

創業200周年を迎えた伊勢半グループが社員のチャレンジを応援する企画

## はじめての挑戦を後押しする「My 1<sup>st</sup> チャレンジ」がスタート

新パーパス「The 1<sup>st</sup> Cosmetics. 伊勢半 いちばんほしいを、いちばんに」  
の浸透、実現に向けた取り組み

伊勢半グループ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:澤田晴子)は、創業200周年を記念し、200周年の節目に新たに制定したパーパス「The 1<sup>st</sup> Cosmetics. 伊勢半 いちばんほしいを、いちばんに」の浸透、実現に向けた取り組みとして、創業200周年にちなみ社員200名の「はじめての挑戦」を後押しする社員向けの企画「My 1<sup>st</sup> チャレンジ」を8月よりスタートしました。

この新企画「My 1<sup>st</sup> チャレンジ」は、社員が今までに「やったことのないこと」に挑戦し、かかった費用を上限2万円まで会社が助成するというもの。このチャレンジをきっかけに社員一人ひとりが、お客様に「いちばんほしいを、いちばんに」お届けするための発想や行動につなげるという、新パーパスを社内に浸透させ、企業として体現していくことを目的としています。



※イメージ

### ■企画の概要

企画名: My 1<sup>st</sup> チャレンジ

内容:

- ・社員が今までに「やったことがないこと」に挑戦し、かかった費用を会社が助成する。上限は2万円。
- ・買ったことのないものを買ってみる等ではなく、今までやっていない「こと」にチャレンジする、コスト消費の取り組みが対象。
- ・参加者は先着200名。

期間: 期間①2025年8月1日(金)~10月10日(金) / 期間②2025年10月14日(火)~12月25日(木)  
各期間につき先着100名、計200名が対象。

## ■実施背景・目的

本企画は、伊勢半グループ創業200周年という節目の年に、新たに制定したパーパス「The 1<sup>st</sup> cosmetics. 伊勢半 いちばんほしいを、いちばんに」の浸透を図るために立案されました。

本企画をきっかけに、自分自身がやってみたい「チャレンジ」について考えてみることで、社員一人ひとりのワクワクや挑戦心を醸成すること。また、社内でコミュニケーションが生まれ、一体感が生まれること。それにより、お客様に「いちばんほしいを、いちばんに」お届けするための発想や行動につながり、パーパスが社内に浸透することを目的としています。

## ■社員から挙がったチャレンジ内容の一例



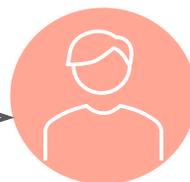
パーソナルカラー診断  
を受けたい！



プロのメイクを体験し、  
メイクの幅を広げたい！



富士山に登りたい！



バンジージャンプ  
に挑戦したい！

メイクや化粧品に関するチャレンジを通じてお客様への提案の幅を広げたいという内容をはじめ、富士登山やバンジージャンプへの挑戦等、チャレンジは様々。

また中には、職場の同僚と一緒に「やったことのないこと」に挑戦する社員もおり、社内のコミュニケーションを促進することにもつながっています。

## 社員からの声

「今までとは異なる視点の企画で面白い！」  
「チャレンジすることについて考えるきっかけになりました！」  
「この企画をきっかけに、もっと色々なことに挑戦していきたいです！」



■伊勢半グループについて

江戸時代後期の1825年(文政8年)、日本橋・小舟町に日本伝統の化粧品「紅」を製造・販売する紅屋「伊勢屋半右衛門(通称:伊勢半)」として創業。以降、200年にわたり創業時から変わらぬ製法を守り、「最後の紅屋」として、現在に至るまで伝統的な紅づくりを続ける唯一の企業となっています。



良質の証、玉虫色の光沢を放つ「小町紅」

その一方、戦後に総合化粧品メーカーへと事業の舵を切り、現在はドラッグストア・バラエティストアなどで販売するセルフメイク化粧品を中心に、基幹会社の株式会社伊勢半ではコーポレートブランド「KISSME」を掲げ、主な商品ブランドとして「ヒロインメイク」「ヘビーローテーション」「キスマーフェルム」「キス」「マミー」など、多岐に展開しています。

## KISSME



このほか、独自性のあるコンセプトで多彩なコスメブランドを展開する「株式会社エリザベス」。あざ、白斑、傷跡など、肌色に深い悩みを持つ方にむけたカバーメイクアイテムを展開する「マーシュ・フィールド株式会社」など、国内5社、海外3社にて構成され、世界15の国・地域でも商品を展開しています。

