

報道関係者各位

ダメージに悩む 77%^{※1} が使い続けたい - ダメージケアの歴史が変わる^{※2} その瞬間**TSUBAKI 史上最高峰「プレミアム EX」シリーズ誕生**

インテンシブリペア シャンプー・インテンシブリペア トリートメント』

ダメージケア迷子を解き放つ黒 TSUBAKI 9月23日新発売

株式会社ファイントゥデイ資生堂（本社：東京都港区、代表取締役社長兼 CEO 小森哲郎）は、ヘアケアブランド「TSUBAKI」より、イオン補修成分^{※3}で毛髪一本一本を立体的に補修する新次元^{※4}のダメージケア『プレミアム EX インテンシブリペア シャンプー・インテンシブリペア トリートメント』を TSUBAKI 史上最高峰^{※5}シリーズとして、2022年9月23日より順次発売を開始いたします。



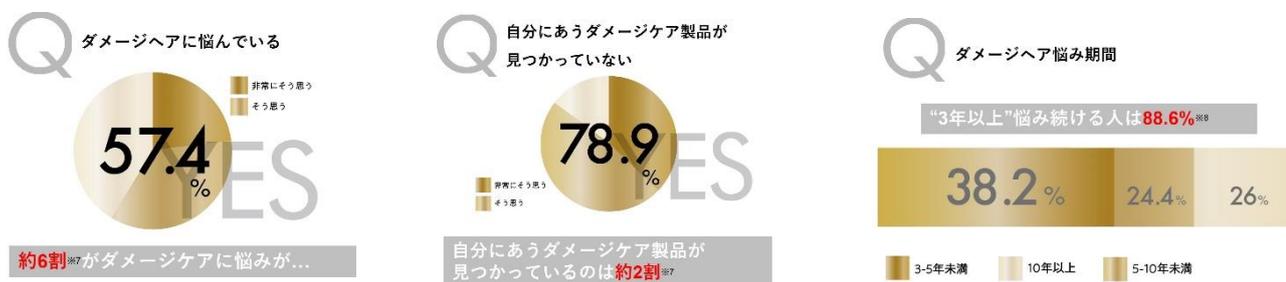
【ポイント】

- TSUBAKI より、ダメージケアに特化した史上最高峰^{※5}『プレミアム EX』シリーズが 9月23日誕生
- ダメージにより引き起こされる【毛髪の断面形状変化】に着目。ダメージを受けた髪は、すこやかな髪と比較して毛髪断面に歪みや扁平化が起こり、見た目にも髪の艶を失うことに。
- 「浸透力」「結合力」を兼ね備えたイオン補修成分^{※3}のチカラで、ダメージを根本補修。毛髪一本一本を内側から真円へと近づけ、形状を立体的に補修。
- 自分にあうダメージケア製品が見つからない人が 2割^{※6}しかない中、ダメージケア迷子の 77%^{※1}が使い続けたいと思った新次元^{※4}のダメージケアシャンプー・トリートメント。

報道関係者各位

ダメージヘア迷子を解き放つ、それが黒TSUBAKI

2006年のブランド誕生以来、美しい髪を最大限に引き出す美髪ケアを提案し続け、長年に渡りダメージを受けた髪に艶を取り戻すべく研究を続けてきたTSUBAKI。ヘアケア市場におけるトレンドがめまぐるしく変化する中、常に生活者の皆さんに寄り添うべく幾度となく重ねてきた調査からは、20代～50代の約6割^{※7}がダメージヘアに悩み続け、そのうち自分の髪に合うダメージケア製品が見つかった人は、わずか2割^{※6}しかないという実情が明らかになりました。そして、約9割が、3年以上^{※8}も悩み続けているというお声も。このようにダメージに悩み続けているのと同様に、自分に合うダメージケア製品を探し続ける方々を、私たちは「ダメージヘア迷子」と定義し、その悩みを解決すべく開発に取り組んだのが、今回の黒TSUBAKIです。



2022年秋、TSUBAKIから誕生するのは、ダメージケアの最高峰^{※5}プレミアムEXシリーズ『インテンシブリペア シャンプー・インテンシブリペア トリートメント』です。ダメージヘアの根本課題である、歪みや扁平化などの「毛髪形状の変化」に着目し、その断面形状を補修するために、イオン補修成分^{※3}を配合。髪の断面形状を内側から立体補修、本来あるべき姿の真円へと近づけることで、艶あふれるオーラ髪へと導きます。

