

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②

石川 (43) / 保険外交員

- 属性：愛知県名古屋市名東区。営業職。既婚・子供2人。
- 美容タイプ：美容液初心者
- 購入チャネル：百貨店カウンター
- 購入の動機：第一印象が成績に直結する仕事。店頭で「男性の肌は10年早く老ける」と言われ、反町・松嶋夫妻のような清潔感への憧れもあって購入。
- 現状：プロに勧められただけあって、肌のハリが明らかに違う。正直、月々の小遣いから出すのはキツイが、身だしなみを整えることで営業の自信に繋がっている。

<結果サマリー>

CMの「年齢を力に変える」姿に自分を重ね、「プロとしての自律の証」として肌のハリを求めた地方公務員広報担当

1. **美容についてのこだわり** インタビューにご協力いただき、ありがとうございました。石川様がこの高額な美容液を単なる「化粧品」ではなく、営業職としての「自信」や「自分への投資」として捉えていらっしゃるプロセスが非常によく見えてきました。

それでは、今回のインタビューのまとめとして、【Tri Insight インサイト・サマリー】を提示いたします。

Tri Insight インサイト・サマリー

1. **導入：美容についてのこだわり** 対象者は名古屋で国内生保の営業を担う43歳の男性。美容への関心は元々高くなかったが、40代に入り鏡に映る自分の「顔の疲れ」を自覚したことが転換点となった。「第一印象が成績に直結する」という職業倫理から、清潔感の維持を「身だしなみの一環」と定義。若作りではなく「手入れが行き届いている」と顧客に感じさせる、健康的な肌状態を目指している。
2. **普段のスキンケアと目指す肌** 朝晩ともに導入液、化粧水、美容液、乳液という丁寧な4ステップを習慣化。妻との情報共有や床屋でのケアなど、周囲の環境も美容行動を後押ししている。「触った時に押し返してくるような弾力」を理想の肌として追求。単なる外見の改善以上に、どんよりした疲れを排除し、「疲れたおじさん」に見えないための防衛策としてスキンケアを位置づけている。
3. **現使用美容液購入経緯** 百貨店カウンターで「男性の肌は10年早く老ける」という宣告を受けたことが、美容液未経験だった対象者の危機感に火をつけた。15,000円という価格に当初は驚愕するも、CM起用タレントのイメージや「プロの推奨」という確証、そして「中途半端な投資で後悔したくない」という心理が作用。最終的に「自分を格上げするための投資」として、高額な50mLサイズを選択した。
4. **現使用美容液使用実態と評価** 教わった通りの手技を「自分を整える儀式」として忠実に実行。最大級の満足点は「肌のハリ」がもたらす精神的効果であり、堂々と顧客の目を見て話せる「営業としての自信」に繋がっている。価格面での家計への負担が満足度を唯一削る要因だが、重厚なボトルの質感や香りを含め、所有欲を満たし「本物を使っている」という自負を与えてくれる点が大きな魅力となっている。
5. **今後の使用意向** 継続意向は極めて高く、他ブランドへの浮気心も皆無である。この美容液を「5年後、10年後も現役の営業マンとして立ち続けるためのパートナー」と定義しており、価格以上のリターンを実

感している。今後はライン使いによる効果の最大化や、出張時の携行性向上といった、ライフスタイルに即した利便性の進化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：

本日はよろしくお願ひいたします。まずは、石川さんのご家族構成や、お仕事について簡単に伺えますか？

対象者：石川です。名古屋の名東区に住んでいます。妻と、中学生と小学生の子どもが2人います。仕事は、国内生保の外交員……いわゆる営業職ですね。

インタビュアー：営業のお仕事をされているのですね。石川さんが、普段ご自身の「美容」や「身だしなみ」について、意識されていることやこだわっていることはありますか？

対象者：美容って言うほど大層なことはしてこなかったんですけど……ただ、この仕事は「第一印象」がすべて、みたいなところがあるんですよ。清潔感がないと、それだけで話を聞いてもらえなかったりするので。だから、髪型を整えとか、スーツのシワをなくすとか、そういう最低限の身だしなみには人一倍気を使ってきたつもりです。最近は、肌の調子も「身だしなみ」のうちかな、と思い始めてます。

