

ファンデーションを、スキンケアへ。
資生堂独自の“セラムファースト技術”から生まれた「ファンデ美容液」
逆転発想から生まれた“彩る美容液”という新提案

資生堂は、美容液による本格的なスキンケア効果と美しい仕上がりを実現する「ファンデ美容液」を新しい化粧文化として提案すべく、「彩る美容液、という奇跡。」をキーメッセージに2024年4月2日(火)よりコミュニケーション展開をスタートします。



「ファンデ美容液」について

「ファンデ美容液」は、“彩る美容液”ともいえる新発想のベースメイクカテゴリーです。従来の「美容液ファンデーション」は“ファンデーションに美容液成分を加える”という発想でしたが、この「ファンデ美容液」は“美容液で彩る”という逆転発想から生まれました。

ファンデーションに美容液成分を配合するのではなく、美容液の中にファンデーション成分を閉じ込めるから、つけた瞬間からずっと美容液が肌に触れ続ける、という資生堂独自の「セラムファースト技術」を搭載しています。本技術は現在、「SHISEIDO エッセンス スキングロウ ファンデーション」および「マキアージュ ドラマティックエッセンスリキッド」の2品に搭載されています。

つけるたび素肌そのものを美しくし、メイクをする一瞬が未来の美しさを育てていく、という体験を提供し、新たな化粧文化を創造したいと考えています。

「ファンデ美容液」コミュニケーション スタートの背景

資生堂は20-30代の女性でベースメイクをしたことがある人を対象に「美容意識調査^{*1}」を実施しました。

調査結果によると、コロナ禍を経て外出が減り、自分自身と向き合う時間が増えたことによって、「自分のために心地よく過ごせる時間をあげたい」「自分を大切にしたい」といった“ご自愛意識”が高まっていることが明らかになりました。同時に「未来の自分自身への投資」だと考えているスキンケアについて興味関心が高まり、スキンケアにかかる時間・お金ともに増加傾向が見られています。

そういったスキンケア意識の高まりの一方で、メイクへの意識にも変化がありました。肌をきれいに見せたいと思う一方で、「できればスキンケアのみで生きていきたい」、「ファンデーションは肌に負担になる」と考える人が多くなり、ファンデーションを使わない「ノーファンデ派」、または週4日以上ファンデーションを使わず、気になるところだけコンシーラーや色付き化粧下地で仕上げるといった「レスファンデ派」が増加しました。外出機会が増えた今もなお、ノーファンデ派とレスファンデ派の合計が全体の約70%を占めています^{*2}。

上記から、コロナ禍で心地よいと感じて覚えたスキンケア重視の化粧習慣が、コロナが収束して生活がコロナ前にほぼ戻ったにも関わらず、化粧習慣や意識は元に戻らない、という発見がありました。コロナ前は「ファンデ派」が多数でしたので、とても大きな変化と捉えています。

このようなお客さま意識の変化を捉え、資生堂はノーファンデ派・レスファンデ派のお客さまへ「ファンデ美容液」という新たなベースメイクカテゴリーを提案します。

資生堂はこれまでも、強みであるスキンケア技術を活用した、スキンケア効果のあるファンデーションを先駆けて発売してきました。コロナ禍でのスキンケア意識の高まりも相まって、「美容液ファンデーション」といわれる、美容液のようなスキンケア効果があるファンデーションの市場が活性化しています。この「ファンデ美容液」は、その進化の形として、新しい市場を創るカテゴリーと考えています。

実際に、「セラムファースト技術」を搭載した両商品は、発売以降「美容液のような使用感」や「もはや色付き美容液」などと SNS 上で話題となり、両商品累計出荷総数は約 300 万個^{※3}に達し、ベストコスメ関連の賞を 56 個受賞するなど、多くのお客さまにご好評いただいています。

※1 資生堂調べ:2024 年 3 月「美容意識調査」 対象:全国 20-39 歳女性でベースメイクをしたことがある人 n=400

※2 資生堂調べ:2024 年 2 月「化粧行動調査」 対象:全国 20-39 歳女性 n=9,071 年代別人口構成比に合わせてウェイトバック集計

※3 「SHISEIDO エッセンス スキングロウ ファンデーション」2023 年 9 月～2024 年 3 月累計出荷総数と、「マキアージュ ドラマティックエッセンス リキッド」 2022 年 2 月～2024 年 3 月累計出荷総数の和