- ※¹【調査概要】ファイントゥデイ資生堂調べ 調査対象：20～50代女性ダメージヘアに悩みを持つ女性
調査方法：5日間の使用の後パネル調査／調査期間：2022年6月15日～6月20日／回答者数：100名
設問内容：今回お使いいただいた商品について、今後も続けて使っていきたいとの程度思われましたか。お気持ちに近いものをお知らせください。
選択肢：「非常にそう思う、そう思う、どちらともいえない、そう思わない、全くそう思わない（SA）」の内、「非常にそう思う、そう思う」を選んだ人の割合
- ※² TSUBAKIブランド内において。
- ※³ ラウリルトリモニウムクロリド（補修）
- ※⁴ TSUBAKIブランド内において。ダメージを受けている部位に補修成分のラウリルトリモニウムクロリドがイオンの力で髪に吸着し、内部から補う物理的な補修効果のこと。
- ※⁵ TSUBAKIブランド内において。
- ※⁶【調査概要】ファイントゥデイ資生堂調べ 調査対象：20～50代女性／
調査方法：パネル調査／調査期間：2022年6月13日～6月15日／回答者数：300名
設問内容：ヘアケアに関する次の項目についてあなたのお気持ちに近いものをお知らせください。「自分に合ったダメージケア商品がまだ見つからない」
選択肢：「非常にそう思う、そう思う、どちらともいえない、そう思わない、全くそう思わない（SA）」の内、「非常にそう思う、そう思う」を選んだ人の割合
- ※⁷ 設問内容：ヘアケアに関する次の項目についてあなたのお気持ちに近いものをお知らせください。ダメージヘアに悩んでいる、ダメージヘアに悩んでいる／
選択肢：「非常にそう思う、そう思う、どちらともいえない、そう思わない、全くそう思わない（各SA）」の内、「非常にそう思う、そう思う」を選んだ人の割合 ※6調査による
- ※⁸ 設問内容：ヘアケアに関する次の項目についてあなたのお気持ちに近いものをお知らせください。「どのくらいの期間ダメージを感じていらっしゃいますか」
選択肢：「ここ1～2年、3～5年未満、5～10年未満、10年以上」（SA）の内、ここ1～2年を選んだ人以外の割合 ※6調査による

報道関係者各位

【商品概要】

◆ 商品名・発売日・容量・価格

商品名： TSUBAKI プレミアム EX インテンシブリペア <シャンプー>
TSUBAKI プレミアム EX インテンシブリペア コンディショナー <ヘアトリートメント>
発売日： 2022年9月23日※
容量： 本体 490mL / つめかえ 330mL
価格： オープン価格

※9月23日より順次展開を開始

【商品特長】

「ダメージケアの歴史が変わる^{※1}。新次元^{※2}のダメージケアシャンプーで、艶あふれるオーラ髪へ」

◆ 毛髪の『断面形状変化』に着目。イオン補修成分^{※3}が髪の深層部にまで届き、毛髪一本一本を立体的に補修。

ダメージの根本解決のために着目したのは、デコボコになってしまった「毛髪の断面形状」。ダメージを受けた毛髪は成分が流出することで、内部が空洞化し、また外側のキューティクルもめくれることで、断面が凹凸のある形状に。そのため、光の乱反射により艶がでにくく、また手触りにも影響を及ぼします。『TSUBAKI プレミアム EX』は、従来の毛髪内部への成分補給やキューティクルのめくれを抑えることに加え、「浸透力」と「結合力」を兼ね備えた「イオン補修成分^{※3}」を配合。ダメージを受けマイナスに帯電した毛髪に、プラスの電荷を持つ「イオン補修成分^{※3}」が毛髪内部まで入り込んで、ダメージ毛髪と結合し内側から形状を立体的に補修。円形で美しい形状で、なめらかで艶のある質感に仕上げます。



報道関係者各位

◆ 艶あふれるオーラ髪の実現をサポート。イオン補修成分を含めた3つの成分アプローチ

黒 TSUBAKI は3つの成分アプローチで、艶あふれるオーラ髪へと導きます。

- 毛髪の断面形状を整えるイオン補修成分^{※3}
- パールプロテインや親和アミノ酸、アモジメチコンの補修成分、ローヤルゼリー、グリセリンの保湿成分をブレンドした美髪美容ブレンド^{※4}
- 髪をしなやかに仕上げるゴールデンリペア成分^{※5}。



◆ 新香調「心やすらぐローズブーケと椿密果の香り」で、心地よいバスタイムを

上質な花の蜜と果実感にあふれた椿蜜花はそのままに、シャンプーの時間をより心安らぐものにしていただきたくグリーンフローラルの香りをたずさえたローズブーケを加えました。



◆ 艶のある美しい髪をイメージした「青みを感じる黒」をメインに、「ゴールド」を重ね高品質・高機能感を

TSUBAKI 初の黒の世界観をパッケージでも演出。また、POP やつめかえ表面には流麗なイオンのシズルを大胆に配置し、美容成分が浸透しているイメージを表現しています。

<環境への配慮>

つめかえ用パッケージの正面に「プラスチック量」「プラスチック材質表示」を表記し、環境へ配慮することの重要性を伝えていきます。



※¹ TSUBAKI ブランド内において。

※² TSUBAKI ブランド内において。ダメージを受けている部位に補修成分のラウリルトリモニウムクロリドがイオンの力で髪に吸着し、内部から補う物理的な補修効果のこと。

※³ ラウリルトリモニウムクロリド (補修)

※⁴ ゴールデンリペア成分: 椿オイル、ローヤルゼリー、大豆プロテイン (補修)

※⁵ 美容美髪ブレンド: パールプロテイン、親和アミノ酸、アモジメチコン (補修)、ローヤルゼリー、グリセリン (保湿)

▼ TSUBAKI ブランドサイト :

<https://brand.finetoday.com/jp/tsubaki/>

▼ 黒TSUBAKI 特別サイト :

<https://brand.finetoday.com/jp/tsubaki/intensiverepair/>

▼ TSUBAKI 公式Instagram :

https://www.instagram.com/tsubaki_jp/

▼ TSUBAKI 公式Twitter :

https://twitter.com/tsubaki_ofc

▼ TSUBAKI 公式LINE :

<https://line.me/R/ti/p/@Tsubaki?from=page>

▼ファイントゥデイ資生堂 企業情報 :

<https://www.finetoday.com/jp/>