

<発表資料>

2022年月11日29日22111

## 美への好奇心を無限にかきたてる、“Z世代男子”に向けた化粧品ブランド 「UNLICS(アンリクス)」新発売 誰もが自由に「美」を語り合える社会の実現をめざす

花王株式会社(社長・長谷部佳宏)は、2022年12月1日より、身だしなみを超えた美しさへの欲望が強い“Z世代男子”に向けた化粧品ブランド「UNLICS(アンリクス)」を、UNLICS公式オンラインショップ、および楽天、Amazon※<sup>1</sup>にて発売します。

“HUNGRY FOR BEAUTY.(欲望のままに美しく)”をブランドスローガンに掲げ、飽くなき美への欲求に対応するためのアイテムを順次展開していきます。第1弾は、肌印象を自分らしくアップデートしながら透明感を演出するメイクアップベース『アンリクス インプレスカラーウェア』

(1品目4品種、税込3,080円)、みずみずしくやわらかな肌へ導く化粧水『アンリクス アクアハグウォーター』(本体 税込3,080円・レフィル 税込2,640円)を新発売。2023年1月12日には、第2弾として、べたつき感や閉塞感がなく肌を包み込む、5種類美容液などを発売し、アイテムを拡充していきます。

「UNLICS」は、UNLIMITED(無限の)とCURIOSITY(好奇心)からなる造語です。美への好奇心を無限にかきたてるという想いを込めて、美しさへの欲望が強い“Z世代男子”の想いを集結させました。また、美容意識が極めて高いインフルエンサー3名をブランドパートナーに迎え、商品開発からコミュニケーションまでを共創してまいりました。

“Z世代男子”の「純粋に美しくなりたい」というニーズに応える化粧品ブランドの発売を通じて、誰もが自由に「美」を求め、語り合える社会の実現をめざしていきます。



欲望のままに美しく。「UNLICS」誕生

[UNLICS brand movie](#)

※1 12月中にオープン予定

### 1. 発売の背景

昨今、男性が購入する化粧品マーケットは拡大傾向にあります。特に若い世代が市場を牽引し、10～20代における2017年から2021年の平均伸長率は17%にのぼります(2022年1月 花王調べ)。さらに、スキンケアだけでなくベースメイクへも使用が広がりつつあり、男性の美への意識が変化していることがわかっています(2019年9月 花王調べ)。

男性の美容に関する意識をさらに詳細に調査したところ、スキンケアやメイクアップのアイテムを使用する理由は、他人から「きれいな肌」と言われることで、「自信が持てるから」、「モチベーションが高められるから」ということがわかりました。さらに、めざしている「きれいな肌」のイメージが明確で、「キメが細かく、やわらかく、明るく、透明感のある肌」になりたいと思っていることが明らかになりました。しかし、多くの男性が質感や機能性が自分たちのニーズに見合った化粧品に出会えていないと感じていることもわかりま

した(同2019年1月花王調べ)。

一方、20代を対象に肌の実態を研究したところ、男性の肌は、「水分が少なく、取り込んだ分も蒸散しやすい」、「肌の色が赤暗く見えやすい」ということを見出しました。(2020年1~2月 花王調べ)

## 2. 商品特長

「UNLICS」では、美容意識が高い“Z世代男子”が望む、キメが細かく明るく透明感が漂うクールな印象の肌を「繊冷肌」※2と名付け、「繊冷肌」※2に導く商品設計にこだわりました。

今回のメインアイテムとなる「アンリクス インプレスカラーウェア」は、自分の肌の色に合わせるのではなく、4色のカラーラインナップで、肌の色や質感を加えることで「繊冷肌」※2を演出し、なりたい印象を叶えるメイクアップベースです。肌の上でなめらかで均一に伸び広げることができ、



男性の肌にもみられる赤暗さや色むらをコントロールします。男性の肌悩みに向き合い、情緒的価値のみならず、機能性も追求した商品設計を通じ、“Z世代男子”の「美しくなりたい」という想いに寄り添っていきます。

