

NEWS RELEASE

L'ORÉAL
JAPAN

一つの場所で複数のブランドの香りに出会える、新フレグランスコーナー

日本ロレアルとフルーツギャザリングのコラボレーションにより誕生

世界最大の化粧品会社ロレアルグループの日本法人である日本ロレアル株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：ジャン-ピエール・シャリトン）とビューティアイテムのセレクトショップ「フルーツギャザリング」を運営するエフ・ジー・ジェイ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：松下 修一）は、2023年3月30日（木）、ラグジュアリーブランドを中心とした複数のブランドの香りをワンプレイスで試せる、新たなフレグランスコーナーを一部のフルーツギャザリングのストア内にオープンすることを発表します。

*エキュート品川店、二子玉川ライズ店、六本木ヒルズ店の3店



近年、国内外でのフレグランス需要が急速に伸び、お客様の香りとの付き合い方や楽しみ方も幅が広がってきています。日本ロレアル ロレアル リュクス事業本部が展開する、ランコム、イヴ・サンローラン・ボーテ、プラダ、メゾン マルジェラ「レプリカ」フレグランス、ヴァレンティノ ビューティといったブランドも、堅調にフレグランスの業績を拡大しています。

フレグランスは、ブランドのフィロソフィーやストーリーを強く反映したアイテムが多い事から、従来は、ブランドごとに区画分けされ、ブランドイメージがフルに表現されたコーナー内で展開されることが一般的でした。一方で、一つのブランドに拘らず様々なブランドのフレグランスを比較して好みの香りを見つきたいというお客様も少なくなく、ブランドコーナーから次のブランドコーナーへと移動しながらフレグランスを探し歩く光景も見られました。そこで、多様化するお客様のフレグランスニーズに対応し、一層シームレスでワクワクするようなフレグランス選びを提供したいという両社の想いが一致。フレグランスの市場やユーザーの調査、分析、ディスカッションを重ね、様々なブランドのフレグランスアイテムを一つのエリアで取り扱うという構想に至り、誕生したのが今回のフレグランスコーナーです。

「日本のフレグランス市場は成長段階ですが、その勢いは目覚ましいものがあります。既存の枠組みに固執せず、変化するお客様のニーズに柔軟に対応することが市場拡大の鍵になると確信しています。香水だけでなく、ボディケアアイテムで香りを楽しんだり、キャンドルなど自宅で使うものから日常に香りを取り込んだりと、香りの楽しみ方は様々。フレグランスをギフトとして贈る方も増えています。このフレグランスコーナーは、今後さらに拡大が期待される日本のフレグランス市場において、お客様の購買行動に一石を投じる新しい試みなのです。」

（日本ロレアル株式会社 副社長 兼 ロレアル リュクス事業本部長 オリヴィエ・ラッシュュ）

従来の一般的なフレグランスのカテゴリー分けは、フローラル系、ウッディー系といった香調や香料による分類。しかしブランドによって香調の考え方が異なっていたり、同じ香調名でも全く印象が異なる香りであったりと、お客様

に伝わりづらい状況がありました。そこで、本フレグランスコーナーでは、初めてフレグランスに触れるお客様でもイメージしやすいよう、“纏いたい雰囲気”でアイテムを選べる事にこだわりました。各ストアには、事前にフレグランストレーニングを受けた販売スタッフを配置し、“纏いたい雰囲気”での香り選びのサポートに加え、季節のポイントや、つけ方のアドバイスなど、カウンセリングにも対応できるようにしました。

「2013年2月のエキュート品川店の開店以降、フルーツギャザリングでは様々なコスメカテゴリーでラグジュアリーブランドとお客様の出会いの場を演出してきました。今回、日本ロレアル様はじめ多くの取引先様のご協力により、フレグランスにおいても来店するお客様が“自由に選び・悩むを楽しむ”という我々のコンセプトを表現するコーナーを作ることができました。ぜひフルーツギャザリングで“あなたの香り”を見つけてください。」

(エフ・ジー・ジェイ株式会社 取締役執行役員 FG事業本部長 出合寛幸)

3月30日(木)からはフレグランスコーナーのエリアを拡大し、ボディケアアイテムを集めたコーナーや、ディフューザーなどのルームフレグランスコーナーも設置予定。「ここに来れば好きな香りが見つかる」という環境づくりによって、お客様のフレグランスの楽しみ方の選択肢を広げ、更なるフレグランスの拡大を目指します。

－ 日本ロレアルについて－

<https://www.loreal.com/ja-jp/japan/>

ロレアルは1963年から日本で事業を開始し、1996年に日本法人である日本ロレアル株式会社が設立されました。2021年末時点での社員数は、2,270人、2021年12月現在の取り扱いブランドは18です。化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。日本はロレアルグループのなかで戦略的拠点のひとつであり、マーケティングならびに営業拠点のほか、研究開発所（日本ロレアル リサーチ&イノベーションセンター）と製造工場（株式会社コスメロール）とシュウ ウエムラとタカミの2つのブランドの本社組織（商品企画やグローバル展開施策を策定する組織）を有しています。ロレアル リュクス事業本部は、ユニークな製品・体験をつくり出すことで、消費者に最高の製品とブランド体験を届けることを使命としており、高い専門性とラグジュアリーな魅力に富んだブランドを展開しています。日本においては、シュウ ウエムラ、タカミ、イヴ・サンローラン・ボーテといった百貨店流通を主流とするブランドを扱っています。

－ フルーツギャザリングについて －

<https://fruitgathering.com/>

エフ・ジー・ジェイ株式会社が運営する「フルーツギャザリング」は「より実りある生活」をブランドメッセージに掲げ、2013年2月にエキュート品川店をオープン。2023年3月現在で全国に23店舗を展開しています。ブランドごとにブースが分かれている百貨店のコスメフロアとは異なり、様々なブランドが一つのお店の中に一堂に展開することで、製品を自由に選んで試すことが出来るビューティセレクトショップです。セルフでのご購入はもちろん、お一人おひとりにぴったりのメイクや製品のご提案をスタッフが行うことも可能。店舗は駅ナカや、駅直結の商業施設内にあり、待ち合わせ前の時間や帰り道等ちょっとした隙間時間にご利用いただくことができます。