

チークが加わると、見違えるほど華やかになった自分に驚く子や、鏡に釘付けの子、お母さんと笑い合うなど、会場の熱気は最高潮。

最後に「シェイクミスト」を顔全体にスプレーし、メイクレッスンは終了したが、ここでサブライズのお楽しみが。ルーイジに扮した難波社長と子どもたちさらにはお母さんたちも「じゃんけん大会」が行なわれた。勝ち残った人にブレゼントがあるなど、思いがけない演出に大きな歓声があがった。

子どもたちにはレッスンで使用した化粧品をお土産に、お母さんには同社の口

ングセラの薬用育毛料「ラッシュセラムEX」限定ボトルのプレゼントも。今回のイベントの感想をアンケートで尋ねた結果、満足度は5点満点の4.8と高得点。「楽しかった。子どもも親も大満足」「親の私もすごく勉強になりました」。

「自己流なので教える自信がなく、プロに教えていただけ良かった」「メイクが完成したらニコニコ。気持ちまで明るくなったようです」「改めてメイクの楽しさを思い出せた」と好意的なコメントが多数寄せられた。

「初めにきちんと学ばせたい」

指導した徳竹さんは「メイクの低年齢化が進んでいることは知っていました。説明を食いつくように聞く姿に毎回驚かされています。a(アルファ)世代と呼ばれる今の小中学生が、メイクに関心が高いのは動画の影響が大きいと言われている。見よう見まねでなく、初めにきちんと学ばせたい。そんな親たちの気持ちが「ファーストメイクイベント」の追い

風になっているようだ。

実際、見学して驚いたのは、大人のメイクレッスンの同等レベルの内容であったこと。子どもでも分かるように、言葉を選び、丁寧に説明する工夫をしつつ、プロのヘアメイクアップアーティストの手ほどきで、メイクの基礎知識と技

術やコツ、さらに最新トレンドのテクニックまで学べる内容。満足度が高い理由のひとつがここにある。

冒頭、徳竹さんは「メイクは魔法みたいなもの。自分を表現できるし、魅力を引き出せる。自信も持たせてくれる」と説明したが、この講座には喜びや驚き、

発見があり、子どもたちは魔法の一部を体感したのではないだろうか。

イベント効果はそれだけではなく、難波社長。子どもをサポートする共同作業の中で語り合い、触れ合い、親子のコミュニケーションが深まると語る。

「初めてのフルメイクの記憶を楽しいものにしたから、さまざまな工夫を凝らし毎回ブラッシュアップしています。ファーストメイクといえばアヴァンセ」といわれるまでに成長させたい。ファーストメイクのアイコンとして存在感を高めていきたいと難波社長は意欲を見せる。

アヴァンセが新しい取り組みを今年から始めた。そのひとつがプロのテニスプレイヤーと契約

レイヤーとのスポンサー契約。屋外スポーツのテニスは日焼けや化粧崩れの悩みがつきもの。美容のサポートを考えると、応援を決めた。

これを契機に初級・中級者向けのトーナメント「アヴァンセカップ」を企画し、今年1年で30近く開催した。「勝敗よりも楽しむ気持ち」も、参加賞としてアヴァンセの商品をという試合の理念が共

メンバーとの出会いが実現したことで、アヴァンセの認知がさらに広まるきっかけになった。

「Beauty With a purpose(目的ある美)」は、外見の美しさだけでなく、知性・表現力・体力、そして社会貢献できる「真の美」を選ぶという宣言だ。アヴァンセが掲げる「美しさを内面の力に変えていく」というメッセージに

「ミス・ワールド」のスポンサーに就任

難波社長は審査員として大会に参加したほか、ファインリストが取り組んだ社会貢献プロジェクトの発表会を六本木本社で開くなど、大会の活動を支えた。

「理念に共感いただける企業様と新しいお客様を育成していきたい」と難波社長。

アヴァンセが今後各地で開く「ファーストメイクイベント」によって、キッズコスメの需要が噴火する可能性があります。社名のアヴァンセはフランス語で「先行、リード、優位」を意味する。新たな市場開拓に向けた果敢な取り組みに期待が高まる。

最大級ガールズイベントに出展 人気沸騰、一気に上がる知名度

六本木本社で開催してきた「ファーストメイクイベント」の知名度が、この夏一気に上がった。そのきっかけとなったのがガールズイベントへの出展であった。

8月9日・10日、パシフィコ横浜で「ちゃおサマーフェスティバル2025」が開催された。小学館の少女漫画雑誌「ちゃお」が主催するフェスティバルで、2日間で全国から4万人に近い少女が詰めかける、日本最大級のガールズイベントだ。

