

グローバル展開する「SHISEIDO」ブランドの革新第二弾

新高級スキンケアライン導入

資生堂は新たにグローバル「SHISEIDO」ブランド※1の最高峰スキンケアラインとなる「SHISEIDO フューチャーソリューション LX」を世界70の国と地域で2009年9月より順次発売します。日本では10月1日(木)より、株式会社資生堂インターナショナルを通じデパート約30店にて発売します。資生堂は競争が激化するグローバル市場でのプレゼンスを高めるべく、海外戦略の中核となるグローバル「SHISEIDO」ブランドの革新を進めており、その第一弾として2009年1月に新メーキャップラインを世界市場へ向けて発売しました。このたびブランド革新の第二弾として新高級スキンケアライン「SHISEIDO フューチャーソリューション LX」を発売するとともに、グローバル「SHISEIDO」ブランド独自の価値を象徴するビジュアル「シンボリックサイン」を制定、お客さま接点である販売カウンターに導入しイメージ発信します。さらに、新販売カウンターの導入、販売対応の質の向上を目指したビューティーコンサルタント改革などを実施し、グローバル「SHISEIDO」ブランドの革新を継続的に推進していきます。

※1 グローバル「SHISEIDO」ブランド：資生堂の海外市場での主カブランドで、日本市場においてはデパートのみで販売しています。

資生堂のグローバル展開

資生堂は1957年の台湾進出以来、現在では世界70の国と地域に販売網を拡げ、プレステージ市場を中心としたマーケティングで、着実に売上を拡大させてきました。2000年以降はグローバル「SHISEIDO」ブランドを冠したスキンケア・メーキャップ・サンケアのラインの拡充を図り、2009年1月からブランド全体の革新を推し進め、更なる進化を遂げています。

シンボリックサイン

資生堂は10年後の目指す姿「日本をオリジンとしアジアを代表するグローバルプレイヤー」の実現に向け、世界に通用する資生堂ならではの唯一無二の価値を「リッチ、ヒューマンサイエンス、おもてなしの心」と位置づけ、グローバル「SHISEIDO」ブランドの「コアバリュー」として定義しました。「リッチ」はモノやサービスの「質」のすべてに対して徹底してこだわりを持つこと、「ヒューマンサイエンス」は137年の歴史が生み出す開発力と肌実感、ヒトの「心」への作用までの探究、「おもてなしの心」はヒトとヒトの触れ合いの中で心まで豊かにするカウンセリングをそれぞれ示します。そしてこの「コアバリュー」を象徴するビジュアル「シンボリックサイン」を導入し、今後導入していく新販売カウンターでグローバル「SHISEIDO」ブランドの価値を象徴するサインとして掲示していきます。



新最高級スキンケアライン

資生堂は 1872 年の創業以来、東洋医学と最先端の皮膚科学を融合し、明日へと続く肌の美しさと心の豊かさを追求してきました。美へのたゆまぬ想いは、皮膚科学分野での技術進歩を加速させ、いくつもの大きな夢を実現させてまいりました。そして今、肌の美しい未来のためのエイジングケアを見据えた新高級スキンケア「SHISEIDO フューチャーソリューション LX」が誕生します。

資生堂研究所は乾燥や紫外線などの外界の刺激にさらされた肌の内部に悪玉因子(セルピンb3)が多く存在することを発見しました。「SHISEIDO フューチャーソリューション LX」には、この悪玉因子に着目して開発した成分「スキージェネセル 1P」※2/「スキージェネセル 1PG」※3 が、肌トラブルの少ない美しい肌(角層)に整えます。

※2 スキージェネセル 1P (1-ペリジンプロピオン酸)/※3 スキージェネセル 1PG(1-ペリジンプロピオン酸+グリセリン)キメを整えてなめらかな肌にするとともに、肌あれが起きないようにする成分です。

また、「SHISEIDO フューチャーソリューション LX」には、さまざまな植物由来の成分が配合されています。自然から取り入れた成分が、肌自ら美しくなろうとする力、ホメオスタシスをサポートし、健やかな肌をもたらします。さらに、贅沢なまでの使用感と上質な香りが特長です。肌になじませた瞬間から、コクのある贅沢な感触とやさしい香りに包まれ、至福の時を迎えます。

*「SHISEIDO フューチャーソリューション LX」は日本での販売名称は「資生堂 フューチャーソリューション LX」となります。

以上