コミュニケーション概要

世界最高峰のスキンケア技術を持つ資生堂がたどりついた「セラムファースト技術」を搭載した「ファンデ美容液」を通じて、つけるたび素肌そのものを美しくし、メイクをする一瞬が未来の美しさを育んでいく、という体験を提供し、“美容液で肌を彩る”という新たな化粧文化を創造していきます。

お客さまの声から生まれた以下のメッセージをメインに、TVCM やデジタル広告、屋外広告を展開し、さらにお客さまの声を増幅するようなコミュニケーションを実施します。

<メッセージ>

彩る美容液、という奇跡。

#ファンデ美容液

ファンデーションをスキンケアへ。

今日を装うものから、未来の肌を育むものへ。

世界最高峰のスキンケア技術を持つ 資生堂がたどりついた「セラムファースト技術」。

ファンデに美容液を配合するのではなく 美容液の中にファンデを閉じ込める。

美容液が肌にずっと触れる、という革新。

つけるたび、素肌そのものを美しく。

メイクをする一瞬が、美しさを育んでいく。

今日、明日、未来まで。

このコミュニケーションを通じて、誰もがいつも今と自分の未来のために心地よく過ごせる社会の実現を目指します。

今後予定している TVCM の内容や、デジタル・店頭におけるコミュニケーション、OOH(交通屋外)広告や屋外ビジョン広告の展開などの具体的な取組みについては、順次発信していきます。



【「セラムファースト技術」を表現するマーク】

また、アンバサダーに新進気鋭の俳優、河合優実さんを起用し、4 月 2 日(火)よりキャンペーン特設 WEB サイトや店頭などでコミュニケーションを展開していきます。

【ご参考】

資生堂「ファンデ美容液」コミュニケーションについて

・キャンペーン特設 WEB サイトはこちら(<https://www.shiseido.co.jp/foundationserum/>)

(参考資料)

「ファンデ美容液」商品情報

①SHISEIDO エッセンス スキングロウ ファンデーション

<ファンデーション・美容液>

SPF30・PA+++

容量: 30mL(本体) / 30mL(レフィル)

色調: 全 12 色

参考小売価格: 本体 6,900 円(税込 7,590 円)

レフィル 6,400 円(税込 7,040 円)

* 店舗によって異なる場合があります

発売: 2023 年 9 月 1 日(発売済)



●商品特長

- ・スキンケアエッセンスを贅沢に配合したみずみずしく輝くツヤ肌へ仕上げるリキッドファンデーション
- ・「セラムファースト技術」により、ナイアシンアミド^{※4}、ケフィア発酵エキス GL^{※5} を配合し、肌のうるおいバリア機能をサポート
- ・みずみずしく軽やかにのび、乾燥による小じわを目立たなくしながら^{※6}、つけた瞬間うるおいに満ち、毛穴が目立たない生命感あふれるつややかな素肌へと仕上げます
- ・うるおいに満ちたようなつややかな仕上がりを一日中かなえます

※4 うるおい保護成分

※5 保湿成分: 乳酸桿菌/コメ発酵物、グリセリン

※6 効能評価試験済み

②マキアージュ ドラマティックエッセンスリキッド

<ファンデーション・美容液>

SPF50+・PA++++

容量: 25mL(本体) / 25mL(レフィル)

色調: 全 5 色

参考小売価格: 本体 3,200 円(税込 3,520 円)

レフィル 3,000 円(税込 3,300 円)

* 店舗によって異なる場合があります

発売: 2022 年 2 月 21 日(発売済)



●商品特長

- ・毛穴が目立たない極上つるん肌に仕上げる、スキンケア効果とフルカバー効果を兼ね備えた美容液リキッドファンデーション
- ・「セラムファースト技術」により、グリシルグリシン、グリセリン^{※7} を配合。毛穴の凹凸にもピタッと密着し、美容液を毛穴の奥まで届けながら、フルカバー。薄くなめらかに密着した新しい乳化剤が油を包み込む乳化ベースのため、肌表面を均一にコートし、保湿剤などをたっぷり配合してもべたつきやきしみを感じない、なめらかな使用性を実現
- ・ラスタイング美肌効果により、毛穴・色ムラをフルカバーしながら、時間が経ってもくずれず、つけたての仕上がりが長時間持続^{※8}

