

コーセー、通信販売の新会社を設立 スキンケア商品の販売を開始

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、通信販売業の新会社「株式会社プロビジョン」(本社:東京都中央区、代表取締役社長 山崎 秀樹)を設立し、12月1日より、第1弾の商品としてスキンケアブランド「アクアライブ」(9品目 13品種、税込 1,345～2,310円)を発売、主にインターネット(<http://shop.aqualive.jp>)を通じて販売を開始します。

経済産業省の化粧品出荷実績によると、国内の化粧品市場は数年横ばい傾向※1が続いており、販路としては、長年実績が大きかったGMS(総合スーパー)を抜き、急速に伸びている通信販売が現在、ドラッグストアに次いで第2位の大きな販路※2となっています。

当社は、化粧品販売会社を通じ、化粧品専門店、百貨店、GMS、ドラッグストア等でのカウンセリング販売を主として展開してきましたが、2013年中期経営計画のテーマのひとつに「成長ドライバーへの注力」を掲げており、今後の事業拡大を見据え、この度通信販売の新会社を設立しました。通信販売で購入するお客さまのニーズに応え、通信販売の強みを最大限生かした商材を研究、開発して展開していきます。

新会社の概要は下記の通りです。

<新会社概要>

会社名:株式会社プロビジョン(PROVISION)

代表者名:代表取締役社長 山崎 秀樹

資本金:3千万円

本社所在地:東京都中央区日本橋 3-6-2

主な事業内容:通信販売業。化粧品等の販売および輸出入。

設立年月日:2011年8月26日

※1:化粧品出荷実績 経済産業省鉱工業動態統計室 2011年1～8月累計 対前年比金額98%

※2:富士経済「化粧品マーケティング要覧 2011年総括編」チャンネル別動向(2010年)調べ

<商品概要>

展開ブランド : アクアライブ (AQUALIVE) (<http://shop.aqualive.jp>)

※ AQUA(英:水) + ALIVE(英:生き活きと、活動的な)

主なターゲット: 通信販売で化粧品を購入したい 30代女性

肌にハリ・弾力・透明感を求める女性

商品コンセプト: アーリーアンチエイジングケア

商品数 : 9品目 13品種

商品構成 : クレンジング料、洗顔料、化粧水、乳液、マスク、
保湿クリーム、日焼け止めクリーム

価格帯 : 税込 1,345~2,310円