インタビュアー：「肌の調子も身だしなみのうち」と思われた、何かきっかけのようなものはあったんでしょうか？

対象者：うーん、やっぱり鏡を見たときに「あ、なんか疲れてるな」って思うことが増えたんですよね。40過ぎてから、急に。お客様も同世代の方が多いので、あんまり老け込んで見ると「この人から保険入って大丈夫かな？」って思われそうで。

インタビュアー：鏡を見てそう感じられた時、具体的にどういったことが気になったんですか？

対象者：具体的に言うと……目元のたるみとか、全体的な肌のくすみですかね。昔は日焼けしてもすぐ戻ったのに、今はなんだかずっとどんよりしているというか。営業で外を回り続けてきたツケが来たのかな、なんて思ったりします。

2. 普段のスキンケアと目指す肌

インタビュアー：

それでは、普段のケアについて詳しく教えてください。まず、朝の洗顔のあと、お肌には何をどの順番でつけていらっしゃいますか？具体的なブランド名もあわせて教えてください。

対象者：朝は、洗顔したあとに、まずは無印良品の「導入化粧液」をパパッとつけて、その次に資生堂メンの「ハイドレーティングローションC」という化粧水を使っています。で、その後に今回の美容液、アルティミューンですね。最後に、これも資生堂メンの「モイスマチャライザーEG」という乳液で蓋をする感じです。

インタビュアー：朝からしっかりステップを踏まれているんですね。では、夜のケアはいかがでしょうか。

対象者：夜も基本は同じですね。ただ、最近は営業で一日中外にいた日は、妻に借りてクレンジング……ええと、ファンケルのマイルドクレンジングオイルでしたっけ。あれで顔を洗うこともあります。排気ガスとかで汚れている気がして。その後のステップは朝と一緒に、無印、資生堂メンの化粧水、アルティミューン、乳液の順番です。

インタビュアー：毎日ではないけれど、時々行うような特別なケアなどは何かありますか？ご自宅でのケアでも、外での施術でも構いません。

対象者：特別なこと、ですか……。あ、週に1回くらい、これも妻と一緒にですけど、メディヒールのシートマスクを貼ることがあります。あとは、月に1回床屋に行くときに、オプションで顔剃りと泥パックみたいなのをやってもらうのが、自分の中では贅沢な時間ですね。

インタビュアー：そういった日々のケアや特別なケアを通して、石川さんは最終的に「どんな肌」になりた

い、あるいは維持したいと思われていますか？

対象者：そうですね……「若作り」をしたいわけじゃないんですよ。ただ、年齢相応に「手入れが行き届いているな」と思われる肌でありたいです。テカテカしてなくて、パンとハリがあって、健康そうな……。シワがあってもそれが「しみ」に見えるような、清潔感のある肌が理想ですね。

インタビュアー：「若作りではなく、手入れが行き届いている」と感じさせる肌。具体的に、その「ハリ」や「清潔感」というのは、石川さんにとってどういう状態を指すのでしょうか？

対象者：なんて言うか……触ったときに、こう、押し返してくるような弾力ですかね。あとは、肌の色が明るいこと。どんよりしていると、それだけで「疲れたおじさん」に見えちゃうじゃないですか。それだけは避けたいんです。

3. 現使用美容液購入経緯

インタビュアー：

さきほど「清潔感のある肌が理想」とおっしゃっていましたが、今回、SHISEIDO MEN の「アルティミューン パワライジング セラム」を購入されたきっかけは何だったのでしょうか。

対象者：ああ、あれですね。実は、百貨店の化粧品売り場……いわゆるデパコスのカウンターに初めて行ったんです。営業の合間に、ちょっと時間が空いて。いつもは無印とかで済ませていたんですけど、さっき言ったみたいに「顔の疲れ」が気になっていたので、一度プロに見てもらおうかなと。

インタビュアー：百貨店のカウンターに足を運ばれたのですね。そこで、どのようにしてこの商品を知ったのですか？

対象者：カウンターの美容部員さんに相談したら、開口一番に「男性の肌は、女性よりも 10 年早く老けるんですよ」って言われたんです。それがすごくショックで……（苦笑）。それで、「今の石川さんの肌に必要なのは、これです」と勧められたのがアルティミューンでした。

