

資生堂

「ショールーム」S/PRESS」をオープン

資生堂は5月13日、最新デジタル技術を活用したビューティに関するコンテンツを体感できるショールーム「S/PRESS (エスプレス)」を浜松町にオープンした。

「S/PRESS」で「ル」を設置し、毎日の肌状態や天候に合わせたスキンケアを提供するシステムやデジタルコンテンツの開発を行う「チームラボ」のタッチパネル型デジタルサイネージ「デジタルインフォメーションウォール」など、様々なデジタルコンテンツを展示することにより、自分に合った商品や美容情報を見つくれる出会いの場を提供する。



また、同社のデジタル技術に関する先進性を多くの人々に印象づけるために、各コンテンツ利用データの取得やベータユーザーの募集も進めている。

Japanese Beauty #NothingLikeIt

公式サイト立ち上げ 日本独自の美意識を世界へ発信

資生堂は、日本の美意識を世界へ発信する「Japanese Beauty #NothingLikeIt」の公式サイトを立ち上げた。同サイト内では、「ジャパニーズビューティー」を表現した動画を公開しているほか、今後国内外のビューティー関連のイベントでの講演活動などを通じて、同社が定義する「ジャパニーズビューティー」の魅力や美意識を世界に発信していく。

私の H & B 日記

5月初旬、栃木県の「益子春の陶器市」へ出かけた。神奈川県から3つの県をまたぎ、片道3時間超のちよっとした旅行だった。

「益子春の陶器市」は今年で第103回を迎える歴史あるイベントで、例年多くの観光客・陶器愛好家が集まる。5月とは思えない熱さの中、オンラインワンの陶器を求めて各々がブースを巡る。その様子、

陶器を求め五十里

行き慣れている同人誌即売会みたいだと思っ

「RedB.A」でアンバサダープロジェクトを発足

Advertisement for RedB.A ambassador project featuring photos of ambassadors and a list of products with prices.

「RedB.A」は、に、いつでも自分の本能を信じて、自分らしく美しく生きる女性のために生かされた「RedB.A」

ブランドでアンバサダープロジェクトを発足させ、アンバサダープロジェクトとは、「RedB.A」とブランドを体現する女性たちがつながり、これからの「RedB.A」の魅力を共に創っていくもので、プロジェクトを通じて、自分の本能を信じ、変化に富んだ毎日を楽しんでいく。

Advertisement for Lion's 'Learn to Save Water' program, featuring a bottle of Magic Wash and text about water-saving techniques.

立体の泡が楽しめるハンドソープを

Advertisement for 'Bioleu' hand soap, showing the product and its unique foam structure.

花王 動物園、空港に設置

花王は、子どもの清潔習慣を育てるハンドソープとする手洗い啓発活動の一環として、5月25日、誰でも簡単に手のひらで押すだけで、楽しい立体の泡がでてくる「Bioleu」泡スタンプハンドソープを動物園、空港などの施設に設置している。

コスプレイベント「Ultra acosta!」に出展

カネボウ化粧品「KATE」は、5月11日〜12日の2日間、池袋サンシャインシティにて開催された「Ultra acosta!」に出展した。

