

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②

松本 (40) / 飲食チェーンマネージャー

- 属性：東京都文京区。サービス管理職。既婚・子供1人。
- 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：40代に突入り、肌の回復力の衰えを実感。資生堂の長年の研究成果である「アルティミューン」のブランド力に頼ることにした。
- 現状：引き締め効果に加え、肌のバリアが張られている安心感がある。満足してリピートしているが、他ブランドの最新導入液などの情報比較も欠かさない。

<結果サマリー>

衰えを自己管理不足と捉え「武装」が必要な40代マネージャーが、反町隆史の姿と資生堂の100年研究に、確実な回復力と自信の回復を託して購入

- 1. 美容についてのこだわり** 対象者は飲食チェーンのエリアマネージャーとして、不規則な生活の中でも「疲れを顔に出さない」ことに強い執着を持つ。40代特有の回復力の衰えに危機感を抱いており、サウナやジム、スキンケアを「自分を維持するためのメンテナンス」と定義している。鏡を見て「今日疲れてるな」と自覚することを忌避し、自己管理能力の象徴として肌のコンディションを捉えている。
- 2. 普段のスキンケアと目指す肌** 朝晩ともに導入液やSK-IIを併用する極めて高感度な習慣を持つ。彼が目指すのは、単なる清潔感を超えた「密度が高い肌」である。内側から押し返すようなハリを追求するのは、対面時に「この人は自分を律している」という信頼感を相手に与えるためである。彼にとってスキンケアは嗜みではなく、過酷なビジネス現場で戦い抜くための「武装」としての意味合いが極めて強い。
- 3. 現使用美容液購入経緯** 2025年のリニューアル情報を機に、資生堂という「圧倒的な信頼感」と「ブランド哲学」に投資することを決断。1万5千円という価格に対し「スーツを一着新調するのと同じ」と捉えることで、機能以上の付加価値を見出している。他ブランドとも比較したが、最終的には「肌の底力を上げる」というコンセプトと、反町隆史氏が象徴する「年齢を力に変える」姿勢への共感が決定打となった。
- 4. 現使用美容液使用実態と評価** 使用時は「自分の肌と対話する」ように念入りなハンドプレスを行い、自らのコンディションを確認する儀式としている。翌朝の肌の密度に満点の満足度を示しており、特に「深夜帰宅のボロボロな状態でも、これさえ塗れば明日は何とかなる」という心理的な安心感が大きい。彼にとってアルティミューンは「自分への信頼を取り戻させてくれる存在」であり、精神的な支えとなっている。
- 5. 現使用美容液 今後の使用意向** 今後も継続意向は極めて高く、5年後10年後の自分に向けた「肌の体力を底上げする投資」と位置づけている。最新の科学的アプローチをうたう他ブランドへの好奇心は常に持っているが、現時点ではアルティミューンの「裏切らない感じ」が上回っている。高級感あるボトルを廃棄する罪悪感を解消する仕組みや、世界観を統一できるラインナップの拡充をブランドに期待している。

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。今日は松本さんの普段の生活や、お肌のこと、お使いのスキンケアについて詳しくお話を伺えればと思います。リラックスして、普段お考えのことをそのままお聞かせください。まずは、松本さんの自己紹介からお願いできますか。

対象者：松本です。40歳です。文京区に妻と小学生の子供と3人で暮らしています。仕事は飲食チェーンのエリアマネージャーをしていて、複数の店舗を回る毎日ですね。不規則な生活になりがちですが、身だしなみには人一倍気をつけているつもりです。

インタビュアー：身だしなみ、ですね。美容全般において、松本さんが特にこだわっていることはどんなことでしょうか。

対象者：そうですね……「清潔感」はもちろんですが、最近は「持続性」というか、疲れを顔に出さないことですね。仕事柄、夜遅くなることもありますし、朝から店舗をチェックすることもあります。そんな時に、肌がどんよりしていると自分自身の士気も下がる気がして。だから、スキンケアだけじゃなく、月1回のパーソナルジムでのトレーニングや、週に数回はサウナに行ってしっかり汗を流すようにしています。体の巡りを良くしておくことが、結果的に肌のコンディションにもつながると思っているので。

