

SHISEIDO MEN アルティミューン パワライジング セラムユーザーインタビュー

■A I パネル⑩

山口 (39) / 農業法人経営

- 属性：長野県松本市。経営者。既婚・子供2人。
- 美容タイプ：美容液初心者
- 購入チャネル：公式ECサイト
- 購入の動機：長年の屋外作業による紫外線ダメージの蓄積。「本来のチカラを解き放て」というスローガンが、自然と向き合う自分の仕事観とリンクした。
- 現状：美容液なんて縁遠いと思っていたが、肌のゴワつきが消えていくのが面白い。高額だが、長く健康的に働くための「顔のメンテナンス代」と割り切っている。

<結果サマリー>

肌の「土のような硬化」に怯える農業経営者が、仕事観と重なる「本来の力を引き出す」に再生を期待し購入

- 1. 美容についてのこだわり** 対象者は農業法人を経営しており、強い日差しや土に触れる過酷な環境下で働いている。美容を「着飾るもの」ではなく、経営者としての「身だしなみ」や「対外的な信頼」の延長線上にある「清潔感」と定義している。加齢に伴い、日焼けとは異なる「肌のくたびれ感」を自覚し、自分の顔が「土のようにゴワゴワして硬くなっている」ことに焦燥感を抱いていた。彼にとって肌の不調は、現役としての生命力や仕事への説得力が減退していく象徴として捉えられている。
- 2. 普段のスキンケアと目指す肌** 利便性を重視し、朝は「ウーノ」のオールインワンで手早く済ませる一方、夜は「無印良品」の導入液から「アルティミューン」、乳液へと繋げる入念なステップを習慣化している。目指すのは若返りといった装飾的な変化ではなく、鏡を見た際に「まだ現役でバリバリやれる」と確信できる健康的な状態である。肌を土壤に見立て、手入れを怠れば硬く不毛になるという恐怖心から、「柔らかく、エネルギーが通っている肌」の維持を、長く働くための自己投資と位置づけている。
- 3. 現使用美容液購入経緯** 広告の「本来のチカラを解き放て」というスローガンが、土の力を引き出す自身の農業観と共鳴したことが最大のトリガーとなった。1万円近い高価格に対し、当初は自問自答があったものの、高額な農機具の維持費と比較することで「顔のメンテナンス代」という納得解を見出した。他者への相談や他品との比較は行わず、自らの哲学に合致するかどうかという一点で購入を決断。美容液未経験ながら、従来のケアでは抗えない「肌の劣化」という危機を打破する「強い一手」として本品を導入した。
- 4. 現使用美容液使用実態と評価** 使用時は、指先で肌を「耕す」ように下から上へ押し込む独特の手法を意識している。5段階評価で「4」をつけた理由は、洗顔時の指の滑りが劇的に改善し「自分の顔がまだ生きている」と実感できる点にある。物足りなさは価格面のみであり、深い森を連想させる香りは一日のオンオフを切り替える儀式的な役割も果たしている。対象者にとって本品は単なる保湿剤ではなく、過酷な現場で受けたダメージをリセットし、再び戦うための「自信の支え」としての魅力が確立されている。
- 5. 現使用美容液 今後の使用意向** 継続意向は最高ランクの「5」であり、他ブランドへの浮気心も一切見られない。一度手に入れた「良いサイクル」を崩すことへの抵抗が強く、数年後の自分への確実な投資としてリピートを明言している。要望として挙げられた「道具屋のような売り場」や「メンテナンスギアとしての

打ち出し」は、美容を嗜好品ではなくプロの装備品と捉える男性心理を象徴している。今後、美しさではなく「リカバリーと闘争心の維持」を謳うことで、潜在的な男性層の開拓が可能であると示唆された。

1. 美容についてのこだわり

インタビュアー：

本日はお忙しい中、ありがとうございます。今日は山口さんがお使いの美容液のことや、日頃のお手入れについて、山口さんご自身の言葉でありのままにお聞かせいただければと思います。まず、自己紹介として、お住まいの地域やご家族のこと、それから今どのようなお仕事をされているか、伺えますでしょうか。

対象者：山口です。長野県の松本市で農業法人の経営をしています。家族は妻と、小学生の子供が2人います。仕事は……まあ、経営と言っても現場に出て土をいじることも多いです、かと思えばスーツを着て商談に行くこともある、といった毎日ですね。

インタビュアー：ありがとうございます。山口さんは、普段のご自身の「美容」について、スキンケアに限らず何かこだわっていらっしゃることや、意識されていることはありますか？

