

2017年8月21日

【ニュートラシューティカルズ関連事業】新製品発売に関するお知らせ

超濃密泡洗顔料

「ウル・オス(UL・OS) フェイスウォッシュ for スキンケア」新発売

「洗うための洗顔」から「スキンケアのための洗顔」へ

- 「超濃密泡」で、誰でも簡単に、短時間でやさしく洗えて、肌を傷つける“ゴシゴシ洗い”を防止。高い洗浄力で大人のアブラをしっかりと溶かし出す洗顔料を8月21日より全国で新発売
- 男性洗顔料市場は堅調に伸長するも、中高年層の約4割は洗顔料未使用者であり、使用者でも5割以上が「洗顔料を泡立てて洗っていない」と回答
- 健康な肌に導き保つために、重要なスキンケアの一つとして位置づけられる「洗浄」。「スキンケアのための洗顔料」で正しい洗顔を提案し、健康な肌を目指すミドルエイジ男性をサポート

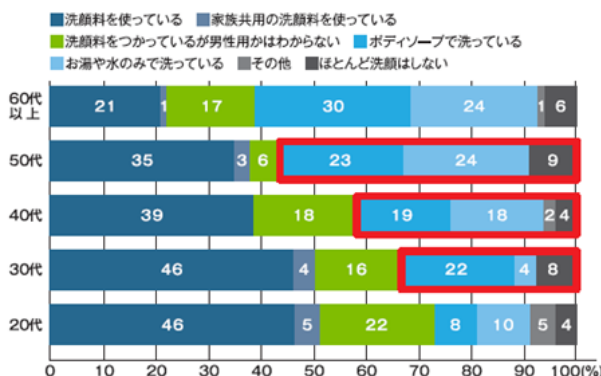


大塚製薬株式会社(本社:東京都、代表取締役社長:樋口達夫)は、ミドルエイジ男性向けトータルスキンケアブランド「ウル・オス」から新アイテムとして、「ウル・オス フェイスウォッシュ for スキンケア」を本日より全国で新発売します。

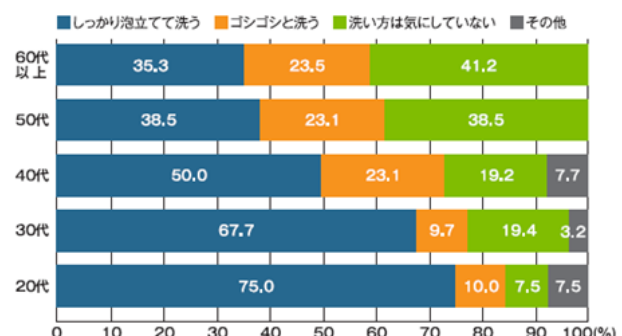
男性洗顔料市場は堅調に伸長しており^{*1}、洗顔に対する男性の意識は高まっていますが、当社が行った調査から、30~50歳代の男性では約4割が洗顔料を使用せず、水やお湯、石鹸のみで洗顔しているといった状況がわかりました^{*2}。また、男性の洗顔方法については、洗顔料使用者でも40~60歳代の5割以上が「洗顔料を泡立てて洗っていない」と回答しています^{*2}。

【調査データ】

洗顔料 年代別使用頻度



洗顔方法調査



データソース: インターネット調査 顔の肌に悩みがある男性 n=500 大塚製薬調べ 2017/5

一般的に、洗顔は単に顔の汚れを落とすことと考えられていますが、「肌の健康」を考えた場合、スキンケア行為の一つとして位置づけられ、洗顔後に使う製品の浸透のためにも重要なステップです。洗顔料を使用しない洗顔や、泡立てが不十分な状態で“ゴシゴシ洗い”をしている場合、肌荒れ、炎症、色素沈着を招くなど皮膚を傷つける可能性が高まります。また泡立てが不十分だと洗浄力が弱いため、汚れが残りやすくなることも懸念されます。

本製品は、「スキンケアのための洗顔」という新しい考えに基づき、誰でも簡単に、洗顔に適した“超濃密泡”ができる洗顔料で、ミドルエイジ男性の皮膚を健康で美しい状態に導き保つことを目指し開発されました。「肌への優しさ」と「洗浄力の高さ」を兼ね備えた“超濃密泡”がワンプッシュで実現できるエアゾール洗顔料です。シェービングフォームとしても使えることから、忙しい男性にも最適です。

この新製品が加わることで「スキンケアのための洗顔」を提案し、「ウル・オス」はトータルスキンケアブランドとして、健康な肌を目指すミドルエイジ男性をサポートしてまいります。

*1 データソース: インテージ SRI、男性用化粧品(当社定義)

*2 インターネット調査 顔の肌に悩みがある男性 n=500 大塚製薬調べ 2017/5

【ウル・オス について】

人々の健康を身体全体でサポートする大塚製薬は、1990年に大津スキンケア研究所を設立し、体重の約16%を占める器官「皮膚」の健康をテーマに20年以上にわたり独自の研究を積み重ねています。2008年に誕生した「ウル・オス」は、肌へのダメージの原因となる汚れ、乾燥、紫外線に着目し「洗う」「うるおす」「高める」「守る」のサイクルで、頭から足の先までのケアができる男性スキンケアブランドとしてアイテムを拡充してきました。このたびの洗顔料が加わり、全17品目のラインアップとなりました。



製品概要

ウル・オス公式ブランドサイト <http://www.otsuka.co.jp/ulos/>

製品名	ウル・オス フェイスウォッシュ for スキンケア
販売名	ウル・オス フェイスウォッシュ
区分	化粧品
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・超濃密でつぶれない泡により皮膚への物理的刺激が少なく、やさしく洗顔できます。細かく、高密度な泡が手と顔のクッションになり、肌を傷つけず“ゴシゴシ洗い”を防止します。 ・超濃密泡だからやさしく洗うだけで、汚れを絡めとり高い洗浄力を発揮し、大人のアブラをしっかり溶かし出します。 ・誰でも、簡単に、短時間で、洗顔に適した弾力のある超濃密泡をワンプッシュで得ることができるエアゾール洗顔料です。 ・さっぱりしているのにつっぱらない使用感。 ・10種類の精油からなるシトラスハーブの香り。 ・シェービングフォームとしても使用できます。
内容量	100g <ul style="list-style-type: none"> ・朝晩2回使用で、約1.5カ月分 ・1回分の目安は「ピンポン玉」大のサイズ
希望小売価格 (税抜)	1,000円