FASIO

2021 年 4 月 12 日
株式会社コーセー　宣伝部

- メイクアップブランド『ファシオ』がリブランディング -

なじむ、らしさ、つづく。ありのままの美しさを引き出す、心地よい高機能コスメへと生まれ変わります。

新『ファシオ』5/16 デビュー。4/16 より EC 限定で先行発売開始

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）は、このたび、メイクアップブランド『ファシオ』のリブランディングを行います。『ファシオ』は、今回のリブランディングにより、2000 年のブランド誕生当初から受け継がれてきた“メイクが落ちない”高機能はそのままに、一人ひとりの肌やまつ毛にやさしく“なじむ”、ありのままの美しさを引き出すブランドへと進化します。新『ファシオ』の各種アイテムは、2021 年 4 月 16 日（金）より EC 限定で先行発売、5 月 16 日（日）より全国のドラッグストア等で店頭発売を開始予定です。

『ファシオ』ブランドサイト https://www.kose.co.jp/fasio/

現代のコスメユーザーが求めているのは、「自分らしさ」や「自分にとっての心地よさ」

今回のリブランディングにあたって、『ファシオ』では、さまざまなアンケートやインタビューを通じて、ブランドターゲットである 20 代のインサイトを探りました。その中で、『ファシオ』が特に注目したのが、「自分の気持ち」を大切にしたいという価値観です。

例えば、「メイクアップ化粧品の選択基準」※1 に関する調査では、29 歳以下の回答をみると、「流行を取り入れたい」（32.4%）よりも「自分らしさを取り入れたい」（67.6%）と答えるかたの割合、「周りから評価されたい」（36.5%）よりも「自分が満足したい」（63.5%）と答えるかたの割合がそれぞれ上回る結果に。メイクにおいても、「自分らしさ」や「自分にとっての心地よさ」を求めるユーザーが多いことがわかります。

※1：コーセー調査より（調査対象：15～49 歳女性 1,258 名、調査実施期間：2019 年 7 月）

「落ちない」高機能はそのままに、より「わたしらしさ」を感じられるブランドへと進化

このような背景をふまえ、『ファシオ』は、「わたしらしさ」を大切にするユーザーに寄り添えるブランドを目指し、リブランディングを実施。「外見だけでなく、内面も健康でいたい、等身大でいることを大事にする 20 代前半のお客さま」をコアターゲットとして、ヘルシーでチャーミングな、ありのままの美しさを応援するブランドへと進化します。

新しいブランドコンセプトは、「なじむ、らしさ、つづく。」です。2000年のブランド誕生当時から受け継がれてきた“メイクが落ちない”高機能はそのままに、5種のオーガニック植物抽出成分を配合したり、クレンジングのしやすさにもこだわったり、使い心地の良さを追求。無理や過剰なことはせず、一人ひとりの肌やまつ毛に、自然に“なじむ”ため、ストレスフリーなわたしらしい美しさが“つづき”ます。

【なじむ】

・まつ毛や肌と一体化したようにメイクがなじむフェザーフィット成分を配合
・つけるだけで自然になじむ、肌から浮きにくい色設計

【らしさ】

・等身大の魅力を引き出す、多様なアイテムをラインアップ
・5 種のオーガニック植物抽出成分配合＆フリー処方※2
やさしい使い心地のアイテムで、肩ひじはらない美しさを提案

【つづく】

・汗・涙・皮脂に強い 10 時間化粧もち※3 データ取得※2
・時間がたってもくずれにくい

※2：一部商品を除く　　※3：当社調べ（個人差があります）

ロゴやパッケージも新しく！　見ているだけで心地よく感じられるデザインにアップデート

　パッケージのニュアンスカラーは、少しくすんだ色あいにすることで、 リラックス感のある、「わたしらしさ」に寄り添うやさしい雰囲気を演出しています。また店頭は、ドレッサーのような大きな鏡で、まるで自分の部屋にいるように、くつろぎながら商品を選べる空間になっています。

