

# クレ・ド・ポー ボーテ22年AW新製品発表会を開催

## 資生堂

資生堂は6月2日、「クレ・ド・ポー ボーテ22年AW新製品発表会」をオンラインで開催した。当日は、資生堂ジャパンプレステージブランドマーケティング本部クレ・ド・ポー ボーテブランドマネージャーの渡邊恵美氏が新製品について、資生堂ブランド価値開発研究所グローバル価値開発センタークレ・ド・ポー ボーテメイクアップ情報開発担当の伊藤麻衣子氏が技術情報について説明した。



「ル・フオンド」は、2017年に発売した既存品をさらに進化させた「(伊藤氏)」。具体的には、光を幻想的に通す「神秘的な硝子工芸品に着想を得た肌を水通らせながらカバ

リング(この肌からすべりが始まる)のコンセプトのもとにさらなる進化を遂げたラグジュアリースキンケアファンデーションで、肌への負担を軽減、うるつくりするような贅沢な使い心地へと誘

「ル・フオンド」は、2017年に発売した既存品をさらに進化させた「(伊藤氏)」。具体的には、光を幻想的に通す「神秘的な硝子工芸品に着想を得た肌を水通らせながらカバ

らめく輝きはそのままに、天然宝石と同一の性質を持ち、傷や不純物をほぼ含まない最高品質の輝きを有するキーク成分「プレシャスオパールパウダー」を開発し、化粧品に初めて配合している。同パウダーは球状が集まった構造のため、どの角度から光を受けても反射し、その角度が異なることで光の色が変わって見える。また、様々な方向に反射させるため、肌の内側から明るくなったような微細な輝きを演出することができる。

「このパウダーを含むプレイオアカラテクノロジ」によって揺れ動く輝き、光の反射が重なることで明るさが増し、360度どこからみても目を引き付ける輝きを演出することができる(伊藤氏)。

そのほか、贅沢な色と繊細なつやが生きいきとした唇を演出し、肌までも明るく輝かせる「ラグジュアリールージュ」も発売(新6色各4g6600円、7月21日発売)、上質を極めた軽やかなテクスチャーで素早く肌になじみ、ウォータープルーフのメイクアップや毛穴の奥の汚れまでしっかりと取り除く「レンジングオイル」「ユイルデマキアントヴィサージュ」(200ml6600円、8月21日発売)も発売される。

## ドン・キホーテ

ドン・キホーテは6月8日、オリジナルスキンケアブランド「cosparade」(コスパレード)から、「贅沢をもっと身近に」というコンセプトのもと誕生した新シリーズ「GENECOS」(ジェネコス)を発売した。

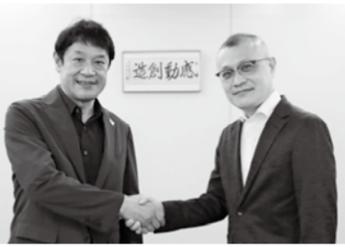
「GENECOS」の発表に先駆け6月4〜5日にかけて行われたブランド名を伏せたポップアップストア(Zerobase神宮前)において、商品価格予想アンケートを実施したところ、来場者の平均予想価格は先行乳液は4834円、美容液は6993円、化粧水は5211円となり、実際の商品価格よりも価値が高いと判断された(同社)という。

「GENECOS」は、「高価なスキンケア用品は気軽に試してみたい」「高価な化粧品は継続して使いたい」という悩みを解決するために開発された。この名前には、「General public」(一般大衆)に愛されるお手頃なコスメ」という願いを込めた。高品質な有効成分を配合したスキンケアシリーズとして、贅沢なスキンケア体験を求めやすい価格で提供していく。

## アイケイ

### ベビー用品・乳幼児玩具を扱うコンビニと業務提携

アイケイは6月8日、ベビー用品・乳幼児玩具を扱うコンビニと業務提携を締結した。顧客が多様なニーズ、ライフステージに合わせて、より生活が豊かになる商品を提供していく。



アイケイの連結子会社であるプライムダイレクトがコンビニの運営する化粧品事業を譲り受けたことを契機に、今回の業務提携契約締結に至った。

今後、コンビニが供給する原料素材やノウハウをもとに製品開発を積極的に行っていく、グループが有する多岐にわたる販路を活用することで、さらなる事業成長を図っていく。

## 新スキンケアシリーズ「GENECOS」を発売



「GENECOS」は、「高価なスキンケア用品は気軽に試してみたい」「高価な化粧品は継続して使いたい」という悩みを解決するために開発された。この名前には、「General public」(一般大衆)に愛されるお手頃なコスメ」という願いを込めた。高品質な有効成分を配合したスキンケアシリーズとして、贅沢なスキンケア体験を求めやすい価格で提供していく。

「GENECOS」の発表に先駆け6月4〜5日にかけて行われたブランド名を伏せたポップアップストア(Zerobase神宮前)において、商品価格予想アンケートを実施したところ、来場者の平均予想価格は先行乳液は4834円、美容液は6993円、化粧水は5211円となり、実際の商品価格よりも価値が高いと判断された(同社)という。

アイケイは6月8日、ベビー用品・乳幼児玩具を扱うコンビニと業務提携を締結した。顧客が多様なニーズ、ライフステージに合わせて、より生活が豊かになる商品を提供していく。

今後、コンビニが供給する原料素材やノウハウをもとに製品開発を積極的に行っていく、グループが有する多岐にわたる販路を活用することで、さらなる事業成長を図っていく。