

# 花王 SOFINA iP 土台美容液の累計出荷数が400万本を突破

花王はこのほど、「SOFINA iP ベース」で売上No.1（インテージケア エッセンス（土台美容液））の累計出荷本数が400万本を突破したと発表した。

SOFINA iPの初代土台美容液は、2015年11月、炭酸の技術を加えた独自の処方を用いたスキンケアのファーストステップに使用する美容液として誕生した。発売以来、特に有職女性から支持を集め、継続的な愛用者に支えられ、国内の



計出荷400万本を突破した。

同社では、土台美容液のヒットの要因について、

## カネボウ

カネボウ化粧品の、2019年6月16日に発



## ミラノコレクション2019の予約受付開始

て、TVC Mの放映やWeb・SNSでのプロモーション、1万人規模のサンプル体験キャンペーン、数量限定の感に対する反響が多数寄せられている。

売する「カネボウボディッシュパウダー」ミラノコレクション2019（30g8000円、SPF20・PA++）の予約受付を11月1日に開始した。

## 多田

髪のプロースター導入液が好調な売れ行きを記録



総合美容ディーラー・フルーティで、ローズやアイリスなどの花々から抽出した天然アロマオイルに、楊貴妃も好んで食したというフェイチャン・ピーチの香りをブレンドした。汗・皮脂吸着パウ

品などの販売も行う多田が今年5月に発売した髪のプロースター導入液「プロースター導入液」が、リユースオーハイドロミ

0円）が、一時は欠品が発生するほどの売れ行きを記録している。現在、取扱サロンと全国のPLAZAやLOFT、shop in、アインズ&トルペ、東急ハンズなどのバラエティショップで販売している。

ヘアケアにも導入液があれば便利だという発想から誕生した同商品は、シャンプーとトリートメントの間に髪に使用すればトリートメントの浸透率が高まり、スタイリング剤として使用すればツヤのあるストレートスタイルが実現できるなど、マルチパーパスで使用シーンを選ばないことが支持されているという。

また、無香料でどんなトリートメントを使用しているても香りがぶつかり合わないため、ユーザーを選ばないことも人気に拍車をかけた要因と見ている。

今年から何かにつけて「平成最後」との枕詞を見聞きし、自身の言動に反映させようと試みたが、「最後」だから「集大成的なふるまい」と「真新しいことへの挑戦」のどちらを採るべきか選択できないまま、平成最後の年間ランキングが様々な業界から発表されているところだが、化粧品品においては「多機能」であることが購買意欲を引き上げる一要素だったと思う。

この際自分のことは棚上げしたまま30年を振り返るが、平成を象徴する消費の特徴は「ニーズの多様化・多様性」であり、その消費特徴を巧く取り込み市場拡大に貢献したのが「多機能（化）」であったと言えまいか。平成最後の年間ランキングが様々な業界から発表されているところだが、化粧品品においては「多機能」であることが購買意欲を引き上げる一要素だったと思う。

## マルチの魔力

単品に劣るマルチツールの中で、子ども時分には最も縁遠い螺旋状のコルク抜きを私は好み、改めてその思いを強くしたが、多機能の魅力とは、つまるところ、そうした言葉で表心なのだろう。（菅）

男心に多機能コスメを好む女性も似たような感覚ではないかと思えるが、それと多機能コスメの行く末である「スキンケアもメイクもこれ一つで」が受け入れられるかどうかはまた別の話であるのが女心なのだろう。（菅）

# 私のH & B日記

「多機能」との出会い

に収納されたそれは子ども心を多大にくすぐり、目的もなく何度も出し入れし、時々流血した記憶がある。

久方ぶりに最新のマルチツールがどう進化しているか検索してみ

「多機能」との出会い