

uno

美ジネスマンの新・セルフプロデュース術
男性の肌悩みを速攻カバー、ウーノ男性用 BB クリーム全国発売
～2019年9月下旬～

資生堂は、若者を大人へと導くメンズブランド「uno」から、気になる男性の肌悩みを1つで自然に速攻カバーできる「フェイスカラークリエイター」(1品目1品種)【オープン価格】を、2019年9月下旬より全国発売※1します。

- ◆クマ・ニキビ跡・ひげの青み・毛穴・肌の赤味など、男性の肌悩みを速攻カバー
- ◆資生堂ヘアメイクアップアーティスト監修
- ◆白色クリームが、塗布すると自分の肌色に変化してなじむ、男性でも使いやすい設計



【ウーノ フェイスカラークリエイター】

発売背景

男性のスキンケア意識は年々高まっており、2016年～2018年の3年間で平均+3.3%※2 伸長し続けています。さらに最近ではメンズメイクトレンドの兆しを背景に、男性用のメイク商品が続々と発売されています。2018年、10代男性(15～19歳)年間 JAN ランキングの2位と3位には、BBクリームとコンシーラーがランクイン※3しており、若年層男性を中心にメイク商品を使用し始めていることが分かっています。また、アジアでは、肌色補正効果のあるBBクリームの男性使用率が、韓国35%、中国26%※4となっており、メイクが男性の新たな身だしなみの一つとして、受け入れられ始めています。

日本市場では『キメが細かく、くすみのない肌が理想』、『重要な場面やデートでは、きれいな肌を速攻つくりたい』、『SNS 映えするキレイな肌を簡単につくりたい』という声がある一方で、『女性用のファンデーションには抵抗がある・・・』というバリアが存在しています。

unoでは、そのような意識を持つ男性でも、簡単に負担なく使えるアイテムとして、2019年3月上旬より男性用のBBクリーム「フェイスカラークリエイター」を限定発売。発売4ヵ月間の出荷実績が計画比の3倍と、好評をいただいています。

そこで9月下旬から同商品を全国発売し、新しいセルフプロデュース術として、より多くの男性たちに向けて、肌で勝負できる自信を提供します。

※1 19SS でアカウント限定発売済。株式会社ツルハホールディングス・株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス(ドン・キホーテなど)・株式会社東急ハンズの一部店舗、および Amazon、資生堂の総合美容サイト「ワタシプラス」で先行発売実施。

※2 インテージ SRI データ 推計販売規模(金額)、2016年～2018年

※3 インテージ SCI データ JAN ランキング、男性 15～19 歳、2018 年

※4 Beauty habit 調査 男性 15～39 歳、N(韓国)=176、N(中国)=184、2017 年

【商品一覧】

全1品目1品種

商品名	分類	容量	価格
ウーノ フェイスカラークリエイター	日中用カラークリーム	30g	オープン価格

【商品概要】

商品名・容量・価格	商品特長
<p>ウーノ フェイスカラークリエイター ＜日中用カラークリーム＞ 30g オープン価格</p> 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"> <p>資生堂ヘアメイクアップアーティスト監修の 速攻肌色補正できる男性用 BB クリーム</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 塗布後に色が変わり、肌になじんで速攻補正、気になる肌悩みをカバー ◆ スムースパウダー配合で、肌のザラつきをなめらかに整える ◆ うるおい成分 W ヒアルロン酸 *1 配合 ◆ SPF30・PA+++ ◆ 洗顔やせっけんで簡単に落とせる ◆ ノンオイルでベタつかない ◆ ノンcomedogenicテスト済み・アレルギーテスト済み *2 ニキビの上から使っても問題ありません ◆ みずみずしいシトラスグリーンの香り(微香性) <p>*1 ヒアルロン酸 Na,アセチルヒアルロン酸 Na *2 全てのかたにニキビができない、アレルギーが起きないというわけでは ありません</p>

■ウーノ ブランドサイト <https://www.shiseido.co.jp/uno/>