

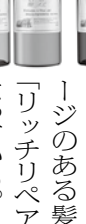
花王

欧州発の高級植物美容へアケアブランド
「G.U.H.L LABORATORY」を発売

花王は7月23日、花王グループがヨーロッパで展開しているヘアケアブランド「GUEL（グール）」から、日本向けの新たなシリーズ「GUELLABORATOR Y（グールラボラトリ）」（全5バリメント、

ら厳選した植物成分と、発酵製法の天然型乳酸を配合し、一人ひとり異なる髪質や髪の悩みに丁寧に向き合う5つのタイプを用意した。

「ツヤの足りない髪用の『シャインエッセンス』、ハリ・コシのない髪用の『バウンスエッセンス』、パーマやカラーでダメージのある髪用の『リッチリペア』」となっている。



「ス」ス、ツヤの足りな
用用の「シャインエン
ス」、ハリ・コシの
ない髪用の「パウ
スエンハンス」、バ
ーマやカラーでダ
ージのある髪用の
「リッチリペア」と
なっている。

「G.U.H.」は、
1946年にグスタ
フ・グールによって
創立され、ドイツを
中心に、誕生から
年以上、多くのヨ
ロッパの女性たち
愛され続けている。
花王は、1979年
にバイヤスドルフ社

との共同事業によりグールコスメティックス社を設立し、その後、1986年にはグールイケバナに改称。欧州で植物成分にこだわったブランドとしてヘアケア事業を展開している。

その「GUEL」からナチュラルなライフスタイルを志向し、美容感覚の高い日本の女性に向け

て、今回、新シリーズ「GUEL LABORATORY」を発売した。日本では「GUEL」シリーズのヘアケア製品を発売するのは初めてと

いい、植物を美容に取り入れるヨーロッパの伝統的な考え方に、「現代科学」をかけあわせて生まれた「植物美容ソリューション」を提案していく。

「スプレー」は、スポンジが届かない奥・ミゾ・スキマの汚れに直接スプレーして1分程度置いて水で流すだけで、こすらずに洗える新しい食器洗いを提案し、2018年6月現在で出荷本数は累計2000万本を突破している。

最近では、家族の生パターンの多様化、そしてすぐに食器洗い

洗浄力をパワーアップさせ、より簡単に食器洗いを実現した。パワー



花王

「キュキュットCLEAR泡スプレー」を

花王は9月8日、スポンジが届かない汚れを落とす「スプレータイプ」の食器用洗剤「キュキョット CLEAR（キュキョットクリア）」（本体・泡スプレー）（本体・CLEAR（クリア））を改良発売する。

2016年10月に発売された「キュキョット CLEAR（クリア）泡

溜まってしまふ傾向が強まった結果、「時間の経ったお弁当箱の油污れが落としにくい」という意見が寄せられていた。

そこで今回の改良では、最も手強い「プラスチックに最後まで残る、油のヌルツキ汚れ」へのようになつた。

ライオン

ライオンは9月19日、水が使えるい場面でもすぐれた消毒効果を発揮し、手が荒れにくい、低アルコール処方になっている。

良は働く親の大きな悩みになっている。

017年同社調べ

けで手指消毒剤を使用し始めても、「手が荒れる」「においがきつくて使いづらい」「出る量が多くてこぼれる」などの理由で使用を中止していることがわかった。(2014年同社調べ)

そこで今回、低アルコール処方、親子で使える手指消毒剤として「キレイキレイ薬用ハンドジェル」を開発した。

ナノイオン消毒成分が入り込むことで、効果をさらに高め、手

かいすき間まで、一方で、「保湿度が足りない」「泡持ちが悪い」など、不満を感じていることがわかった。

今回発売する「泡で出してくるタイプ」は、1プッシュでたっぷりのお泡が出る3 mLポンプを使用。1回押すだけで、手のひら

方の消毒剤「キ
レイキレイ薬用
ハンドジェル」
（指定医薬部外
品、本体230
mL、つけかえ2
30mL、携帯用
28mL、オープン
価格）を発売す
る。

ぬいぐるみは約1・5

の衛生意識は高く、65%
は「家族が安心して暮ら
せるよう家の中を清潔に
している」一方、実際に
家の中の菌や汚れを調べ
てみると、オフィスなど
の共用トイレの鍵に比
べ、テレビのリモコンや

手指の消毒剤の使用率は
30%と日常生活に定着
ておらず、「子供が生ま
れたから」などのきつ



ライオン

ライオンは9年間で2倍以上（2013年＝43億円、2017年＝101億円、同社調べ）に拡大している。その背景には、肌への負担をなくすため、肌の乾燥を防ぐために身体を手で洗う人が増えていること、

泡で出てくるタイプを発売

月26日、吸着保湿テクノロジーで保湿成分が洗い流されないボディソープ「hadakara」から、保湿力が高く、泡持ちの良い、家族で使える「泡で出てくるタイプ」

しかしながら、子どもの年齢が上がるにつれて、泡タイプの購入率は減傾向（0歳～3歳未満35%、10歳以上7%、017年同社調べ）に

るため、何度も継ぎ足さなくても、ゆったりした気分で洗える。また、泡持続成分を配合しており、きめ細かく泡持ちが良く、濃い泡が肌を包み込むという。



「キレイキレイ薬用ハンドジェル」を発売

近年、共働き世帯の増加に伴い、保育所を利用する1、2歳児の数は29%増。また、子供がぬいぐる

（本体5500ml、つめかえ40L、オープン価格）を発売する。

ポディソープ市場は泡タイプが伸びており、5と、子どもが小さい家庭では、子どもが自分で洗いやすいように家族で泡タイプを共用する人が増えていることなどが挙げなどの点に満足してい