インタビュアー：「10 年早く老ける」という言葉が印象に残ったのですね。その時、商品やブランドに対してはどんな印象を持ちましたか？

対象者：正直、資生堂メンっていうブランドは知っていました。CM で反町隆史さんと松嶋菜々子さんが出ているのを見ていたので。あの二人、すごく素敵じゃないですか。反町さんみたいな、渋いけど清潔感があって、奥さんともいい関係、みたいな……。ああいう「大人の男」のイメージがあったので、勧められた時に「ああ、あの CM のやつか」と、すんなり受け入れられた感じはありますね。

インタビュアー：CM のイメージと結びついたのですね。ただ、この美容液は 15,000 円ほどしますが、価格を聞いてどう思われましたか？ 購入までに迷いはありませんでしたか。

対象者：いや、正直「高っ！」って思いましたよ（笑）。月々のお小遣いの中から出すには、結構な覚悟がいりますから。でも、その時に美容部員さんがテスターを手に塗ってくれたんですけど、スツとなじむ感じとか、香りがすごく良くて。百貨店のあの空間の雰囲気もあって、「これを投資だと思って使えば、自分も少しはあの CM の世界観に近づけるかな」なんて、ちょっと背伸びしたい気持ちになったんですよ。

インタビュアー：「投資」という言葉が出ましたが、他のブランドの商品と比較したりはしなかったのでしょうか。

対象者：他は全然見てないです。というか、知識がないので比べようがなくて。ただ、百貨店でプロに「これがいい」と太鼓判を押されたという事実が、僕にとっては一番の安心材料でした。中途半端なものを買って後悔するより、一番いいやつを信じてみよう。

インタビュアー：プロの推奨と安心感が決め手になったのですね。そもそも、石川さんはこれまで「美容液」

というアイテムを使ったことはあったのでしょうか？

対象者： 全くないです。化粧水と乳液だけで十分だと思っていました。だから、自分でも美容液を買うなんて、半年前の自分じゃ信じられないですね。

インタビュアー： それまで使っていなかった「美容液」を、今回あえて取り入れようと思われた、本当の決め手は何だったと思われますか？

対象者： ……やっぱり、「自信」ですかね。営業職って、自分が商品みたいところがあるじゃないですか。肌が整っていると、不思議と背筋が伸びるといいます。15,000円払って「自分に手をかけている」という事実が、客前に立つときの自信に繋がると思ったんです。それが一番のスイッチだった気がします。

インタビュアー： ちなみに、もう少し手頃な9,900円のサイズもあったかと思いますが、そちらを選ぶとは思わなかったのでしょうか。

対象者： ああ、小さい方のサイズですね。もちろん、一瞬頭をよぎりましたよ。「1万円切るなら、そっちの方が家計へのダメージは少ないな」って（笑）。

インタビュアー： その迷いがありながら、最終的に大きいサイズに決めたのはなぜですか？

対象者： それも、カウンターでのやり取りが大きかったですね。美容部員さんに「しっかり効果を実感していただくには、まずは2ヶ月、このサイズでじっくり使ってみてください」と言われたんです。小さい方だと、効果が出る前に使い切っちゃうかもな、と思って。

インタビュアー： 「効果を実感するために」という言葉が響いたのですね。

対象者： ええ。せっかく「10年早く老ける」なんて現実を突きつけられて（笑）、意を決してケアを始めるわけですから、中途半端に試して「あんまり変わらないな」で終わるのが一番もったいないと感じたんです。やるなら、プロが言う通りに、一番いい状態で始めてみたい。その「覚悟の差」で大きい方を選びました。

4. 現使用美容液使用実態と評価

インタビュアー： 実際にお使いいただく中でのこだわりについて伺いたいのですが、アルティミューンをつける際に、意識されている「手つき」や「タイミング」などはありますか？

対象者： はい、これはカウンターで教わった通りに忠実にやっています。洗顔して化粧水をつけた後、2回プッシュして手のひら全体に広げてから、顔の中心から外側に向かって、こう、引き上げるような感じで馴染ませていきます。特に、疲れが出やすい目元や、ほうれい線のあたりは念入りに……と言っても、力を入れすぎないように指の腹で優しく、ですね。

