

2015年5月28日

50才から始めるエイジングケアブランド「エビータ」 主力ラインをリニューアルし、ブランドイメージを刷新 ～心うるおい、前向きに～

株式会社カネボウ化粧品



カネボウ化粧品は、2015年9月1日、セルフ領域で展開する50才からのエイジングケア※1ブランド「エビータ」の主力「ディープモイスチャー」ラインを全面改良・発売します（9品目11品種800円～2,800円＜税抜＞）。

これを機に、気分年齢が若く、明るく好奇心旺盛な50代に向けたブランドへとイメージを刷新します。新イメージキャラクターには、女性、妻、母として今なお輝き続ける50代女性の象徴として、歌手の今井美樹さんを起用。人生を前向きに楽しむ50才からの女性を力強く応援していきます。

※1 エイジングケアとは、年齢に応じた化粧品効果によるお手入れ

50才からのスキンケア「エビータ」

「エビータ」は、日本人の女性人口の最大ボリュームである団塊世代が50代にさしかかった2000年に誕生しました。50才からの女性を応援するブランドとなるべく、発売当初からパッケージに「50才から」と年齢を明記。以来、処方だけでなく、なじみのある美容成分、“ピンク色”や“バラのモチーフ”など、この年代に好まれるさまざまな要素を取り入れながら改良を重ね、エイジングケアブランドとして着実に支持を獲得してきました。

現在「エビータ」は、セルフエイジングケア基礎化粧品市場売上 No.1※2ブランドです。また、実際の使用者も50代・60代で約9割を占めます※3。しかし、高齢化に伴いますます拡大するエイジングケア市場においては、50代入口層の獲得がブランドとして課題となっています。

※2 エビータシリーズ インテージ SRI データ セルフエイジングケア基礎化粧品市場 2014年4月-2015年3月累計販売金額

※3 エビータ ディープモイスチャー、ホワイト、EXライン計 2014年4月-2015年3月

「新50代」の獲得を目指す「エビータ」

50代の女性にセルフスキンケアを購入する理由を尋ねると、「毎日使うものなので、惜しみなくバシャバシャ使いたい」「50代になると肌が変わる気がするので、保湿力の高いスキンケアを使いたい」「年齢に合わせたケアをしたい」といった声が挙げられます。カネボウ化粧品の調査では、この年代のセルフスキンケアユーザーが求める機能や品質は、この10数年で大きな変化はなく、ある程度普遍的なものと考えられます。

一方で、女性の意識や価値観は時代とともに変化してきました。現在50代を迎えているのは、好景気の日本で育ち、青春時代にバブルを経験、男女雇用機会均等法が制定された前後に就職した、いわゆる“Hanako 世代”。高学歴化、社会進出が加速し、女性としてのライフコースが多様化していく過渡期の世代であることから、妻・母としてのみならず、社会とのつながりを持つ女性が増加しているのが特徴です。化粧品やファッションなどのおしゃれも積極的に楽しむ姿は、これまで「エビータ」が団塊世代に向けて描いてきた女性像と異なっています。

そこで、これらをふまえ「エビータ」は、新50代女性に「自分向け」と共感されるブランドとなるべく、これまで支持されてきたところは継承しつつ、コミュニケーション等を見直して、ブランドイメージの刷新を図ります。「明るく好奇心旺盛な女性像」を積極的に描き、人生を前向きに楽しむ50才からの女性に向けて、価値ある商品・情報を提案していきます。

エビータ ディープモイスチャーライン 改良のポイント

「エビータ ディープモイスチャー」は、セルフ領域で展開する「エビータ」ブランド主力のエイジングケアラインです。乾燥、ハリ不足などを実感している 50 代からの女性に向け、2015 年 9 月 1 日、50 才からのプレミアム高保湿ケア※4と表記し、化粧水、乳液、クリームといったベーシックなアイテムをきめ細かくラインアップしてリニューアルします。洗顔料、クレンジングを除くライン全品に、7種の保湿成分（ローヤルゼリーエキス・W コラーゲン※5・W ヒアルロン酸α※6・グルコサミン・米発酵エキス・酵母エキス※7・ローズ水※8）を配合。今回は、これまでも配合していたヒアルロン酸のうちひとつの種類を変更。しっとりとした感触を高め、しなやかな手触りで、ハリ感を感じるつややかな肌を目指します。

