

WWD BEAUTY

March 15, 2018 vol.493

ビューティトレンドが誕生する

ドラッグ・バラエティー コスメ最新事情

Matsumoto Kiyoshi



二子玉川 蔦屋家電がリニューアル p.3

「ルブタン」がブーチとライセンス契約を締結 p.4

アルピオンが生産拠点を増強 生産高1200億円へ p.5

「ルブタン」がプーチとライセンス契約締結

パリ発「クリスチャン ルブタン」は、プーチと化粧品製造および、開発、販売に関するライセンス契約を締結した。同ブランドはこれを機に流通チャネルを刷新し、幅広い購買層を扱う。アレクシム・ソコラーフ・オパレーティン・グロスマン（COO）兼ジェネラルマネジャー（GM）は、「当社同様、ファミリー経営のプーチとは共通点も多く、ビジョンが一致した。プーチのグローバルな流通チャネルで、ビューティ事業をステップアップしたい」と意気込み。

プーチは「ニナ リッチ」「パンハリゴン」などを傘下に収める他、「コム アー ボヤルソフ」などのファッションブランドやセレクトブティックとのライセンス契約で数多くの香水を手巻けるラグジュアリー・ロング・ロイヤリティ。

2016年9月には、ブラジルの老舗化粧品ブランド「ダラナド」の少数株式を取得している。

「クリスチャン ルブタン」は13年、ニューヨーク拠点の「パタルア ビューティ」の間に合弁会社クリスチャン ルブタン プーチを設立し、14年にアイコンシューズをモチーフにしたボトルのネイルカラーをローンチして話題を呼んだ。現在、世界21か国、パリの百貨店を含む133店舗で販売している。ムーロCOO兼GMは、「パタルア ビューティとタッグを組んで、ブランドイメージの構築に成功した。次はグローバルな市場開拓が課題」という。16年には高級セレクトブルブラック リップ ラッカー」と3種類の香水をリリース。17年はアイメイク中心

のメイクアップコレクションを発売するも、取り扱いは世界的40店舗と小規模だった。ドバイ銀行のエグゼクティブリストは、「コストのかかるビューティ事業は、市場を最大限広げることが鍵。プーチとタッグを組むことは合理的な選択」という。

プーチにとっても、同社の事業がそれほど浸透していない市場で大きな存在感を放つ「クリスチャン ルブタン」とパートナーになるメリットは大きい。同社の16年の売上高は前年比9%増の17億9000万ユーロ（約2327億円）。17年は20億ユーロ（約2600億円）達成の目標を掲げ、企業成長を扱う。なお、これにより「クリスチャン ルブタン」とパタルア ビューティとの合弁契約は終了するが、既存の製品は継続する。



これまで、ルブタンはパタルア・ビューティとの合弁会社「クリスチャン ルブタン」を通じてプーチにライセンス契約していた。現在はプーチと直接ライセンス契約している。

ロフトがコスメフェス開催、春は“グラムシャイン”がテーマ

ロフトは3月15日～4月30日まで、ロフト全店で「2018年 春のコスメフェスティバル」を開催する。イベントに先立ち、3月30日にはロフトのアプリ会員やインフルエンサーなどを招待した商品展示会「コスフェスオープンングパーティー」を行い、来場者は一足早く春メイクや限定アイテムを楽しんだ。

今回で5回目となる「2018年 春のコスメフェスティバル」。今年は「グラムシャイン」をテーマに、春らしいパステルカラーの化粧学をモチーフにしたデザインの間

定パッケージアイテムを多数取り扱う。イベントは先立って行われた展示会では、コスメフェスティバル対象商品をはじめ、「ロフト限定（プライベートブランド）」「ロフトリコメンド」などのカテゴリー別に新商品を紹介。毎回インフルエンサーと、推薦によるアプリ会員を招待しているが、「参加エントリー数が増えていることから、今回はアプリ会員を2倍に増やして全体で200人を招待。ブランドブースも増えて過去最大規模の展示会となった。これまでメイクアイ

テムが中心だったが、近年は特にナチュラル系アイテムやネイルアイテムも増えている」と担当者は語る。ブースにはロフト先行発売アイテムとして、「ロレアル パリ カラーリスタ」シリーズが日本初陣。2017年の世界販売数は2000万本以上で、メイクのように

ヘアカラーも気軽に楽しんでもいいと、染めたい期間とデザインで選べる4製品がそう。その他、ロフト限定アイテムとして「ホーム」のジェルネイルや「クリーンオリジナル」のフレグランスフィブリックスプレーなどが登場した。



1.アプリ会員やインフルエンサーを招待した展示会。2.メイクのようには髪にも染めてほしいと、染めたい期間とデザインで選べる4製品がそう。3.その他、ロフト限定アイテムとして「ホーム」のジェルネイルや「クリーンオリジナル」のフレグランスフィブリックスプレーなどが登場した。

