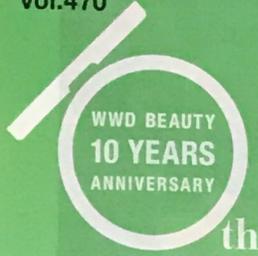


WWD BEAUTY

JAPAN

September 21, 2017
vol.470



10周年特別企画
“日本の美は進化する”
第3弾

夢の対談

SHIMA vetica
奈良裕也 × 内田聡一郎
AFLOAT OCEAN TOKYO
宮村浩気 × 高木琢也

ヘアサロン業界 10年の全て

話題になった商品、美容師、ヘアスタイルは？

キーパーソン6人が語る
“私の10年”

kakimoto arms 柿本榮三

GARDEN 須崎勝己

apish 坂巻哲也

brooch 柳亜矢子

otope 浦さやか

grico エザキヨシタカ

引き出物として作ったものが好評で、2013年に商品化したもの。ちなみにプロナー社長は1997〜2000年に日本に住み英語教師をしていたことから、親日家であるという。

「ガン コンセントレイト ビュー」を発売する。今回新たに着目したのは、オイルだけでなくアルガンの果肉が持つ、ハリや弾力をもたらす力。創業から34年を経て実現した本ラインは、アルガンの力と科学を融合したエイジングケアを提案する。

既存の「ビオオイル アルガンオイル」は日本を含め世界で同ブランドの売り上げNo.1の商品で、日本での売り上げは2011年の約16倍に拡大している。伸長する同商品に配合するアルガンオイルの元となるアルガンは

植物として知られる。アルガンから抽出したオイルは美肌成分を多く含み、エイジングケアに優れている。そのオイルは人の皮脂の成分と非常に似ており、肌にすばやく浸透して角層の隅々まで行き渡り、水分を抱え込む抜群の保湿力



「メルヴィータ」から11月29日に発売する「アルガン コンセントレイト ビュー オイルクリーム」(50mL) 7500円(左)、「同 アイクリーム」(15mL) 5000円

FACE

2.9秒に1本売れる商品に新しい香り

マイク・プロナー／ドクター・プロナー社長

創業の1948年に誕生した1本で顔と体が洗えて、メイクも落とせる米国発の液状せっけん「マジック ソープ」。全世界で2.9秒に1本売れる同商品から4年ぶりに新たな香りが年内に発売される。このほど3代目のマイク・プロナー社長が来日し、ブランドに対する思いを述べた。



「祖父のエマニュエル・プロナー創業者が29年にドイツから米国に移住し、家業であるせっけん作りを始めたのがブランドの始まり。今でも液状せっけんはもちろん、全商品のラベルには、祖父が人種や宗教を超えて愛と平和で満ち溢れた世界であるべきと唱え



年内をめどに発売されるアールグレイ(236mL) 1100円

た“ALL ONE”というメッセージを記している」。商品力の高さが口コミで広がり、現在、ホールフーズやウォルマートなど2万5000店舗以上で展開する。

2003年にオーガニック認証を取得し、世界進出を開始。同年に日本で海外初

進出を果たした。今では30カ国以上に販売網を広げる。日本やカナダ、韓国などが上位売り上げ国で、海外売り上げは全体の23%を占める。ちなみに、00年の従業員数は15人で、売り上げが5億4600万円。17年は200人、125億6700万円と大躍進を遂げている。好調の一因に、毎年売上高の6.5〜9%を慈善団体などに寄付するなど、「創業時から推進するCSR活動が共感を得ていること」と分析する。

勢いを増す中で、年内には12番目の香りとなるアールグレイを発売する。「スリランカから原料を調達し、もちろん天然成分100%となる。期待してほしい」と自信をのぞかせた。

睡眠

ポーラ・オ
が手掛ける
シア」は10
対応する夜
ンス」を発
周年を迎え
ある“敏感
成で最高
岩永利
は2007年
性を笑顔
と、10年
てきた。
アライン
は前年の
敏感肌に
るサポー
峰の夜用
「ディ
〜40代
アンケー
足による
回答した
れの要

WWD Beauty

Selling One Bottle per 2.9 Seconds, Soapmaker Releases New Scent

Mike Bronner/ President of Dr. Bronner's

In 1948, a liquid soap that did it all was born in America. In just one bottle you got a face and body wash as well as a makeup remover. It was called "Magic Soap."

Now selling one bottle every 2.9 seconds worldwide, the Magic Soap maker will be releasing its first new scent in four years. With such exciting news to share, 3rd generation soapmaker and President of Dr. Bronner's Mike Bronner visited Japan to discuss his thoughts on the brand.

"In 1929, my grandfather and the founder of Dr. Bronner's Emmanuel Bronner emigrated from Germany to the U.S. Soapmaking was his family's business and is how the brand got its start. My grandfather believed that the world should be full of love and peace beyond race and religion and shared this message orally as well as by writing it on his soap labels. He called this philosophy All One, and it remains written on all our soap labels to this day." The strength of the product spread by word of mouth and now Dr. Bronner's is sold at large retailers such as Whole Foods and Walmart, and is available at over 25,000 store locations.

In 2003, Dr. Bronner's acquired organic certification as well began its foray into global development. In that same year, it began its first overseas venture in Japan. Today, the company's sales network extends throughout 30 countries. Japan, Canada, and South Korea are top selling countries and account for 23% of all overseas sales. Incidentally, in 2000, the company employed 15 people and achieved sales of 546,000,000 yen. In 2017, Dr. Bronner's employs 200 people and has achieved a significant breakthrough with sales reaching 12,567,000,000 yen. One factor adding to this healthy state is that the company contributes 6.5% – 9% of its total yearly sales to charity organizations. In sum, it can be said that the company's consistent promotion of CSR activities, which it's done since its inception, is viewed positively and thereby contributes to this overall health.

As the company continues to gain strength, Dr. Bronner's is preparing to release an earl grey soap variety as its 12th scent. "The ingredients are, of course, 100% all natural and are being sourced from Sri Lanka. I think you'll be very pleased," says Mike with an air of confidence.

