

## 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

### ■AIパネル③⑩

後藤 (46) / フリーランスエンジニア

- 属性：神奈川県鎌倉市。技術職。既婚。
- 美容タイプ：美容高感度層
- 購入チャネル：公式ECサイト
- 購入の動機：リモートワークで画面に映る自分の「ハリなさ」に愕然とした。資生堂のグローバルな評価と、反町さんのストイックなイメージが決め手。
- 現状：定期便で継続中。たまに他社の最新ドクターズコスメなどもチェックし、情報の比較は欠かさないが、結局は使い心地の良さでこれに戻ってきてしまう。

### <結果サマリー>

**Zoom画面の老け顔に愕然。2025年新成分の科学的根拠に納得し、未来の肌を管理・投資するエンジニアの論理的購入**

- 1. 美容についてのこだわり** 鎌倉でフリーランスエンジニアとして働く対象者は、物事を「数値や根拠」で捉える習慣を持つ。美容を単なる身だしなみではなく、自分を最適化するための「重要なメンテナンス工程」と定義している。40代半ばを迎え、清潔感だけでは抗えない肌の構造的な衰えを実感。「構造的な衰えにしっかり投資したい」という言葉通り、理論に基づいた戦略的ケアを追求するストイックな姿勢が伺える。
- 2. 普段のスキンケアと目指す肌** 「現役感」を最重要視し、朝晩のルーティンに加え、週2回のレチノールや半年に一度のフォトフェイシャルを組み合わせる美容高感度層である。目指すのは若返りではなく、「自分を律していることが伝わる肌」だという。画面越しの自分の顔に「重力に負けている」と愕然とした経験から、内側から押し返すようなハリを求め、理論に基づいた製品選びを徹底している。
- 3. 現使用美容液購入経緯** 広告の「年を重ねることを受け入れつつ凛とした空気感」に共感。高価格を「根拠探し」のフックとし、自ら成分エビデンスを深掘りした。グローバルな信頼性と「肌の底力を上げる攻めの姿勢」が、以前の守りのケアからのスイッチを決定づけた。定期便の利用は、エンジニアとして「メンテナンスを欠かさない」という生活規範の現れであり、信頼をインフラとして組み込んでいる。
- 4. 現使用美容液使用実態と評価** 製品の使用を「成分を然るべき場所にデリバリーする工程」と捉え、筋肉の走行を意識した塗り方を実践。満足度は4点だが、これは価格に対する冷静な評価だ。一方で「高いものを使っている感覚が、ケアを怠らない自制心に繋がる」と価格を心理的メリットに転換。使用感や香りが仕事のオン・オフを切り替えるスイッチとなり、生活全体の解像度を高める役割を果たしている。
- 5. 現使用美容液 今後の使用意向** 継続意向は最高値の5点。「今の生活においてこれに代わる信頼のインフラがない」と言い切るほど、製品を高く評価している。将来の自分に向けた「肌の貯金」という視点で投資を続けている。唯一、容器の残量が数値化・可視化されていない点にエンジニアらしい不満を感じており、管理の徹底を追求する姿勢が最後まで一貫していた。

## 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、お時間をいただきありがとうございます。今日は後藤さんの美容に対する考え方や、普段お使いのアイテムについて詳しくお聞かせいただければと思います。まずはじめに、後藤さんの自己紹介と、今ご自身の中で美容についてこだわっていらっしゃるなどがあれば教えていただけますか。

**対象者：**後藤です。46歳で、今は鎌倉の自宅でフリーランスのエンジニアをしています。妻と二人の生活です。美容へのこだわり……そうですね、エンジニアという仕事柄、効率や「数値で裏付けられた根拠」を重んじる癖があるかもしれません。単に流行っているからというよりは、成分だったり、そのブランドがどれだけ研究に投資しているかといったバックボーンを納得した上で使いたい、という気持ちが強いです。あとは、40代半ばになって「清潔感」だけでは抗えない、肌の構造的な衰えというか、そういったものにしっかり投資したいと思っています。

**インタビュアー：**構造的な衰え、ですか。それはどのようなことをきっかけに意識されるようになったのでしょうか。

**対象者：**一番はリモートワークでのビデオ会議ですね。ZoomやTeamsの画面に映る自分の顔が、なんて言うか……以前より「重力に負けている」感じがしたんです。ライティングのせいかと思ったんですが、よく見ると顔全体のハリがなくて、輪郭がぼやけている。その時に「あ、これは表面的な保湿じゃ足りないな」と愕然としたのが大きいですね。それ以来、スキンケアは単なる身だしなみではなく、自分をメンテナンスする重要な工程だと捉えています。

