



アネッサ初の快挙！大ヒット「パーフェクト UV ブラッシュオンパウダー」 『日本マーケティング大賞』にて最高賞のグランプリを受賞

アジア売上 No.1^{※1} サンケアブランド「アネッサ」は、公益社団法人日本マーケティング協会主催「第 18 回 日本マーケティング大賞」において、ブランド初となる最高賞「グランプリ」を受賞しました。対象となったのは、発売 2 か月で年間目標の 32 万個（本体・レフィル）を出荷した UV カットパウダー「アネッサ パーフェクト UV ブラッシュオンパウダー」を中心とするマーケティング活動です。「塗り直し」という潜在ニーズを顕在化させ、確かな技術力で新市場を創出した点などが高く評価されました。

※1 ユーロモニター調べ；ビューティ&パーソナルケア2025年版；2024年総小売販売額；アジアとは同社が定義するアジア太平洋地域を指す



プロジェクト名：UVの塗り直し問題に終止符 アネッサ パーフェクト UV ブラッシュオンパウダー

受賞者：資生堂ジャパン株式会社 ブランドマーケティング本部 セルフサンケア・スキンケア MKT 部 アネッサグループ

アネッサ パーフェクト UV ブラッシュオンパウダーについて

本商品は、日焼け止めに塗り直したいが手間がかかるという、生活者の切実なニーズを捉え開発されました。持ち運びにも便利で、手を汚さずメイクの上から UV カット効果をプラスできる「ブラシ一体型容器」を採用。メイクの上からも手軽に使用でき、皮脂吸着パウダー配合により、テカリを抑えて、ふんわり自然な仕上がりが続きます。汗・水に強いウォータープルーフ仕様で、サラサラな使用感が続きます。

受賞コメント

伝統ある日本マーケティング大賞において、アネッサ初となるグランプリをいただき、大変光栄に存じます。社員一丸となって、日焼け止めの塗り直しにハードルを感じているお客さまのインサイトに向き合い、単に機能を提案するだけでなく、日中のサンケアをより身近な習慣へと変えていくことを目指しました。

商品開発においては、パウダー剤型での高い UV 防御力と使い心地を追求し、マーケティングにおいては商品特徴をイメージしやすいように、「さっとひと塗り、隙なく守る」というメッセージでコミュニケーションを積み重ねてまいりました。この商品とマーケティングの両輪が、想定を超える多くのお客さまからの反響に繋がり、今回このような栄誉をいただけたのであれば、これほど嬉しいことはありません。今後もブランドとして新たな価値を創造し、お客さまの毎日に貢献し続けてまいります。（ブランドマネージャー 伊藤成彦）

日本マーケティング大賞について

『日本マーケティング大賞』は、企業・自治体・団体等の組織における新しいマーケティングやコミュニケーションの手法、もしくはビジネスモデルの開発を積極的に促すことで、消費者の生活の向上と経済・社会の活性化に資する活動を奨励し、マーケティングのプレステージを高めることを目的として 2009 年より実施されました。

グランプリは総合的に周到なマーケティング計画のもと、市場へのインパクト、独自性、ブランド定着性など、目覚ましい成果を上げたプロジェクトに贈られます。

アネッサとは

アネッサは、100 年を超える資生堂の紫外線研究を活かし、「太陽のもとで自由に輝きたい」という人々の願いを叶えるサンケアブランドです。美と健康であふれた毎日、心から満たされた生活をサポートするため、サンケアエキスパートとしてさまざまなイノベーションを起こし続けます。

- アネッサ ブランドサイト <https://www.shiseido.co.jp/anessa/>
- アネッサ 公式 Instagram https://www.instagram.com/anessa_official_japan/
- アネッサ 公式 X https://x.com/anessa_official