

ミノン誕生50周年を記念し、肌と心のすこやかな未来をつくる

「-敏感期に寄り添う- 肌とやさしさにエールを。プロジェクト」始動



ブランドキャラクターの岸井ゆきのさん、小関裕太さん出演

新TV-CM「寄り添ってきた想い」篇 9月13日（水）より全国で放映開始

敏感肌に寄り添い続けてきたミノンが目じたのは、誰しにも訪れうる肌と心がゆらぎやすい時期「敏感期」。
全体の約半数が、「敏感期」を実感していたことが調査の結果判明

第一三共ヘルスケア株式会社（本社：東京都中央区、以下「当社」）の敏感肌向けスキンケアブランド「ミノン」は、今年でブランド誕生から50周年を迎えました。ブランド誕生以来、敏感肌に寄り添い続けてきたミノンは、誰しにも訪れうる肌と心がゆらぎやすい時期を「敏感期」と捉え、すべての人の肌と心のすこやかな未来をつくる「-敏感期に寄り添う- 肌とやさしさにエールを。プロジェクト」を始動します。

そのスタートを飾るコンテンツとして、2023年9月13日（水）より新TV-CM「寄り添ってきた想い」篇を全国で放映開始。TV-CMにはブランドキャラクターを務めている岸井ゆきのさんと小関裕太さんが引き続き出演、ミノンからのメッセージをアンバサダーとして届けます。

どんな人にも、
肌と心の「敏感期」は
やってくるから

気づくと肌がカサカサしている。
ニキビや皮脂が気になる。
肌の調子が悪いとなんとなく心がしずむ。
環境の変化、体調の変化、年齢の変化、
日々の暮らしの中で
肌がゆらいだり、心がゆらいだり、
だれにでも敏感な時があります。
だけど、そんな「敏感期」のそばには
いつも、肌の数だけやさしさがありました。
大切な人の肌を想い、時に想われ、
そして、自分自身の肌も思う。
見落としがちな肌のゆらぎを気遣う
たくさんのやさしさにエールを届け、
肌と心のすこやかな未来をつくる。
ミノンの新しいプロジェクト、はじまります。



新TV-CM「寄り添ってきた想い」篇（30秒）より

YouTube URL（30秒）：<https://youtu.be/pVNucwLTRQA>

YouTube URL（15秒）：<https://youtu.be/3KbkznzqnApM>

プロジェクトサイトURL：minon-project.jp

本リリースでは、誕生50周年を迎えた「ミノン」とプロジェクト発足の背景についてや、「-敏感期に寄り添う- 肌とやさしさにエールを。プロジェクト」の第1弾として展開するコンテンツの概要を紹介します。

- プロジェクトの発足背景について
- 新TV-CM「寄り添ってきた想い」篇について
- プロジェクトコンテンツについて
- 「敏感期」実態調査について

なお本プロジェクトは今後も継続してコンテンツを拡充していく予定です。

■ 第一三共ヘルスケア株式会社について

第一三共ヘルスケアは、第一三共グループ※の企業理念にある「多様な医療ニーズに応える医薬品を提供する」という考えのもと、生活者自ら選択し、購入できるOTC医薬品の事業を展開しています。

現在、OTC医薬品にとどまらず、機能性スキンケア・オーラルケア・食品へと事業領域を拡張し、コーポレートスローガン「Fit for You 健やかなライフスタイルをつくるパートナーへ」を掲げ、その実現に向けて取り組んでいます。こうした事業を通じて、自分自身で健康を守り対処する「セルフケア」を推進し、誰もがより健康で美しくあり続けることのできる社会の実現に貢献します。

※第一三共グループは、イノベティブ医薬品（新薬）・ジェネリック医薬品・ワクチン・OTC医薬品の事業を展開しています。

誕生50周年を迎えた「ミノン」とは

1973年、化粧品アレルギーによる肌トラブルをなくしたいという想いから誕生した「ミノン」。まだ「敏感肌」という言葉が広まる前からミノンは肌へのやさしさにこだわり続けてきました。ミノンのブランドメッセージ「肌とやさしさのあいだに。」には「肌と大切な人を想う気持ちの間に介在し続けるブランドでありたい」という願いが込められており、敏感肌トラブルに悩む方に寄り添い、またその方を想う身近な方の気持ちも見つめ続けてまいりました。