主催者からオファーがあり、アヴァンセは初めてブース出展した。「ファーストメイクイベント」の整

理券を求めてブース前には長い行列ができ大盛況。SNSに「アヴァンセのブースは大人気なので、朝一番に並んだ方がいい」とアドバイスの投稿が出回ったほど。沸騰する人気に社員全員が驚かされたという。

フェスティバルでの「ファーストメイクイベント」のテーマは「キラキラ★サマーメイク」。1回30分の短縮バージョンでレッスンを実施した。イベントの間には、アイシャドウパレットやリップティントを使用した「メイク塗り絵」のアクティビティも開催。こちらも行列ができるほど

盛況であった。

また、初めての試みとしてブース隣に物販コーナーを設けたところ、イベントで使用したアイシャドウパレットとシェイクミストがよく売れたようだ。

同社の各コンテンツの参

加者やサンプリングに対してSNSフォロワー施策を行ったため、アヴァンセの公式インスタグラムのフォロワー数が急増し、SNS

の拡散力が瞬く間に飛躍した。

さらに地方のニュース番組「Live News it! Week end」でフェスティバルでのアヴァンセの取り組みが紹介されたこともあって、イベント活動が広く知られるようになった。

そして9月28日には明治安田ホール丸の内(東京・千代田区)で開かれた、小学生向け人気ファッション誌「こ☆ぷち」主催のイベント「こ☆ぷちスベシヤルコーデインイト選手権・2025秋」にもコスメブランドとして初出展した。

こ☆ぷちのモデルが登場するほか、おしゃれ感度が高い読者モデル

各地のドラッグストアで開催

「ファーストメイクイベント」に関心を示す企業も増えつつある。ドラッグストアを中心にオファーが相次いでいる。

企業との初の取り組みとなったのが沖縄だ。8月2日・3日、沖縄の地元企業・(株)サンエーと「ファーストメイクイベント」かわいく大変身・夏休みスペシャル in 沖縄を開催することになった。

難波社長は「首都圏では人気のイベントですが、沖縄の小中学生が、果たして

興味を持って応募してくれるのか、正直不安がありました。

しかし約160組もの応募があった。選ばれた40組の親子からは「親子共々勉強になってとても楽しい時間だった」「またぜひ沖縄で開催してほしい」と熱い声がたくさん集まり、大盛況に終わった。

「ファーストメイク」はだれでも応募ができる企画となっており、沖縄の場合、参加者はアヴァンセが指定する1品を購入することを

条件としたため、店頭の上に乗ったばかりの売場効果でサンエーの売場活性化にも貢献でき、お客(参加親子・サンエー・アヴァンセ)の三者すべてが満足できる、「三方よし」のイベントになった。

また、親子を店に呼び込めることから集客できるイベントだと企業の担当者から喜びの声が上がったという。

難波社長は「ファーストメイクイベントは首都圏に限らず、全国で開催できると確信し、手応えをつかみました」と語る。

アヴァンセのこうした活動が広まるにつれ、ドラッグストアからの注目度も高まっている。11月には「ファーストメイクイベ

「理念に共感いただける企業様と新しいお客様を育成していきたい」と難波社長。

アヴァンセが今後各地で開く「ファーストメイクイベント」によって、キッズコスメの需要が噴火する可能性があります。社名のアヴァンセはフランス語で「先行、リード、優位」を意味する。新たな市場開拓に向けた果敢な取り組みに期待が高まる。

ト」を栃木県と石川県で行ない、12月には徳島県で、年明けからは群馬県・石川県・沖縄県をはじめ各地で「ファーストメイクイベント」の開催が決定している。メイクイベントの輪は確実に全国に広がっている。



「ちゃおサマーフェスティバル」でのレッス風景



「こ☆ぷち」イベントに出展



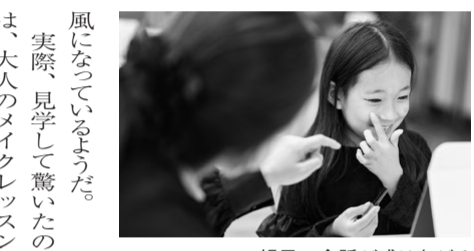
方々のニュース番組で紹介された



沖縄でも実施



アヴァンセのファーストメイクコーナー(サンエー店頭)



親子の会話が盛り上がる



親子の会話が盛り上がる



プロのテニスプレイヤーと契約



「ミス・ワールド」のスポンサーに就任