

WWD BEAUTY

ビューティビジネスに関わるプロ&ビューティスタのための週刊WWDビューティ

2010年6月7日号 vol.130

HEADLINES THIS WEEK

LATEST PRODUCTS NEWS

ポーラ「B.A」がバージョンアップ
角層の糖化に新着目 P.3

THE NEWS

集英社とロクシタンが業務提携
新コミュニケーションメディア「ロツカ」創刊 P.7

THE NEWS

クリニックがiPad専用アプリの
ブランドマガジン「Smile」を発行 P.7

NEW SERIAL COLUMN

「WWD ジャパン モバイル」オープン!
第1回はコンテンツ紹介「ニュース編」 P.6

BIOLOGIQUE RECHERCHE

バイオロジック ルシェルシュ



様々な肌悩みに対応する特徴的な製品が揃う

フランスで30年の歴史を持つスキンケアブランド。世界45ヵ国で販売されていて、日本での展開も始まった。高濃度のボタニカル、マリン、オリジナルのバイオリジカル成分を配合している。加えて独自のトリートメントと組み合わせ、肌に結果を出すというもの。創設者はドクター＝イバン・アリュージュ。現在は子息のドクター＝フィリップ・アリュージュが引き継いでいる。長年の研究結果から身体機能のストレスと皮膚が深く関わりあうという結論を導き出している。サロンでのトリートメントでは、その人の皮膚状態「瞬間肌」を見分けて、ソフトピーリングを取り入れた「表皮ケア」を軸に据える。

今、日本女性の7割近くが、一時的にでも肌が敏感になると答えている。その原因は環境・ストレス・化粧品。肌が揺らぎやすい“ゆらぎ肌”の女性の実態は!? アナリスト、ドクター、ブランド各社取材し、化粧品カテゴリーの中でも堅調に伸長し続ける“敏感肌”ビジネスに焦点を当てた。自然派コスメや企業のトレーサビリティに注目が集まっているのも、化粧品に“安心・安全”を求める声が後押ししたためと思われる。(P.8へ続く)