

WWD BEAUTY

2010年7月26日号 vol.137

外資系ホテルスパ、新スパブランドにも新たな動き 次世代スパの現在形

不景気でもヘルス&ウェルネスの категорияは活況だ。外資系スパや地方のスパ施設、リゾートスパが旺盛する傾向にあるが、スパ産業は全体としては拡大傾向にあるという。

最近、特に動きが活発なのが昔からある温泉とスパ・トリートメントの融合だ。さらに外資系ホテルのスパには、自然派コスメをスパブランドとして取り入れたり、ユニークなオリジナルメニューを提案したりと新たな動きが始まっている。ジャーナリストやコンサルタントに話を聞き、進化するスパ市場を徹底検証する。またスパ産業の発展の鍵を握り、新たな動きの潮流を追った。



現地
独占取材!

死海、オーガニック、ハイテクノロジー “なんでもあり!”が魅力

INTERVIEW 1

肌が健康になるトリートメントを届けたい

ドクター・フィリップ・アリューシュ/バイオロジックルシェルジュ開発医



ハイアット リージェンシー 東京のスパ&ウェルネス「ジュール」に4月、フランス生まれのラグジュアリースキンケア「バイオロジックルシェルジュ(BR)」が導入された。創設者の子息であり、内科医でもあるドクター・フィリップ・アリューシュが来日した。
 兼ねてより日本の女性のユニークな肌質に興味を持っていたというドクター。

「日本の女性の肌は世界的にみてもユニーク。表皮が大変薄く、センシティブに傾きやすいから、BRの化粧品は特に受け入れてもらえると思う。特に東京は環境の問題もあって、外的な刺激の多いところだ」。

通常の乾燥肌は水分不足から来るが、日本女性の場合はそれに加えて、少量の皮脂が出てくる。これがとてもユニークで世界ではあまりない肌タイプだ。「日本の女性は肌の中の脂質は少ないので、表皮がもろく、そのために表皮を保護しようと皮脂が出る。それがニキビや肌質のムラになってしまう」。

レーザーやピーリングなどの美容医療も日本女性の肌には負担になっている。「極端なピーリングやレーザー治療は、すぐに効果が見えるかもしれないが、副

作用的な面もある。特に日本人は肌本来の仕組みを知らないと肌にトラウマを残すことになる」。

BRはフランスで30年の歴史を持つブランド。日本の化粧品との違いについて聞くと、「日本の化粧品は非常にデリケート。香りやテクスチャーで気分をリフレッシュさせる。しかし、敏感肌への根本的なアプローチはない。我々は敏感肌をただ守るのではなく、働きかけて、アンチエイジングやリフトアップをもたらしたいのだ」と話す。

BRの特徴はその人のその時の肌状態『瞬

間肌』を見極めることだ。「肌は非常にデリケート。ストレスや環境、ホルモンで毎日変わってくるもの。日本では乾燥肌、普通肌、オイリー肌…と決まりきった分け方だ。BRではカウンセリングで『瞬間肌』を分析し、その人の肌に合わせたスキンケアを提案する」。



様々な肌悩みに対応する製品が揃う

センスは、アロマセラピー・アロマエッセンス・マンダリン・オレンジ・ペパーミントを組み合わせる。特に首と肩のコリや張りを緩和させる。