

SENKA「美容泡ピーリング洗顔^{※1}」が 出荷計画比 218%^{※2}と市場成長ペースを 19 ポイント上回る^{※3}

販売状況でクリーム洗顔市場をけん引

“バリュパ”を捉えた新たな価値の提案

– 毎日の習慣にステップを増やさず洗顔で「角質ケア」

株式会社ファイントウデイ（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：小森哲郎）が展開する 3 年連続クリーム洗顔 No.1^{※4}のスキンケアブランド SENKA より発売された、プレミアムライン洗顔「センカ プレミアムパーフェクトホイップ クリア（医薬部外品）」が、発売から 1.5 か月で出荷計画比 218%^{※2}と、想定を上回る進捗を記録しました。

また、売上金額前年比では 126%^{※3}で推移しており、同時期でのクリーム洗顔市場全体の成長率を 19 ポイント^{※3}上回る勢いで、クリーム洗顔市場をけん引しています。飽和するクリーム洗顔市場において、洗浄力という従来のニーズを満たす以上に、「習慣を変えることなく、いつもの洗顔で、美容泡に包まれながらやさしく角質ケアまでできる」という“効果価値”と、生活者の意識を満たし高める“情緒価値＝プレミアム”の両面でのアプローチが、生活者の“バリュパ”意識と合致し、商品への高い期待を裏付ける結果となっています。



出荷計画比 218%※²へと導いた、“バリュパ”意識を捉えた新たな価値提案とは

スキンケア意識の高まりと共に、ニーズの細分化が進み、それに比例してスキンケアのアイテムが増えていく。そんなジレンマを抱える生活者が少なからずいる中で、SENKA が出した答えは、“毎日できる美容泡ピーリング洗顔※¹”です。スキンケアのアイテムを増やすことなく、毎日の習慣である洗顔に角質ケアという新たな価値を提案し、洗うたびに顔まるごと透明感のある肌へと導く「センカ プレミアムパーフェクトホイップ クリア」は、SENKA ブランド史上最高シェアを更新。また出荷計画比 218%※²と驚異的な進捗を記録し、飽和状態ともいえるクリーム洗顔市場において、引き続き想定を上回る売れ行きをみせています。この好調を支えているのは、【“バリューパフォーマンス（バリュパ）”の背景にある生活者の本質を捉えた価値提案】と【SENKA の泡技術】です。

■消費思考・行動をとらえた価値提案

生活者がこれまで重視してきたコスパ・タイパだけではなく、“バリュパ”意識があり、昨今の物価上昇を背景に、「どうせ買うなら、少し高くても価値のあるものを選びたい」という思いが消費行動として現れつつあります。つまり、価格上昇をそのまま受け入れるのではなく、「ここまで出して中味は変わらないのは損」というインサイトが消費行動に影響し、モノを使用するにあたって「達成の意欲」が高まり、「ここまで出すなら、より効果と気持ちの充足を得たい」という本質的な消費思考が見られるようになっていきます。

また、多様化する肌悩みに対応すべく、ピーリング美容液など角質ケアへのニーズの高まる一方で、様々な新しいアイテムが投入される中、「スキンケアのステップはなるべく少なく抑えたい」という本音も聞かれます。

そこで、達成意欲と最適化意識の掛け合わせを重要なポイントとし、アイテム数を増やすことなく、いつもの洗顔で悩みにアプローチできる「毎日使える美容泡ピーリング洗顔※¹」を開発。「新しいモノを取り入れるにはアイテムを増やさなければならない」という固定概念を払拭し、洗顔といういつもの習慣の中で、角質ケアまで叶える新たな価値を提供できたことが、今回の好調の要因といえます。

■SENKA 泡技術による価値の実現

注目されがちな成分がもたらす効果のみならず、SENKA のブランド価値に着目。独自の「ミクロ美容泡」と生活者が感じるピーリング（角質ケア）に対するインサイト（ピーリングには興味があるけれど、漠然とした肌への不安もある）を掛け合わせ、SENKA ならではの価値へと昇華。SENKA が長年の研究で培ってきた泡の技術を生かし、豊かなミクロ美容泡で、肌を包みながら優しく洗いあげることが可能にしました。

発売直後から、「日々の洗顔で角質ケアまでできるのはうれしい」「洗顔にこだわりなかったけど、リピ決定」などうれしい声も多く届いています。引き続き SENKA は、生活者の皆さまの声に耳を傾け、洗顔市場をけん引すべく、新たな価値をお届けしてまいります。

【商品概要】

商品	
商品名	センカ プレミアムパーフェクトホイップ クリア (医薬部外品)
販売名	SENKA パーフェクトホイップ PC
容量	120g
商品特長	毎日できる「美容泡ピーリング洗顔※1」 - 洗うたび顔まると透明感 ・薬用成分サリチル酸※5 配合 ・毎日使える角質ケア（ピーリング）洗顔※1 ・整肌成分カモミールエキス※6 新配合
発売日	2月26日（水）より全国にて販売中
価格	オープン価格
関連リリース	商品ローンチ：https://www.finetoday.com/jp/news/newsrelease/2025010801/ 新ミューズ就任：https://www.finetoday.com/jp/news/newsrelease/2025022601/

※1 古い角質や毛穴の汚れを洗いながす

※2 2025年2月26日～3月31日での累計出荷数に基づく（ファイントウデイ調べ）

※3 インテージ SRI+ 2025年3月1～2025年3月31日 セルフクリーム洗顔市場（ダブルウォッシュ除く）売上金額前年比（市場トータル 107%）

※4 インテージ SRI+ 2021年11月～2024年10月 セルフクリーム洗顔市場（ダブルウォッシュ除く）個数シェア 主要シリーズランキング

※5 ニキビ予防

※6 カモミラエキス

▼SENKA ブランドサイト：<https://www.hada-senka.com/>

▼SENKA 公式 X：https://x.com/senka_jp

▼SENKA 公式 Instagram：<https://www.instagram.com/senka.jp/>

▼ファイントウデイ 企業情報：<https://www.finetoday.com/jp/>

■ファイントゥデイグループについて

ファイントゥデイグループは、2021 年に資生堂のパーソナルケア事業から独立して創業しました。

私たちは、世界中の誰もが、素晴らしい一日を紡ぎ、いつまでも美しく、豊かな人生を送れるようにすることをパーパスに掲げ、その達成に向けて地球環境および社会の持続可能性と、収益性ある成長を一体化させて推進しています。

私たちの DNA に由来する美意識は、洗練されたオペレーション、独自の価値提供、グローバルな行動様式などに受け継がれています。

私たちは、世界中の人々にときめきを通じてウェルビーイングを届ける、アジア No.1 の日用美品の創造企業となることを目指しています。
