

資生堂、日本市場へグローバルメガブランド「Za」(ジーエー)を導入

資生堂は、グローバル市場における戦略商品として位置づける「グローバルメガブランド」の一つで、現在アジア市場で販売しているスキンケア、メーキャップブランド「Za」(ジーエー)を、2012 年 9 月より順次、日本市場で販売開始します(19 品目 54 品種、税込希望小売価格 630 円～1680 円)。20 代をターゲットとした「Za」は、現在 8 の国と地域で展開するマステージブランド(※)で、アジア、日本市場を一体と捉えたマステージマーケティングを展開していきます。導入初年度はバラエティーショップを中心に約 300 店で展開します。ベトナム工場、台湾工場で生産し、輸入は(株)エトバス、販売は(株)エテュセ(ともに 100%子会社)を通じて行います。

(※…マス商品よりも高級感はあるが、プレステージ商品に比べると値ごろ感がある商品領域。マスとプレステージの造語)

導入の背景

資生堂は現 3 カ年計画(2011 年度～2013 年度)の中で 4 つの成長戦略を掲げ、国内市場の活性化とグローバル化の加速を進めています。「グローバルメガブランド戦略」は、エリアを越えて市場を捉え、マンパワーやマーケティングコストなどの経営資源を優先して投じ、重点ブランドとして育成する戦略です。この中でマステージ領域の 3 つのブランド(Za、専科、TSUBAKI)は日本の低価格市場とアジアマステージ市場を一体と捉えスケールメリットを生かした展開を図ることで成長性と収益性を確保していきます。アジアから展開を始めた「Za」を日本市場へ導入することにより、日本の低価格市場への対応を強化し、新規顧客の獲得と売上拡大を目指します。

マステージブランド「Za」について

資生堂の名を冠さない「Za」は、増大する中間所得層向け攻略ブランドとして、1997 年に販売を開始しました。現在はマステージブランドの一つとしてスキンケア、メーキャップの総合ブランドでセルフ型マーケティングを実施しています(価格帯は 10US ドル前後)。中国(香港を含む)、台湾、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ニュージーランドで、ドラッグストアを中心に 6000 店舗以上の規模で展開しています。

日本導入のマーケティングについて

日本への導入に際しては、現販売地区で人気の商品をセレクトした通常の売場に加え、店頭でのプロモーション什器(別売場)の設置、都市部での交通広告など、ターゲット世代へ向けたプロモーション活動を実施します。また、「Za」の提供する美しさを伝えるモデルには、現在の広告同様、長谷川 潤さん、ダビカ・ホーンさん(タイ)、エマ・ペイさん(中国)の 3 名を起用します。



「Za」タイの店頭什器



2012年秋ついに、日本上陸

Lady&Go! レディーの最速キレイを叶える、Za

2012年秋、アジア中心グローバルブランドZa（ジーエー）が、ついに、日本上陸。Zaは、高感度な20代女性に向けた、高品質でリーズナブルなスキンケア&メーキャップブランド。

日本でも“時短コスメ”のニーズが高まるなか、仕事もプライベートも日々忙しく、ハードな毎を送りながら、輝いている20代女性に向けて、「シンプルステップで速攻性があるスキンケア」と「テクニクフリーでになりたい仕上がりが得られるメーキャップ」、「瞬時に透明感あふれる肌をつくるベースメーキャップ」を厳選して導入。

そんなZaを代表するのが「アミノミネラルジェル」。「朝のスキンケアは手早く済ませたい」、「でもメイクはキレイに仕上げたい」といったニーズに応える新ウォーターリージェルです。洗顔後の肌に使う、約10秒のスピード保湿美容液。メイクのノリ・モチもよくする速攻スキンケアです。

国内導入は上記含めて54品。

今後も、スグに美しくなれる実感性のあるアイテムを追加していきます。



発売元 Za Cosmetics Japan 製造販売元 (株)エトバス 東京都中央区銀座 7-17-15

リリース・商品貸し出しに関するお問い合わせ先

Za（ジーエー）広報代行事務局：WGPR（ダブルユー・エンド・ジーPR）

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前4-18-6 イスルギビル3F

TEL：03-5775-9681 FAX：03-5775-9682

担当：笹口(ササグチ)・足立(アダチ)・佐藤(サトウ)・中川原(ナカガワラ)



