

2018年3月1日



“ベタツキ原因皮脂”を効果的に除去 「サンスタートニック」改良新発売 ～30代からの“オトコの頭皮クレンジング”を提案～

サンスターグループ ヘルス&ビューティーカンパニー（以下サンスター）は、ベタツキやニオイの原因となる頭皮の皮脂を効果的に除去する「サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー」と「サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー リンスインタイプ」を2018年3月5日（月）より全国で改良新発売します。

30代以降の男性の皮脂分泌量は同世代女性よりも非常に多いといわれていることから、サンスターでは皮脂の洗浄力が高いシャンプーで、男性の頭皮のベタツキやニオイの原因となる皮脂をしっかりと洗浄し、清潔にする“オトコの頭皮クレンジング”が大切だと考えています。

発売から50周年を迎えるサンスタートニックは、頭皮の皮脂を科学するブランドへと進化すべく研究をすすめ、ベタついて見える男性の髪の皮脂について徹底研究し、頭皮の皮脂量が同じでもベタついて見える人と見えない人がいることに着目。毛髪表面の皮脂に含まれる「ベタツキ原因皮脂※1」の割合が多いと髪がベタついて見えることを確認しました。

さらに、「ベタツキ原因皮脂」を効果的に除去するため、従来成分に加え、皮脂除去成分 PEG-20 ラノリンを新しく配合。「ベタツキ原因皮脂」をよりしっかりと除去することで、“オトコの頭皮クレンジング”をサポートします。

※1 サンスターでは、皮脂に含まれる不飽和脂肪酸の中でも、炭素数が16以上の長鎖不飽和脂肪酸を「ベタツキ原因皮脂」と呼んでいます。代表的なものにオレイン酸、エイコセン酸など。



サンスタートニック爽快頭皮ケアシャンプー（左）
サンスタートニック爽快頭皮ケアシャンプー リンスインタイプ（右）

【開発背景】

男性は思春期から30代頃にかけて皮脂分泌量が増加し、同世代女性よりも多く分泌されます。そのため皮脂分泌量が多い男性は、皮脂をしっかり落とす洗浄力の高いシャンプーで頭皮クレンジングをすることが大切です。しかし、30代以上の男性の約半数が、家族・女性用シャンプーを使用しており、さらに約4割が家族と兼用しています（出典：2016年サンスター調べ N=1,003）。一方、頭皮が脂っぼいと感じる割合は30代が最も多い結果に（図1）。皮脂でベタついて見える髪は不潔に思われるなど見た目の印象が悪くなりがちで、頭髮の悩みの一因にもなっています。

サンスタートニックは、30代以上の男性にベタツキやニオイの原因となる皮脂を除去する洗浄力の高いシャンプーで毎日洗髪する新習慣“オトコの頭皮クレンジング”を提案します。

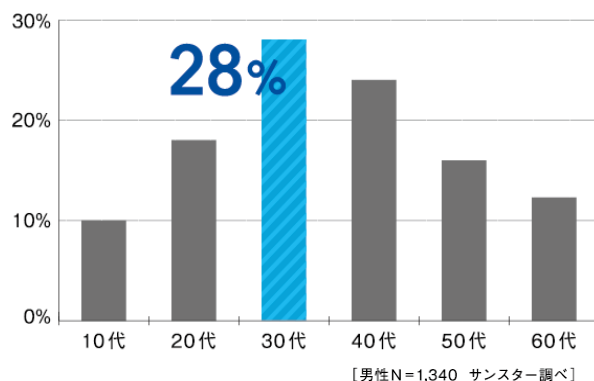


図1 頭皮が脂っぼいと感じる人の割合

【商品概要】

サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー

サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー リンスインタイプ <改良新発売>

- ① 皮脂除去成分としてポリグリセリル-4 ラウリルエーテルに加え、新たに PEG-20 ラノリンを配合。「ベタツキ原因皮脂」を含む、頭皮のベタツキやニオイの原因となる皮脂をしっかり除去します。
- ② 泡持ちがよく、つぶれにくい泡質に改良しました。洗浄実感を高める豊かな泡立ちで、髪や頭皮に泡が保持でき、やさしく、しっかり洗えます。
- ③ 頭皮のことを考え、ネバリ成分を多く含むガゴメ昆布から抽出されたガゴメエキス（保湿剤）を配合しました。
- ④ サンスター独自の清涼剤「クールプライムメントール」を配合。頭皮だけでなく気分もリフレッシュさせます。
- ⑤ ノンシリコン処方です。
- ⑥ 嗜好性の高いシトラス（柑橘系）に、フルーツ、ハーバルのアクセントを加えたクリアでリフレッシュできる「シトラスハーブ」の爽やかな香りです。
- ⑦ 爽快頭皮ケアシャンプーの使用感：豊かな泡立ちで髪の根元からふわっと軽い感じに仕上がりと、自然なボリューム感ができます。

爽快頭皮ケアシャンプー リンスインタイプの使用感：クリーミーな泡で洗髪時の髪のきしみ感を防ぎ、サラサラの仕上がりに。



サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー
480mL(左)／詰替え用 360mL(右)

サンスター爽快頭皮ケアシャンプー リンスイン
460mL(左)／詰替え用 340mL(中)／230mL(右)

