

大人の男性向けオールインワンスキンケア商品 「VARON（ヴァロン）」40mLボトル（約1カ月分）新発売

—ミドル・シニア層にご好評いただき、発売から約半年で出荷本数20万本突破！—
—売上目標を当初計画の3倍にあたる9億円に上方修正—
—お客様からのご要望にお応えし、1カ月分の新サイズが登場—



サントリーウエルネス（株）は、大人の男性向けオールインワンスキンケア商品「VARON（ヴァロン）」40mLボトル（約1カ月分）を12月1日（木）から新発売します。

「VARON」は、生き生きと若々しく見られたいと感じている、40代以上のミドル・シニア層の男性におすすめの商品です。長年の髭剃りや紫外線ダメージの蓄積、加齢などによって引き起こされる肌荒れ防止とともに、肌の乾燥、べたつき、くすみ※1といった男性のさまざまな肌のトラブルに対処。潤いあふれる生き生きとしたエネルギー感あふれる顔の印象を体感いただけます。

※1 乾燥により古くなった角質が肌の表面にとどまって、顔全体が本来の明るさよりも暗くみえる状態のこと

2022年3月の発売以降、「VARON」は多くの方からご好評いただき、出荷本数は発売から約半年で20万本を突破※2しました。また売上は、当初の22年の目標である3億円を発売から5ヶ月で達成しました。これにより売上目標を当初の3倍にあたる9億円に上方修正します。

今回は、「20mLだと2週間ほどで終わってしまうし、いきなり120mLは少しハードルが高い」「1カ月用のボトルがあれば、ひと月に一本と管理がしやすい」というお客様のお声に応えるべく、一定期間継続しながらも、トライアルとしてもエントリーしやすい、1カ月使い切りの「VARON（ヴァロン）」40mLボトルを新発売します。

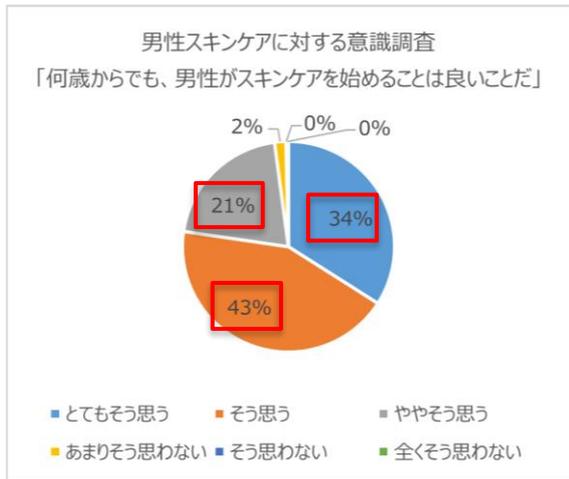
※2 20mLと120mLの合算本数

■「VARON」売上好調の背景

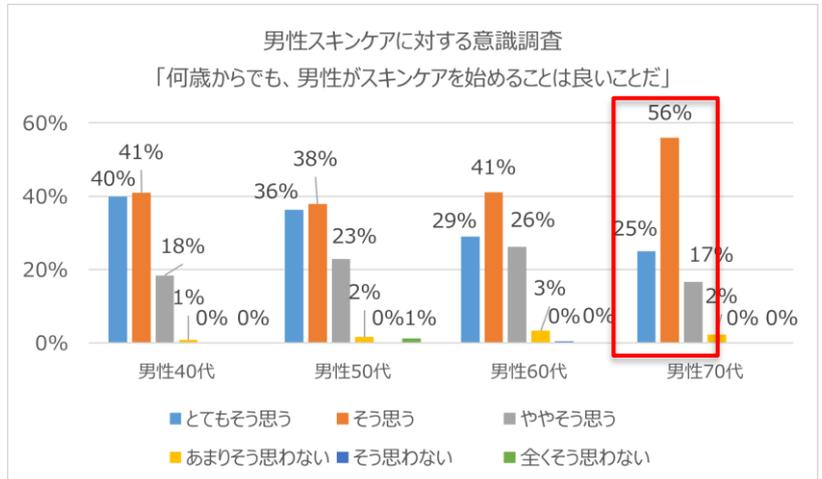
近年、メンズスキンケア市場が伸長している中、40代～70代の男性を対象にスキンケアに関するアンケート※3を当社で実施しました。アンケートによると「何歳からでも男性がスキンケアすることはいいことだと思う」と回答した割合は98%（図1）とかなり高く、70代でも98%（図2）と、若年層のみでなく、ミドル層からシニア層にいたるまでスキンケアに関する意識が高いことが分かりました。

