

## 日々是好日

いつもお世話になっております。化粧品担当の富崎です。

先日、弊社では2017年2月15日～17日の3日間、マーケティング資料や消費者調査レポートなどが閲覧できる『閲覧会』を開催致しました。化粧品関連のほか、食品や医薬品、飲料、ケミカルなど、業界を問わず、多くのお客様にご来場いただきました。誠にありがとうございました。

この閲覧会というのは弊社では初の試みで、『業務の関連分野が多岐にわたるので、分野にとらわれず資料を見てみたい』、『普段の郵送での試読ができない消費者調査を見てみたい』などのお声を多くいただいたこともあり実施する運びとなりました。

ご挨拶させていただいた化粧品関連のお客様のなかには、私をご指名下さった方や『コミュニケーションマガジンをいつも読んでいます』などお声かけ下さる方もいらっしゃいました。短い時間

ではありましたが、お客様と直接会ってお話でき、とても嬉しく感じております。

同時に無料相談会も開催しました。この相談会では企業はもちろんのこと、個人でも悩みが様々であると再認識し、お客様それぞれの悩みに対して、少しでもお力になりたいと思いました。そのためには、マーケティングの分析力をより高めていくとともに、自分が今担当しているテーマだけでなく、化粧品の技術や成分、法規制といった分野にまで幅広い知識を身につけること、日々アンテナを張り巡らせて商品のトレンドなどをキャッチしていくことが必要であると自覚しました。

昨日より今日、今日より明日。少しずつではありますが、成長していきたいと思っております。

では、今月号もお楽しみください！

(富)

## Topics

News 1 今月の気になる業界ニュース  
「ナリス化粧品、『ふきとりの日』制定」、他

News 2 今月の気になる新製品  
「コーセーCP、『ソフティモ』から新ライン」、他

News 3 今月の気になるプロモーション  
「カネボウ、『エビータ』体験イベント」、他

News 4 今月の気になるヒット商品  
「コーセー『ネイルホリック』」

News 5 今月の「まとめてみました」  
「スポーツコスメ」

News 6 既刊資料のご案内

News 7 TPC 社員のお気に入りアイテム  
「AXE black デフィニティブ ホールド マッドワックス」

News 8 TPC レポートのご案内  
「今後の発刊予定」

## 今月の気になる業界ニュース

このコーナーでは、ここ 1 ヶ月くらいの間で発表のあった化粧品業界のニュースについて、いくつか簡単にピックアップしたいと思います。詳細についてさらにお知りになりたい方は、お気軽にお問い合わせください。

### ■ナリス化粧品、『ふきとりの日』制定

ナリス化粧品は、2017 年にふき取り化粧水「コンク」の発売から 80 周年を迎えることから 2 月 10 日を『ふきとりの日』として日本記念日協会に登録申請し、このたび認定されました。同商品は現在、年間 165 万本以上を販売するベストセラー商品となっています。

### ■オンワード、化粧品事業に参入

オンワード HD は 2 月 2 日、自然派化粧品を製造・販売するベンチャー企業『ココバイ』を買収しました。今後は、美容室を主販路とする同社の『product』を EC サイトや百貨店などに拡大し、5 年以内に 100 億円以上の売上を目指していく方針です。

### ■コーセー、ミルボンと資本業務提携

コーセーとミルボンは、共同出資会社を 6 月 1 日に設立すると発表しました。同子会社では、美容室向けのスキンケアやメイクアップ化粧品を展開する予定となっており、コーセーが商品の開発、ミルボンが商品の販売をそれぞれ担当する予定です。なお、資本金額や出資比率などは未定となっています。

### ■日本色材、仏化粧品 OEM メーカー買収

日本色材工業研究所は、フランスの化粧品 OEM メーカーであるオルレアン・コスメチックスを買収しました。同社は日本色材が 100% 出資するテプニエ社が子会社化し、テプニエ社の取扱品目拡充や生産能力の増強などを目指し、日本色材が目指すグローバル戦略をさらに強化する方針です。

