明することが多い。リーフレットを持ち帰り、自宅で復習しながらお手入れをするのは楽しいものである。ただ、人によっては使う順番がわからなくなるらしく、番号が書いてあるシールを提供することもあるそうだ。特に英語表記の場合は区別がつきにくいそうである。

これらの課題は改善しても直接購入に結びつきにくいかもしれないが、「蓋を逆にしたらそれまで」(メーカー)というのは、もっともな意見であった。

(小)