**インタビュアー：**なるほど。

## 2. 普段のスキンケアと目指す肌

**インタビュアー：**今の「メンテナンス」という言葉、後藤さんらしい視点ですね。そのメンテナンスの具体的な内容について伺いたいのですが、普段、朝と夜、洗顔した後にはどのようなステップで、どんなブランドのアイテムを使っているか、詳しく教えていただけますか。

**対象者：**朝は、洗顔の後にまず導入美容液として「SHISEIDO MEN アルティミューン」を塗ります。その後、これまでは同じSHISEIDO MENの「ハイドレーティング ローション」を使っていたんですが、最近は少し乾燥が気になるので、気分によってドクターシーラボの「VC100」の化粧水に変えることもあります。仕上げは「モイスタチャライザー EG」ですね。夜も基本は同じですが、週に2回くらいは、化粧水の後にレチノール系の美容液……ゼオスキンの「スキンプライセラム」を薄く入れたりして、攻めのケアも混ぜています。

**インタビュアー：**朝晩のルーティン以外に、時々行うような特別なケアは何かありますか。

**対象者：**そうですね、ホームケアだと、月に数回ですが「SK-II」のフェイシャルトリートメントマスクを使います。これは妻と共有しているんですが、やっぱり使った翌朝の肌の密度が違う気がして。あとは、半年に一度くらい、近所のクリニックで「フォトフェイシャル」を受けています。エンジニアとしてPC画面に向かう時間が長いので、どうしても顔色が悪く見えがちなんですが、プロの手を借りて根本からトーンを整えておくのは、自分への投資だと思っています。

**インタビュアー：**それらのケアを積み重ねることで、後藤さんは最終的にどのような肌を目指していらっしゃるのでしょうか。

**対象者：**単に「若返りたい」わけじゃないんです。40代なりの、清潔感と……なんて言うか、枯れていない感じ。「この人はちゃんと自分を律しているな」と相手に伝わるような、内側から押し返すようなハリのある

る肌、ですかね。画面越しでも、疲労感に負けていない、現役感のある肌でいたい。それが今の僕にとっての「理想の状態」です。

**インタビュアー：**現役感、ですか。その「ハリ」や「現役感」を求める中で、今のアイテムがどう機能しているのか、さらに伺っていただきたいと思います。

### 3. 現使用美容液購入経緯

**インタビュアー：**先ほど、ビデオ会議の画面で自分の顔に愕然としたというお話がありましたが、そこから具体的にこの「SHISEIDO MEN アルティミューン」に辿り着いた経緯を詳しく伺いたと思います。まず、この商品を最初に知ったのは、どのようなきっかけだったのでしょうか。

**対象者：**きっかけは、ネットの記事か何かでリニューアルのニュースを見たことだったと思います。2025年の夏前くらいかな。資生堂がメンズケアにかなり力を入れているという文脈で紹介されていて。その時に、反町隆史さんと松嶋菜々子さんの広告も目にしました。あの二人の、単に「若作り」じゃない、年を重ねることを受け入れつつも凛としている空気感が、今の自分の気分にごくフィットしたんですね。

**インタビュアー：**その広告やニュースを見て、最初にどのような印象を持ちましたか。

**対象者：**正直に言うと、「あ、高いな」と思いました（笑）。30mlで8,000円くらい、50mlだと1万数千円しますよね。でも、逆にその強気な価格設定が、エンジニアとしての僕の「根拠探し」に火をつけたというか。「なぜこの価格なのか」を知りたくなったんです。

**インタビュアー：**価格への疑問から、実際に購入するまでにどのような検討をされたのでしょうか。参考にされた情報源や、比較したものがあれば教えてください。

**対象者：**まず公式サイトで成分を調べました。新しく配合された「ペプチド」の機能とか、資生堂が何十年も研究してきた免疫の知見とか、そのあたりのエビデンスを読み込みましたね。あとは、海外のレビューサイトも少し見ました。グローバルで展開しているブランドなので、海外のユーザーがどう評価しているかは気になりました。比較対象としては、以前使っていた「キールズ」の美容液や、最近チェックしているドクターズコスメもありましたが、最終的には「日本人の肌を知り尽くしている資生堂のフラッグシップ」という信頼感、そしてあのボトルデザインの所有欲が勝りました。

**インタビュアー：**以前はキールズを使っていたらっしゃったんですね。そこからスイッチした、決定的な理由はどこにあったのでしょうか。

**対象者：**キールズも悪くなかったんです。ただ、こちらは「今の肌荒れを防ぐ」という守りのイメージが強く。対してアルティミューンは、もっと根本的な「肌の底力」を上げるような、攻めのニュアンスを感じたんです。あのメタリックなボトルの質感もそうですが、使うたびに自分のコンディションをアップデートしている感覚になれるんじゃないか、という期待感ですね。公式 EC で定期便があったのも、切らさずにメンテナンスを続けるという僕のスタイルに合っていたので、迷わずポチりました。

