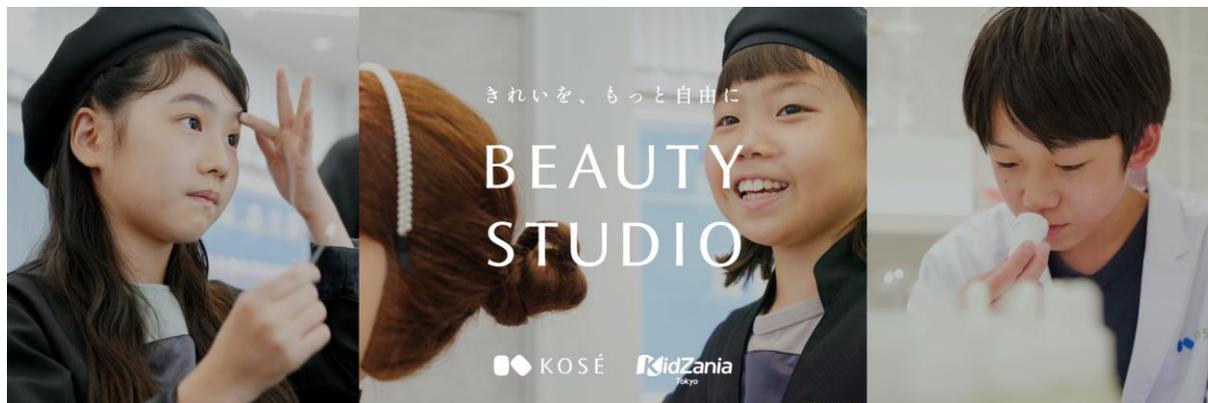


コーセーがキッズニア東京に 「ビューティスタジオ」をオープン

～“きれい”を楽しみながら、多様な価値観・感性を育む体験を提供～

株式会社コーセー(本社:東京都中央区、代表取締役社長:小林 一俊)は、KCJ GROUP 株式会社(本店:東京都千代田区、代表取締役社長:圓谷 道成)が企画・運営する子どもの職業・社会体験施設「キッズニア東京」(東京都江東区)において、コーセーがオフィシャルスポンサーとなる『ビューティスタジオ』パビリオンを、2022年10月5日にオープンします。「きれいを、もっと自由に」をコンセプトに、子どもたちがそれぞれ持つ感性を育み、“きれい”にまつわる多様な価値観に触れながら、化粧品や美容が持つ、心を明るくするような楽しさや、わくわく感を得られる職業体験を提供します。



当社では、中長期ビジョン「VISION2026」の中で、新たなお客さまづくりの拡大領域としてグローバル(Global)・ジェネレーション(Generation)・ジェンダー(Gender)のそれぞれの頭文字をとった“3つのG”を掲げています。性別や年齢にとらわれない、より多くのお客さまに寄り添う商品やサービスを提供する、アダプタビリティの考えにもとづく取り組みを強化しています。例えば、「ジェネレーション」については、これまでに幼少期からのスキンケアやUVケア習慣の普及など、次世代を担う子どもたちの成長を、化粧品による健やかな肌づくりの側面から支援してきました。

今回、子どもを対象とした新たな取り組みとしてキッズニア東京で展開する『ビューティスタジオ』は、個々人の感性に合わせた美容提案やモノづくりの体験を通じて、化粧品や美容が持つ、心に潤いや彩りを与える楽しさとすばらしさを感じてもらおうパビリオンです。「きれいを、もっと自由に」をコンセプトに、一人ひとり異なる“きれい”を経験することで、多様な価値観に触れ、それを受け入れる包摂性の大切さを育んでもらうことも目指します。また、これまでの「化粧品や美容は大人の女性のものである」という既成概念を払拭すること狙い、次世代を担う子どもたちには先入観なく化粧品や美容に触れ合ってほしいという想いを、ジェンダーニュートラルなコンテンツ設計に反映させました。



きれいの形はひとつじゃない
そう、違っても楽しい
きれいは、みんなを笑顔にする、魔法の力
いろんなきれいが集まれば、
世界だって、未来だって、
きっとハッピーに変わるはず
きれいを、もっと自由に



パビリオン外観



パビリオン内観

体験できる職業は「ヘア&メイクアップアーティスト」と「パフューマー」の2種類で、前者はメイクアップもしくはヘアスタイリングを行い、後者はルームフレグランスを調香します。多様な“きれい”を表現できるよう、各コンテンツにおいて複数の選択肢を用意し、子どもたちが自ら選ぶプロセスを重視した体験設定となっています。また、子どもたちが表現する多様な“きれい”や、個性が融合して生まれる新しい価値を可視化する「デジタルアート」も本パビリオンならではの体験内容です。

ヘア&メイクアップアーティスト

- 体験内容： 二人一組のペアとなり、お互いに相手に合ったメイクアップを提案。
自分の顔にメイクアップを行う。または、ヘアスタイリングを学び、アレンジや装飾品を選んでヘアマネキンにスタイリングを行う。
- ユニフォーム： メイクアップのカラーが映える黒をベースにしたデザイン。
- 成果物： メイクアップ・ヘアスタイリングのトレーニングリーフレット。



ヘア&メイクアップアーティストのユニフォーム

パフューマー

- 体験内容： 香りの種類や作り方を学び、思い浮かべた身近な人のためのルームフレグランスを調香する。
- ユニフォーム： 当社研究員の白衣をベースにした清潔感のあるデザイン。
- 成果物： 調香したルームフレグランス。



パフューマーのユニフォーム

デジタルアート

職業体験で一人ひとりが選んだメイクアップやヘアスタイリング、香りの要素の組み合わせに応じて、自分だけの幾何学模様のデジタルアートがパビリオン内に表現されます。さらに、同じ回のグループメンバーや、過去の体験者のデジタルアートと組み合わせられたデザインが、モニター上に創り出されます。一人ひとりの“きれい”が融合し、新しい価値が生み出されることを表現しています。



デジタルアートの一例

【サステナビリティへの取り組み】

『ビューティスタジオ』では、「コーセー サステナビリティ プラン[※]」に沿い下記に取り組み、子どもたちが安心して暮らせる未来のため、人と地球に対する配慮をしています。

- ・ジェンダーニュートラルなパビリオン空間、職業設定、制服、成果物の設計
- ・環境配慮素材を活用した化粧小物(メイクアップ用チップ)や成果物台紙の使用
- ・自社商品ボトルの廃材をアップサイクルした店頭ツール(手鏡)の使用

※「コーセー サステナビリティ プラン」 <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/04/20210430.pdf>

【コーセー 『キッズニア ビューティスタジオ』特設ページ】

<https://www.kose.co.jp/company/ja/kidzania/>

■当社の新たなお客さまづくりの拡大領域



*生物学的女性のこと