

## 参考資料

### 資生堂、中国専用商品「オブレ」のスキンケアを刷新

資生堂は、中国の子会社「資生堂麗源化粧品有限公司（Shiseido Liyuan Cosmetics Co., Ltd.、以下SLC）」を通して、中国専用商品「オブレ」のスキンケアを刷新し、4月1日より中国全土のオブレ取扱いデパート約700店で発売します。

新スキンケア導入に伴い、販売カウンター、ビューティーコンサルタント（以下BC）のコスチューム、店頭対応を併せて一新します。更に、コミュニケーションにおいても、新イメージモデルの起用に加え、中国で人気のデュオとCM楽曲をタイアップするなど、新製品の登場感とイメージアップを演出し、愛用者拡大を図ります。

## 刷新の背景

オブレは、1994年、中国女性の肌を徹底研究した中国専用商品として発売されました。発売当初「憧れ」的存在であったオブレは、次第に中国女性の絶大な支持を得て、国民的ブランドとしての地位を確立するまでに成長してきました。

一方、急速な経済発展に伴う社会変化とともに、中国女性の価値観や美意識は大きく変化してきています。美容情報や化粧品使用経験が豊富になり、美容意識が更に高まっています。このような状況の中、オブレは、お客さまにとってより魅力的な新価値をもつ存在となるようブランドの刷新を行います。

## 新製品とマーケティング展開

今回発売となるのは、抗老化シリーズの「オブレ タイムロック（4品目 10品種、135～220円）」と美白シリーズ「オブレ ホワイトニング（4品目 10品種、135～220円）」です。この他、新アイテムとして日中用プロテクター「オブレ マルチエフェクティブ プロテクター（50mL、200円）」と専用コットン「オブレ コットン（100枚入り、20円）」【全10品目 22品種】が発売されます。

ブランドコンセプトは、中国女性が一人ひとり持っている、美しさの源泉である内なる美のエネルギーを引き出し、内から外へと開花させるという意味の「由内而外 綻放美丽（ヨウネイ・ワイ チャンファンメイリ）」です。生き活きとしなやかな新中国女性をターゲットに、「動」のイメージをもつ新オブレが誕生しました。

販売カウンターは、ピンク・ゴールド・ブラックを基調としたオブレカラーを採用し、全方位の開放ゾーン（外側）でお客さまとの接点を強化し、内包ゾーン（内側）への誘導で、カウンセリングを積極的に実施します。BCコスチュームも販売カウンターと調和したエレガントなものへと変わります。また、美肌のバロメーターとしての“肌のキメ”をお客さまご自身に実際に見ていただくために、新たに開発された専用の美容機器「オブレ スキンアナライザー」を全店に導入します。

イメージモデルには、新世代の中国女性を表現する存在として中国人女優・孫儷（スン・リー）を起用し、広告・TVCFを展開します。CMでは、中国で人気の男性デュオ・羽泉（ユー・チュエン）が作詞した中国女性の美を称える楽曲を披露し、話題を喚起します。プレス発表会は、北京・上海のほか地方の主要都市でも開催し、地域やメディアの特性に応じたきめ細かく効果的なマーケティングを実践することにより、新オブレの誕生を強く印象づけていきます。

## ■添付資料1-①

### 新オプレ スキンケアの特長

新オプレのスキンケアは、肌のもつ活力を発揮させ、内部から生まれ変わらせる「目にみえてはつきり分かる、美しさの違い」を生み出すことをコンセプトにしています。従来の「水分、油分をバランスよく補うスキンケア」から大きく進化させ、肌自らがうるおいを生み出す状態、つまり外的な影響を受けにくい、真に健康な状態へと「肌を育むスキンケア」を目指しました。そのスキンケアによって生まれた活き活きとみずみずしくきめ細かい肌をオプレは「动感嫩肤(トガンネツ)」と呼びます。その「动感嫩肤」を実現するために、オプレ独自の3つの新技术を導入しています。

- ① 表皮のターンオーバーサイクルを整え維持する新スキンケア成分「**インナーフォースコンプレックス(\*1)**」を配合し、肌の内側から最も健康な状態で細胞を送り出すことを実現します。
- ② 「目に見えてはつきり分かる美肌」の鍵となる角層を育む「**角層育成成分(\*2)**」を配合し、角化外膜の強化を行い、健やかな角層を育みます。
- ③ 湿度によってセンサー的に働く「**モイスターセンサー保湿成分(\*3)**」を全アイテムに配合し、厳しい肌環境から、肌のうるおいをしっかりと守ります。

香りは、ジャスミン、くちなし、フリージア、すずらんなどで構成された新オプレオリジナルのモダンで知的な心地よいホワイトフローラルの香りをつくりあげました。

パッケージは、内なる美のエネルギーを目覚めさせ、美肌を生み出すイメージのデザインです。カラーは、ほんのりと赤みをさした活き活きとした美しい肌色を表現しています。ゴールドの採用により、洗練された高級感を表しました。

機能面では、毎日清潔に、正しい使用量をきちんとつかえるよう、ローションとエマルジョンにはディスペンサーを採用しています。さらに、環境に配慮するためお求めやすい価格のレフィルを配置しています。

### 「オプレ タイムロック」シリーズの概要

肌をうるおいで満たしながら、年齢とともに低下しがちな、ハリ弾力の源泉（コラーゲン、ヒアルロン酸）を活性化して、内側からふっくら弾力に満ちた若々しい肌を育てる抗老化シリーズです。

オプレスキンケアの基本効果（①ターンオーバーサイクルを整え、維持する、②角層を育む、③低湿度対応保湿）と、抗老化に対応する効果の相乗作用で、「キメの整った若々しい肌」を内側から生み出します。ハリ弾力を高める成分「**ヒオウギエキス(\*4)**」と、年齢により低下しがちな水分を保持し、肌表面を柔らかくする「**保湿持続サポート成分(\*5)**」を配合し抗老化に対応しています。