パッケージ（外装）は、バラのモチーフを踏襲。今回は大輪のバラを配して華やかで女性らしい印象を高め、目指す肌の仕上がりを「ハリ美肌」としてダイレクトに訴求しました。また、現行品で好評のバラを象ったキャップは残しながら、ボトルには立体的な流線型のドレープをつけ、プレミアム感と持ちやすさを向上させ、ピンクの色みもやわらかな印象に見直しました。これらデザインの変更により洗練度を高め、50 代女性に“自分向け”イメージをアピールしていきます。

※4 エビータブランド内において ※5 水溶性コラーゲン、加水分解コラーゲン

※6 ヒアルロン酸 Na、ヒアルロン酸ジメチルシラノール、

※7 サッカロミセス溶解質エキス、※8 ダマスクバラ花水



エビータ ディープモイスチャー
ローション II

「うるおう女性は、よく笑う」／ Happy Anniversary 50's

「50 才から」を謳ったエイジングケアの先駆けブランドとして、50 才からの女性にますます支持されるべく、コミュニケーション戦略も刷新します。心の底から自分を楽しむ、アクティブで輝く 50 代を応援するキーワードは、「Happy Anniversary 50's」。50 代を迎えてますます透明感のある女性らしさが際立つ歌手の今井美樹さん（52 歳）を新イメージキャラクターに起用し、50 才を超えて肌の悩みは深くなっても、「手の届くプレミアムなスキンケアで自分に投資できる」「最高の笑顔で過ごせる」ことをいきいきと描き、新生「エビータ」のわくわくするエイジングケアを提案していきます。

TVCM を投入するほか、今後は Web を使ったコミュニケーションも積極的に取り入れ、新 50 代女性とブランドとの接点を拡大。さらにブランドサイトもリニューアルし、新コンテンツを順次導入して話題を創出し、ブランドの認知拡大を目指します。



新イメージキャラクター
今井美樹さん

◆商品概要◆

【価格は全て税抜メーカー希望小売価格です】

商品名	容量 価格	商品特長
エビータ ディープモイスチャー ローション P I / II	各 180mL 1,800 円	ハリ美肌に整えるエイジングケア化粧水 (I)しっとり …みずみずしい感触 (II)もつとっとり…まるやかな感触 無香料・無着色
エビータ ディープモイスチャー ローション P III	180mL 2,000 円	ハリ美肌に整えるエイジングケア化粧水 (III)濃密特潤…とろみのある感触 無香料・無着色
エビータ ディープモイスチャー ミルク P I / II	各 130mL 1,800 円	ハリ美肌を保つエイジングケア乳液 (I)しっとり …さらりとした感触 (II)もつとっとり…なめらかな感触 無香料
エビータ ディープモイスチャー ミルク P III	130mL 2,000 円	ハリ美肌を保つエイジングケア乳液 (III)濃密特潤…コクのある感触 無香料・無着色
エビータ ディープモイスチャー クリーム P	35g 2,200 円	軽やかな感触で、ハリ美肌を保つエイジングケア クリーム 微香性
エビータ ディープモイスチャー クリーム P NT	35g 2,800 円	なめらかな感触でハリ美肌を保つ「濃密特潤」 エイジングケアクリーム 微香性
エビータ ディープモイスチャー ジェル P	50g 2,000 円	化粧水の後、1品で乳液・クリーム・美容液・うるお いパックの4役のパーフェクトジェル。べたつかず、 パックをしたようなうるおいを保ちます 微香性 (ほのかなバラの香り)
エビータ クリーミィソープ P	130g 800 円	クリーミィな泡でうるおいを守りながらすっきり洗 い上げるエイジングケア洗顔料 無香料・無着色
エビータ クレンジングクリーム P	120g 1,000 円	マッサージもでき、うるおいを守りながらすっきり落 とすエイジングケアメイク落とし 無香料・無着色

◆発売日◆ 2015年9月1日

◆主な取扱い店◆ ドラッグストア、量販店など