Za (ジーエー) は、常に周りが憧れるような、いきいきとして自信にあふれ、洗練された美しさを目指す女性を応援するコスメティックブランドです。

Zaは高品質ながら値ごろ感のある価格を実現。使用ステップもシンプルでテクニックフリーです。

瞬時にいきいきとした、スマートな表情になれるだけでなく、ライフスタイルをも美しく輝かせます。

Za [zi:ei] is a cosmetic brand designed to support women who desire sophisticated beauty with confidence and vitality admired by everybody.

Za provides high quality cosmetics at affordable prices. Also, all the products are made of simple steps & technique-free.

Za brings you energetic & smart identity instantly and promises to make your lifestyle shine more beautifully.

歴史

Zaは1997年に、ファッション感度の高い20代女性に向けたブランドとして誕生。世界の中で最も高い成長性と多様性を加速させているアジアの主要都市で、日々輝き、活躍している女性たちの美しさに着目しています。

ブランド名「Za」は、アルファベットの最初と最後の文字。(英語「a-to-z」は「すべて」の意) Zaすべてのアイテムはシンプルなのに巧みに、美しさの可能性を最大限引き出します。

現在、中国(香港を含む)、台湾、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ニュージーランドで展開中です。

History

Za was established in 1997 as a cosmetics brand targeting fashion-conscious women in their 20s. Za has been focusing on "Metropolitan Beauty" leading exciting lives in major cities of Asia, a region with the world's highest growth and greatest diversity.

The brand name Za, spelled with the first and last letters of the alphabet, is meant to convey the message that the brand offers everything from "A" to "Z." All Za products are simple but elaborately designed to draw out one's maximum beauty.

Za products are currently offered in China (including Hong Kong), Taiwan, Thailand, Vietnam, Singapore, Malaysia, Indonesia, and New Zealand.

考え方

Zaはスキンケアもメイクアップもステップや使い方がシンプル。手間がいらなのに、もともと美しいかと思わせることができる、ワンランク上の美しさを実現できます。

スキンケアは長年培ってきた“アジアの20代女性の肌に対する研究成果”を基に開発。独自の高性能な処方を通して、“素肌でも美しい肌”を実現します。

メイクアップも20代女性のトレンドや仕上がりニーズを満たし、かつ効果が長続きする処方を通して、“各々の個性を最大限いかした仕上がり”を実現します。

パッケージデザインもシンプルでムダがなく、女性のかわいらしさとエネルギー感をフォルムの曲線やピンクを基調とした色調で表現しています。

スグに美しくなるから、仕事もプライベートももっとアクティブになれる。Zaを使うことでライフスタイルをも美しく輝かせることを約束します。

Brand Philosophy

Steps and procedures for applying Za skincare and makeup products are simple and technique-free. And yet, they result in stunningly beautiful looks that seemingly come naturally.

The Za skincare products are developed based on research on 20s Asian women. Through its proprietary and highly functional formula, it realizes a skin that appears naturally beautiful.

The Za makeup products offer a formula that reflects the trends for women, ensure their desired finish, and provide long-lasting effects, achieving results that best highlight the unique appeal of each individual.

The packaging comes in designs that are simple and refined, feminine and powerful, featuring curved contours and pink as the brand color.

Enabling you to instantly look beautiful, Za will inspire you to be vivacious even in personality. Za is sure to brighten up your lifestyle.



Za ついに日本上陸

Za to be launched in Japan at last.

アジアの高感度な20代女性たちに人気のブランドZaが、
いよいよこの2012年秋、日本上陸。

9月より順次発売します。
(導入商品は、次頁をご参照ください。)

Za, a popular brand among trend-conscious Asian women
in their 20s, is coming to Japan this fall.

Za is scheduled to be launched on September.