対象者：美容、と言われると少し気恥ずかしいんですが……「清潔感」だけは、人一倍気にするようになったかもしれません。外仕事なので、どうしても日焼けはしますし、泥にまみれることもあります。でも、商談の時なんか「ああ、この人は自分の管理もできないくらい、仕事で疲れ切っているんだな」と思われるのは嫌なんです。髪をこまめに切りに行くとか、爪を綺麗に保つとか、そういう「最低限の身だしなみ」の延長線上に今の意識がある感じですね。

インタビュアー：今の「清潔感」や「身だしなみ」というお話の中で、ご自身の肌の状態については、どのように意識されていたのでしょうか。

対象者：そうですね……。30代の後半になってから、ただの日焼けとは違う、肌の「くたびれ感」が鏡を見るたびに気になってきて。洗顔した時に、自分の顔が「土」みたいにゴワゴワして硬いな、と感じる瞬間があったんです。農業をやっているから手が荒れるのは仕方ないと思ってましたが、顔までそうなってくると……なんというか、自分の本来のチカラが衰えているような、そんな焦りに近い感覚がありました。

2. 普段のスキンケアと目指す肌

インタビュアー：

今の「自分の管理」や「焦りに近い感覚」というお話、もっと詳しく伺わせてください。まず、普段の具体的なお手入れについてですが、朝、顔を洗った後に肌につけているものを、ブランド名も含めて順番に教えていただけますか？

対象者：朝は本当に時間が惜しいので、パパッと済ませています。洗顔の後は「ウーノ (uno) のUVパーフェクションジェル」ですね。これ一つで済むので。ただ、最近はその後に「SHISEIDO MEN のアルティミューン」を1プッシュだけ、特に乾燥やゴワつきが気になる頬のあたりに重ねるようになりました。

インタビュアー：なるほど。では、夜のステップはいかがでしょうか。お風呂上がりや洗顔後に使うものを、同じように順番に教えてください。

対象者：夜は少しだけ工程が増えます。まず「無印良品の導入化粧水」を手にとって、顔全体にバシャバシャと。その次に、この「アルティミューン」を2プッシュ。しっかり馴染ませてから、最後に「SHISEIDO MEN のモイスチャライザー EG」を塗って蓋をする感じです。

インタビュアー：夜はしっかりステップを踏まれているんですね。毎日ではないけれど、時々行うような「特別なケア」などはありますか？ 自宅以外でのケアも含めていかがでしょう。

対象者：うーん、外でのケア……エステとかは全く縁がないですね。ただ、家でたまに、妻が使っている「メディヒール」のシートマスクを借りて貼ることがあります。特に夏場、一日中畑で直射日光を浴びて、「あ、

これ明日の朝は顔がバリバリに固まるな」と予感した夜だけですけどね。

インタビュアー：予感した時だけ、奥様のものを借りると。そうした日々のケアを続けていくことで、山口さんは最終的にどのような肌状態を目指したい、あるいは維持したいと思われていますか？

対象者：……正直に言うと、シワを消して若返りたいとか、そういうキラキラした話じゃないんです。ただ、鏡を見た時に「まだ現役で、バリバリ働ける男の顔」でありたい。土を触っているとわかるんですが、手入れを怠った土壌は硬くなって何も生み出せなくなる。自分の顔もそれと同じで、ゴワゴワに固まって「枯れた感じ」になるのだけは食い止めたいです。柔らかくて、ちゃんとエネルギーが通っているような、そんな健康的な肌でいたい。それが、経営者としても、一人の男としても、自信に繋がる気がしています。

3. 現使用美容液購入経緯

インタビュアー：今の「土と同じで、手入れを怠ると硬くなる」というお話、山口さんの仕事観と重なっていて非常に深く感じます。そうした中で、この「SHISEIDO MEN アルティミューン パワライジング セラム」を最初に知ったきっかけは何だったのでしょうか？

対象者：……きっかけは、スマホでニュースを見ていた時に出てきた広告だったと思います。2025年の夏頃かな、反町隆史さんと松嶋菜々子さんが出ている広告を目にして。最初は「へえ、夫婦で出てるんだ」くらいの軽い気持ちで見ていたんですけど、そこに書かれていた「本来のチカラを解き放て」という言葉が、妙に引っかかったんですよ。