2009年には肌のうるおいに深くかかわるアミノ酸の働きに着目して開発された、低刺激性フェイスクアシリーズ「ミノン アミノモイスト」を発売。やさしさだけでなく、美しさも追求し、敏感肌の方もスキンケアを楽しんでいただけるラインアップ拡充を目指しています。



ブランドサイトURL : minon-amino.jp

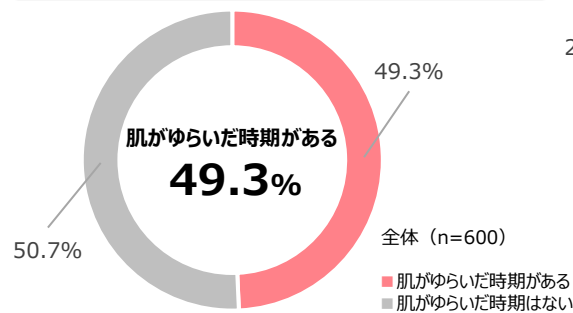
ブランド名は、「Non allergic（アレルギーの原因物質を極力カット）」「Non toxic（低刺激性）」「Non alkaline（弱酸性）」という、開発当初から目指している3つの「Non」が由来となっています。赤ちゃんから高齢の方までお使いいただける製品であり続けるために、今もこの考え方を守っています。



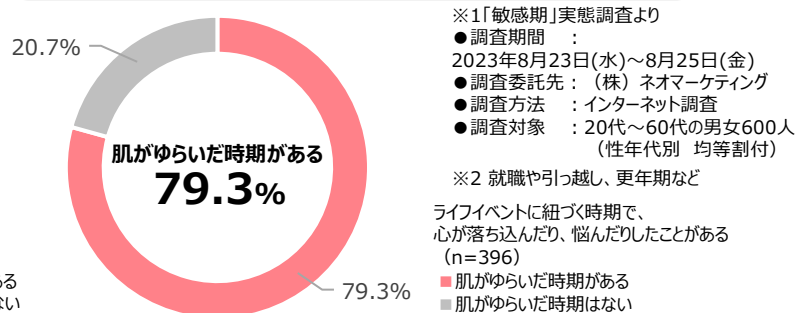
プロジェクト発足背景について

当社で継続して実施しているユーザーインタビューにおいて、年代の変化や生活環境の変化で肌あれを感じた人が多くおり、同時に肌の悩みに起因し、不安や焦りを感じている人も見受けられました。この結果を受け、さらに実態調査※1を行ったところ、思春期や25～45歳頃に訪れる曲がり角期といった、特定の年代に紐づく肌のゆらぎを実感した人が約半数(49.3%)いることが判明。また、就職や引っ越し、更年期といったライフイベント（生活や体調の変化）に伴い心の落ち込みがあった人の中では、約8割(79.3%)の人が肌のゆらぎを感じていることが分かりました。このことから、ミノンは「肌と心のつながり」に着目し、誰しにも訪れうる肌と心がゆらぎやすい時期を「敏感期」と名付けました。そして、スキンケアを通じてあらゆる人の敏感期を支え、肌と心のすこやかな未来をつくることを目指して「-敏感期に寄り添う- 肌とやさしさにエールを。プロジェクト」を始動します。

年代に紐づく時期で、普段と比べて一定の期間、自身の肌（顔や頭皮、からだ全身）がゆらいだ時期はあるか



ライフイベント※2に紐づく時期で、心が落ち込んだり、悩んだりして、普段と比べて一定の期間、自身の肌（顔や頭皮、からだ全身）がゆらいだ時期はあるか



※1「敏感期」実態調査より
 ● 調査期間 : 2023年8月23日(水)～8月25日(金)
 ● 調査委託先 : (株) ネオマーケティング
 ● 調査方法 : インターネット調査
 ● 調査対象 : 20代～60代の男女600人 (性年代別 均等割付)