導入の考え方

仕事もプライベートも日々忙しい、ハードな毎日を送りながら、輝いている20代女性に向けて、「シンプルステップで速攻性があるスキンケア」と「テクニクフリーでなりたい仕上がりが得られるメイクアップ」(ベースメイクアップ、ポイントメイクアップ)を厳選して導入。

“時短コスメ”のニーズが高まるなか、まさにZaの「高品質でスグにキレイになれ、かつ、リーズナブル」な商品群は受け入れられやすいと考えます。

販売は、旬なモノ・新しいモノを求めてお客さまが訪れるバラエティショップ中心。Zaのエネルギーでスマートな世界観にふさわしい、活気のある店舗で展開します。

また、Zaの世界観を代表するのが、グローバルに活躍している旬な3名の女性。(モデルビジュアルは各国共通です。)特に日本では、長谷川 潤さんのいきいきとしたナチュラル、かつスタイリッシュな美しさを通して、Zaの美しさ・世界観をお伝えします。

Regional Marketing Philosophy

To cater to vivacious 20s women who lead busy and fulfilling work and private lives, we will be launching in Japan a range of products carefully selected from Za's skincare products that ensure instant efficacy simply, as well as the brand's base and point makeup products that offer a desirable finish requiring no special techniques.

Given the heightened demand for time-saving skincare & makeup, high-quality but affordable Za products offering instant beauty solutions are blessed with the perfect setting for the launch.

Za products will be introduced mainly at variety stores where customers visit to look for the latest goods. Stores with a vibrant atmosphere will be chosen to match the energetic and stylish brand concept of Za.

Za has signed three global models to promote its brand concept through visual images shared across all countries.

In Japan, Jun Hasegawa will be especially highlighted to promote Za's brand image with her vivacious, natural, and stylish beauty.



Emma Pei
エマ・ペイ

中国人モデルで初めて雑誌VOGUEの表紙を2度もかざり、さらにはハリウッド映画出演もはたした人気モデル。



Jun Hasegawa
長谷川 潤

雑誌モデルとして絶大な人気を誇り、テレビCF、広告など幅広く活躍中。日本だけでなく、アジア各国でも人気が高まっている。



Davika Hoorne
ダビカ・ホーン

タイとベルギーのハーフ。14歳からモデルを始め、今では女優として大活躍。タイの主演ドラマが中国でも放送されるほど人気。



発売商品一覧

日本導入と、商品のシンプル・速攻感を兼ねた言葉として「Lady & Go! レディーの最速キレイを叶える」を掲げ、以下の商品を展開します。

特に導入時は「アミノミネラルジェル」を中心にメッセージを発信します。

「速攻性にすぐれたスキンケア」「瞬時に透明感あふれる肌をつくるベースメーキャップ」「最短でキレイを手に入れるポイントメーキャップ」のすべてが、シンプルでムダがなく、ストレスフリーでほしいものが手に入る機能的なアイテム群です。

	商品名 *	希望小売価格 (税込)
ジェル状美容液	アミノミネラルジェル	1,050円
メイク落としオイル	ディーブクレンジングオイル	945円
目もと・口もと用メイク落とし	メーキャップリムーバー	735円
洗淨料	フレッシュフォーミークレンザー	945円
化粧水	フレッシュルーセントトナー	1,050円
日やけ止め化粧下地	トゥルーホワイต์ デイプロテクター	1,260円
全身用日やけ止めクリーム	トゥルーホワイต์ ブロックUV	1,260円
ファンデーション	リキッドファンデーション (4色)	1,680円
ファンデーション	パウダーファンデーション (4色)	1,470円
用具	パウダーファンデーション ケース	630円

	商品名 *	希望小売価格 (税込)
マスカラ	キラーボリュームマスカラ	1,260円
マスカラ用下地	マスカラベース	1,260円
リキッドアイライナー	リキッドアイライナー (1色)	1,050円
ペンシルアイライナー	アイライナー (2色)	840円
ペンシルアイブロー	アイブロー (3色)	840円
アイシャドー	グルーヴィーアイズ (6種)	1,260円
チーク	グルーヴィーチークス (4色)	1,260円
リップグロス	プランパーリップグロス (10色)	945円
口紅	プランパーリップス (10色)	945円

表示価格は希望小売価格です

* すべての商品名には、頭に「ジーエー (スペース)」が入ります。

[初期導入 19品目 54品種]