インタビュアー：その「本来のチカラを解き放て」という言葉が引っかかった時、どのような印象を持たれましたか？

対象者：さっきの土の話じゃないですが、我々の仕事って、肥料で無理やり育てるんじゃなくて、土が持っている本来の力をどう引き出すかが勝負なんです。だから「解き放つ」という表現が、自分の中にスッと入ってきたというか。「あ、これは表面を塗り固めるんじゃなくて、肌そのものを強くしてくれるものなんじゃないか」とって、勝手に解釈したんですよ。

インタビュアー：ご自身の仕事の哲学と重なったんですね。そこから実際に購入するまで、どのような検討をされたのでしょうか。例えば、他の製品と比較したり、誰かに相談したりといったことはありましたか？

対象者：……正直、誰にも相談はしていません。農業仲間に「美容液買った」なんて言えませんしね（苦笑）。ただ、自分なりに調べはしました。公式サイトを読み込んだり、YouTubeで成分の解説をしている動画を見たり。でも、比較はあまりしなかったかな。1万円近くするものですから、「本当にこの価値があるのか？」という自問自答はありましたけど、他の安いものと比べるというよりは、「これを買うか、買わないか」の二択でした。

インタビュアー：比較検討というよりは、ご自身の中で納得感を探されていたのですね。最終的に、何が決定打となって購入に至ったのでしょうか。

対象者：……結局、「顔のメンテナンス代」だと思えたことですね。トラクターや機械の整備には何十万、何百万とかけるのに、自分の顔のメンテナンスに月数千円（日割りにすれば）を惜しむのは、経営者としてどうなんだ、と。あと、反町さんが自分より上の世代なのに、あんなにエネルギーッシュな顔をしているのを見て、「自分もこうありたい」という理想が重なったのも大きかったかもしれません。それで、公式のECサイトでポチりました。

インタビュアー：なるほど。そもそも、山口さんはこれまで「美容液」というカテゴリーの製品を使われたことはあったのでしょうか。

対象者：いえ、全く。さっき言った「ウーノ」みたいなオールインワンが精一杯で、「美容液」なんていうも

のは、美意識の高い特別な人が使うものだと思っていました。自分がそれを使う側になるとは思ってもみななかったですね。

インタビュアー：美容液未経験だった山口さんが、あえて「美容液」というステップを取り入れようと決めた、その一番の動機は何だったと思われますか？

対象者：やっぱり、ゴワつきへの「恐怖」に近いものがあったからだと思います。これまで通りのケア（オールインワン）だけでは、もうこの進行は止まらないんじゃないか、という。何か「強い一手」を打たないと、5年後、10年後の自分の顔が取り返しのつかないくらい「枯れて」しまう気がしたんです。その「一手」として、信頼できそうなブランドの、一番いいやつを投入してみよう、という賭けのような気持ちもありましたね。

4. 現使用美容液使用実態と評価

インタビュアー：

では、実際にその「一手」をどのように使っているのか詳しく伺いたいのですが、使うタイミングや部位、あるいは手の動かし方など、山口さんなりに意識されていることはありますか？

対象者：……そうですね、夜は特に念入りにやっています。風呂上がりに導入液をつけた後、アルティミューン[®]を2プッシュ手に取って、まずは手のひら全体に広げるんです。それを、顔を包み込むようにして、下から上へ……なんて言うんですかね、重力に逆らうようにグーツと持ち上げるイメージで馴染ませています。特に、さっき言った「ゴワつき」がひどい頬のあたりは、指の腹でじっくり押し込むように。

インタビュアー：下から上へ持ち上げるように、ですね。なぜそのような付け方を意識されるようになったのでしょうか。

対象者：……たぶん、自分の中で「耕している」感覚に近いんだと思います。土を耕す時も、ただ表面をなでるんじゃなくて、しっかり中まで空気を入れながら持ち上げますよね。それと同じで、ただ塗るだけじゃなくて、肌の奥までこの成分を届けて、固まった肌をほぐしたい、という気持ちが無意識に出ているのかもかもしれません。

インタビュアー：ご自身の感覚で、肌をほぐすように使われているのですね。では、この「SHISEIDO MEN アルティミューン」を、今の山口さんの満足度として5段階（5が最高、1が最低）で評価するとしたら、何段階になりますか？

対象者：……「4」ですね。

インタビュアー：「4」を選ばれた理由、特に満足している点と、逆に少し物足りない点があれば教えてください。

対象者：満足しているのは、やっぱり「手触り」の変化です。使い始めてから、朝、顔を洗う時のゴワゴワした感触が、明らかに変わってきた。指がスツと滑るといふか、自分の顔が「あ、まだ生きてるな」と感じる瞬間があるんです。これは、今までのオールインワンでは絶対に味わえなかった感覚ですね。物足りない点といえば……まあ、値段ですよ（苦笑）。消耗品として考えれば安くはない。もう少し、こう、ドバドバと気兼ねなく使いたいなという本音はあります。