### ■アモーレパシフィック、中東に進出

アモーレパシフィックはこの度、クウェートの流通大手アルシャヤ・グループと業務提携契約を締結し、傘下ブランド「エチュードハウス」を中東で販売することを決定しました。2017 年下期にドバイに 1 号店を開業する予定で、その後はサウジアラビアやクウェート、カタール、バーレーンなどの周辺国へ展開を拡大する方針です。

### ■森永製菓、化粧品原料事業に参入

森永製菓は、食品用素材として開発を進めている『パセノール』について、シミ抑制やたるみ・シワ・老化を抑えるなどの美肌作用が確認されたことから、化粧品原料としての展開を開始し、化粧品原料事業への参入を果たしました。なお、同社では原料事業に先駆けて 2015 年 4 月より同成分を配合したオールインワンジェル「パセノールモイストジェル」を発売しています。

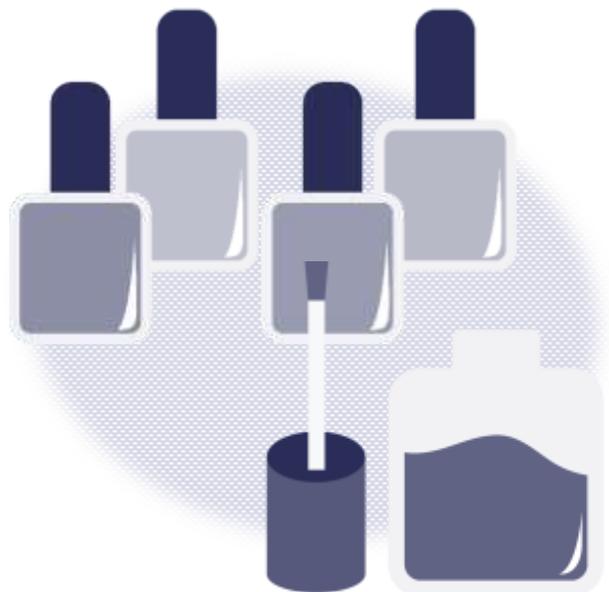
### ■マードゥレクス、東南アジアでの化粧品事業を開始

マードゥレクスは、「エクスポート」と「VC×100」の両ブランドをネット通販で東南アジア向けに販売することを決定しました。販売初年度はテストマーケティング期間としていることから売上目標などは立てていませんが、今後は東南アジア全域での販売を視野に入れていきます。

### ■スクロール、「24h cosme」買収

スクロールは、1 月 31 日付けで化粧品や化粧品雑貨を製造・販売するナチュラルピュリファイ研究所を取得しました。スクロールグループが培ってきた販促ノウハウやソリューション事業を提供することで、EC 事業の強化を目指します。同研究所は、「24h cosme」を中心に DgS やバラエティショップなどで化粧品を展開しています。

(北)



## 今月の気になる新製品

このコーナーでは、今月発売される新製品の中から、注目の商品を紹介したいと思います。

### ■イプサ、休日用ファンデーション(3月1日)

「リラックスデイ ファンデーション」は、肌ストレスのない付け心地が特徴のリキッドファンデーションです。まるで素肌のままでいるような感覚の軽さのほか、肌のバリア機能を高めることから、休日の使用をすすめています。

### ■ジバンシイ、新美白ライン(3月3日)

「ブランディヴァン」は、ビタミン C 誘導体にウメ果実エキスなどを加えた独自美白成分『グルオリバイバーコンプレックス』を配合。これにより、シミや色ムラ、くすみのない、透明感あふれる白肌に導くことを謳っています。

### ■ノエビア、目元の日中用美容液(3月5日)

「ピンアップ」は、化粧下地の後に目元になじませることで、シワの凹凸を目立ちにくくするほか、光を反射して影をぼかします。またシワに入り込んだヒアルロン酸とパウダーをホールド成分で閉じ込めることで、ピンとしたハリ感を与えます。