※ブランドカラー「Relaxing Nuance Color」

※画像はイメージです。

【ロゴ】

・無駄なくシンプルに、かつスマートフォンなどの限られた画面でも読みやすい設計。

・旧ロゴより少しだけ太さを出すことによりブランドの世界観との相性を良くし、さらに SNS 上での視認性も高めます。

【パッケージ（容器）】

・少しくすんだ色あいで、見ているだけで心地よく、リラックスできるような雰囲気を演出。

・持ちやすく、握りやすい、機能的な形状・サイズ・質感にこだわりました。

【パッケージ（外箱）】

・それぞれの色からグレーへのグラデーションで、「わたしらしさ」を大切にしながらも、日々変化していく様子を表現。

【店頭】

・まるで自分の部屋にいるような、くつろぎながら商品を選べる、リラックスした雰囲気の店頭を提案。

なお、今回のリブランディングにあたって、コーセーでは、20 代社員を中心とした社内横断のプロジェクトチームを結成。ターゲットと同世代の社員がメインとなってプロジェクトを進めることで、より現代のニーズや価値観に合致したブランド開発を目指しました。

新『ファシオ』は 5/16（日）より店頭発売開始、マスカラやマルチフェイススティックなど全 23 アイテムを展開

新『ファシオ』は、2021 年 5 月 16 日（日）より店頭での発売を開始。マスカラやマルチフェイススティックを主軸に、ベースメイクからポイントメイクまで、全 23 アイテムを展開します。

■主要アイテム紹介

「ファシオ　パーマネントカール　マスカラ　F（ロング）」

どんなまつ毛も、ずっと上向く。

チャーミングな魅力にあふれたカールと、しなやかなロング効果で、ほしかった美しいまつ毛をかなえる、お湯オフタイプのマスカラです。「フェザーフィット成分」により、つけている感じのしない、ふわっと軽い使用感を実現。重ね塗りしても重たくならず、まるで自まつ毛のようにまつ毛になじんで、自然なツヤ感をあたえながら、上向きカールを持続させます。5 種の「オーガニック植物抽出成分」配合、鉱物油フリー、無香料と、やさしさについても考えました。また、涙・皮脂・こすれへの強さは、これまでの『ファシオ』と同じ。にじむことなく、理想のまつ毛が続きます。

・商品名：「ファシオ　パーマネントカール　マスカラ　F（ロング）」
・内容量：7g
・カラー展開：2 色
※ノープリントプライス
※5 種のオーガニック植物抽出成分はオリーブ果実油・ホホバ種子油・サフラワー油・シア脂・ゴマ種子油。

「ファシオ　マルチフェイス　スティック」

好きなパーツに気分でなじませて。

頬、目もと、唇にさっと色をまとえるマルチスティック。頬にぽわっと血色感を仕込んだり、着る服と同じ色を目もとにのせたり、口もとに今日のラッキーカラーをのせたり。インスピレーションのままに、メイクが楽しめます。
「なじみつづく処方」で、肌に溶け込むようになじんで持続。ふわっと軽い使用感で、あと肌は心地よいサラサラの質感です。また、ウォータープルーフ＆皮脂プルーフ＆タッチプルーフで、汗・皮脂・こすれに強く、つけたての色が一日中つづきます。アルコール（エチルアルコール）フリー、パラベンフリー、防腐剤フリー、無香料です。

・商品名：「ファシオ　マルチフェイス　スティック」
・内容量：4g
・カラー展開：10 色
※ノープリントプライス

4/16（金）より、EC 先行発売をスタート！ キャンペーンやライブイベントも展開予定

2021 年 5 月 16 日（日）からの一般発売に先駆けて、4 月 16 日（金）より、**EC 限定で先行発売**をスタート。新しくなった『ファシオ』の商品を、いち早く手に入れることができます。
EC：Maison KOSÉ オンラインサイト、Amazon、一部流通企業の EC サイト等

さらに、先行発売にあたり、4月16日（金）～5月15日（木）には、**「新ファシオEC先行販売記念 PRESENT CAMPAIGN」**と題したキャンペーン企画を実施。EC先行販売で新『ファシオ』アイテムをご購入のうえ、Instagram またはTwitterに投稿してくださったかたの中から、抽選で20名さまに、選べる新『ファシオ』商品をプレゼントします。

先行発売およびキャンペーンに関する情報は、4 月 16 日（金）10 時に、『ファシオ』ブランドサイトにて公開予定です。

また、**発売にあたって、新『ファシオ』のミューズが出演するInstagramライブイベント**も実施予定です。ライブイベントの詳細は、後日ブランドサイトおよび『ファシオ』公式SNSアカウントにてご案内します。

『ファシオ』ブランドサイト https://www.kose.co.jp/fasio/
『ファシオ』公式 Instagram アカウント https://www.instagram.com/fasio.official
『ファシオ』公式 Twitter アカウント https://twitter.com/_fasio_