

大木ヘルスケアHD

「フェムケア」の売場提案を強化 「周期ケア」「睡眠美容」

医薬品を軸にヘルス&ビューティケア領域の中間流通業を展開する大木ヘルスケアホールディングスは、女性特有の健康課題と向き合うフェムテック・フェムケア市場に成長性を見出す売場提案を強化する。2月8～9日の2日間、都内で開催した「2022 OHHK1春夏用カテゴリー提案商談会」の場で、松井秀正社長は「個人的にも今回、思い入れが強いカテゴリー」に挙げて意気込みを語った。



松井社長

「女性特有の健康課題は今にはじまったことではない。OTC医薬品を中心に対応製品は当社もこれまでに取り扱いはたくさんあった。ただ、十分に伝えきれていなかった。また、時代に合わせた提案ができておらず、必要としている消費者の手に届いていなかった。それが今のフェムケア市場の流れになっていると捉えている。卸として反



会場では、コスメ&パフェティゾーンにて、女性のヘルスケアを「周期ケア」「睡眠美容」「自律神経」などの切り口で女性の健康増進をサポートする売場を提案した。例えば「周期ケア」では、周期によって肌の状態が変わりやすいことを伝える、周期に合ったスキンケアの方法を既存の化粧品をまとめて新たなカテゴリーとして提案する。

省すべき点との認識を強めて今回、女性のヘルスケアを切り口にした提案、コナーを設けた。化粧品を中心に構成したが、今後はOTC医薬品の提案をまとめて新たなカテゴリーとして提案する。

資生堂

パーフェクト社へのマイノリティ出資を決定 革新的なビューティー体験の創造を加速

資生堂は、AR、AIやSaasのソリューションを提供する業界屈指のビューティーテック企業「Perfect Corp.」(本社：台北市、パーフェクト社)にマイノリティ出資を行うことを決定した。同社が特別買収目的会社である「Provident Acquisition Corp.」とのdeal SPACプロセスによって米ナスダック市場に上場する予定のタイミングで資生堂は少数株を取得する。2022年第3四半期までの完了を目指す。

資生堂グループは、パーフェクト社の先端技術トレンドを中長期経営戦略「WI」術を利用したバーチャルメイクアップや美容プラットフォームを主要プラットフォームとして展開し、同社との間で信頼とパートナーシップを築き上げてきた。今回、パーフェクト社のグローバルリーダーとマイノリティ出資をすること、両社の関係性を強化して、まずCEOのアリス・チャン

氏によって2015年に創業され、ビューティーとファッション業界においてAR、AIやSaasのソリューションを提供するビューティーテック業界屈指の企業へと躍進し、メイクアップ、スキンケア、ヘアカラー、アクセサリをはじめとしたカテゴリーで消費者とブランドをつなぐプラットフォームを構築している。同社のサービスは現在、世界上位20社のビューティー企業の95%、400ブランドに採用され、アプリは累計9.5億ダウンロードを超え、80以上の国・地域にて年間100億回以上も利用されている。



社会人向け講座・漢方アロマコースを広く認知へ

日本薬科大学

「eラーニングコース」(総授業時間118.5時間、受講料15万円)と、実習象とした文部科学大臣認定職業実践力育成プログラム「漢方アロマコース」で開講しているeラーニングコースを、美容・化粧品業界にも有益な学びにつながるとして、SNSなどデジタルを活用して認知拡大を図り、広く受講生を募っていく。現在、第7期生を募集している。受講修了者には「履修証明書」が交付される。

「オミクロン株の感染拡大があり、直前までリアル開催には悩んだが、ヘルスケア領域の基幹業態になることを掲げる卸として、商品や売場づくりなどの情報が途切れなようにしていくことが使命だと思つて決意した。会場内の感染予防対策の徹底はもちろん、来場予定者には抗原定性検査キットを配布し、当日の検査結果で陰性が確認された方に来場していただく。コロナ禍の2年間で社環境は大きく変化し、それに対応した商品もたくさん生まれている。実際に商品を見て提案を聞き、新たな気づきがいま以上にあったという声もあり、リアルの良さを感じていただけたと思う。ただ、来場できなかった方もたくさんいらっしゃる。来場できなかった方へのフォローまでを2日間で約1000名が来場した。

マンダム

毛束色見本を廃止しAR髪色シミュレーション導入へ

マンダムは3月より、ヘアカラーを展開するギヤツビー(14品)、ルシード(8色)、ルシードエール(6品)の3ブランドでARによる髪色シミュレーションシステムの提供を開始した。AR髪色シミュレーションの導入により、従来のヘアカラーのプラスチック製毛束トレイ(色見本)の供給を終了する。これによりプラスチック年間使用量は従来比で1.5トンの削減につながるという。店頭では、紙製POPでQRコードなどを付与して髪色シミュレーション

の利用を促す。ARによる髪色シミュレーションは、パーフェクト社の「AIバーシャールヘアカラー」機能を活用している。店頭POPに付与したQRコードを読み取り、各ブランドサイトの髪色シミュレーションページにアクセスすると、画面に映る自分の髪でカラーリング後のイメージを確認することができる。