



メイク落としの面倒から女性を解放！

次世代の化粧下地

資生堂「フルメイク ウォッシュャブル ベース」売上好調

現代女性のニーズに応え、店頭発売1カ月で出荷数 128 万個※1を突破

資生堂は、2012 年 12 月 12 日（水）より、資生堂ウェブサイト ワタシプラスにて先行発売、2013 年 2 月下旬より店頭にて発売した重ねたメイクがお湯で落とせる世界初※2の化粧下地「フルメイク ウォッシュャブル ベース」が、店頭発売から 1 カ月で出荷数 128 万個を突破、好調な実績で推移しています。

「フルメイク ウォッシュャブル ベース」は、「メイク落としの面倒から女性を解放する」という発想で開発し、メイクをキレイに仕上げる機能と、クレンジング料を使わずにメイクを落とせる機能を併せ持った次世代の化粧下地です。スキンケアで肌を整えた後、メイクの前に化粧下地として使い、メイクを落とす際にお湯となじませると、重ねたメイクが浮き上がり、クレンジング料を使わずにメイクが落ちます。

メイク落としの面倒から女性を解放し、もっと気軽にメイクを楽しみ、気軽に素肌に戻る「新たな化粧習慣」を実現する商品特長と、2012 年の WEB での先行発売時より、口コミ等で話題になり、プロモーションでの積極的な情報発信と店頭での売場づくりによって、好調に実績を伸ばしています。

※1 出荷数（資生堂調べ）2013 年 2 月 20 日～2013 年 3 月 19 日

※2 株式会社 Mintel Japan データベース内 資生堂調べ



【商品一覧】

全 1 品目 1 品種

商品名	分類	容量	価格
資生堂 フルメイク ウォッシュャブル ベース 販売名:S フルメイク ウォッシュャブル ベース	化粧下地・ 口紅用下地	35g	【ワタシプラス】 1,000 円（税込 1,050 円） 【店頭】 オープン価格

※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 0120-30-4710」でお受けしています。

商品特長

資生堂は、水にはなじまず、お湯には反応する機能を持つ、資生堂独自の技術ヴェールアクションポリマー※3を開発し、「フルメイク ウォッシュابل ベース」に配合しました。お湯になじませるとヴェールアクションポリマー※3が浮き上がり、重ねたファンデーションもポイントメイクも、お湯だけで簡単に落とすことができます。メイク前に化粧下地として使い、ファンデーションやアイカラー、口紅が密着して、肌の凹凸や小じわを補正しながら、ほのかな明るさで肌を明るく演出します。ヒアルロン酸（保湿）配合により、うるおいを与えて、乾燥から肌を守り、ずっと伸びるやさしい使い心地の化粧下地です。

※3 新発想で開発した資生堂独自の皮膜剤

売上好調要因

①市場ニーズとの合致

資生堂が、スキンケアの中で簡単に済ませたい行為を調査※4したところ、20～40代女性の60%以上が「メイク落とし」であると回答しました。また、メイクを落とさずに寝てしまった経験がある女性は41%にのぼり、その頻度が1週間に1回以上である人は21%もいることが分かりました。

このような現代女性の生活スタイルや価値観を捉えて開発した「フルメイク ウォッシュابل ベース」の、メイクをキレイに仕上げる機能と、クレンジング料を使わずにメイクを落とせる機能を併せ持った商品特長が市場ニーズに合致したと考えています。

また、お客さまからは「面倒でメイクしたまま寝てしまうこともあるが、帰ってそのまま洗顔すれば簡単に落ちるのでとても便利」「メイクがお湯で落ちるのに、ファンデーションのつきが良くて、肌がキレイに見える」等の声をいただいております。新発想で開発した商品特長に多くの評価の声をいただいております。

※4 資生堂WEB調査 2012年 20～60代 女性 319名

②プロモーションおよび店頭活動による情報発信、売場づくり

プロモーションでは、「メイク落としの面倒から女性を解放します」をキャッチコピーに、重ねたメイクがお湯で落ちる動画を用いて商品特長を表現したWEB広告を中心に展開しています。また、TV、新聞、雑誌、WEBでも新発想で開発した商品特長について、多数取り上げていただいております。

また、店頭では、得意先さまの積極的な取り組みにより、全国約45,000店に導入され、売場展開が多面的に実施されています。新しい化粧習慣を実現する世界初※2の商品機能、化粧下地としての使用性の良さについて、得意先さまからも評価をいただいております。

WEBでの先行発売を通じ、WEBを中心としたスピード感のあるプロモーションと店頭が一体となった情報発信が、お客さまの購買につながっていると分析しています。

CM展開

モデルには、蒼井 優（あおい ゆう）さんを起用し、2013年3月22日（金）より、TVCMを展開します。「メイク落としをスルーしよう。」というメッセージを発信する「登場篇」に続き、「メイク落としをスルーしたい」と思っている女性たちの実感や「スルーできた幸福」を描いていく続編を2013年3月25日（月）より追加でオンエアしていく予定です。

【商品一覧】

商品名・容量	商品特長
資生堂 フルメイク ウォッシュャブル ベース 販売名:S フルメイク ウォッシュャブル ベース <化粧下地・口紅用下地> 35g 【ワタプラス販売価格】 1,000 円(税込 1,050 円) 【店頭価格】 オープン価格  	重ねたメイクがキレイに仕上がり、 お湯ですると落とせる「次世代化粧下地」 【簡単メイクオフ機能】 ○ 重ねたメイクがお湯で落とせる化粧下地です。 ○ 朝はスキンケアの後、メイクの前に使います。 ○ 夜は、お湯でなじませるだけで、クレンジング料を使わずメイクを落とせます。 【化粧下地機能】 ○ ファンデーションやポイントメイクを密着させ、メイクのつき・もちを高めます。 ○ 肌の凹凸をほんのり補正し、メイクがキレイに仕上がります。 - ブライトニングパウダー、スミージングパウダー配合 ○ うるおいを与えて、乾燥から肌を守ります。 - ヒアルロン酸(保湿)配合 ○ 口紅の下地としても使えます。 【使用ステップ】  化粧水・乳液など 朝のお手入れ 日やけ止め 日中用美容液 フルメイク ウォッシュャブル ベース ファンデーションや ポイントメイク  お湯でメイクを なじませる お湯で洗い流す 洗顔料で洗顔 化粧水・乳液など 夜のお手入れ 【つけ方】 ○ 朝のお手入れの最後、ファンデーションの前に使用します。 ○ 使用量は、顔全体でパール粒 2 個分が目安です。  × 2コ分 パール粒 ○ パール粒 2 個分をとり、両ほおに 2～3 箇所、上まぶた、額、鼻、顎と少量ずつ分けてのせます。 ○ 指の腹を使って顔全体にまんべんなく、ぬりムラがないように広げます。 ○ 下地がなじんでさらっとしたら、お手持ちのファンデーション及びポイントメイクを使用します。 【落とし方】 ○ 手のひらで顔をおさえるようにしながら、約 40℃のお湯をよくメイクに含ませます。よくなじませた後、なでるように洗い流します。 ○ 目もとや小鼻周りはやさしく、細かく、なでて落とします。 ○ その後、皮脂汚れは洗顔料で落としてください。 ご注意 ○ ウォータープルーフタイプのアイライン・ファンデーションなどはお湯のみで落ちにくい場合があります。その際は、専用クレンジングをご使用ください。 ○ 汗をかいた状態でこするとメイクが落ちてしまうことがあります。ウォータープルーフタイプのメイクを重ねた場合でも、通常よりくずれやすくなる場合があります。