

中期経営計画の取り組み

新たな事業領域への取り組み

コーセーは、大型ブランド“アディダス”をもって、男性用化粧品市場に本格的に参入しました。2009年、米国コティ社と日本における輸入・製造販売ライセンス契約を締結し、2010年2月からメンズケアシリーズ“adidas skin protection (アディダス スキンプロテクション)”の販売を始めています。

成長が期待される男性用スキンケア化粧品市場

男性の健康や身だしなみなどに対する意識の高まりを受け、男性用のスキンケア化粧品市場は年々拡大する傾向にあります。コーセーは、今後の成長が大きく期待される新領域への参入により、総合化粧品メーカーとしてのプレゼンス拡大を図ります。

“adidas skin protection”は、コーセーの商品開発力や販売力を活かし、日本男性のライフスタイルと嗜好に合った新しいスポーツパフォーマンス商品を提供していきます。アスリート発想の本格派メンズケア商品として、他のブランドとは一線を画したポジションをめざします。

制汗剤、洗顔料、ボディローションなどを展開するメンズケアシリーズのイメージキャラクターは、サッカーの中村俊輔選手と内田篤人選手。

