



2010年7月29日

各位

会社名 株式会社 資生堂  
代表者名 代表取締役社長 前田 新造  
(コード番号 4911 東証第1部)  
問合せ先 広報部長 齊藤 幸博  
(TEL. 03-3572-5111)

## アジアマステージ\*市場と日本低価格帯市場へ向けた戦略商品第一弾

### 単品高機能型新スキンケア

### 「専科 保湿クリームからつくった化粧水」

2010年9月中旬発売

資生堂は、成長著しいアジアの中間所得層を中心とするマステージ市場と、日本の拡大する低価格帯スキンケア市場を一体化して展開する戦略ブランド第一弾として、保湿クリームのうるおいを化粧水の感触で肌に与える新スキンケア「専科 保湿クリームからつくった化粧水」【全4品目4品種】を、日本では9月中旬より株式会社エフティ資生堂を通じて発売します。また、アジアのマステージ市場へ向け、2010年年内に台湾、2011年以降アジア各国へも順次導入していきます。

「専科」は価格を越えた価値・満足感を提供するブランドで、今後、さまざまな高機能型アイテムを追加発売し、ブランドとしての充実を図ります。

\*マステージ: 通常のマ商品よりも高級感はあるが、プレステージ商品に比べると値ごろ感がある商品領域。「マス」と「プレステージ」をもとにした造語。

#### アジア マステージ市場

中国を含むアジア各国では、経済成長に伴い、化粧品市場が拡大し、今後も継続的な成長が見込まれています。当社は「日本をオリジンとしアジアを代表するグローバルプレイヤー」をめざしており、拡大するアジア市場のなかでもボリュームゾーンである中間所得層を中心としたマステージ市場をポテンシャルの高い重要戦略市場と位置付けています。

資生堂はこれまでアジアのマステージ市場へ向けて、アジア専用ブランドの「Za」や日本市場発のメイキャップブランド「マジョリカ マジョルカ」などを投入し、順調に売上を拡大してきました。これによりマステージ市場に対するノウハウを蓄積し、2011年からの次期3ヵ年経営計画のなかでマステージ市場へむけた戦略を本格展開するための準備を進めてきました。

#### 日本の低価格化粧品市場の拡大

景気低迷は国内市場の消費者の生活防衛意識を高め、買い控えや低価格志向を強めています。一方消費者は、低価格でありながらも、機能性の高い商品を求めています。このような消費者の声を反映するように、国内スキンケア市場では、中～高価格帯の2009年度市場規模が2006年度対比で97.8%※1と縮小傾向にある中、低価格帯でも特に1,000円以下の低価格帯スキンケア市場は、2009年度市場規模が2006年対比で103.3%※2と拡大しています。

※1 出典: インテージ SRI 中～高価格帯スキンケア市場規模(価格帯2,001円～、洗顔除く)金額ベース  
データ期間: 2006年4月～2007年3月/2009年4月～2010年3月

※2 出典: インテージ SRI 低価格帯スキンケア市場規模(価格帯0～1000円、洗顔除く)金額ベース  
データ期間: 2006年4月～2007年3月/2009年4月～2010年3月

## 日本の低価格市場とアジアのマステージ市場を一体化して展開する戦略ブランド

資生堂は、このような日本およびアジア地域の市場背景を捉え、日本の低価格市場への対応とアジアのマステージ市場へ向けた展開を一体化させた戦略ブランドの育成を図っていきます。このマステージ市場への対応はアジア全域を対象とし、複数のブランドによる展開を検討していますが、その1つとして日本の低価格市場と一体化させた展開を図ることで、スケールメリットを追求してコスト効率を高め、低価格でありながら高機能を持つ商品を展開します。

その第一弾として、2011年から計画していたマステージ市場への本格展開の一部を前倒しし、単品高機能型の新スキンケア「専科 保湿クリームからつくった化粧水」を、日本の低価格帯スキンケア市場に向けて発売すると同時に、アジア市場へ向けては2010年年内に台湾、2011年以降はアジア各国へも順次導入していきます。

## 保湿クリームからつくった化粧水

拡大傾向にある日本の低価格帯スキンケアの中でも、1,000円以下のセルフ化粧水は、2009年度市場規模が2006年度対比で118.7%※3と、特に大きな成長を遂げており、全価格帯セルフ化粧水の中でも1,000円以下の金額構成比は45.8%※4、数量構成比では67.7%※4を占める中心商品となっています。また、お客さまの意識として、スキンケアでは、50%※5が保湿ケアを最も重視していますが、お手入れにかかる時間は、85%※6が少しでも短くしたいと考えています。そのような意識を背景として、しっかり保湿しながら簡単なお手入れ、手頃な価格のスキンケアが求められていることがわかりました。