インタビュアー：疲れを顔に出さないための「巡り」ですね。

対象者：はい。鏡を見た時に「あ、今日疲れてるな」って思うのが一番嫌なんです。40代になってから、一度ガクッとくると戻るのに時間がかかるのを痛感しているので、日々のメンテナンスを欠かさないことが、僕にとっては自分を維持するための「こだわり」ですね。

2. 普段のスキンケアと目指す肌

インタビュアー：

今の「自分を維持する」というお話、非常に興味深いです。そのために、具体的に毎日どのようなステップでケアをされているのか教えてください。まずは、朝の洗顔後に肌につけるアイテムと、そのブランド名を順に伺えますか。

対象者：朝は時間との勝負ですが、手は抜かないようにしています。洗顔後はまず、導入美容液としてコスメデコルテのリポソームを使います。その後に、今回お話しする SHISEIDO MEN のアルティミューンを塗って、最後に資生堂メンのモイスチャライザー（乳液状保湿液）で蓋をする感じです。日差しが強い日は、その上にさらに日焼け止めを塗ることもあります。

インタビュアー：朝から美容液を2種類重ねていらっしゃるんですね。では、夜はどうでしょうか。帰宅後や入浴後のステップを教えてください。

対象者：夜はもう少ししっかりやりますね。クレンジングはシュウウエムラのオイルを使っていて、洗顔後は朝と同じリポソームから。その後に SK-II のフェイシャルトリートメントエッセンスでしっかり水分を入れてから、アルティミューンですね。最後は、少し重めのクリームを塗ります。今はキールズのクリームを使うことが多いです。

インタビュアー：夜は SK-II など加わって、より工程が増えるのですね。毎日ではないけれど、時々行うようなスペシャルケア、例えばパックやサロンなどはありますか。

対象者：週に一度、日曜の夜にはメディヒールのシートマスクをしています。あとは、仕事でプレゼンがあったり大事な会議がある前日は、SK-II のマスクを使うこともありますね。外でのケアだと、3ヶ月に一度くらいですが、美容皮膚科でハイドラフェイシャルを受けて、毛穴の掃除をしてもらっています。自

分では落としきれない汚れがある気がして。

インタビュアー：日常のケアに加えて、プロの手も借りていらっしゃると。そうした多岐にわたるケアを通して、松本さんは最終的にどんな肌を目指しているのでしょうか。

対象者：そうですね……一言で言えば「密度が高い肌」でしょうか。表面がツルツとしているのは当然として、内側から押し返すようなハリがあって、毛穴が目立たない。鏡を見た時に、重力に負けていない感じというか。清潔感があるのは大前提ですが、そこにプラスして、40代なりの「鍛えられた肌」に見えたいんです。だらしのない生活をしていなさそうな、締まった印象を与えたいと思っています。

インタビュアー：40代なりの「鍛えられた肌」……。その「締まった印象」というのは、松本さんにとってどういう意味を持つのでしょうか。

対象者：現場のスタッフや、クライアントと対面した時に、説得力が変わると思うんです。肌がボロボロだと、管理能力まで疑われそうな気がして。逆に、肌にハリがあってピシッとしていると、自分に自信が持てるし、相手にも「この人は自分を律している」という信頼感を与えられる。僕にとってスキンケアは、単なる手入れじゃなくて、ビジネスにおける「武装」に近い感覚かもしれません。

3. 現使用美容液購入経緯

インタビュアー：

ではお使いの「SHISEIDO MEN アルティミューン パワライジング セラム」について、これを買おうと思った最初のきっかけは何だったのでしょうか。

対象者：2025年の夏前くらいだったかな。ネットのニュース記事か何かで、アルティミューンが新しくなるというのを見たのが最初だったと思います。もともと資生堂のアルティミューンは、女性用も含めて「すごく売れている、強いブランド」というイメージがあったので、それがメンズで新しくなる、しかも成分が強化されるっていうのは気になりました。

