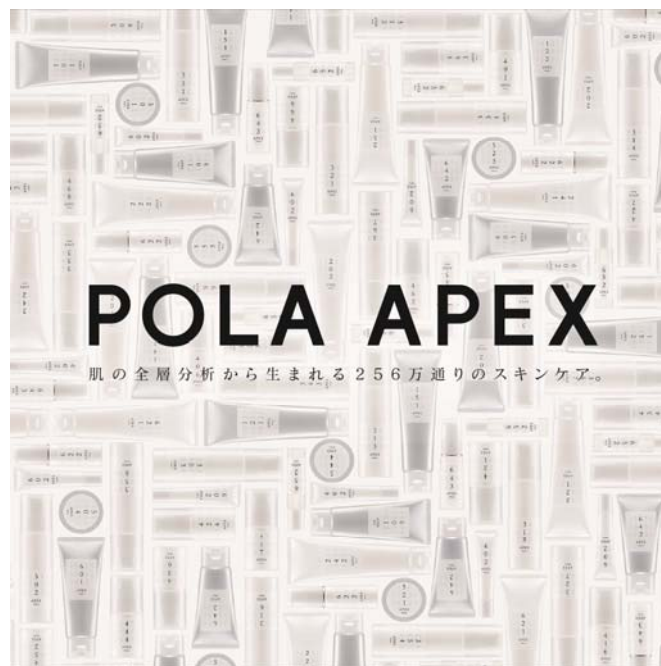


ポーラ・オルビスグループの基幹ブランド、ポーラ
ハイプレステージ化粧品市場のシェア拡大を狙う
個肌対応エイジングケア化粧品「ポーラ アペックス」発売

ポーラ・オルビスグループの株式会社ポーラ(本社:東京都品川区、社長:鈴木弘樹)は、お客さま一人ひとりに合った個肌対応エイジングケア化粧品「ポーラ アペックス」を、2014年7月4日より中京・近畿地区から発売、順次全国に展開します。1989年、業界初の個肌対応化粧品として誕生した「アペックス・アイ」が25年目の今年、さらなる進化を果たします。



国内ハイプレステージ化粧品市場のシェアを高める

ポーラ・オルビスグループ売上の50%以上を占める基幹ブランドのポーラは、国内のハイプレステージ化粧品市場において安定した成長を続けています。また、今後も市場成長が期待できるエイジングケア分野を得意としており、年間売上約300億円規模に成長したエイジングケア化粧品「B.A」とともに、これまで蓄積してきた約1,450万件という膨大な肌データを活用し、お客さま一人ひとりに適したアイテムをご提案するエイジングケア個肌対応化粧品「アペックス」を発売することで、ハイプレステージ化粧品市場におけるポーラのシェアをさらに拡大させることを目指します。

「アペックス」は、「B.A」と並んで、ポーラの堅調な業績を牽引する「ポーラ ザ ビューティ」における主力商品であり、今後、年間売上100億円以上のブランドを目指します。発売初年度である2014年度の年間売上は60億円規模を目標としています。

《補足情報》

さらなる進化を誓い、「アペックス」へ

1929年、今から85年前に創業者鈴木忍が妻の荒れた手を治したいと「たった一人のために作ったクリーム」が、ポーラの始まりです。「最上のものを一人ひとりにあつたお手入れとともに直接お手渡ししたい」というポーラ創業から変わらない想いを体現してきた従来のブランド名、「アペックス・アイ」は「私(i)の肌の頂点(APEX)を目指す」という意味でしたが、今回、「お一人おひとりはもちろんのこと、広く社会に対して、ポーラができる最高の技術とサービスをご提供することを約束する」というさらなる進化を宣言し、「ポーラ アペックス」にブランド名を変更致します。

「アペックス」進化のポイント

①業界初の「肌全層分析®」…今回、これまで計測が困難であった皮膚内部の構造を、肌表面画像から簡便に推定する方法を開発。真皮乳頭構造(基底層凹凸構造)が肌の美しさを左右する重要な新指標であり、これを理想的な形に立て直すことが、エイジングケアの鍵であることを業界ではじめて発見しました。また、これにより「肌全層分析®」が可能となり、今まで以上に一人ひとりのお客さまに合わせたエイジングケアをご提案することが可能となります。

②256万通りのスキンケアと3,600通りのベースメイク…「アペックス」では、256万通りのスキンケアと3,600通りのベースメイクから、お客さま一人ひとりに適したアイテムをご提案します。ラインナップは、スキンケア¥3,800～16,000(税込¥4,104～17,280)、メイク¥5,800～9,000(税込¥6,264～9,720)他、となります。 ※()内は全て8%消費税込み価格

③「定期的なご提案」という新スタイル…「アペックス」の肌分析に基づいたカウンセリング技術の教育を受け、ライセンスを取得したポーラレディがカウンセリングを行います。美容に関心が高く、高い投資意欲を持った20代～30代の女性に、今も未来も美しい肌づくりをサポートする「定期的なご提案」を行います。

商品の詳細は、ポーラホームページをご参照ください。 <http://www.pola.co.jp>