

資生堂

ビオパフォーマンス スキンファイラー 新製品発表会を開催

資生堂は9月30日、先進ヒアルロン酸研究技術を搭載した美容液「SHISEIDO ビオパフォーマンス スキンファイラー」(夜用美容液30mL+朝用美容液30mL、本品3万5200円、レフィル3万4100円、10月1日発売)の新発売記念イベントを開催した。

「ビオパフォーマンス」の技術を新製品に採用し「スキンファイラー」は、先ず夜と朝のセラムが効果的に働き、内側から輝くような、ハリと弾力のある、うるおいで満たされた肌へ導く。

「このままでは良い成分があっても、しっかりと活用できていない部分がたくさんあったと思うが、美の可能性を実感できる」と新製品の潜在性について言及しつつ、「朝・夜用と美容液がセパレートしているのは、それだけその時に必要なケアができるということ。毎日のケアにおいて自分の肌をどのように育てていくかは一番大切なポイントなので、素晴らしいケアを家で毎日行うことができ、これからの自分の肌を楽しみたい印象だ。自分で選び、家で効果を感じられるのは素晴らしい」と商品への期待を語った。

また、日々数多くの化粧品を試す神崎さんは選べるべく自分の肌で試し、必ず1本以上は使うようにしている。みなさんも、効果効能はもちろん、自分の肌との相性やつけたときの気持ちよさ、感觸を見て選んで欲しい」とアドバイスする場面も見られた。

神崎さんは「最新の知見が盛り込まれた化粧品を使うこと」をエイジングケアで重視するポイントと語り、「化粧品は驚くほどの速さで進化しているの、学びを深めていくべきで、新しい自分らしいエイジングができると感じている」とコメントした。

イベントでは実際に神崎さんが夜用のインフィルセラムを試し、「透明感があり、みずみずしさで包まれるような気持ちいいテクスチャー。さらさらとしていて浸透も早い」と満足した様子で商品の使い心地を説明した。

「コロナ禍の長期化で、化粧品業界はEC事業への強化やD2C・P2Cブランドが台頭している。一方、リアル店舗業態ではライフスタイル提案型店舗の増加などでコスメを扱う業態の多様化が進み、デジタルとリアルの双方で物流機能の課題が顕在化したことで、物流アウトソーシングサービスが注目を集めている。そのような化粧品業界が直面している物流課題に対し、3PL・物流代行サービスを行う清長(本社=東京)は、化粧品に特化した物流アウトソーシングサービス

「医薬部外品製造業許可」を取得していることから、化粧品卸や化粧品販売会社との取引件数が増えてきたという。物流事業本部・営業部ロジプレミアム担当の永田大地氏は、「コロナ前からCS(顧客満足度)やLTV(生涯顧客価値)の向上に向けた取り組みとして、物流機能の強化や

「物流品質の向上を目的とした相談や問い合わせは増えていた」と話す。EC・D2Cブランドの中には、配送スピードや梱包方法に関するレビュー評価が低く、物流品質が一因で売上が伸び悩んでいることも珍しくないという。

「物流品質の向上には、クライアントとの情報共有が重要になるため、当社では、クライアント毎に専任の担当者をつけ、週1回のペースで定例ミーティングを取り入れている。SNSを活用した販促など販売計画や事業計画に合わせた出荷・配送への対応で、クライアントのCRMの向上に貢献できる」と(永田氏)

「ロジプレミアムコスメ」は、化粧品会社が掲げるSDGs達成目標にも対応する。「エネルギー・気候・CO2排出削減」「環境負荷の少ない資材・梱包材」「女性の活躍できる社会の構築」の3つの領域でSDGs達成への取り組みをサポートしていく。

清長

配送や梱包も商品購入の決め手に
コスメ特化型物流サービス「ロジプレミアム コスメ」

「ロジプレミアム コスメ」は、化粧品業界はEC事業への強化やD2C・P2Cブランドが台頭している。一方、リアル店舗業態ではライフスタイル提案型店舗の増加などでコスメを扱う業態の多様化が進み、デジタルとリアルの双方で物流機能の課題が顕在化したことで、物流アウトソーシングサービスが注目を集めている。そのような化粧品業界が直面している物流課題に対し、3PL・物流代行サービスを行う清長(本社=東京)は、化粧品に特化した物流アウトソーシングサービス

化粧品業界に特化した物流サービス
LOG/ PREMIUM cosme
Produced by SEICHO, Inc.

「コロナ禍に入ってから、生活者がECで化粧品を購入する頻度が高まったことで、物流品質の意識はさらに上がった印象がある。また、顧客との接点拡大を目的にECと卸、ECと店舗などマルチチャネル化戦略を推進する企業も増え、それにと

「物流品質の向上には、クライアントとの情報共有が重要になるため、当社では、クライアント毎に専任の担当者をつけ、週1回のペースで定例ミーティングを取り入れている。SNSを活用した販促など販売計画や事業計画に合わせた出荷・配送への対応で、クライアントのCRMの向上に貢献できる」と(永田氏)

「ロジプレミアムコスメ」は、化粧品会社が掲げるSDGs達成目標にも対応する。「エネルギー・気候・CO2排出削減」「環境負荷の少ない資材・梱包材」「女性の活躍できる社会の構築」の3つの領域でSDGs達成への取り組みをサポートしていく。

「ロジプレミアムコスメ」は、化粧品会社が掲げるSDGs達成目標にも対応する。「エネルギー・気候・CO2排出削減」「環境負荷の少ない資材・梱包材」「女性の活躍できる社会の構築」の3つの領域でSDGs達成への取り組みをサポートしていく。