### ■ステラシード、メイク前専用のシートマスク(3月15日)

「アイムレディ メイク前のつるんと潤うシートマスク」は、朝のメイク前に60秒使用することで化粧水や美容液などが完了するシートマスクです。高保湿成分によって肌の水分量“肌湿度”がアップし、乾かない肌をつくることでメイク崩れを防止します。

### ■コーセー、先端がローラーのボディクリーム(3月16日)

「プレディア アルゲ ボディツイスター」は、先端に5個のマッサージローラーが付いているボディジェルクリームです。このローラーで揉みほぐすようにマッサージしながら塗布することで、引き締まった肌に導きます。

### ■花王、乾かすだけでふっくらとしたボリューム(3月18日)

「セグレタ 乾かすだけでふっくらミスト」は、洗髪後に髪全体にスプレーしてドライヤーで乾かすだけで根元からふわっとし、翌朝も簡単な手直しで“ふっくらスタイル”がつけられることを謳っています。また同時発売の「軽やかにまとまるオイル」は、ふっくらボリュームを維持したまま髪にツヤを与えることができるとしています。

### ■資生堂、泡状オイルクレンジング(3月中旬)

「専科 パーフェクトオイルホイップ」は、オイルクレンジング成分と保湿成分を泡に閉じ込める独自技術を採用。これにより、洗浄力を損なわずに泡が速やかに広範囲になじむほか、泡がクッションとなって負担をかけずにメイクが落とせるとしています。

### ■コーセーCP、「ソフティモ」から新ライン(3月21日)

「ラチェスカ」は、クレンジングをしながら毛穴ケアもできる新ラインです。温感ジェルで毛穴の黒ずみなどを溶かし出す「ホットジェルクレンジング」、とろみのあるオイルで毛穴づまりをオフする「オイルクレンジング」、ふき取ることで毛穴の汚れを取り除く「水クレンジング」の3アイテムをラインアップします。

(菊)



## 今月の気になるプロモーション

このコーナーでは、最近のプロモーションで気になったものについて、いくつかピックアップしご紹介したいと思います。

### ■カネボウ、「エビータ」体験イベント

カネボウ化粧品は2月、洗顔料「エビータ ビューティホイップソープ」を無料で体験できるイベント『バラ泡 FLOWER MARCHE』を大阪で開催しました。同イベントでは、実際にバラ泡を出せる“バラ泡洗顔体験コーナー”に加え、同商品を用いたハンドスパコーナーも設置。バラ泡洗顔の体験者には「エビータ」の化粧水・乳液・クリームのサンプルを配布したほか、会場の写真をSNSに投稿した来場者にはノベルティを進呈し、顧客との接点拡大を図っています。

### ■花王、「プリマヴィスタ」体験イベント

花王は2月より、「ソフィーナ プリマヴィスタ」の「きれいな素肌質感パウダーファンデーション」体験イベントを全国8ヶ所で開催しています。同商品は、素肌そのものが美しくなったような“メイクレスな仕上がり”を実現することを訴求。同イベントを通じて同商品のタッチアップやサンプル配布などを行うことで、新規顧客の獲得を図っています。

### ■コーセー、「コスメデコルテ」期間限定カフェ

コーセーは「コスメデコルテ ホワイトロジスト ブライトエクспレス」の発売を記念して、美容雑誌『MAQUIA』とコラボレーションしたカフェ『DECORTÉ white terrace supported by MAQUIA』をオープンします。同カフェは2月25日～3月3日までの期間限定開催で、同商品をイメージした“白”が基調となるメニューを提供。また、同商品に加えて同ブランドの人気商品を自由に試すことが可能となっています。このほか、来店者へのサンプル配布なども行い、同ブランドの魅力を伝えています。