FACE

既成概念にとらわれず、日本的で日常になじむ香りを届けたい

白石小百合/ウィット代表兼フレグランスデザイナー

フレグランスブランドの「ウィット」は、昨年4月から白石小百合フレグランスデザイナーが代表に就任し本格始動した。製品ラインアップは「#01 パニャフローラル」「#02 ジャパニーズオリス」「#03 シトラス 13」「#04 リーフディリン」「#05 ホワイトティー」（各50mL）各1万8400円。「#06 ベイ&ブラックベッツァ」（50mL）3万4500円、「#07 グリーンレモン」（50mL）1万6800円の7種で、オンラインショップを中心に伊勢丹新宿店メンズ館などで販売する。

白石フレグランスデザイナーは「アナウンサーの仕事をしているときから香りと言葉



PROFILE: 白石小百合は元アナウンサーとして経歴豊富。スチーフラン、ファッションなどを担当する。2017年9月に独立し、ウィット代表に就任。香りのプロデュースを行う。

はよく似ていると感じていた。香りがさらに体感化されたら言語として機能も持つようになるのでは」と話す。また、日本の文化や人になじむ香りを作りたいという思いをもの作りに反映させている。例えば「#02 ジャパニーズオリス」は着物を着た40～50代の女性が似合う香りをイメージ。三重県産のヒメナキを使い、奥ゆかしさと落ち着きを表現した。一番人気がある「#05 ホワイトティー」は中国の産物しか使わなかった最高級茶からインスパイアされた。「#06 ベイ&ブラックベッツァ」は男性からの支持が高い。「調香にあたりイメージする人物像はあるけれど、特に性別男性用と分けていない。日本的で常になじみやすい香りになっているので香水になじみのない人のファーストフレグランスとしても手に取ってほしい」と話し、今後も既成概念にとらわれないフレグランス作りを行っていく。



3月20日より伊勢丹新宿店でギフトアップ開催

ファルマチア・SS・アンズンツィアータ 伊の老舗薬局が本格上陸

大同は3月7日、イタリア・フィレンツェで450年以上の歴史を持つ老舗薬局「ファルマチア・SS・アンズンツィアータ」の日本1号店を三越日本橋本店にオープンした。第1弾としてフェイスケアやボディケア、ルームフレグランスを投入する。

同ブランドは1563年から続く薬局から誕生。創業当初から薬草士がこだわり抜いた優れた薬品や伝統ある美容知識と製法に加え、最先端の原料を取り入れた商品を提供する。「これまでも日本企業から引き合いが多かったが、今回三越日本橋本店側の熱意が伝わり展開することが決まった」（PR担当）。

フェイスラインは、肌タイプ別に構成せず、一人一人の肌状態に合わせてカスタムメイドする。商品カテゴリーはクレンジング（不要な汚れを落とし、次に使用するアイテムの準備を整えるステップ）、エンハンスメント（肌起こるいろいろな悩みを健やかな状態を整えるステップ）、プロテクション（肌環境を整えるステップ）。主力アイテムのローズト

ナーは、クレンジングや洗顔後の肌を落ち着かせ、清らかで柔らかい肌状態を整える。ボディラインでは簡単なケアで完結し、持続性と持続性のある商品を展開する。代表アイテムのアルガンオイルは、抗酸化作用と保湿力に優れ、あらゆる肌タイプに対応し、髪も含め全身で使用できる。ルームフレグランスラインは、12～13世紀に存在した芸術や手工業の7つの組合のシンボリックとそれをイメージした香りをそえる。

今後は、アイテムの拡充を計画。その他、百貨店での販路拡大も予定している。



三越日本橋本店からルームディフューザーまで取り扱う。価格は4700～2万3000円

Beauty of The Week

編集部が選ぶ新製品情報

注目の新商品を多彩なラインアップでご紹介。「アンティカ ファルマシスタ」の「ダフネ フラワー」は、ダフネ(沈丁花)の香りを捉えた新しいフレグランス。ディフューザーとルーム&リネンスプレーで楽しめる。「ママバター」の「フェイスウォッシュ」は、業界初となる天然由来保湿成分・シアバター・アシア配合に成功した。

ILLUSTRATED BY YOKO SAKAI



PICK UP
2種のシアバターと10種のオーガニック成分をぜいたくに配合した洗顔ノオームが登場。優しく汚れを落としながら、保湿がかなう。(編集E・K)

