

～トレンドに敏感な女性に向けたメイクアップブランド～
2019年『ヴィセ』ブランド25周年

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)のメイクアップブランド『ヴィセ』は、2019年に誕生から25周年を迎えました。当社はそれを記念し、一年間を通じて、様々な取り組みを開始します。



25th
Anniversary
Visée

『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。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、その時代の若い女性たちのトレンドメイクをリードしています。現在は、トレンドを先取りしながらも「上質感・本物感」を取り入れた『ヴィセリシェ』と、感度の高い“20代のメイクマニア”に向けたスタイリッシュな『ヴィセ アヴァン』の2つのラインで構成されており、どちらもモデルでタレントの滝沢カレンさんを起用、新たなメイク提案をし続けています。

本年はブランド誕生から25周年を迎え、お客さまにより楽しんで頂ける企画^{※1}を予定しています。

第一弾は、今までにない新たな試みとして「パーソナライズ」提案を取り入れた商品およびプロモーション展開します。2月に発売するパーソナルカラーに基づいたアイカラー「マイヌーディ アイズ^{※2}」のプロモーションでは、日本初のパーソナルカラー判定サービス(パソカラ)を導入します。

※1 下記参照

※2 肌色になじんで自然な陰影をあたえるアイカラー (2018年11月30日リリース)

■「パソカラ」導入について

人工知能(AI)技術の一つである機械学習を活用したパーソナルカラー判定サービス「irofit(イロフィット)^{※3}」を「パソカラ」という名称で『ヴィセ』に導入します。1枚の顔写真を読み込むだけで、「パソカラ」がパーソナルカラーを瞬時に判定し、さらにそれに似合う色味の商品を提案します。2019年2月16日発売の『ヴィセ』新製品と既存のポイントメイクを対象とし、2019年1月30日より、公式サイトやSNS、店頭什器等にて展開します。

※3 2018年11月30日リリース

■25周年記念イベントの実施

一般のお客さまにヴィセの世界観や新製品をお楽しみいただけるイベントを東京都内にて予定しています。

その他、25周年記念商品の発売など、今までにない新たな試みを実施し、年間を通じてキャンペーンを盛り上げていきます。

ヴィセの歴史

『ヴィセ』の誕生以来、ブランドコンセプトは、「その時代ごとの若い人たちに支持されること」と「少しがっていてトレンド感があること」です。時代に合わせて、商品やキャラクターを変えつつも、一貫したコンセプトで世界観を発信し続けています。

【1994年～】

- ・イメージキャラクター:村上里佳子(現 RIKACO)さん
- ・ターゲット:18～24歳
- ・代表アイテム:ルージュアレーブル

リーズナブルでトレンド感のある、カウンセリングブランドとしてデビューしました。



ルージュアレーブル

【1997年～】

- ・イメージキャラクター:安室奈美恵さん/浜崎あゆみさん
- ・ターゲット:18～24歳
- ・代表アイテム:グッドカールマスカラ/コレクションカラー

ドラッグストアの進出に伴い、消費者の購買に変化が起こった中、中価格帯でトレンドメイクができるライトカウンセリングブランドとして地位を確立しました。



左:グッドカール マスカラ EX
右:コレクションカラー(アイズ)

【2001年～】

- ・イメージキャラクター:浜崎あゆみさん/安良城紅さん/倅田來未さん
- ・ターゲット:18～24歳
- ・代表アイテム:リップビジュアライザー/リップルーチェル M
アイビジュアライザー/モードアップルージュ

セルフメイクが主流になるのに伴い、中価格帯から徐々に低価格帯(セルフ)のアイテムを導入し、ニーズに対応しました。



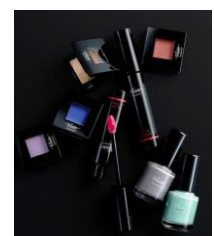
リップビジュアライザー

【2013年～】

- ・イメージキャラクター:ローラさん
- ・ターゲット:20代半ばをコアとした10代後半～30代前半
- ・代表アイテム:グロッシーリッチ アイズ/カラーインパクト ジェルライナー
リップ&チーク クリーム/クリスタルデュオ リップスティック

インターネットやスマホの普及に伴い、消費者の情報収集量が増え、選択の幅も拡大しました。同時に、セルフブランドとしての地位を確立、メイク感度の高い消費者から支持をいただいています。

2013年9月には、トレンドを先取りしながらも「上質感・本物感」を取り入れたブランド『ヴィセ リシェ』として生まれかわり、20代が「憧れる世界観」を発信し続けています。また、2015年8月には、上質感・本物感がありながらスタイリッシュな新ライン『ヴィセ アヴァン』を、感度の高い“20代のメイクマニア”に向けて発売しました。



ヴィセ アヴァン

【現在】

- ・イメージキャラクター: 滝沢カレンさん
- ・ターゲット: 20代半ばをコアとした10代後半～30代前半
- ・代表アイテム: リップ&チーク クリーム N/クリスタルデュオ リップスティック



左: リップ&チーク クリーム N
右: クリスタルデュオ リップスティック

現在、『ヴィセ』は、国内最大のマス市場における当社の大型メイクブランドとして、存在感を示しており、ドラッグストア・量販店を中心に展開しています。

◇ 『ヴィセ』ブランドサイト <http://www.visee.jp/>

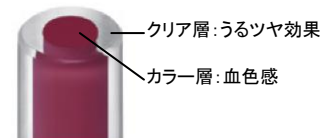
参考資料

■「クリスタルデュオ リップスティック」について

2017年8月21日の発売から、2018年12月時点で累計出荷個数約243万本^{※1}を突破し、ヴィセの代表アイテムとなりました。カラー層が、美しいクリスタルのようなクリア層に包まれており、ひと塗りで、トレンドのグラデーションリップを仕上げることができます。2018年2月には、パールを配合したツヤ感のある「クリスタルデュオリップスティック シアー」も発売し、お客さまへの提案の幅を広げています。2019年2月には限定色^{※2}の発売も予定しています。

※1 「クリスタルデュオリップスティック」、「クリスタルデュオリップスティック シアー」2種累計


※2 2018年11月30日リリース



グラデーションリップのイメージ

このニュースに関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

株式会社コーセー 広報室 TEL 03-3273-1514(直通)

※お客さまからのお問い合わせは、お客様相談室  0120-526-311 でお受けしています。