## ELIZABETH

## MARSH FIELD



伊勢半グループの海外展開(2025年1月現在)

### ■伊勢半グループの歩み

**1825年**

初代・澤田半右衛門が日本橋・小舟町に紅屋「伊勢屋半右衛門(通称:伊勢半)」創業。

**1945年**

東京大空襲の焼け跡で残されたわずかな材料をもとに口紅づくりを再開。  
紙包みのキャンディ型口紅を販売。

**1946年**

「キスミー特殊口紅」発売。“口唇に栄養を与える”のコピーで大ヒット。

**1952年**

業界初の新聞全面カラー広告を掲載。

**1954年**

株式会社エリザベス設立。2024年に創業70周年を迎えた。

**1955年**

「キスミースーパー口紅」発売。  
“キスしても落ちない”のコピーは社会的なセンセーションを巻き起こした。

**1966年**

現在では主流の化粧品セルフ販売を可能にしたフック式陳列方式「PSP(パーフェクト・セルフパッケージ)システム」を業界初導入。

**1970年**

日本初のツヤ出し専用口紅「キスミーシャインリップ」発売。その後、1976年には年間1300万本超を売り上げた、コスメ史に名を残すギネス級のアイテム。

**1975年**

「キスミー薬用ハンドクリーム」発売。2025年に誕生50周年を迎える。

**1987年**

「キスミー フェルム」発売。時代に合わせて姿を変え、現在では年齢問わず愛されるブランドに進化。

エリザベスから目のイラストが印象的なアイメイクシリーズ「ビボ」発売。現在まで続くロングセラーブランド。

**2001年**

「キス」発売。2023年にリニューアルし、現在は“きょうの私を最高に好きになれる”ご自愛メイクブランドとして展開。

**2004年**

マーシュ・フィールド株式会社がカバーメイク事業を開始。

**2005年**

「ヒロインメイク」発売。イメージキャラクター、エリザベト・姫子の印象的なパッケージと、耐久力などの高い機能性で発売初年からベストコスメを獲得。

東京・南青山に常設の「紅ミュージアム」がオープン。



「キスミー特殊口紅」  
業界初の全面カラー広告



「キスミースーパー口紅」広告



PSPシステム



「キスミーシャインリップ」



「キスミー薬用ハンドクリーム」



「ヒロインメイク」

# NEWS RELEASE

2025年8月



## 2006年

エリザベスから毛穴ケア「ポアトル」発売。「ポアトル 角栓クリアジェル」はその後、2008年に口コミサイト殿堂入りを果たす。

## 2007年

中国に製造工場をもつ伊勢半(天津)化粧品有限公司設立。

## 2008年

「ヘビーローテーション」発売。眉マスカラにおけるパイオニア的存在の王道ブランド。2024年に主力商品「カラーリングアイブロウ」をフルリニューアル。

## 2011年

「マミー」発売。食品由来成分にこだわった親子で使えるスキンケアとして、UVケアを中心に支持を集める。

中国での販売を担う伊勢半(上海)化粧品商貿有限公司設立。

## 2018年

コーポレートブランドとして「KISSME」を制定。ブランドメッセージは「私らしさを、愛せるひとへ。」

ブランドメッセージを伝える取組みとしてKISSME PROJECTを実施。

## 2019年

タイでの販売を担うKISSME (THAILAND) CO.,Ltd.設立

KISSME PROJECT第2弾「顔採用、はじめます。」が注目を集める。

## 2025年

伊勢半グループ創業200周年

ヒロインメイク発売20周年

キスミー薬用ハンドクリーム発売50周年

紅ミュージアム開館20周年



コーポレートブランド  
「KISSME」



KISSME PROJECT  
「顔採用、はじめます。」



おかげ様で  
20周年です。

ヒロインメイク20周年  
記念特別ビジュアル

伊勢半グループでは、200周年のその先もメイクを楽しむ人々の気持ちに寄り添いながら、私たちが世に生み出す化粧品が世界中の人々を喜ばせ、驚かせ、輝かせることで、たくさんの美と幸せを紡いでいけるよう、進取の精神と果敢な行動力で企業パーパスを体現し、お客様の「いちばんほしいを、いちばんに」ご提供する存在として邁進して参ります。