

資生堂、働くママ・パパと子どものコミュニケーションを育む商品を開発

～10月28日(金)より「暮らしになじむ LOHACO 展 2016」にて展示～

資生堂は、働くママ・パパと子どもの1日に着目し、「朝」と「夜」の一緒に過ごせるわずかな時間の中で有意義なコミュニケーションを生むきっかけとなる商品として、「おやすみかおり絵本」、「おはよう洗顔シート」、「いってきますサンスクリーン」を開発しました。同商品を、10月28日(金)から11月6日(日)まで東京ミッドタウンで開催されるデザインイベント「Tokyo Midtown DESIGN TOUCH 2016～暮らしになじむ LOHACO 展 2016～」にて展示します。

商品開発背景とねらい

資生堂は、様々な分野で活躍する女性の支援や子どもに向けた美容生活情報の発信などに取り組んでいます。当社が行った働くママたちへのヒアリングでは、「仕事はもちろん、子どもとのコミュニケーションも大切にする母親でありたい」と願う一方で、「毎日余裕がなく、子どもとちゃんと向き合えていない気がする」「子どもと触れ合う時間を大切にしたいけれど、仕事と家事で忙しい」など、多くのママたちが子どもとのコミュニケーションに悩みを抱えていることが分かりました。そこで今回、「暮らしになじむ LOHACO 展」への出展を機に、ママ・パパと子どもと一緒にいられる限られた時間の中で、親子の触れ合いや楽しいコミュニケーションを育む商品を開発しました。



「暮らしになじむ LOHACO 展 2016」について

「暮らしになじむ LOHACO 展」は、東京ミッドタウン(六本木)で開催される「Tokyo Midtown DESIGN TOUCH 2016」の一展示として、日用品ショッピングサイト『LOHACO(ロハコ)』*がデザイン商品を展示するイベントです。LOHACO EC マーケティングラボに参加する国内大手メーカー36社が、「暮らしになじむ」をコンセプトにECならではの視点でリデザインした商品47点を展示します。

■「暮らしになじむ LOHACO 展」HP <https://lohaco.jp/event/designtouch/>

※アスクル株式会社(本社:東京都江東区、社長:岩田彰一郎、以下アスクル)がヤフー株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:宮坂学)の協力のもと運営する一般消費者向け(BtoC)インターネット通販サービスです。

【デザイン担当者 資生堂宣伝・デザイン部 長崎佑香より】

私自身も3歳女兒の母です。現在、娘を保育園に預けており、平日、一緒にいられる時間は限られています。育児も仕事も一筋縄でいかないことも多いですが、どちらも大切に、毎日を過ごしたいと考えています。今回、自身の経験からも、化粧品によって、一緒にいられる短い時間を、意味のある最高のコミュニケーションタイムにスイッチできるようなシリーズをつくりたいと思い、デザインを担当しました。本シリーズを通じて、働くママ・パパと子どもが共有する時間をさらにハッピーな時間に変えることができれば嬉しいです。

【プロフィール】

・2006年入社。ブランド「SHISEIDO」「クレ・ド・ポー ボーテ」「INTEGRATE」「HAKU」などのデザインを担当。

【展示商品概要】

商品名	商品特長
<p>「おやすみかおり絵本」 <絵本></p> 	<p>イラスト、色、ストーリーと各ページに隠された香りで子供の想像力を働かせ、親子の会話を生み出すかおり絵本。 “おやすみ”の言葉とともに 1日の最後にゆっくりとした触れ合いの時間をつくり出します。</p>
<p>「いってきますサンスクリーン」 <日焼け止め乳液></p> 	<p>子供のデリケートな肌を紫外線から守る、絵本から飛び出したキャラクター容器のノンケミカルサンスクリーン。 慌ただしい朝の時間に「玄関」のフックに掛けられるデザインで、 “いってきます”の言葉とともに 楽しいお出かけの時間をつくり出します。</p>
<p>「おはよう洗顔シート」 <洗顔シート></p> 	<p>寝起きの汚れをやさしくふき取る、絵本から飛び出したような葉っぱの形の洗顔シート。 子供の洗顔を気にする余裕もない朝に、 「寝室」で“おはよう”の言葉とともに、 抱き起こしながら肌に触れる 優しい時間をつくり出します。</p>