また、スキンケアをすることによって、72%が「見た目や身だしなみに（より）気を遣うようになった」（図3-1）と回答し、スキンケアや身だしなみに対して前向きな姿勢になったことに加え、「年齢を重ねることを前向きに捉えるようになった」という回答が71%（図3-2）、「続けるほど人生は豊かになっていくと思う」と回答した人が65%（図3-3）と高い数値になっており、気持ちや人生への考え方に対してもポジティブな変化が起きていることが分かりました。

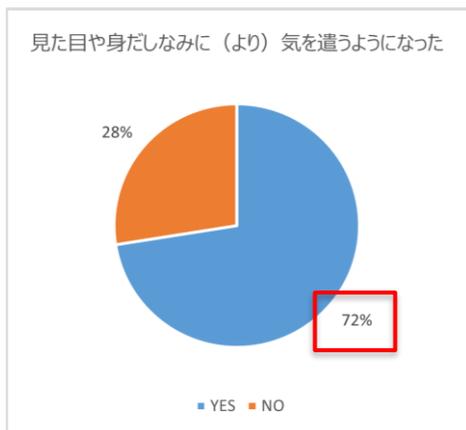
その他にも、気持ちの変化や行動の変化に関する前向きな回答が数値として高く出ており、スキンケアをすることで多くの良い影響を与えていることが見受けられます。このようにミドル・シニア層の意識や気持ちの変化が「VARON」の好調要因にも繋がっています。



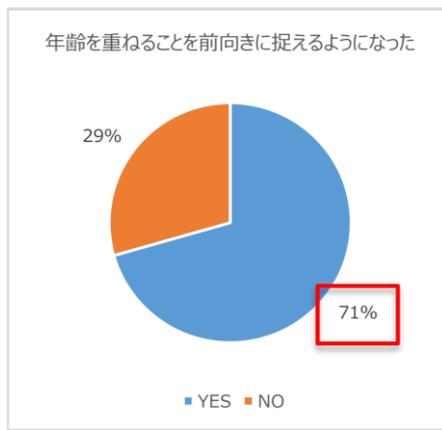
(図1：40～70代全体)



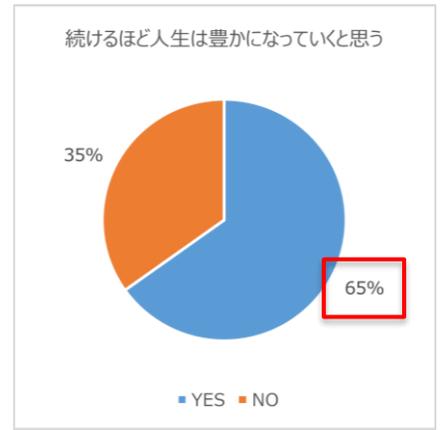
(図2：年代別)



(図3-1：40～70代全体)



(図3-2：40～70代全体)



(図3-3：40～70代全体)

【実際のお客様の声】

- 40代男性 「充実している顔だと人生が楽しい。そのためにスキンケアは必要だし、VARON はそんな自分向けのブランドだと思う。」
- 50代男性 「スキンケアを始めてから表情も変わったと周囲から言われる。」
- 60代男性 「今まで肌の手入れはしてきてきれいな方だと思うが、こんなに早く良さを体感できたのは初めて。」
- 60代男性 「VARON 使った後、職場の40代の部下に今からでもスキンケアやったほうが良いと勧めちゃいました。」
- 70代男性 「同年代の集まりの際に、VARON を首や耳まで付けたら、良い香りがすると褒められ自信になった。」