### ■ユニリーバ、「ダヴ」でキャンペーン

ユニリーバ・ジャパンは2月、『ダヴうるおいお届け便』キャンペーンの第一弾を行いました。同キャンペーンでは、Twitterで「#ボディソープきれい」とツイートしたユーザーを対象に抽選を行い、60分以内に自宅まで「ダヴうるおいセット」を配達。この試みは、同社が実施した『お肌の乾燥に関する調査』において“肌が乾燥しているような県”1位が東京都だったことを受けて、23区内在住のユーザーを対象に実施しました。同社は今後も各地で同キャンペーンを行うことで、ブランド認知度の向上を目指す意向です。

### ■ロクシタン、体験型シアター一新

ロクシタンジャポンは2月より、新宿店の体験型デジタルアート『デジタルプロヴァンスシアター』を期間限定でチェリーブロッサム(サクラ)仕様に一新しています。同仕様は「チェリーブロッサム」シリーズの誕生10周年を記念したもので、“ロクシタンで、夢見るサクラ”をテーマとしています。大型テーブルに「チェリーブロッサム オードトワレ」を置くと、桜のインスタレーションが空間に広がり“デジタルサクラ”が開花するという体験を通して、同ブランドの世界観を発信しています。

### ■キールズ、『ヘルシーチャレンジキャンペーン』実施

日本ロレアルの「キールズ」は2月、『ヘルシーチャレンジキャンペーン』を実施しました。同キャンペーンは「クリーム PV(愛称: マヌカクリーム)」の発売を記念したもので、『ヘルシーチャレンジ』に関する内容をSNSで投稿したユーザーに抽選で同商品をプレゼントしています。同ブランドでは、同チャレンジを『“未来の自分”に興味を持つ、自己投資のような活動』と定義し、同商品を用いて肌トラブルの少ない健康的な肌を目指すことを訴求しています。

### ■ディーフィット、ハンドケアイベント

ディーフィットの「まかないこすめ」は2月、ハンドケアイベント『手つくるひのおもてなし』を神楽坂本店で開催しました。同イベントでは、同ブランドで最も人気を集めているハンドクリーム「絶妙レシピのハンドクリーム」などを用いたハンドマッサージのほか、ハンドケアアドバイスなどを実施し、新規顧客の獲得やブランド認知度の向上を図っています。

(坂)



## 今月の気になるヒット商品

このコーナーでは、最近の化粧品市場でヒットしている商品をひとつご紹介したいと思います。

### コーセー「ネイルホリック」



(画像は HP より引用)

近年のネイル市場はほぼ横ばいか減少傾向にあると言われています。また、ネイルサロンも飽和状態になりつつあり、価格競争が起きている状況です。一方で、ネイルの品質向上により、個人用のジェルネイルやネイルアートシール、高品質なネイルカラーなどを使用し、自宅でセルフネイルを楽しむ人が増えています。

これを鑑み、コーセーは 2015 年 2 月にドラッグストアやバラエティショップ、GMS などを中心に「ネイルホリック」を発売しました。

同商品は年間販売目標 500 万個に対して、発売からの 1 ヶ月で 100 万本を、5 ヶ月で約 300 万個を突破。2016 年度については、2016 年 11 月には累計 1,000 万個を達成するなど、2016 年度販売計画から 9.9% 増で推移しています。

このヒットの理由としては、①バリエーションの多さ、②低価格、③SNS 施策が挙げられます。

このうち①バリエーションの多さについては、同じ赤色でも、トマトのようなオレンジ寄りのものや、ボルドーのような深みのあるものなどニュアンス違いにカラーバリエーションをラインアップ。これにより、店頭にたくさんのネイルを並べることができるため、消費者の目に同商品をたくさん触れさせることができます。

また②価格については、300～360 円という価格設定で、ネイルの初心者でもチャレンジがしやすいほか、複数の商品をまとめ買いすることができるため、顧客単価も高まっています。

特に注目すべき点は③SNS 施策で、ユーザーがデザインを投稿する仕組みを作ること、商品やブランド知名度の拡散につながっています。具体的な取り組みとしては、WEB で『ネイルホリックコンテスト』を実施。このコンテストでは、同商品で仕上げたネイルの写真を、ハッシュタグ (#nailholic\_kose) をつけて Instagram や Twitter といった SNS で応募し、優秀者を決めるといったものです。