※2 就職や引っ越し、更年期など
 ライフイベントに紐づく時期で、心が落ち込んだり、悩んだりしたことがある (n=396)
 ● 肌がゆらいだ時期がある
 ● 肌がゆらいだ時期はない

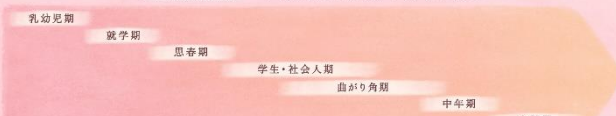
■ 「敏感期」とは

ミノンが考える「誰しにも訪れうる肌と心がゆらぎやすい時期」のこと。気温や紫外線、花粉などの外部環境、体質だけでなく、生活習慣の乱れ、加齢、ホルモンバランス、ストレスといった様々な要因により引き起こるものと捉えています。

敏感期 MAP

敏感期・・・誰しにも訪れうる肌と心がゆらぎやすい時期のこと。

● 年代の敏感期 ... 年代に紐づくゆらぎやすいタイミング



● ライフイベントでの敏感期 ... 生活や体調の変化に紐づくゆらぎやすいタイミング



■ 「敏感期マップ」とは

ミノンが考える「誰しにも訪れうる肌と心がゆらぎやすい時期」である「敏感期」が、どのようなタイミングで訪れやすいのかをマップにまとめました。「敏感期」は思春期や曲がり角期といった【年代の敏感期】（年代に紐づくゆらぎやすいタイミング）と、就職や引っ越し、更年期といった【ライフイベントでの敏感期】（生活や体調の変化に紐づくゆらぎやすいタイミング）があると考えています。

マップの詳細は「プロジェクトサイト」をご覧ください。

岸井ゆきのさん・小関裕太さん出演新TV-CM公開

ブランド誕生50周年を記念し、俳優・岸井ゆきのさんと小関裕太さんを起用した新TV-CM「寄り添ってきた想い」篇を2023年9月13日（水）より全国で放映開始します。今回のTV-CMは、ミンが寄り添ってきたたくさんの人々へ、改めてブランドが大切にしてきた想いを伝える内容となっています。

■ TV-CMストーリー

ピンクを基調としたお揃いの衣装でたたく岸井さんと小関さん。「ミンは50年！」と二人の掛け声から、思春期の娘（学生）や、赤ちゃん和新米ママパパ、息子とパパとおじいちゃんといった様々な年代のありふれた生活シーンが映し出されます。その後、製品を手に掲げた岸井さんと小関さんが、敏感な肌と心に寄り添い続けてきたミンの想いを伝えます。最後に、「肌とやさしさのあいだに。ずっと。ミン」と二人の息の合ったメッセージで締めくくられます。

■ 撮影エピソード

ミンカラーのようなやさしいピンクの背景の中、撮影がスタート。数年タッグを組んでいる絆があるからなのか、「ミンは50年！」と声を揃えて言うカットは一発OK。声に合わせて二人が頭をかしげる姿はかわいらしく、スタッフもほっこり。休憩中には、岸井さんの2歳になる姪御さんがミンを使っていることや、小関さんがスキンケアは全身ミンブランドに統一しているなどと、ミントークに花を咲かせる場面がありました。

■ 「寄り添ってきた想い」篇（30秒）ストーリーボード

	岸井さん・小関さん： ミンは50年！		♪ 寄り添ってくれた		♪ 大切に されてきたんだね
	♪ 肌と心が		♪ あなたの想い		♪ わたし
			岸井さん： 敏感肌という 言葉が広まる前から ♪ 忘れないよ		♪ 心から ありがとう 岸井さん・小関さん： 肌とやさしさのあいだに。 ずっと。
	♪ 敏感なときに		小関さん： ミンは3つの こだわりで ♪ ずっと ずっと		岸井さん・小関さん： ミン
			小関さん： 敏感な肌と心に 寄り添ってきました。	 Daiichi-Sankyo 第一三共ヘルスケア	