インタビュアー：朝、指がスツと滑る瞬間に、満足を実感されると。他にも、この製品の気に入っている点や、「ここが意外と良いな」と感じる部分はありますか？

対象者：……香り、ですかね。いかにも「化粧品です」という強い匂いじゃなくて、どこか深い森の中にいるような、落ち着く香りがする。夜、これを塗ると、一日の仕事のスイッチが切れて、自分をリセットできるような気がするんです。これも、使い続ける中での発見でしたね。

インタビュアー：山口さんにとって、このアルティミューンの「一番の魅力」は何だと思われますか？

対象者：……「自分を信じさせてくれること」じゃないでしょうか。外で過酷な仕事をして、肌がボロボロになっても、これを塗ればまたコンディションを戻せる。自分はまだ、枯れていく一方じゃないんだと思える。大げさかもしれませんが、僕にとっては単なる化粧品以上の、一人の男としての「自信の支え」みたいなものになっています。

5. 現使用美容液 今後の使用意向

インタビュアー：それでは、最後のお話になりますが、この「SHISEIDO MEN アルティミューン」を今後も使い続けたいかどうか、今の時点で5段階（5：ぜひ使い続けたい、1：全く思わない）で言うと、何段階でしょうか？

対象者：……これは「5」ですね。迷いはないです。

インタビュアー：その「5」という強い意向の理由を、使い続けることで期待していることも含めて、改めて教えていただけますか。

対象者：……さっきの「耕す」話に戻りますが、やっぱり土作りと同じで、一度良くなったからといって手を抜けば、すぐに元のカチカチの状態に戻ってしまうと思うんです。一度この「指が滑る感覚」を知ってしまうと、もう元には戻りたくない。これを使い続けることで、数年後の自分が、取引先の前で「老け込んだ顔」をせずに、エネルギーに仕事の話ができて……そんな自分を維持し続けられることを期待しています。

インタビュアー：今の状態を維持し、数年後のご自身への投資という意味合いが強いんですね。ちなみに、他に興味を持っている美容液、あるいは気になっているブランドなどはありますか？

対象者：うーん、今のところはないですね。他にも色々あるのは知っていますが、下手に手を出して今の「調子が良いサイクル」を崩したくないというのが正直なところ。美容液初心者なものもあって、ようやく「これだ」という確信が持てるものに出会えたので、まずはこれを信じて使い倒してみたいと思っています。

インタビュアー：ありがとうございます。最後に、この「SHISEIDO MEN アルティミューン」に対して、何か要望や「こうなったらいいな」と思うことはありますか？ どんな些細なことでも構いません。

対象者：……そうですね。製品そのものには満足していますが、強いて言えば、僕みたいな「農業をやっている人間」でも、もう少し堂々と買いやすい雰囲気があると嬉しいですね。今は EC サイトで買っていますが、例えば、もっと土臭い現場で働く男たちが「これを使ってリカバリーしている」みたいな、そんな男のメンテナンスとしての側面がもっと強調されると、手に取る仲間も増えるんじゃないかな、なんて思います。

インタビュアー：具体的には、何がどうなっていると「堂々と買いやすい雰囲気」が感じられると思いますか？ 売り場や広告など、どんなことをイメージされていますか？

対象者：……そうですね。例えばですけど、今の化粧品売り場って、どうしても「華やかすぎて、男が一人で入るには敷居が高い」んですよね。百貨店の一階なんて、僕らみたいな泥にまみれて仕事をしている人間からすると、別世界の社交場に見えてしまう。

もし、もっと「道具屋」みたいな感覚で置かれていたら、と思うんです。例えば、プロ向けの工具や農機具が並んでいるような、機能美を追求した一角にこれが置いてあっても違和感がないくらい。広告にしても、綺麗なモデルさんだけじゃなくて、もっと「過酷な環境で戦っている男の横顔」がクローズアップされていて、「これは君の戦うための装備だ」と言ってくれるような。

具体的には、スポーツショップや、あるいはそれこそ僕らが行くようなホームセンターのちょっと良いコー

ナーなんかで、「一日のダメージをリセットするプロ仕様のツール」として売られていたら、「ああ、これは自分のためのものだ」と胸を張って手に取れる気がします。今の「美しくなるための化粧品」というよりは、「明日も戦うためのメンテナンスギア」という見せ方になれば、もっと入り込みやすいですね。