

Press Release

uno

「ウーノ バイタルクリームパーフェクション」 男性スキンケア市場 売上 No.1^{※1} に！



【ウーノ バイタルクリームパーフェクション(医薬部外品)】

「大人への進化」をブランドコンセプトとする資生堂のメンズブランド「ウーノ」のオールインワンスキンケアジェル「ウーノ バイタルクリームパーフェクション(医薬部外品)」は、発売以来累計 100 万個^{※2}(2020 年 7 月集計時点)を出荷し、日本における男性スキンケア市場シェア No.1^{※1}を獲得しました。

「ウーノ バイタルクリームパーフェクション」は、年齢とともに気になる男性の肌の五大悩み(シミ予防^{※3}、肌あれ対策、乾燥による小じわを目立たなくする、テカリ・カサつきをダブルケア)を 1 品でケアできるブランド内最強スペックのオールインワンスキンケアジェルです。高機能性と手軽さが、多忙でありながらも肌のエイジング意識の高まる 30 代・40 代の男性を中心に支持を得ています。

- ※1 インテージ SRI 男性フェースケア市場 2019 年 8 月-2020 年 7 月 SKU 別 金額シェア
「ウーノバイタルクリームパーフェクション(医薬部外品)」販売金額
- ※2 2019 年 9 月~2020 年 7 月までの出荷数累計
- ※3 メラニンの生成を抑え、シミ・そばかすを防ぐ

男性スキンケアニーズの高まり

男性のスキンケア意識は年々高まっており、メンズスキンケア市場は、2016 年~2019 年の 4 年間で平均+4.7%^{※4} 伸長しています。

「ウーノ」は、2016 年秋に乾燥とベタつきをダブルケアする「クリームパーフェクション」、2018 年春に、肌あれ・ニキビ予防のできる「UV パーフェクションジェル」、2019 年秋にエイジングケア^{※5} のできる「バイタルクリームパーフェクション」と 3 種のオールインワンジェルを発売してきました。

オールインワンは従来スキンケアの習慣を持たなかった男性にとっても手に取りやすい形状であり、資生堂の調査でも、スキンケア製品未使用の男性の 5 割が、「オールインワンならスキンケアを始められそう」^{※6} と回答。また、30 代前後の男性の 6 割以上が「最近肌の調子が昔と違う」と感じており^{※7}、「オールインワンで手軽にエイジングケア^{※5}を始めたい」という男性からの潜在的なニーズがあったことがわかります。

このニーズをいち早く捉えて開発した「バイタルクリームパーフェクション」は、「これ1つでエイジングケア^{※5}を簡単に始められる」と支持され、売上が伸長しました。

新生活様式の下、オンラインミーティングの画面上で自身の顔を直視する機会や家で過ごす時間が増え、モニター越しの印象や具体的な肌悩みに気がつききっかけになった男性が多くいると考えます。ウーノは、今後もますます高まるであろう男性のスキンケアニーズに応える製品を開発し、肌で勝負できる自信をサポートしていきます。

- ※4 インテージ SRI 男性フェースケア市場 推計販売規模(金額)2016 年-2019 年より算出した年平均成長率
- ※5 エイジングケアとは、年齢に応じたうるおいケアです。
- ※6 資生堂調べ 2019 年 2 月 30~39 歳男性 N=750
- ※7 資生堂調べ 2019 年 2 月 全国の 20~49 歳男性(スキンケア製品非使用者) N=560

【商品概要】

商品名・容量・価格	商品特長
<p>ウーノ バイタルクリームパーフェクション (医薬部外品) <クリーム> 1種 90g オープン価格</p> 	<p>○乾燥小じわを目立たなくする※8 ○コエンザイム Q10、グリセリン※9 配合 ○タウリン、ローヤルゼリーエキス、グリセリン(うるおい補給) ○トラネキサム酸(肌あれ防止/メラニンの生成を抑えシミ・ソバカスを防ぐ) ○コラーゲン GL 配合※10(保湿) ◆オイルコントロールパウダー(テカリ防止) ◆1品で5役のオールインワン</p> <p>※8 効能効果試験済 ※9 ユビデカレノン、グリセリン(保湿) ※10 水溶性コラーゲン、グリセリン(保湿)</p>

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

<以下、余白>