近年、特に若い世代では TV や雑誌ではなく、SNS から情報を得ることが主流となっています。今回ご紹介しましたコーセーのほか、資生堂や日本ロレアル、エスティローダーといった国内・外資メーカーもデジタルマーケティングに取り組んでいます。各社は、新商品の発表会やイベントの様子を『LINE』や『Instagram』などでライブ配信する、SNS のハッシュタグをつけて拡散キャンペーンを行うなど、ブランド知名度の拡散を図っています。こうした取り組みは、ブランドに興味を持った若年層を有機的に取り組めるとして、今後いっそう活発になることが予想されます。

(富)

## 今月の「まとめてみました」

このコーナーでは、化粧品のアイテムやプロモーション、企業動向などを、さまざまな切り口でまとめてご紹介したいと思います。

今回は、『スポーツコスメ』についてまとめてみました。

スポーツコスメとは、主にアウトドアスポーツを行う人をターゲットに展開しているブランドで、UV ケアを謳った商品が中心となっています。

また、スポーツによる汗に対応できるように落ちにくさを追求し、『汗を味方にする』ことをコンセプトにしたブランドが多くなっています。

この『落ちにくさ』に対するアプローチは様々で、例えば資生堂の「アネッサ」では汗や水に触れることで紫外線をブロックする膜が強化される『アクアブースター技術』を搭載。コーセーの「スポーツビューティ」は耐汗性と耐動性を両立させた『プロテクトウェア処方』を開発し、同ブランドに採用しています。

2020 年には東京でオリンピックが開催されることから、今後スポーツ人口の増加が予想されています。これに合わせて、化粧品業界においても今後『スポーツコスメ』の投入が活発になるのではないのでしょうか。

### <主な展開ブランド・商品>

ブランド・商品（企業）	特徴
「アネッサ」 （資生堂）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 日焼け止めを中心として、汗でも落ちにくいことを謳ったメイクアイテムも導入している。</li> <li>▶ 汗や水分に触れると、これらに含まれるミネラルと反応し、紫外線ブロック膜が強固になる『アクアブースター技術』を採用している。</li> </ul>
「スポーツビューティ」 （コーセー）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ジェルやスプレー、2層タイプなど剤型別に日焼け止めを4品目展開。汗をかいても『落ちず』、体の動きに『ヨレない』日焼け止めを訴求している。</li> <li>▶ スポーツウェアのように肌にフィットし、耐汗性と耐動性を両立させた『プロテクトウェア処方』を採用している。</li> </ul>
「アスリートエクス」 （アミックグループ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 汗に強く、崩れないファンデーションと日焼け止めを中心に展開。</li> <li>▶ 日焼け止めは汗や皮脂に強いウォータープルーフ処方を採用しているほか、独自製法のパウダーによりべたつきや白浮きを防止。さらさらとした肌が持続する。</li> </ul>
「アルファ 10」 （祥陽）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ アウトドア用のオールインワンジェルを中心に日焼け止めも展開。</li> <li>▶ 日焼け止めは、ウォータープルーフタイプで耐水性を示すだけでなく、石鹸で簡単に洗い流せる処方となっており、肌への負担を軽減している。</li> </ul>
「アスリートコスメ」 （ライブラテック）	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 日焼け止めと専用の UV グレンジングジェルを展開。</li> <li>▶ トップアスリートのサポートをコンセプトとしており、マラソンやゴルフ、野球など長時間に及ぶ競技でも塗りなおすことなく効果が持続する処方となっている。</li> </ul>

## 既刊資料のご案内

今回は、2016年以降に発刊した既刊レポートをご案内いたします。  
ご試読・ご購入のご要望などございましたら、お気軽にお問い合わせください。



### 2017年 スキンケアのアイテム別 市場分析調査

飽和するスキンケア市場の  
差別化ポイントとは

発刊日:2017年1月25日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2017年 アンチエイジング化粧品の 市場分析調査