**インタビュアー：**守りから攻めへの転換、ですね。その期待を持って使い始めた際の実感についても、詳しく伺っていただきたいと思います。

### 4. 現使用美容液使用実態と評価

**インタビュアー：**実際に使い始めてからのことについて伺わせてください。このアルティミューンを使う際、後藤さんなりに「こうやって付けよう」と意識している手順や、手の動かし方などのこだわりはありますか。

**対象者：**ありますね。まず、洗顔後すぐに「2 プッシュ」と決めています。これを手のひらで少し温めてから、顔全体に広げるんですが、特にビデオ会議で気になった「頬のライン」と「目元」は、下から上へ引き上げるように意識して馴染ませています。指の腹を使って、筋肉の走行を意識しながら軽くプレスする感じですか。エンジニアの仕事と同じで、ただ塗るという「作業」にするのではなく、成分を然るべき場所にデリバリーする「工程」だと考えているので。

**インタビュアー：**工程、ですか。そうして丁寧に使い続けてみて、現在の満足度を5段階（5が最高、1が最低）で評価するとしたら、いくつになりますか。

**対象者：**うーん、「4」ですね。

**インタビュアー：**4、ですね。その理由を詳しく教えていただけますか。満足している点と、逆にあと一歩だと感じる点があれば。

**対象者：**満足しているのは、圧倒的な「使用感のバランス」です。ベタつかないのに、内側がしっかりホールドされている感覚がある。朝塗って、夕方ふと鏡を見た時、以前のような「あ、疲れてるな」という肌の落ち込みが軽減された気がするんです。不満というほどではないですが、強いて言えば価格ですね。消耗品として使い続けるには、やはりそれなりの覚悟がいる。ただ、その「高いものを使っている」という感覚が、ケアを怠らない自制心に繋がっている面もあるので、一概にデメリットとは言えませんが。

**インタビュアー：**なるほど。他にも、機能面以外で気に入っているところはありますか。

**対象者：**香りとボトルの重厚感ですね。シトラス系の香りが、仕事のオン・オフを切り替えるスイッチになっています。あとは、洗面台にあの黒いボトルが置いてあるだけで、自分の生活の解像度が上がったような気がして。

**インタビュアー：**後藤さんにとって、この商品の最大の「魅力」を一言で表すと、どういったことになりますか。

**対象者：**「自分への投資に対する、確かなフィードバック」でしょうか。安価なものをなんとなく使うのではなく、裏付けのあるものを選んで、正しく使う。それによって得られる肌の安定感や自信は、僕にとって代えがたいものです。

## 5. 現使用美容液 今後の使用意向

**インタビュアー：**

では最後になりますが、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について伺わせてください。こちらも5段階で評価すると、いかがでしょうか。

**対象者：**そうですね……これは「5」ですね。

**インタビュアー：**おお、満足度は「4」でしたが、継続意向は「5」なんですね。その差と言いますか、使い続けたいと思わせる理由はどこにあるのでしょうか。

**対象者：**満足度の「4」は、やはりコストパフォーマンスというか、絶対的な価格に対する冷静な評価です。でも、継続意向が「5」なのは、今の僕の生活において、これに代わる「信頼のインフラ」が他に見当たらないからです。これを使うことで、肌の状態が安定し、仕事に向かう自分のスイッチが入る。このルーティンを崩すリスクを冒してまで、他のものに乗換える理由が今のところありません。使い続けることで、5年後、10年後の自分が「あの時投資しておいて良かった」と思えるような、肌の貯金をしていきたいと思っています。

**インタビュアー：**肌の貯金、ですか。とはいえ、情報収集は欠かさないとのことでしたが、他に少しでも気になっている美容液などはありますか。

**対象者：**最近だと、ポーラの「B.A.MEN」シリーズや、よりサイエンスに特化したエピステーミングなどは少し気になりますね。ただ、アルティミューンのような「使い心地の良さと、ブランドが持つストイックな世界観」のバランスを越えてくるかという点、まだ様子見です。新しい成分が出てくれば、エンジニアとして比較検討はし続けると思います。

**インタビュアー：**なるほど。では最後に、この商品に対して何か要望や、「もっとこうなればいいのに」と思うことがあれば、どんな些細なことでも構いませんので教えていただけますか。

**対象者：**製品そのものには満足していますが、強いて言うなら、容器の「残量」が見える工夫が欲しいですね。この重厚な黒いボトル、中身がどれくらい残っているか外から全く分からないんです。定期便で届くとはいえ、急な出張が入った時などに「あと何日分あるか」が数値的に把握できないのが、少し不安というか、管理しきれない感じがして。エンジニアとしては、そこも可視化されていると完璧ですね。