

<発表資料>

2023年6月16日 23064

グローバルプレステージブランド「SENSAI」 最高峰スキンケア「UTM」シリーズをリニューアル 上海に旗艦店をオープンし、さらなるグローバル化を加速

花王株式会社(社長・長谷部佳宏)は、カネボウ化粧品のグローバルプレステージブランド「SENSAI」において、究極の美しさ*1を追求し、最高峰スキンケア「UTM」シリーズをさらに進化させ、9月1日より日本を含む40カ国以上で順次発売します(4品目5品種・26,000円~78,000円<税込28,600円~85,800円)。*日本は9月6日発売。

「SENSAI」は、欧州を中心に、日本発のラグジュアリーブランドとしての地位を確立し、多くの支持を得ています。今後は、中国をはじめとするアジアでの存在感をますます高めていくことをめざし、まずは本年、中国の上海に旗艦店をオープン。これを皮切りに中国現地での展開を拡大していきます。

今後、花王化粧品事業では、「SENSAI」を筆頭に、「G11」*2のグローバル化をさらに加速させていきます。

*1 「SENSAI」内における

*2 グローバルで注力する11のブランド



1. 発売の背景

「SENSAI」は、花王の化粧品事業においてグローバルでのさらなる成長を担うブランド群「G11」のフラッグシップブランドで、現在、欧州を中心に40カ国以上で展開しています。1983年の誕生以来、「丁寧に繊細に生きる」ことをめざし、日本古来の希少なシルクである小石丸シルクを商品コンセプトの核に据え、「Made in Japan」にこだわったモノづくりを継続してきました。美しい「シルクスキン」へ導く商品のみならず、茶道よりインスパイアされた正しく丁寧なスキンケア方法“Saho(作法)”*3が共感を得て、感性豊かなラグジュアリー層から支持されてきました。そして本年、最高峰スキンケア「UTM」シリーズ誕生から10年を迎え、さらにラグジュアリーブランドとしての存在感を際立たせるため、「SENSAI」最新の知見により、究極の美しさ*1を追求し、「UTM」シリーズを進化させリニューアル発売します。

さらに、中国における「SENSAI」ならではのラグジュアリービジネスモデルの確立をめざし、本年には、中国の上海に旗艦店をオープンします。旗艦店では、SENSE(美に対する繊細な思想や感性)とSCIENCE(科学技術)を掛け合わせた「SENSAI」究極*1のトリートメントも提供。中国のラグジュアリー層に向け、「SENSAI」独自の特別な体験ができる場を設けることで、ブランドへの理解を深め、すでに展開しているEC事業との相乗効果を図ります。

*3 ダブル洗顔(クレンジング料を使ってメイクを落としてから洗顔をするお手入れ)、ダブル保湿(化粧水で肌をうるおわせてから乳液やクリームを使用するお手入れ)を、肌を慈しむように丁寧に行うこと

2. 商品の特長

「UTM」は、「SENSAI」の最高峰スキンケアシリーズです。化粧水「センサイ UTM ザ ローション I / II」、乳液「センサイ UTM ジ エマルジョン N」、クリーム「センサイ UTM ザ クリーム N」の4品を揃

え、すべてに伝統的な小石丸シルクのエキス(保湿)と、卓越した生命力で知られる桜を使ったエキス(保湿)を配合しています。今回、長年の乳化技術の粋を集め、それぞれのアイテムを、使用時に感じるようななめらかさや厚み、肌と一体化するようななじみ具合に至るまで、より心地よい洗練されたテクスチャーへと進化させました。香りは多幸感に包まれるエレガントフローリッシュブーケの香りです。また、パッケージも、重厚さとモダンな軽やかさが融合したデザインにリニューアル。さらに原料の一部に自然由来成分、パッケージの一部に再生素材を採用するなど、環境に配慮した設計になっています。

3. “Japanese Sustainable Luxury”(ジャパニーズ サステナブル ラグジュアリー)

「SENSAI」では、これまでも、循環型農園で栽培した成分の採用、ケミカルリサイクル PET の採用など、サステナブルな取り組みをしてきました。本年より、自然や人との「関わりを大切にする」という精神性を「SENSAI」のサステナビリティの基盤とした、“Japanese Sustainable Luxury”(ジャパニーズ サステナブル ラグジュアリー)を本格始動しています。

