

肌分析コンテンツ「肌パシヤ」の機能を強化

資生堂

資生堂は11月1日、総合美容サイト「ワタシプラス」で展開している肌分析コンテンツ「肌パシヤ」をアップデートし、肌分析データを保存できる機能を追加した。

肌の状況を管理するマとしてスタートした「肌パシヤ」は、2021年3月より、従来のアプリからより使いやすいWebコンテンツとして進化し、いつでも・どこでも一人でも手軽にできる肌分析を確認することが可能になった。



資生堂

新感覚のメディテーションメニューをリニューアル

資生堂が、世界88の国と地域で展開しているブランド「SHISEIDO」の旗艦店「SHISEIDO GLOBAL V Charge」の体験メニューを4つのコース（INSPIRE、ACTIVATE、EMPOWER、CALM）にリニューアルし、11月3日より本格的なサービス提供を開始した。

顧客が欲しい時に、スムーズに提供することを目指す同社のDX戦略をさらに前進させるものであり、ユーザーはデータを過去に遡って比較することができ、環境やお手入れなどによる肌の変化を確認し、より自分に合ったお手入れを行うことができるようになる。



来客一人ひとりの心の状態を測定後、全4コースの中から最適なコースを選択し、音声ガイドを通じてセルフで行う新感覚の先端メディテーション体験となっており、日本初導入のメディテーションカプセル「SOMADOME」内では、バイノラルビートが瞑想状態へ導き、光が変化する空間でリラックスした気分になり、ブランドを象徴する美容液「アルティミューン」の香りとともに五感（音、光、香り、温度）へアプローチする。

アマン東京にてトリートメントの提供を開始



コスメデコルテ

コーセーが世界の富裕層に向けて展開するハイクラスブランド「コスメデコルテ」は、アマン東京内のウエルネス施設「アマン・スパ」にて、ブランド最高峰ライン「AQミリオン」のトリートメントを、今回、その取り組みを一層加速するため、唯一無二のラグジュアリーで特別な体験ができるホテル、アマン東京の「アマン・スパ」にて、「AQミリオリートメント」を使用したトリートメントを開始する。

オリティの商品を使用した

10月のアマンサンユニオン（上海）を皮切りに、11月にはザ・コンフォート（ロンドン）、12月にはル・メレザン（フランス）のアマン・スパで、オリティトリートメントを展開する。

バルクオム

デリバリーサービス「menu（メニュー）」と提携

メンズスキンケアブランド「BULK HOMME（バルクオム）」は、新宿マルイ本館1階に展開しているブランド初の旗艦店「BULK HOMME THE STAND」にて11月5日よりデリバリー・メイクアップアプリ「menu（メニュー）」と提携し、配達サービスを開始した。

今回、バルクオムでは、オンライン、オフラインに続く新たな製品の購入手段としてデリバリーサービスを導入することを決定した。

BULK HOMME



サービス概要

配達時間 11時～20時30分（新宿マルイ本館の営業時間に準じる）
▽住所 東京都新宿区新宿3-30-13 新宿マルイ本館1F
▽対象製品 数量限定セット「THE MASK UP & TOOL S」を除くすべての製品