

男性向けオールインワンスキンケア商品

「^キ^ゼ^ンK I Z E N」米国で新発売

— 「VARON オールインワンセラム」で培った技術力や知見を活かし
米国市場に進出 —



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

サントリーウエルネス（株）は、男性向けオールインワンスキンケア商品「^キ^ゼ^ンK I Z E N」を6月9日（月）から米国で新発売します。

当社は、“いくつになっても、誰もが自分らしく生きる力を存分に発揮して、人生を輝かせ続けられる社会の実現”を目指し、日本において健康食品や化粧品・美容商品を年間延べ200万人超のお客様に通信販売にてお届けしています。

2022年に日本で発売した「VARON オールインワンセラム」は、当社独自の技術と素材を採用したオールインワンタイプで、手軽ながらも本格的なお手入れを実現したスキンケア商品です。スキンケア未経験だった40代～50代を中心に幅広い男性からご好評いただき、メンズスキンケア「保湿ケア」カテゴリーにおいて2023年売上No.1※1となりました。

※1 富士経済「化粧品マーケティング便覧2024 No.2」2023年実績 メンズ整肌料市場の「保湿ケア」カテゴリー

今回は、日本の約3倍の男性スキンケア市場^{※2}をもつ米国で、男性向けオールインワンスキンケア商品「K I Z E N」を新発売します。「VARON オールインワンセラム」で培った技術力や知見を活かし、オールインワンスキンケアの新たな需要創造を目指します。

※2 Euromonitor (2022) 2021年実績より

なお、米国の男性を対象にした発売前のモニター調査^{※3}では、10日間の使用感に対して満足したと回答した方の割合が90%^{※4}という結果となりました。特に米国でも高いニーズの「保湿」の満足度は92%^{※5}となりました。

※3 実施時期：2024年4月、対象：ニューヨークとロサンゼルス在住の30代～50代の男性110人

※4 「10日間使用してみて肌への体感を感じましたか」という質問に対し、全7段階の項目のうち「とても満足した」「満足した」「やや満足した」と回答した方の割合

※5 「乾燥を防ぎ肌の保湿を感じましたか」という質問に対し、全7段階の項目のうち「とても感じた」「感じた」「やや感じた」と回答した方の割合

▼「K I Z E N」の特長

1. 「化粧水・美容液・クリーム」の時間差浸透^{※6}

当社独自の「W/O/W 高浸透型エマルジョン^{※7}」技術を活用し、オールインワンタイプでありながら、美容成分を内水相・油相・外水相の3層で構成。化粧水・美容液・クリームを順番に使ったかのような時間差浸透を実現しました。

※6 独自の3層構造により成分を3ステップで角層に届けること

※7 W/O/Wは Water in Oil in Water の略で、内水相（美容液）・油相（クリーム）・外水相（化粧水）の3層の構造をした乳化物（エマルジョン）のこと。「経時安定性を有するW/O/W型エマルジョンおよびその製造方法」として特許を取得（特許 第5563723号）しています。

2. 長年にわたる研究によって開発した2種の独自美容成分

ウイスキー原酒の熟成に用いられる樽の木材種のひとつであるスパニッシュオーク材から抽出した当社独自の「ウイスキー樽材エキス^{※8}」を配合。肌荒れを防ぎ、しっとりとしたツヤ肌へ導きます。また、ウーロン茶葉から抽出した当社独自開発の「ウーロン茶エキス^{※9}」を配合しています。このほか、「イノシトール^{※10}」が肌の乾燥、べたつきを抑制します。また、「アセチルヘキサペプチド-8^{※11}」が、加齢とともに変化する肌に、はじけるようなハリを与えます。

※8 ヨーロッパナラ木エキス、BG（保湿）

※9 チャ葉エキス、BG（保湿）

※10 イノシトール、BG（保湿）

※11 アセチルヘキサペプチド-8、BG（保湿）

3. 選べる2種の香り

ウッディーな香りを基調とした落ち着きと深みを感じる「KYOTO BLEND」と、香りに敏感なお客様や普段香水を付けるお客様のために自然な香りを実現した「NEUTRAL BLEND」の2種をご用意しました。毎日使用するものだからこそ香りにもこだわりました。

●商品名「K I Z E N」について

「K I Z E N」は日本語の「輝然」（光り輝くさま）を表しており、毎日のスキンケアを通じて、お客様自身の輝きを引き出したいという思いを込めました。

— 記 —

▼商品概要

| 商 品 名 | 容 器 | 容 量 | 販売価格 (税別) |
|---------------------------------|-----|-------------------|--------------|
| キゼン K I Z E N KYOTO BLEND | ボトル | 1 0 0 ml／約 5 0 日分 | 9 0 米ドル |
| | | 2 0 ml／約 1 0 日分 | 2 5 米ドル |
| 同 NEUTRAL BLEND | ボトル | 1 0 0 ml／約 5 0 日分 | 9 0 米ドル |
| | | 2 0 ml／約 1 0 日分 | 2 5 米ドル |

▼発売期日 2 0 2 5 年 6 月 9 日 (月)

▼発売地域 米国

▼販売方法 自社 E C チャンネルなど

以 上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。
さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。
社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。
「人間の生命 (いのち) の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。