■今後のプロモーション活動について

●TV-CM 放映（4月OA改訂版）

より多くの方に知ってもらうため、関東・大阪エリアにおいて10月22日（土）からTVCMがオンエア開始しました。「VARON」を10日間使ったさまざまな年代の男性たちに使用した感想を語っていただきました。「今さらスキンケア？」という気恥ずかしさやとまどい、「もっと早くやっておけばよかった」という後悔、その向こうに見える「まだ変われる」という希望。そんなリアリティこそが背中を押す力があると、特大のポर्टレートの前で、恥じらいながらも思う存分「告白」していただきました。そのような言葉が、見ているお一人おひとりの自分らしい魅力に改めて気づいていただけたと思い制作しました。ミドル・シニア層がスキンケアする時代の始まりをイメージしてもらうために3, 2, 1と始まる象徴的なTHE TV SERIES THUNDERBIRDSの楽曲「サンダーバード」を添えて、これから人生の後半戦を生きる男性たちへの応援歌となりました。



■「VARON」について

●「VARON」の特長

1. 長年にわたる研究によって開発した2種の独自美容成分を配合

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」※4を初めて当社商品に配合。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、ニオイ物質の吸着性能が高く分子量の大きい「高重合ポリフェノール」を多く含む当社独自の「ウーロン茶エキス」※5を配合しています。

このほか、「イノシトール」※6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」※7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。

※4 ヨーロッパナラ木エキス、およびBG（1,3-ブチレングリコール）を含む美容成分（保湿）

※5 チャ葉エキス、およびBGを含む美容成分（保湿）

※6 イノシトール、およびBGを含む美容成分（保湿）

※7 アセチルヘキサペプチド-8、およびBGを含む美容成分（保湿）

2. 独自技術によって角層まで届く3ステップ浸透

当社独自の「WOW高浸透型エマルジョン」※8技術を活用し、オールインワンタイプでありながら、「ウイスキー樽材エキス」や「ウーロン茶エキス」などの美容成分を内水相、油相、外水相の3相で構成することにより、化粧水、美容液、乳液・クリームを順番に使ったかのような3ステップ浸透を実現しました。美容成分をしっかり肌に届け、心地よいしっとり感が持続し、肌にツヤを与えます。

※8 WOWは Water in Oil in Water の略で、内水相、油相、外水相の3相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。

3. ライフスタイルに合わせて選べる3種の香り

毎日使用するものだからこそ、好きな香りで心地よくなっていたきたいという思いから、サントリーが世界で初めて開発した青いバラ「blue rose APPLAUSE アプローチ」の香りを再現した爽やかで軽やかな「Fresh」、清潔感のあるフローラルをベースとした「Original」、深みを感じる「Classic」の3種の香りを用意しました。

●商品名「VARON」について

由来はスペイン語で「男性」を意味する「VARÓN」という言葉で、人生を力強く謳歌する男性を応援したいという思いを込めました。

※40mLレギュラー/20~30日分は12月1日（木）から発売

商品名	容量	容器	販売価格 (税別)
VARON Fresh	120mL ラージ/2~3ヶ月分 (1回1.5~2プッシュ)	ボトルタイプ	7,500円
	40mL レギュラー/20~30日分 (1回1.5~2プッシュ)		3,000円
	20mL ミニ/10~15日分 (1回1.5~2プッシュ)		2,000円
同 Original	120mL ラージ/2~3ヶ月分 (1回1.5~2プッシュ)		7,500円
	40mL レギュラー/20~30日分 (1回1.5~2プッシュ)		3,000円
	20mL ミニ/10~15日分 (1回1.5~2プッシュ)		2,000円

同 Classic	120mL ラージ／2～3ヶ月分 (1回1.5~2プッシュ)	7,500円
	40mL レギュラー／20～30日分 (1回1.5~2プッシュ)	3,000円
	20mL ミニ／10～15日分 (1回1.5~2プッシュ)	2,000円