※2 メイクアップ効果による

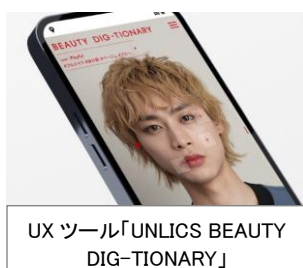
## 3. コミュニケーション

「UNLICS」では、デジタルネイティブの“Z世代男子”に向け、美への欲望を満たすブランドの世界観をオンラインでダイレクトに伝達していきます。また、12月上旬に公開予定の動画コンテンツでは、“Z世代男子”が、化粧をしていくうちに、前向きな気持ちへと変化していく様子を紹介。美への好奇心を刺激するコンテンツをシリーズ化し、ブランドの認知獲得と理解・共感を図っていきます。さらに、「UNLICS」では、ブランドパートナーとして迎えた3人のインフルエンサーがSNS上でのライブイベントなど通じ、ブランドの魅力を積極的に発信していきます。



現在のブランドパートナー。  
左から、車谷セナ、USUKE、翔貴  
[UNLICS brand partner interview movie](#)

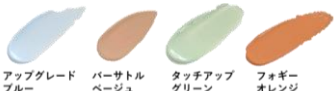


また、UXツール「UNLICS BEAUTY DIG-TIONARY」を開設します。20種類の中かなりたいLOOKを選び、180度回転や超解像度ズームをしながら、自分が求める美容のテクニックを探索することができます。さらに、自分だけの美しさに近づくためのアイテムも購入できます。



UX ツール「UNLICS BEAUTY DIG-TIONARY」

#### 4. 商品概要

2022年12月1日発売

商品名・品種・内容量・価格	商品特長
<p>アンリクス インプレスカラーウェア 全4種 22g 3,080円(税込)</p>	<p>4色のカラーで肌に色や質感を加えることで「繊冷肌」<sup>※2</sup>を演出し、なりたい印象を叶えるメイクアップベース。肌の上でなめらか・均一に伸び広がり、男性の肌にもみられる赤暗さや色むらをコントロールします。</p>  
<p>アンリクス アクアハグウォーター 本体 180mL 3,080円(税込) レフィル 160mL 2,640円(税込)</p>	<p>みずみずしくうるおって透明感のあるやわらかな肌へ導く化粧水。“まるみ感”のある化粧水が角層全体をやさしく包みこみ、うるおいを巡らせることで、透明感のあるやわらかな肌へ導きます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・柔肌モイスタチャーアシスト成分(保湿) [ヒアルロン酸 Na、豆乳発酵液<sup>※3</sup>、ビターオレンジピール<sup>※4</sup>]配合</li> <li>・ハイドロサポート成分(保湿) [クレソンエキス<sup>※5</sup>、エチルグルコシド、グリセリン]配合</li> </ul> 



※2 メイクアップ効果による

※3 乳酸桿菌／豆乳発酵液

※4 ビターオレンジ果皮エキス

※5 オランダカラシエキス

2023年1月12日発売

商品名・品種・内容量・価格	商品特長
<p>アンリクス セラム me 全5種 (01・02・03 化粧品／04・05 医薬部外品)</p> <p>アンリクス セラム me 04 (医薬部外品) 販売名:UL ミルクセラム a 肌あれ・あれ性。ニキビを防ぐ。</p> <p>アンリクス セラム me 05 (医薬部外品) 販売名:UL ミルクセラム b メラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐ。 40mL 3,850円(税込)</p>	<p>油性成分と水溶性成分をバランスよく配合し、べたつき感や閉塞感なく肌を包み込む美容液。3種の異なる高分子が肌の上でとろけるようなメルティスプレッド処方<sup>※6</sup>で、角層深くまで浸透。うるおいを閉じ込めて、肌をなめらかに整えます。肌悩みに合わせ5種をラインアップ。アイテムごとに異なるアロマ精油<sup>※6</sup>を配合しています。</p> 
<p>アンリクス ホグフォグマスク 1枚入り 2,750円(税込)</p>	<p>顔全体を温かな蒸気で包み込むタオル状マスク。化粧水などをなじみやすくし、肌をやわらかくほぐします。ごみを出さず繰り返し使うことができ、肌にも環境にもやさしい設計です。</p> 

※6 香料の一部

## 5. 発売日／流通／地域

発売日	流通	地域
2022年12月1日	UNLICS 公式オンラインショップ、および、楽天、Amazon <sup>※1</sup>	日本
2023年1月12日		

※1 12月中にオープン予定

〈報道関係の方のお問い合わせ〉花王株式会社 PR 戦略センター 事業 PR 戦略部 TEL03-3660-7042

〈消費者の方のお問い合わせ〉 UNLICS カスタマーサポートセンター TEL 0120-042-133