

후지보 - “입는 화장품” 브랜드로 “미”, “건” 가공 개발

후지보는 2004년 춘하절 판매전에 옷을 만들어 “입는 화장품”을 우두머리 브랜드로하여 “아름다움(美)”과 “튼튼함(健)”을 바라는 시대적 요망에 따라 여러 가지 가공을 개발하여 내놓고 있다.

이미 개발되어 있는 “V-업” 가공법을 위시하여, 새로 개발한 가공법들을 모두 이 우두머리 브랜드 하나로 묶고, 가정주부나 직업여성들을 위한 “코스메플러스(cosme-plus)”와 젊은 층을 위한 “수하다까라” 두 갈래로 분류하고 있다. 이들 분류의 가공을 “스킨케어(skin-care)”, “힐링(healing)”, “에티켓(etiquette)”, “슬리밍(slimming)”의 4가지로 다시 세분류(細分類)하고 있다. 그리고 이 가공소재를 소비자로 하여금 마치 화장품을 고르는 감각으로 고를 수 있게 하려고 하고 있다.

“코스메플러스”는 세계 최고수준의 가장 순도(純度)가 좋은 “스크와란”을 사용한 가공소재나, 일본 청주(淸酒)의 농축액에 의한 가공소재뿐만 아니라, “바이엘”사가 “바이센트” 상표로 판매하고 있는 천연물에서 뽑은 향료의 농축액을 사용한 가공소재의 새로운 가공 등을 마련하고 있다.