今回リニューアルした「センサイ UTM ザ クリーム N」では、新たにレフィルもラインアップ。また、日本の卓越したものづくりの精神を讃え、手作り茶筒工房の老舗である「開化堂」*4 とコラボレーションをした限定商品も欧州と日本で発売します。さらに、建築家の坂茂氏*5 とともに、再生可能な素材を使用し、環境負荷の少ない工法での設置が可能なポップアップ空間をデザイン。各国でのイベントに使用していきます。

これらの取り組みは、“美しいものを、大切に長く使い続ける”という「SENSAI」が考えるサステナビリティ“Japanese Sustainable Luxury”の一環です。

*4 京都にて1875年(明治8年)創業の、日本で最も長い歴史を持つ手作り茶筒の老舗工房

*5 坂茂(ばん・しげる)氏 一級建築士。1985年に坂茂建築設計を設立。1995年5月には災害支援団体ボランティア・アーキテツ・ネットワーク(VAN)を設立。紙管を使った災害復興住宅の開発で知られる。プリツカー建築賞(2014年)、フランス芸術文化勲章コマンドゥール(2014年)、マザーテレサ社会正義賞(2017年)、紫綬褒章(2017年)、他数々の賞を受賞。



〈開化堂コラボレーションケース〉

センサイ UTM ザ クリーム N スペシャルエディション





〈坂茂氏コラボレーション ポップアップ空間〉


4. 商品概要

商品名	センサイ UTM ザ ローション I / II
品種数・容量・価格	2種・各 125mL・26,000 円〈税込 28,600 円〉
商品特長	瞬時にみずみずしさが放たれ、うるおってふっくらとしたキメとハリが美しくあふれる化粧水です。リッチなコクがありながら、ベタつきはなく、甘美でまろやかな感触とともに、肌に溶け込むように角層深く浸透します。微細オイルによるマイクロエマルジョン処方を採用。なめらかで輝くような艶を与え、湧き上がる美しさへの喜びをもたらします。



商品名	センサイ UTM ジ エマルジョン N	
容量・価格	100mL・39,000 円〈税込 42,900 円〉	
商品特長	絹のようにしなやかなハリを与える乳液です。軽さがありながら、コクのあるオイルリッチな感触で、上質なうるおいを贅沢に抱え込んだミルク状の液が、なめらかに肌にのび広がりじっくり角層に浸透。まるで、とろみを放つ極上のシルクをまとったように、なめらかな膜で肌を包み込み、もっちりとした弾むようなハリと艶を与えます。	

商品名	センサイ UTM ザ クリーム N センサイ UTM ザ クリーム N (レフィル)	
容量・価格	本体 40mL・78,000 円〈税込 85,800 円〉／レフィル 40mL・70,000 円〈税込 77,000 円〉	
商品特長	オイルを SENSAI ならではの黄金比で調整し、SENSAI の究極を表現した SENSAI 最高峰のクリームです。厚みのあるなめらかなテクスチャーが、ゆっくりととろけ、まるで吸い込まれるように角層までなじみます。豊かな艶とハリがみなぎる美しいシルクスキンに導きます。	

商品名	センサイ UTM ザ クリーム N スペシャルエディション	
セット内容・容量・価格	開化堂コラボレーションケース×1 センサイ UTM ザ クリーム N (レフィル) 40mL×2 148,000 円〈税込 162,800 円〉	
商品特長	開化堂コラボレーションケースと「センサイ UTM ザ クリーム N(レフィル)」2 個をセットした限定品。	

5. 発売日／地域

2023 年 9 月 6 日発売／日本(伊勢丹新宿店、阪急うめだ本店、ジェイアール名古屋タカシマヤ)

2023 年 9 月 1 日以降順次発売／海外(「SENSAI」展開国)

関連情報

“丁寧に繊細に生きる”ブランドの精神を深化させた持続可能性へのコミットメント『Japanese Sustainable Luxury(ジャパニーズ サステナブル ラグジュアリー)』始まる

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000513.000016220.html>