

上質感をプラスした大人レディなグラマラスへ メイクアップブランド『ヴィセ』をリニューアル！

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、ファッショントレンドに敏感な 20 代の女性に向けたメイクアップブランド『ヴィセ』を全面リニューアルし、これまでと同様に手頃な価格帯でありながら、ワンランク上の上質感・本物感を取り入れたブランドとして、ポイントメイク・ベースメイク 29 品目 90 品種(ノープリントプライス・限定品 4 品含む)を、全国のドラッグストア・量販店を中心に 2013 年 9 月 5 日より発売します。

新生『ヴィセ』は、上質な“大人グラマラス”を表現する「リッチ グラム」をブランドコンセプトに、ブランドロゴやパッケージから全商品を刷新、トレンドを取り入れながらも、上質感のある大人の女性らしさを表現しました。



【新 ヴィセロゴ】

近年、20 代女性の価値観やニーズは常に変化しており、ファッションにおいては、低価格なファストファッションの商品などでトレンドアイテムを取り入れながら、ポイントとなるアイテムはワンランク上の上質なものにこだわるなど、“手頃な価格と高級感”のバランスを上手く使いこなしています。そこで、今回新たに誕生する『ヴィセ』は、トレンドを先取りしながらも、「上質感・高級感」を取り入れた手頃な価格帯のブランドとして生まれかわり、20 代が「憧れる世界観」を発信することで、時代にあった“最もファッションブルなメイクブランド”のポジションの確立を目指します。

店頭では、代表商品「ヴィセ リシェ グロッシーリッチ アイズ」(8 種 ノープリントプライス)などをはじめとする全商品を、ブランドイメージを前面に表現した什器で展開することで、新生『ヴィセ リシェ』の世界観を積極的にアピールしていきます。

＝ヴィセについて＝

『ヴィセ』は 10～20 代のトレンドに敏感な女性に向けて 1994 年 1 月に誕生したメイクアップブランドです。発売以来、ビューラーなしでもカールできる「グッドカールマスカラ」など、多くのヒット商品を生み出してきました。また、「グラマラス」をコンセプトに、常に時代のファッションリーダーをイメージキャラクターに起用し、シーズンに合わせてファッションとのトータル提案を行い、アパレルブランドとの限定コラボレート商品を発売するなど、若い女性たちのメイクトレンドをリードし、支持を集めてきました。発売 10 年目の 2005 年 1 月には、「セクシャルモダニティ」をブランドコンセプトに、スタイリッシュな印象のブランドロゴとパッケージに刷新し、セクシャルにもスタイリッシュにも仕上がるアイテムを揃えるなど、その時代のトレンドを取り入れた新鮮なメイクアップの提案をしています。