【発売時期および地域】

2018年3月5日（月） 全国

【商品仕様】

商品名	容量	希望小売価格 (税抜)	JANコード
サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー	480mL	750円	4901616107380
サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー 詰替え用	360mL	450円	4901616107397
サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー リンスイン	460mL	750円	4901616107410
サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー リンスイン 詰替え用	340mL	450円	4901616107427
サンスタートニック 爽快頭皮ケアシャンプー リンスイン	230mL	350円	4901616107441

【サンスタートニック】

サンスタートニックは、日本ではじめての男性用シャンプーブランドとして誕生。1968年の発売から50年に渡り、高い洗浄力と圧倒的な爽快感を独自に追求してまいりました。そして2018年、頭皮の皮脂を科学するブランドへと進化。これからもさらなる研究を積み重ね、男性の多様なニーズにお応えできる商品をご提供してまいります。

サンスタートニックブランドサイト

<http://www.tonicworld.com/>**【サンスターグループ ヘルス&ビューティーカンパニーについて】**

サンスターグループは、持株会社サンスターSA(スイス・エトワ)を中心に、事業分野毎に全世界の研究・マーケティング・製造・販売を統括する、オーラルケアカンパニー、ヘルス&ビューティーカンパニー、SEカンパニー(接着剤、シーリング材等、モーターサイクル部品の事業を担当)の3事業カンパニーと、全世界のガバナンス、管理機能を統括する経営本部で構成、グローバルな事業運営を行っています。ヘルス&ビューティーカンパニーは、スキンケア製品「EQUITANCE」、ヘアスプレー「VO5」、男性向けシャンプー「サンスタートニック」、健康食品・飲料「健康道場」などを製造・販売しています。

<お客様からの商品のお問い合わせ先>

サンスターお客様相談室

TEL:0120-008241(平日 9:30~17:00 土日祝除く)

別添 サンスタートニック 50周年 進化と軌跡

開発のきっかけは、洗髪の仕方の男女差

当時の開発チームが、**男女で洗髪の仕方に差がある**ことを発見！女性は髪を中心に、男性は頭皮を中心に洗っていることに気がきます。さらに、**男性がシャンプー後にヘアトニックで頭皮をスッキリさせていること**にも着目！男性向けの頭皮をスッキリ爽快にさせるシャンプーの開発に乗り出しました。試行錯誤の末、ハミガキに使用しているメントール（清涼剤）を応用するというサンスターならではの発想で、日本ではじめての男性用シャンプー「サンスタートニックシャンプー」が誕生。

サンスタートニックシャンプーの軌跡

初代サンスタートニック
シャンプー



1968
1974
“気の弱い男は使うな！”

男性用爽快シャンプー誕生
当時流行のウィスキー瓶をイメージした大人の男のお洒落なボトル。シャンプーにメントールを入れる処方を開発。

リンスイン



1975年
“リンスタッチの男のシャンプー”

リンスインシャンプーの先駆け
長めの髪が流行りだしたこともあり、髪のかしみに着目。当時まだ珍しかったリンスインシャンプーを開発。

男髪シャキッと仕上げ（左）/
男髪サラサラ仕上げ（右）



1992
1996
“髪、スカッとサラサラ”

それまでのイメージを一新
爽やかな男性が好まれるようになり、香りを爽やかに、デザインも一新。清涼感そのままにサラサラに仕上がる処方を開発。

サラサラ（左）/
リンスイン（右）



2000
“クールになったヤツの、勝ち”

リンスインをラインナップ
時代の流れにより、髪のかしみの流れにより、髪のかしみを重視。しっかりと洗った洗い上がりへ。透明なリンスインシャンプーが登場。

スカルプケア（左）/
リンスイン（右）



2004
2011
“ポジ男”

男性の内面にも着目
ストレス社会に負けない、がんばる男性を応援するブランドへ。清涼感の持続性、頭皮の皮脂除去力を大幅アップ。

爽快頭皮ケアシャンプー/
爽快頭皮ケアシャンプー リンスイン



2018
“気付いてないの、俺だけ！”

頭皮の皮脂を徹底研究
30代以降の男性の頭皮の皮脂に着目。ベタツキ原因皮脂を特定し、効率的に除去する処方を開発。

清涼感と香りへのこだわり

サンスタートニック最大の特徴である清涼感。そのポイントは香りとの組み合わせ。50年間清涼感を研究し続けてきたサンスターは、メントールと香料のブレンドによる独特な使用実感を追求し、今の心地よい清涼感を実現しています。

外国の香水をイメージした香りから始まり、爽やかなフレッシュグリーンフローラル調、より爽快感を感じるシトラスハーブ調の香りへと時代に合わせて香りも変化させてきました。



(香りのイメージ図)

こんなものもありました、サンスタートニックいろいろ

シャンプー



女性用 1972年
スーパーストロング 1986年
アクアティックメロンの香り 2015年

女性用をはじめ、様々な使用感のシャンプーにチャレンジ。メントールを大幅増量し大好評だったスーパーストロング、若年層から支持を得たメロンの香りも。

その他



ボディウォッシュ（左）
ボディローション（右） 1989
リフレッシュ デオ タオル（左）
ウェイクアップクール フェイスウォッシュ（中）
クールボディパウダー（右） 2002年
クールスカルプスプレー 2008年

ヘアケア製品にとどまらず、新たな製品を続々と発売。当時一般的ではなかった泡で出る洗顔料や、肌に直接付ける清涼パウダーも。