

## 面向“Z世代男性”，让对美的好奇心，得到无限激发 化妆品牌“UNLICS”崭新面市 旨在实现人人都能自由展现“美”的社会

花王株式会社（社长：长谷部 佳宏）将于2022年12月1日，面向不满足于一般的理容需求、着眼于探求美感的“Z世代男性”，推出化妆品牌“UNLICS”，产品将在该品牌官方网站及亚马逊<sup>※1</sup>、乐天上开启销售。

以“HUNGRY FOR BEAUTY.（欲美则达）”为品牌宣传语，UNLICS为满足顾客对美无限的渴求，将陆续推出相应的化妆单品。首批推出的是能从肌肤形象上提升自我个性的同时，展现肌肤透明感的化妆底乳“UNLICS IMPRESS COLOR WEAR”（1品类4种，含税3,080日元）、以及带来水润柔感肌肤的化妆水“UNLICS AQUA HUG WATER”（标准装含税3,080日元；补充装含税2,640日元）。2023年1月12日，还将再次推出新单品，内容包括贴合肌肤且没有粘腻感、密闭感的5种美容液产品。

“UNLICS”由UNLIMITED（无尽的）和CURIOSITY（好奇心）两个词结合而成，意味着无限激发对于美感的好奇心，融汇了“Z世代男性”着意探求美观念。品牌诚邀具有高度美容意识的3名网红人士作为合作伙伴，在他们的共同参与下，完成从产品开发到推广的创出过程。

希望这一品牌推出，能满足“Z世代男子”的“一心求美”的需求，进一步实现人人都能自由追求“美”的和谐社会。



欲美则达，“UNLICS”诞生

[UNLICS brand movie](#)

※1 预计12月中旬开启

### 1. 销售背景

近年来，男性化妆品市场正不断扩大，尤其是以年轻人为主导的市场，10-29岁的年龄层中，2017年到2021年的平均增长率上升到17%（根据花王2022年1月进行的调查）。并且，不只是护肤产品，底妆产品的使用也呈扩大趋势，显示了男性对于美的观念变化。（根据花王2019年9月进行的调查）。

就男性的美容观念进行深入调查发现，男性使用护肤及化妆产品的理由是，在被人夸赞“皮肤好”时，感觉到“自信增强”，“积极性提高”。与此同时，想要打造的“好皮肤”的具体诉求也很明确，即“纹理细腻、肌肤柔润、肤色明亮通透”。然而通过调查也得知，不少男性并没有找到在质感和功能方面能够完全符合自身需求的化妆品（同上花王2019年9月进行的调查）。

此外，对20-29岁的男性的肌肤实际状况展开研究后发现，男性的肌肤“水分较少，获取的水分也更容易蒸发”，“肤色容易看起来偏红而暗沉”。（根据花王2020年1-2月间进行的调查）

## 2. 产品特点

“UNLICS”是为美容观念较强的“Z世代男性”量身定制，助力打造他们所向往的、纹理细腻、肤色明亮通透，彰显高冷印象的所谓“纤冷肌”<sup>※2</sup>而设计的产品。

此次的主打商品“UNLICS IMPRESS COLOR WEAR”化妆底乳，不只是配合自身肤色，而是通过4种色调，改善肌肤色泽与质感，打造“纤冷肌”<sup>※2</sup>，塑造理想中的形象，并能均匀润泽地在肌肤上延展，调和男性肌肤常见的暗沉泛红及色差。产品在设计中充分考虑男性的护肤问题，不仅关注心理价值所在，更注重功能性诉求，为“Z世代男性”的爱美之心助力。

※2 指完妆效果



## 3. 推广策略

“UNLICS”针对所谓网络原住民的“Z世代男性”，通过网络直接传递满足其追求美的欲望的品牌世界观。计划于12月上旬发布的视频中，将会介绍“Z世代男性”如何通过化妆，使心态发生积极变化。将能激起对美的好奇心的题材以系列化方式呈现，力图获得受众对品牌的认知、理解与共鸣。同时，“UNLICS”计划与作为品牌合作者的3位网红人士一起，通过社交媒体上的活动，积极传递品牌魅力。



目前的品牌合作伙伴  
左起：车谷セナ、USUKE、翔贵  
[UNLICS brand partner interview movie](#)

品牌还将推出用户体验工具“UNLICS BEAUTY DIG-TIONARY”。用户可以借助这一小工具，从20种造型中选取任意形象，通过180度旋转超解析度画面，来挖掘自己所需的美容技巧，并可以购买有助于其更进一步营造独特之美的化妆单品。



用户体验工具  
“BEAUTY DIG-TIONARY”

#### 4. 商品概要

2022 年 12 月 1 日上市

品名・品种・容量・价格	产品特点
<p>UNLICS IMPRESS COLOR WEAR 全 4 种 22g 3,080 円（含税）</p>	<p>化妆底乳。通过 4 种色调，改善肌肤色泽与质感，打造“纤冷肌”※2，实现理想中的形象，并能均匀润泽地在肌肤上延展，调和男性特有的肌肤暗沉泛红及色差。</p>  
<p>UNLICS AQUA HUG WATER 本体 180mL 3,080 日元（含税） 补充装 160mL 2,640 日元（含税）</p>	<p>带来水润柔感肌肤的化妆水，绵密盈润包裹肌肤角质层，滋润肌肤打造、「纤冷肌」※2。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 柔肌滋润协同成分（保湿） 配合有透明质酸钠酸、豆乳发酵液※3、酸橙皮提取物※4</li> <li>· 补水成分（保湿） 配合有西洋菜提取物※5、乙基葡糖苷、甘油</li> </ul> 

※2 指完妆效果

※3 乳酸杆菌 / 豆乳发酵液

※4 酸橙皮提取物

※5 荷兰芥末提取物

2023 年 1 月 12 日発売

品名・品种・容量・价格	产品特点
<p>UNLICS SERUMme 全 5 种 （01、02、03 为化妆品；04、05 为药妆品）</p> <p>UNLICS SERUMme 04（药妆品） 销售品名：UL ミルクセラム a 防止肌肤粗糙、痤疮</p> <p>UNLICS SERUMme 05（药妆品） 销售品名：UL ミルクセラム b 抑制黑色素生成、防止色斑、雀斑形成</p> <p>40mL 3,850 日元（含税）</p>	<p>油性与水溶性成分均衡配方，没有粘腻感、密闭感的美容液。3 种不同的高分子融合于肌肤之上的配方，深润角质层内部，锁住水分，确保肌肤柔润。根据不同肌肤问题，提供 5 种选择，各类型配合不同的香氛精油※6。</p> 
<p>UNLICS HOG FOG MASK 1 枚装 2,750 日元（含税）</p>	<p>能将整个面部包裹于温热的蒸汽中的毛巾状面膜，使化妆水易于吸收，肌肤变得柔润。环境友好型设计，不仅可以护肤，还可以反复使用，不产生废弃物。</p> 

※6 一部分香料

5. 销售日、销售渠道、地区

销售日	销售渠道	地域
2022年12月1日	UNLICS 官方网店；购物网站亚马逊 <sup>※1</sup> 、乐天	日本
2023年1月12日		

※1 预计12月中旬开启

(完)