インタビュアー： 「引き上げるように」「指の腹で優しく」といったことを意識されているのは、なぜでしょうか。

対象者： やっぱり、高い買い物でしたから（笑）。雑に塗って効果が半減したら嫌だなと思って。あと、そうやって丁寧に自分の顔を触っていると、「今日も一日頑張るぞ」とか「お疲れ様」っていう、仕事のスイッチの切り替えになる気がするんです。単なる作業じゃなくて、自分を整える儀式みたいな。

インタビュアー： 自分を整える儀式、ですね。では、現在この商品に対する満足度を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： そうですね……「4」でしょうか。

インタビュアー： 「4」とされた理由、特に満足されている点と、逆に「あと一歩」という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「肌のハリ」ですね。使い始めてから、朝、鏡を見た時の顔のシャキッとした感じが全然違います。肌が手に吸い付くような感覚があって、それが日中の「営業の自信」に繋が

っている実感があります。物足りない点は……やっぱり、値段ですね。5段階の「5」をつけたいところですけど、お小遣いへのダメージを考えると、どうしても少しシビアに見てしまいます（苦笑）。

インタビュアー： 値段の面で少しマイナスがあるものの、ハリの実感は強いのですね。具体的に、どんな瞬間に「あ、これを使っていて良かったな」と感じますか？

対象者： 営業先で、お客様と対面して話している時ですね。以前は「疲れて見えてないかな」と不安になることがあったんですけど、今は「自分は手入れをしている」という自負があるので、堂々と目を見て話せるんです。あとは、夜に洗顔した後の肌が、以前より滑らかになったと感じる時。一日の終わりに「投資した甲斐があったな」と。

インタビュアー： 他にも、香りやボトルのデザインなど、気に入っている点はありますか？

対象者： ボトル、いいですね。あの深い紺色と重み。洗面台に置いてあるだけで、「男の道具」って感じで格好いいです。香りも、女性物のような甘ったるさがなくて、キリッとした清潔感のある香りで気に入っています。

インタビュアー： 石川さんにとって、この「アルティミューン」の最大の魅力は何だと思われますか？

対象者： 「自分を格上げしてくれるツール」でしょうか。単に肌を綺麗にするだけじゃなくて、それを使うことで自分の気持ちを前向きにしてくれる。40代の営業マンにとって、それは15,000円以上の価値があるんじゃないか、と最近は思い始めています。

5. 現使用美容液 今後の使用意向

インタビュアー： それでは最後のパートになりますが、この「アルティミューン」を、今後も使い続けたいと思われますか？ こちらも5段階（5が非常に使い続けたい、1が全く思わない）で教えてください。

対象者： これは「5」ですね。使い続けたいです。

インタビュアー： 迷いなく「5」とされた理由、そして、使い続けることで肌や生活がどうなっていくことを期待されていますか？

対象者： 理由は単純で、やっぱり「結果」が出ているからです。肌のハリもそうですし、それによって仕事に向かう自分の気持ちがこれだけ変わるなら、15,000円は決して高いだけのものではないな、と。使い続けることで、5年後、10年後も、「疲れたおじさん」にならずに、現役の営業マンとして自信を持ってお客様の前に立ち続けていたい。それが一番の期待です。

インタビュアー： 「現役として立ち続けるため」の投資ということですね。ちなみに、他にも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： 今のところ、他に浮気するつもりはないですね。やっと自分に合う「本物」に出会えた気がしているので。下手に他のものに手を出して、このリズムを崩したくないというのがあります。あ、でも、資生堂メンの中で他にもシリーズがあるなら、洗顔とかも全部揃えたらもっと良くなるのかな、なんて少し気にはなっています。

インタビュアー： 最後に、この「アルティミューン」に対して、何か要望や改善してほしい点などはありますか？ どんな些細なことでも構いません。

対象者： 要望……。そうですね、やっぱり詰め替え用（レフィル）がもう少し安く手に入ると助かるかな（笑）。あとは、旅行や出張が多いので、このボトルのまま持っていくのは重いし割れそうで怖いんですよね。中身はそのまま、もっと軽くて丈夫な「トラベル用」のサイズが、もう少し買いやすい価格であれば、絶対買います。

インタビュアー： 「持ち運びやすさ」と「継続しやすい価格設定」ですね。貴重なお話をありがとうございます。

ました。