インタビュアー：最初にそのニュースを見た時の印象はどうでしたか。

対象者：正直、「あ、また一段階、上のステージに行くんだな」と感じました。価格もそれなりにしますし、誰でも気軽に買えるものではない。でも、当時の自分は40代に入って、鏡を見るたびに「なんとなく顔の輪郭がぼやけてきたな」とか「睡眠不足がすぐ肌に出るな」と、回復力の衰えに焦りを感じていた時期で。そこに、反町隆史さんのあのCMですよ。同世代として、あのシュッとした佇まいは憧れますし、「年齢を力に変える」という言葉が、今の自分には「これが必要なんじゃないか」と。

インタビュアー：ニュースを知ってから、実際に購入するまでの間、何か調べたり比較したりはされましたか。

対象者：かなり調べましたね。公式サイトで成分の「POWER ペプチド AA+」というのが何に効くのか読み込んだり、YouTubeで美容男子のレビュー動画をいくつか見たりしました。特に、2025年の最新モデルが前のモデルと何が違うのか、価格に見合う価値があるのかは自分なりに吟味しました。以前使っていた「カネボウ (KANEBO)」の美容液も悪くなかったんですが、もう少し「守り」じゃなくて、ガツンと「攻め」のケアをしたいという気持ちが強くなって。

インタビュアー：カネボウの美容液からスイッチされたとのことですが、何が決定打となって、最終的にアルティミューンを選ばれたのですか。

対象者：やっぱり「資生堂」という名前への圧倒的な信頼感と、その中でも「アルティミューン」という、ブランドを象徴する商品を使っているという高揚感ですね。他ブランドの最新導入液とも迷いましたが、今

の僕には「肌の底力を上げる」というアルティミューンのコンセプトが一番しっくりきた。オンラインでポチる直前まで「1万5千円か……」と一瞬迷いましたが、仕事で使うスーツを一着新調するのと同じだと思えば、安いものだと自分を納得させました。

インタビュアー：スーツを一着新調するのと同じ。その感覚について、もう少し詳しく教えてください。

対象者：先ほど「武装」と言いましたが、僕にとって肌を整えることは、良い靴を履いたり、質の良いネクタイを締めたりするのと同列なんです。特に40代になると、小手先のケアじゃ追いつかない。資生堂が100年以上かけて研究してきた成果を自分の肌に投資しているんだ、という「裏付け」が欲しかったんだと思います。単に保湿ができればいいわけじゃなく、そのブランドの哲学を身にまとっている感覚が、購入の決め手になりましたね。

インタビュアー：以前はカネボウを使われていたそうですが、美容液自体はもう長く習慣にされているのでしょうか。

対象者：そうですね、30代の後半からは欠かさず使っています。最初は化粧水だけで十分だと思っていたんですが、一度美容液の「使った時と使わない時の翌朝の差」を実感してしまうと、もう戻れません。カネボウの時は、あくまで「整える」感じでしたが、アルティミューンに変えてからは、肌に薄い膜を張ったような、何か外敵から守られているような「安心感」をより強く感じるようになりました。

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「アルティミューン」を使う際、松本さんなりに意識している「なじませ方」や「手順」などはありますか。

対象者：使い方は自分なりにこだわっています。まず、手のひらで少し温めてから、顔全体に広げるんです。そのあと、ほうれい線のあたりからこめかみに向かって、グーッと引き上げるようにして、最後は手のひら全体で顔を包み込んで「入れ、入れ」と念じるようにプレスしています。特に、目尻のあたりや口角の横など、年齢が出やすいところは指の腹を使って念入りに塗り込みますね。

インタビュアー：引き上げるようにして、最後はプレスする。なぜ、そういった付け方を意識されているのでしょうか。

対象者：高いものですし、ただ塗るだけじゃもったいないという貧乏性なところもあるかもしれませんが(苦笑)、やっぱり「自分の肌と対話する時間」だと思っているからです。指先で肌に触れると「あ、今日は少し乾燥しているな」とか「ハリがあるな」というのがわかる。そうやって意識して塗り込むことで、成分がより深く入っていくような気がするし、自分の気持ちもピシッと引き締まるんです。