MAMABUTTER ママバター

業界初、天然由来保湿成分・シアバター・アシア配合のフェイスウォッシュ
天然由来保湿成分・シアバター・アシアと良質なナチュラールシアバター、10種のオーガニック植物成分を配合したフェイスウォッシュ。シアバター・アシアは、もともと固形であるシア脂を水溶性にすることで、さっぱりとしたテクスチャーでさっぱり角質層にいきわたる。保湿する。さらに油溶性のシアバターが水分の蒸発を防ぐ。このダブルの保湿効果で、濃密で洗いあげた後の肌気がみずみずしく保たれる。
【フェイスウォッシュ】(150mL) 1990円
※1ポリアリキリン・100%パパン・シア脂・クオアシアマー

DECORTÉ AQ

透明感を引き出して色ムラのない肌印象へ
「AQ」からエイジング美白ケアが誕生。美白有効成分として「コウジ菌」を、さらに保湿効果の高い「マダノリアニクス」「ホワイトムクナニクス」「白神水」などを配合した美白乳液は、キメの乱れでくすみかた肌を柔らかくはぐし、弾力感あふれるしなやかな肌に導く。滑らかになじんでジキを閉じ、色ムラのない透明感のある美肌に整える。
【コスメテコルテ AQ ホワイトニングエマルジョン】
【医薬部外品】(200mL) 1万円



3/16 (税込) 発売



3/20 (税込) 発売

RMS BEAUTY

深みと輝きのある滑らかなサテンマットな仕上がり
サテンマットな仕上がりといっぴり立するリップスティック。滑らかなテクスチャーと唇に吸い付くような密着感がパワフルで鮮やかな発色を実現する。保湿作用の高いシアバターやホホバオイル、アリナイオイネなど植物由来の保湿成分を配合し、唇の潤いを保ちながら発色をキープ。ルビーレッドやブレイクなどスタイリッシュな3色が登場。
【リップスティック】(全3色) 各2800円

3/21 (税込) 発売



3/21 (税込) 発売

HAKU

根本原因を撃退、シミの生成連鎖を抑制して美白
2種の美白有効成分「4MSK」と「オトラネキサム酸」の配合で美白への異なるアプローチを持つ「抗メラノ機能体」を搭載した「HAKU」が、新たに「Vカット複合体」を配合することで、さらに進化した最新美容容剤として誕生。根本原因を撃退、シミの生成連鎖を抑制する。滑らかな美容液が肌に密着して、美白成分が肌の奥まで浸透。明るく透明感のある肌へ導く。
【HAKU ヌラノフォーカスV】
【医薬部外品】
(48g) 1万円(編集部調べ)
※1.4-メチルシチリン・4-メチルピロリドン・2-トリス(4-メチルピロリドン)ホスホリレートナトリウム・イチチアワツチエキス・グリセリン

KENZO PARFUMS

あるがままの自分であることを忘れない女性にはひけるようなフレグランス
「ケンゾー ワールド」シリーズの香りの象徴でもある、まぶしいほどの華やかさなビオニーと、日だまりのように温かなアーモンド・ブロッサムが掛け合っただロウラル・ノート。そこにみずみずしくスパークするペアーのアサセントが加わり、アイリスのバウダリーを柔らかく結びつく。淡いピンクのキャップと、ローズゴールドのチャームで登場。
【ケンゾー ワールド オーデトワレ】
100mL) 4800円、50mL) 2300円



3/23 (税込) 発売

TEETH LAB

口臭ケアをサポートする菌磨きジェル
育菌後生菌のある植物を厳選し、独自にブレンドした「Herbal Complex」と、植物由来エキス「FORESEDO」が、口臭の原因を分解しつつ菌見することで、効果的に口臭をケアする菌磨きジェル。同時に、口腔の菌をコントロールし、歯垢の蓄積による歯茎や歯肉が腫れを引き起こす、歯肉炎を防ぐ効果も。歯と歯茎に密着して口内に潤いを与えるジェルタイプ。ミントの香り。
【オキシカルプレストックスジェル】(300g) 980円

3/15 (税込) 発売



PICK UP
シアトル花フレグランスメゾンの「アンティカ ファルマシスタ」は2003年に誕生。自然の恵みをコンセプトに、有名百貨店やフォーシーズンズなどの高級ホテルでも展開している。(編集M・S)



ANTICA FARMACISTA

春の訪れを満喫するダフネのルームフレグランス
春の訪れを知らせてくれるダフネ(沈丁花)の香りを捉えた新しいフレグランス。スズラン、オレンジブロッサム、ハニーサックル、ブルガリアンローズがダフネの香りを華やかに彩り、軽やかなマイヤーレモン、フレッシュグリーンノートがさらめさを添え、アンバーとホワイトムスクが穏やかに香りグリーン・サッパイヤの香調。
【ダフネ フラワー ルームディフューザー】(280mL) 1万1000円、(500mL) 1万9900円
【同 ルーム&リネンスプレー】(100mL) 6000円

美容情報誌 WADビューティ 2024年(平成36年)3月15日(木曜日)発行 No.1018