そこで資生堂は、クリームのような高い保湿力がありながら、化粧水の感触で使え、手軽で簡単なお手入れを実現した「専科 保湿クリームからつくった化粧水」を発売します。「専科 保湿クリームからつくった化粧水」は、「単なる化粧水では物足りない、うるおいが続かない、でも短時間で済む簡単なシンプルケアは変えたくない」というお客さまの声に応えた新発想の化粧水です。資生堂独自の乳化技術によって保湿クリームと同じ製法で、保湿クリーム級の高いうるおいがありながらべたつかず、指先が吸いつくほどの弾むような肌へと導きます。香料、着色料を一切使用しない、シンプルな設計です。

※3 出典：インテージ SRI 低価格帯セルフ化粧水市場規模（価格帯0～1000円）金額ベース

データ期間：2006年4月～2007年3月/2009年4月～2010年3月

※4 出典：インテージ SRI 低価格帯セルフ化粧水市場規模（価格帯0～1000円）金額ベース

データ期間：2009年4月～2010年3月

※5 資生堂調べ：2009年11月実施 15～59歳（n=500）

※6 資生堂調べ：2009年7月実施 15～69歳（n=3644）

## プロモーション・販売展開

発売直後の9月下旬より『あなたとつくるスキンケア』のキャッチコピーのもと、テレビCM、WEBで発売プロモーションを展開します。販売チャネルは、ドラッグストア、量販店、ホームセンター等、約34,000店を予定しています。



## 【商品一覧】

全4品目4品種

商品名	分類	容量	価格
専科 保湿クリームからつくった化粧水(さっぱり) 販売名:保湿専科 化粧水(S)	化粧水	200mL	オープン価格
専科 保湿クリームからつくった化粧水(さっぱり) つめかえ用 販売名:保湿専科 化粧水(S)レフィル	化粧水	180mL	
専科 保湿クリームからつくった化粧水(しっとり) 販売名:保湿専科 化粧水(R)	化粧水	200mL	
専科 保湿クリームからつくった化粧水(しっとり) つめかえ用 販売名:保湿専科 化粧水(R)レフィル	化粧水	180mL	

本件が2011年3月期の当社連結業績に与える影響は軽微ですが、将来的には当社の事業拡大に寄与するものと考えております。

以上

【ご参考】

【商品概要】

※価格は全てオープン価格です。

商品名	商品特長
<p>専科 保湿クリームからつくった化粧水 (さっぱり) &lt;化粧水&gt; 200mL</p>  <p>販売名:保湿専科 化粧水(S)</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>保湿クリームのうるおい成分を 化粧水の感触で肌につっぱりと与えて逃がさない。 保湿クリームからつくった化粧水</p> </div> <p>保湿クリームのうるおい効果を化粧水の感触で肌に与えて、逃がさない。べたつかず、うるおいが持続してハリまで実感します。</p> <p>みずみずしくさっぱりうるおう「さっぱりタイプ」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ロイヤルゼリーGL※1 配合。</li> <li>※1 (保湿)ロイヤルゼリーエキス、グリセリン</li> <li>○ Wヒアルロン酸※2 配合。</li> <li>※2 (保湿)アセチルヒアルロン酸Na、ヒアルロン酸Na</li> <li>○ 無香料・無着色</li> <li>○ アレルギーテスト済</li> </ul>
<p>専科 保湿クリームからつくった化粧水 (さっぱり) つめかえ用 &lt;化粧水&gt; 180mL</p>  <p>販売名:保湿専科 化粧水(S)レフィル</p>	
<p>専科 保湿クリームからつくった化粧水 (しっとり) &lt;化粧水&gt; 200mL</p>  <p>販売名:保湿専科 化粧水(R)</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>保湿クリームのうるおい成分を 化粧水の感触で肌につっぱりと与えて逃がさない。 保湿クリームからつくった化粧水</p> </div> <p>保湿クリームのうるおい効果を化粧水の感触で肌に与えて、逃がさない。べたつかず、うるおいが持続してハリまで実感します。</p> <p>みずみずしくしっとりうるおう「しっとりタイプ」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ロイヤルゼリーGL※1 配合。</li> <li>※1 (保湿)ロイヤルゼリーエキス、グリセリン</li> <li>○ Wヒアルロン酸※2 配合。</li> <li>※2 (保湿)アセチルヒアルロン酸 Na、ヒアルロン酸 Na</li> <li>○ 無香料・無着色</li> <li>○ アレルギーテスト済</li> </ul>
<p>専科 保湿クリームからつくった化粧水 (しっとり) つめかえ用 &lt;化粧水&gt; 180mL</p>  <p>販売名:保湿専科 化粧水(R)レフィル</p>	