インタビュアー：肌の状態を確かめながら、ご自身の気持ちも引き締められているんですね。では、この「アルティミューン パワライジング セラム」の今の満足度を5段階で評価すると、どのくらいになりますか。

対象者：うーん……「5」ですね。満点です。

インタビュアー：満点の「5」ですね。その理由を詳しく教えてください。

対象者：一番は、翌朝の肌の「密度」が明らかに違うことです。洗顔した時の手触りが、以前よりモチットしていて、肌のバリアがしっかり張られているような安心感がある。それと、この「香り」も気に入っています。シトラス系の、でもどこか落ち着くような香りで、朝はスイッチが入るし、夜はリラックスできる。満足点としては、塗った後のベタつきが一切ないのに、内側が潤っている実感があること。物足りない点は

……正直、今のところ思い浮かばないですね。

インタビュアー：どんな瞬間に、特に「満足だな」と感じることが多いですか。

対象者：仕事でトラブルがあって、深夜に帰宅したような日ですね。そんなボロボロの状態でも、これさえ塗っておけば「明日の朝は何とかなる」と思える。実際、翌朝鏡を見ても、そこまで疲れが顔に残っていないです。その「裏切らない感じ」が、満足感に繋がっています。他にも、ボトルの重厚感とか、プッシュした時の質感とか、そういった「モノとしての質の高さ」も所有欲を満たしてくれますね。

インタビュアー：では、松本さんにとって、この商品の最大の魅力は何だと感じていますか。

対象者：一言で言うと「自分への信頼を取り戻させてくれる存在」ですかね。40代になって、どうしても衰えを感じて自信を失いそうになる瞬間がある。でも、これを使っていることで「自分はまだ戦える」「自分をメンテナンスできている」という実感が持てる。単なる化粧品を超えて、精神的な支えというか、前を向くための投資だと思えるところが、最大の魅力だと思います。

5. 現使用美容液 今後の使用意向

インタビュアー：精神的な支え、そして前を向くための投資というお言葉、重みを感じます。それでは、この「アルティミューン パワライジング セラム」を今後も使い続けたいかどうかについて、5段階で教えてくださいいただけますか。

対象者：これも「5」ですね。継続して使うつもりです。

インタビュアー：迷いなく「5」とのことですが、使い続けることで、自分の肌や状態がどのようになっていくことを期待されていますか。

対象者：現状を維持するだけじゃなくて、5年後、10年後の自分が「あの時ケアしておいて良かった」と思えるような、肌の体力を底上げしておいてほしいんです。40代から50代にかけて、周りとの差がつくのは結局こういう日々の積み重ねだと思うので。急激に若返ることは求めていませんが、年齢を重ねるごとに増していく「渋み」とか「自信」に、肌がちゃんと追いついてほしい。資生堂の研究なら、それを叶えてくれるんじゃないかという期待があります。

インタビュアー：肌が自信に追いついてほしい、と。ちなみに今、他に興味を持っている美容液やブランドはありますか。

対象者：情報としては常に追っています。最近だと、外資系ブランドの導入液で、より即効性をうたっているものや、肌の常在菌にアプローチするような最新の科学を打ち出しているものには興味がありますね。でも、今のところアルティミューンから完全に乗り換えるほどの動機はないかな。強いて言えば、それらと「併用」して、さらにブーストできないか、みたいな組み合わせの妙は考えたりします。

インタビュアー：あくまでアルティミューンを軸にしつつ、ということですね。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、どんなことでもお聞かせください。

対象者：うーん、商品自体には満足していますが……あえて言うなら、詰め替え（レフィル）の種類が増えたり、もう少し手軽にリピートできる仕組みがあると嬉しいですね。今はECで買っていますが、空になったボトルを捨てるのが少しもったいないというか、これだけ高級感のあるボトルなので。あとは、このアルティミューンの「香り」をテーマにした洗顔やボディケアのラインナップがもっと充実したら、生活全体にあの「武装する感覚」を取り入れられるのにな、とは思っています。