ターゲットの細分化：“顔印象ケア”と  
“特定部位ケア”の深耕

発刊日:2016年12月26日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 メイクアップのトレンド分析調査

CCやクッションFなど新カテゴリーの  
定着で復調する市場

発刊日:2016年10月31日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 化粧品 OEM 企業の 事業戦略調査

受託製造のOEMから  
トータルサポートのODMへ

発刊日:2016年9月23日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 敏感肌コスメの市場分析調査

“機能性”と“高保湿性”を軸に  
市場が急拡大

発刊日:2016年7月22日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 東南アジアの化粧品市場

ニーズが多様化し、消費圏として  
注目が高まる東南アジア市場

発刊日:2016年7月19日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 メンズコスメの市場分析調査

中高年層の獲得に注力する参入各社の  
戦略を徹底分析

発刊日:2016年6月27日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 頭髪化粧品の市場分析調査

分野の垣根を越えた商品提案が活発化

発刊日:2016年5月16日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 通販化粧品の市場分析調査

停滞打開に向けて  
主要各社が仕掛ける次の一手とは？

発刊日:2016年4月20日 / 頒価:87,000円(税抜)



### 2016年 サロン用化粧品の市場分析調査

重点サロンへの支援強化と  
高付加価値製品の導入が活性化

発刊日:2016年3月9日 / 頒価:87,000円(税抜)

詳細は弊社webサイトでご覧いただけます

TPC ビブリオテック

検索

フリーダイヤル



0120-30-6531

## TPC 社員のお気に入りアイテム

このコーナーでは、弊社社員が実際に最近購入した化粧品のなかから、お気に入りのものをひとつ紹介したいと思います。



■名前:松田 大毅(30歳) 所属:医薬品グループ

### ■お気に入りアイテム

「AXE black デフィニティブ ホールド マッド ワックス」(税別 870円)

### ■購入したきっかけ

大人の色気を出そう!と思い、ハード系のヘアワックスを探していた。  
“斎藤工”のようなモデルが載っていたポスターに惹かれて、テスターで香りをチェック。  
香りもまさしく“大人の香り”!

### ■お気に入りのポイント

リピ2回。いまは「ナカノ」を使用しているが、なくなり次第、「AXE black」に戻そうかと。その理由は、大人の色気のある香り!少量でも香る。また、長時間持続するキープ力。夕方まで髪型がホールドしている。セットに時間がかからない。  
ちなみに、使用シーンは仕事など ON のとき。かっちりした大人のイメージ!なので、服装もこのヘアワックスに合わせて選ぶことも。。

### ■次に狙っているアイテム

「ナカノ スタyling タントワックス7 ラスティング&ドライ」

## TPC レポートのご案内

今後の発刊予定をご案内します。気になる資料がございましたらお気軽にお問い合わせください!

### 2017年 美白スキンケアの市場分析調査

発刊予定:2017年3月  
頒価:87,000円(税抜)

### 2017年 オーガニック・ナチュラルコスメの市場分析調査

発刊予定:2017年3月  
頒価:87,000円(税抜)

### 2017年 頭髪化粧品の市場分析調査

発刊予定:2017年6月  
頒価:87,000円(税抜)

### 2017年 ドクターコスメの市場分析調査

発刊予定:2017年6月  
頒価:87,000円(税抜)



### 【予約特典】CD-ROM 版無料進呈!

発刊日前日までにご購入頂いたお客様には、PDF版を収録したCD-ROM(通常価格10,000円+税)を無料進呈致します。

- 発行元 : TPC マーケティングリサーチ株式会社  
(旧)株式会社 総合企画センター大阪
- 問合せ先 : 0120-30-6531
- 弊社webサイト : <http://www.tpc-osaka.com/>

TPC ビブリアテック

お問い合わせはお気軽に!