商品名	容量	価格（円換算：1元=15円）
クリーミークレンジングフォーム（洗顔料）	120g	135円（約2,230円）
エナジャイザーローション（化粧水） I・II（本体/レフィル）	170mL	本体200円（約3,000円） レフィル180円（約2,700円）
エナジャイザーエマルジョン（乳液） I・II（本体/レフィル）	130mL	本体210円（約3,150円） レフィル190円（約2,850円）
ニュートリエントクリーム（クリーム）	50g	220円（約3,300円）

## ■添付資料1-②

### 「オブレ ホワイトニング」シリーズの概要

肌をうるおいで満たしながら透明感を高め、内側からワントーン明るい肌を育む美白スキンケアです。オブレスキンケアの基本効果（前述）とホワイトニングに対応する効果の相乗作用で、「キメの整ったみずみずしく明るい肌」を内側から生み出します。オブレ独自の**新美白成分「システム美白ファクター（\*6）」**を配合し、メラニンのできる要因に対応します。

商品名	容量	価格（円換算：1元=15円）
クリアクレンジングフォーム（洗顔料）	120g	135元（約2,230円）
エナジャイザーローション（化粧水） I・II（本体/レフィル）	170mL	本体200元（約3,000円） レフィル180元（約2,700円）
エナジャイザーエマルジョン（乳液） I・II（本体/レフィル）	130mL	本体210元（約3,150円） レフィル190元（約2,850円）
ニュートリエントクリーム（クリーム）	50g	220元（約3,300円）

### その他の新製品

商品名	容量	価格（円換算：1元=15円）
マルチエフェクティブ プロテクター（日中用美容液）	50mL	200元（約3,000円）
フェーシャルコットン（コットン）	100枚	20元（約300円）

- \*1 インナーフォースコンプレックスとは、白樺の樹皮および木部からの抽出液であるバーチエキスとビート糖の副産物である糖蜜から取り出された純粋な天然物資TMGの複合成分です。角層・表皮の機能（酵素の働き）を高め、ターンオーバーサイクルを整え、維持します。
- \*2 角層育成成分とは、独自の保湿成分と肌になじみやすく保湿に優れた特殊保湿成分の複合成分です。
- \*3 モイスチャーセンサー保湿成分とは、外部の湿度の状態で水分を抱え込んだり、放出するなど環境適応能力を持った保湿成分です。細胞膜を構成するリン脂質と同じ構造を持つ、肌に優しい生体関連の成分です。
- \*4 ヒオウギエキスとは、アヤメ科アヤメ属の多年性草木であるヒオウギの根茎からの抽出エキス。ハリ弾力のもととなる真皮のコラーゲンやヒアルロン酸の産生力を高める効果に優れています。
- \*5 保湿持続サポート成分とは、皮ふへの親和性に優れ、角層表面にベールをつくり水分が効果的に留まる特長があります。そのため角層に水分を補給するとともに蒸散しないようにする水分保持効果が高く、角層を柔らかくする効果とその持続力に優れる成分。
- \*6 システム美白ファクターとは、ビタミンC誘導体、サクラリーフエキス、セイヨウバラエキス、ユキノシタエキスの複合成分。①フリーラジカルの安定化、②チロシナーゼ活性阻害、③メラノサイト内の情報伝達をブロック、④メラニン生成過程での還元、⑤生成メラニンの還元、の5つの効果で、メラニンができる前から働いて、メラニンのできる要因にシステムで働きかけます。

■添付資料 2

オプレの歩み

年 月	事 項
1991年12月	資生堂麗源化粧品有限公司（S L C）設立
1994年1月	中国専用化粧品「オプレ」発売（スキンケア、メーキャップ）
1995年5月	「オプレ ホワイト」発売
1998年5月	「オプレ サンケア」発売
1998年11月	「オプレ フレグランス」発売
1999年1月	「オプレ メーキャップ」リニューアル発売
1999年3月	「オプレ オイルコントロール」発売
1999年11月	「オプレ DX」発売
2000年8月	「オプレ サンケア」がシドニーオリンピック中国選手団の公式化粧品に認定
2000年9月	「北京名牌産品（北京高級ブランド品）」に指定
2001年1月	「オプレ」ミレニアム記念モイスチャーリップカラー発売
2001年3月	「オプレ ホワイト」リニューアル発売
2001年7月	「オプレ」が2004年アテネオリンピック中国選手団の公式化粧品に認定
2001年10月	本格的男性化粧品「オプレ JS（ジェイエス）」発売
2003年3月	オプレカウンターをリニューアル 「オプレ バランシング」発売
2003年9月	「オプレ JS」を米国に輸出版売開始
2004年1月	「オプレ メーキャップ」リニューアル発売
2004年3月	「オプレ直営店」開設（北京）
2004年11月	「オプレ エターナルトータルリチャージクリーム」発売 オプレ発売10周年記念式典開催
2005年7月	オプレが全国婦女連合会主催「中国女性を美しくする教育プロジェクト」に単独協賛（05年～08年まで）
2005年8月	「オプレ」がアジア大会中国選手団の指定化粧品となる（05年～08年まで）
2006年3月	「オプレ トランスホワイト」発売
2006年9月	「中国名牌産品（中国高級ブランド品）」に指定
2008年2月	全国婦女連合会主催「中国女性を美しくする教育プロジェクト」の継続発表（08年～12年）にともなうオプレ単独協賛継続（協賛は08年～09年まで）
2008年4月	「オプレ スキンケア」を刷新 「オプレ タイムロック」、「オプレ ホワイトニング」発売