

## ～「新しい自分」が花ひらく運命のコスメ～ コーセーコスメポート『フォーチュン』から Z世代※1に向けた新メイクラインがデビュー

コーセーコスメポート株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:小林 孝雄)は、ライフスタイル提案型ブランド『フォーチュン』から、Z世代に向けた新たなメイクラインを発売します。“色と光の専門ライン”「フォーチュン」(3品目8品種/ノープリントプライス)として、2019年12月16日より全国のドラッグストア・量販店で展開します。

※1 1990年代後半～2001年代生まれ(約18～24歳)のデジタルネイティブ世代。



FORTUNE  
*Fortune*

メイクライン「フォーチュン」は、“「新しい自分」が花ひらく運命のコスメ”をコンセプトとし、オシャレが大好きで、自分らしさを大切にするZ世代へ向けた、新しいラインナップです。日本人特有の肌質・肌色を研究し、色、光、質感のレイヤードで、肌を綺麗に魅せることにこだわりました。メイクカテゴリーの中でも、10～20代に特に人気の高い、口紅・化粧下地・フェイスパウダーを取り揃えました。

全品に、血色感をととのえるピンクのベースカラー「クリスタルトリックピンク」を配合。くすみを補正し、肌をワントーン明るくみせます。また、自然なツヤとメリハリのある立体感を与える「フラッシュピグメント※2」が、レフ板のように光を効果的に集めて反射し、毛穴をはじめとする肌悩みをカバーしながら透明感のある肌にととのえます。豊富なスキンケア成分※3と5種のフラワーエッセンスを配合したスキンケア処方で、日中の乾燥を防ぎ一日中うるおいが続きます。天然香料を使用した透明感のある「フローラルチャーム」の香りです。

※2 ルージュ:硫酸Ba / プライマー:マイカ、酸化チタン / パウダー:窒化ホウ素、マイカ

※3 ルージュ:ローズヒップオイル、アルガンオイル、ホホバオイル

プライマー・パウダー:ヒアルロン酸、コラーゲン、センチフォリアバラエキス、ローズはちみつ、スクワラン

独自の感性と多様性に富み、消費に前向きな価値観をもつZ世代は、これからの消費市場をリードする存在と言われています。特にコスメ選びは、使える金額が限られる中で、WebやSNSなどデジタルを駆使した情報収集により、慎重に自分に必要なものを見極め、納得したものを購入する傾向があります。「フォーチュン」は、そのようなターゲット世代の共感をひきだすため、価格面の手軽さだけでなく、機能性やデザイン性にもこだわりました。可愛さと機能性を兼ね備えたメイクラインを加え、この世代のニーズを新たに喚起することで、セルフメイク市場におけるさらなるシェアの獲得を狙います。

2019年12月16日発売『フォーチュン』新商品  
(3品目8品種)



①

②

③

	商品名	色数	商品特長
①	フォーチュン マシュマロティントルージュ	4色	ふわっととろけてぼわんと発色。落ちないティントルージュ。血色感をあやつる「クリスタルトリックピンク」でトーンアップし、立体感を与える「フラッシュピグメント」で唇の丸さを強調します。
②	フォーチュン スキンティント トーンアップ プライマー	2色	美容液タッチのみずみずしいトーンアッププライマー。崩れない、乾かない毛穴レスなうるっとツヤ美肌が続きます。血色感をあやつる「クリスタルトリックピンク」でくすみをカモフラージュし、「フラッシュピグメント」で毛穴をカバーし、肌にツヤをあたえます。 SPF25/PA++
③	フォーチュン スキンティント トーンアップ パウダー	2色	ふわり軽やかヴェール。崩れない、乾かないふわっと透明美肌が続くトーンアップパウダー。血色感をあやつる「クリスタルトリックピンク」でくすみをカモフラージュし、「フラッシュピグメント」で毛穴をカバーし、透明感をあたえます。 SPF22/PA++