■ TV-CM概要

- タイトル : 「寄り添ってきた想い」篇（30秒/15秒）
 出演 : 岸井ゆきのさん、小関裕太さん
 放映開始日 : 2023年9月13日（水）
 放映地域 : 全国
 TV-CM本編URL : 30秒 <https://youtu.be/pVNucwLTRQA>
 15秒 <https://youtu.be/3KbknzqnApM>

プロジェクトコンテンツについて

■ プロジェクトサイト概要

より多くの方に敏感期やスキンケアへの理解を深めていただくためのコンテンツとして、プロジェクトサイトを9月12日（火）13時にオープンします。敏感期に関する調査結果や、短編ムービー「肌とやさしさの物語」、ミノン推奨の肌ケアのコツを紹介する「肌ケア教室」、今後イベントレポートを掲載する「エールアクションレポート」などを第1弾コンテンツとして展開します。

プロジェクトサイトURL：[minon-project.jp](https://www.minon-project.jp)



■ 注目コンテンツ① 短編ムービー「肌とやさしさの物語」

CMに登場する新米ママパパと、思春期の娘と母の短編ムービー「肌とやさしさの物語」を公開します。実際のミノンユーザーのエピソードをもとに、新作「寄り添ってきた想い」篇まで、約10年に渡りミノンのTV-CMを手掛ける、映画監督のタナダユキさんが映像化。「敏感期」とまどいを経て絆を深めていく家族の姿をタナダさんならではのあたたかい視点で描く作品です。「新米ママパパ」篇・「母と娘の時間」篇の2本。※物語はフィクションです。

短編ムービーURL：https://www.daiichisankyo-hc.co.jp/site_minon/project/hada_yell/webmovie/



「新米ママパパ」篇

YouTube URL：https://youtu.be/2rY_uszpq64



「母と娘の時間」篇

YouTube URL：<https://youtu.be/A8ySxJSbGeE>

■ 注目コンテンツ② 「肌ケア教室」

スキンケアの理解が深まるコンテンツとして、「肌ケア教室」を掲載。敏感肌と密接に関係する“肌のバリア機能”のしくみや、からだのケア・頭皮ケアの実践方法を紹介しています。ミノンが推奨するやさしいお手入れをイラストと一緒に分かりやすく解説。老若男女問わず気軽に実践していただけるコンテンツです。

肌ケア教室URL：https://www.daiichisankyo-hc.co.jp/site_minon/project/hada_yell/hadacare-school/

■ 注目製品のご紹介

新TV-CMに登場する全身シャンプーはパッケージをリニューアルし、50周年の感謝を込めて数量限定の企画品を発売しました。全身保湿ミルク大容量ポンプタイプにはお客さまのご要望にお応えて「つめかえ用」をご用意しました。



ミノン全身シャンプーしっとりタイプ
同 つめかえ用50周年感謝セット(企画品)
(販売名：ミノン全身シャンプー)
「植物性アミノ酸系洗浄成分」配合でバリア機能を守りながら洗う全身洗浄料。企画品はつめかえ用の増量品に6種類のミノンのサンプルを同梱したお買得なセット(数量限定)。



ミノン全身保湿ミルク(400mL)
同 つめかえ用(320mL) 2023年8月28日新発売
(販売名:DSミルクZ)
バリア機能をサポートする保湿ミルク。とろけるように伸び、広い範囲の乾燥ケアにぴったり。

すべて **医薬部外品**

「敏感期」実態調査について

この度、「敏感期」の実態を明らかにすべく調査を実施しました。当調査では年代の変化に伴う肌のゆらぎを感じた人、また生活や体調の変化により心が落ち込んだ際に肌のゆらぎを感じた人が多く存在することを確認しました。この調査結果はプロジェクトサイトで皮膚科医の解説とともにご覧いただけます。プロジェクトサイトURL：minon-project.jp

■ 解説

皮膚科医 福永有希 先生

鎌倉かまりんヒフクリニック 院長

浜松医科大学卒業。横浜市立大学附属病院皮膚科入局後、おもに神奈川県内の総合病院や皮膚科に勤務。2018年、神奈川県鎌倉市に「鎌倉かまりんヒフクリニック」開院。日本皮膚科学会皮膚科専門医。