※7 整肌・保湿

※8 13時間化粧もち(毛穴の目立ちのなさ・つや・透明感・カバー力・化粧くずれのなさ)データ取得済み(当社調べ。効果には個人差があります)

セラムファースト技術(SERUM FIRST TECHNOLOGY)開発秘話

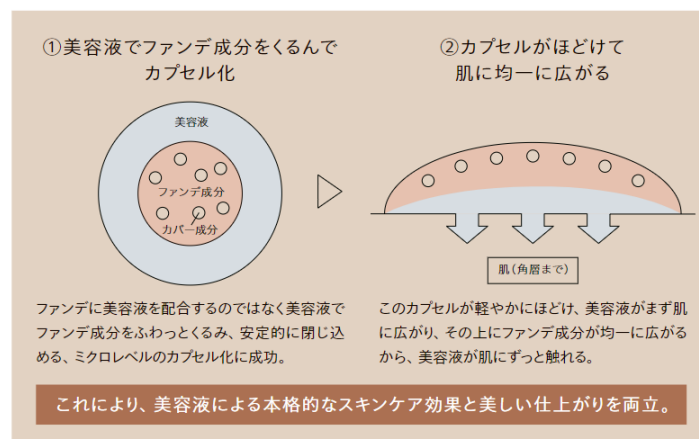
リキッドファンデーションは、水分と油分とを同時に配合する乳化技術を欠かすことはできません。中でも「美容液ファンデーション」は、油分が水を取り囲む「W/O 乳化型(Water in Oil 乳化型)」が主流ですが、このわずかな水の部分に美容液成分を配合することには限界がありました。そこで資生堂は、メイクアップ効果と真に優れたスキンケア効果を両立させるべく、新たな乳化技術の開発に挑み、「セラムファースト技術」を確立させました。

「セラムファースト技術」で用いている乳化技術は、マイクロレベルでパウダーを油で包み、そのカプセル化した油を美容液で包む「P/O/W 乳化型(Powder in Oil in Water 乳化型)」です。この乳化技術によって、美容液を贅沢に使用しても、パウダーを均一に分散する安定性を実現しました。さらに、肌にのせたときに、美容液が肌に広がり、ファンデーションが均一に広がる、乳化技術の進化も図っています。

こうした技術の進化から生まれた「セラムファースト技術」によって、肌にのせると最初に外層の美容液が肌が届き、美容液が肌に触れたままファンデーションによる化粧膜をつくり、色ムラにならず、綺麗な肌に仕上げられる「ファンデ美容液」を実現することができました。

今後、「セラムファースト技術」をスキンケアの境界を拡張するテクノロジーの一つとして位置づけ、さらにニーズに合わせた商品ラインナップ拡大やさらなる進化を図りながら、「ファンデ美容液」という新カテゴリーを広めていく考えです。

美容液がずっと肌に触れる
世界最高峰のスキンケア技術を持つ
資生堂がたどりついた「セラムファースト技術」



【セラムファースト技術 メカニズム ※イメージ】

コミュニケーションアンバサダー

河合 優実(かわい ゆうみ)



2000年生まれ、東京都出身。21年出演の『サマーフィルムにのって』『由宇子の天秤』での演技が高く評価され、「第43回ヨコハマ映画祭」最優秀新人賞や「第64回ブルーリボン賞」新人賞など、数々の新人賞を受賞。主な出演作に、『ちょっと思い出しただけ』、『愛なのに』、『女子高生に殺されたい』、『冬薔薇』、『PLAN 75』、『百花』、『線は、僕を描く』、『ある男』、『ひとりぼっちじゃない』などがある。23年、映画『少女は卒業しない』で映画初主演、NHK-BSP『家族だから愛したんじゃない、愛したのが家族だった』で連続ドラマ初主演をつとめた。24年、TBS『不適切にもほどがある!』に出演。6月には主演映画『あんのこと』と劇場アニメ『ルックバック』が公開される。

このニュースに関するお問い合わせは、株式会社資生堂 グローバル広報部までお願いします。

TEL:03-6218-5200(直通)

※お客さまからのお問い合わせは「資生堂お問い合わせ先 フリーダイヤル 0120-81-4710」でお受けしています。