



リニューアルされたアベックス・アイの化粧水「フォースV」
＝27日、東京・表参道の青山ダイヤモンドホール

ポーラ化粧品ブランドリニューアル

キメ細かい分析 提案します

ポーラは27日、細胞から肌を分析して個別に提案するオーダー化粧品ブランド「アベックス・アイ」のリニューアル発表会を、東京・表参道で開催した。分析技術の高度化と新商品の追加、さらにカウンスelingに使う個別のアドバイスシートを改良すること、ブランド力向上と顧客思い込みの強化を図る。

アベックス・アイは今年で発売20年目となるポーラの中核ブランドの一つで、年間売上高は約100億円。30代の働く女性を中心に20～40代の女性に人気がある。

今回は、1000万件以上の肌データを基に

開発した、アンチエイジング（抗加齢）を意図した保湿効果の高い化粧水「フォースV」などの新商品を投入。初年度売上高120億円を目指す。

東京理料大との共同研究によるデジタル画像解析技術の活用によって、キメやシワの分析技術を高度化し、今と未来の肌を分析できるようになった。それに応じてアドバイスシートをより詳細に改良したのもリニューアルの特徴。

新商品は2月2日からの中京地区を皮切りに順次、訪問販売されるほか、全国百貨店やポーラ専門店で販売される。



ポーラ 1929年、静岡市で創業。主に婦人

用化粧品の製造・販売を行う。2007年に現在の社名に変わるまでにはポーラ化粧品本舗。化粧品の訪問販売事業で発展し、女性の肌を追求したオーダーモードの化粧品シリーズ「アベックス・アイ」が有名。アベックス・アイのブランド名は、英語のAPEX（頂点）とI（私）を組み合わせて「私にとって最高」という意味。ポーラ文化研究所やポーラ美術館を設立するなど、文化・芸術分野を積極的に支援する企業としても知られる。