「敏感期」実態調査 調査概要

※調査結果詳細は「ご参考」資料もご覧ください

- 調査期間 : 2023年8月23日(水)～8月25日(金)
- 調査委託先 : (株) ネオマーケティング
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査対象 : 20代～60代の男女600人
(性年代別 均等割付)

TOPIC1 :

年代の敏感期

特定の年代で肌のゆらぎを実感したという人は約半数いることが判明。また、ゆらぎを実感した年代のTOP3は「思春期」「曲がり角期」「学生・社会人期」

- 思春期や曲がり角期といった特定の年代で、肌のゆらぎ※を実感したと約半数(49.3%)が回答。
- 自身の肌のゆらぎを実感した年代のTOP3は「思春期(およそ11～18歳)」(22.5%)、「曲がり角期(およそ25～45歳)」(18.5%)、「学生・社会人期(およそ19～30歳)」(17.3%)。
- 「思春期」「曲がり角期」「学生・社会人期」の肌がゆらいだ原因、上位で共通したのは「ホルモンバランスの乱れ」。悩みやストレスなど心に関わる原因では、人間関係にまつわるものが共通項に。

※本調査における「肌のゆらぎ」とは、一時的に肌トラブル（顔や頭皮、からだ全身）が起きている状態のことを指します。

TOPIC2 :

ライフイベントでの敏感期

ライフイベントの変化に伴い心の落ち込みがあった人の中では、約8割の人が肌のゆらぎを実感

- ライフイベント(生活や体調の変化)に伴い心が落ち込んだり、悩んだりした人の中で、肌のゆらぎを実感した人は約8割(79.3%)。
- ライフイベントに伴い心が落ち込み、肌のゆらぎを実感したタイミングTOP5は「月経」(87.6%)、「過度な疲れ・疲労」(85.0%)、「更年期」(84.6%)、「引っ越し」(81.8%)、「単身暮らし開始」(78.7%)。

TOPIC3 :

敏感期のサポート

肌がゆらいだときにサポートしてもらったことは、おすすめのアイテムや皮膚科の紹介といった実用的な対策や、話を聞いてもらうなどメンタル面でのサポートも

- 肌がゆらいだときにサポートしてくれた人TOP3は「パートナー」(21.2%)、「母(義母)」(18.0%)、「友人・知人」(9.0%)。
- サポートしてもらってうれしかったことは「おすすめのスキンケア商品や皮膚科を教えてくれた」といった実用的な回答が多い中、悩みや話を聞いてくれたといったメンタル面での回答も見受けられた。
- 肌のゆらぎへのサポートを行った相手TOP3は「パートナー」(10.8%)、「母(義母)」(6.7%)、「子ども」(4.5%)。
- 実際に行ったサポートは「スキンケアのアドバイス」などの回答が多い中、「話し相手になる」などの相手に寄り添うような回答も。

番外編 :

親子の敏感期

親の3人に1人がわが子の肌のゆらぎを感じた時期あり。子どもの肌がゆらいだときに求めるサポートは「正しいスキンケア方法を教えてほしい」

- 親の3人に1人(35.5%)がわが子の肌のゆらぎを感じたことがあると回答。(子どもが0～18歳の間)
- 子どもの肌がゆらいだ際、相談した相手TOP3は「医師・薬剤師」(34.5%)、「パートナー」(27.4%)、「母(義母)」(11.9%)。
- 子どもの肌がゆらいだ際、親が周りの人にしてほしいサポートは「正しいスキンケア方法を教えてほしい」(32.1%)が1位に。

【福永先生コメント】

肌がゆらぐ要因には遺伝的な肌質、乾燥などの外部環境、ホルモンバランスの変化、病気、ストレスなど様々あります。また、人は年代ごとに肌質も変化しますが、肌をとりまく状況も変化しますので、どんな人も「敏感期」が訪れるのです。また、子育ての時期には子どもの肌ケアに親の関心が向きますが、一方で親の肌にも多くの環境変化やストレスが加わる時期です。そのため、親子そろって肌ケアへの注意が大切です。妊娠・出産、子育てなどで忙しい時期には、肌ケアに周囲からのサポートがあれば頼もしいです。