

～ 大丸東京店 9 階「明日見世」で、三省製薬のブランド展示・販売を好評開催中!! ～

「明日見世」を通して見えてきた、「デルメッド」のお客様像

中身の確かさ、精神的な豊かさを大切にする ニューラグジュアリー層に選ばれている「デルメッド」

美容成分と化粧品の開発・製造・販売と、オリジナル化粧品ブランド「デルメッド」、「IROIKU（イロイク）」、「yameKAGUYA（やめかぐや）」を展開する三省（さんしょう）製薬株式会社（本社：福岡県大野城市 代表取締役社長：陣内 宏行）では、当社の企業・事業動向やトピックスをニュースレターとして定期的に発信しています。

今号では、昨年 9 月より、大丸松坂屋百貨店が大丸東京店 9 階で運営している体験型ストア「明日見世」において、当社が展示や商品販売を行う中で見えてきた「デルメッド」のお客様像などについてご紹介します。

「明治創業で 130 年以上の歴史を持つ三省製薬の美容成分と化粧品は、愛妻家の社長の想いから誕生!!」をテーマとした「明日見世」への当社の展示は、当初半年間を予定していましたが、多くのお客様に足をとめていただき、好評をいただいたことから、展示期間を延長し 8 月 19 日（火）まで実施しています。

■ 「明日見世」での多くの出会いから見えてきた、「デルメッド」のお客様～見た目よりも“中身”、“安心感や信頼感”を重視。

当社は「明日見世」に参画することによって、多くのお客様とのリアルな接点を得ることができました。

＊「明日見世」には、出品ブランドのストーリーを丁寧に紹介するアンバサダー（大丸松坂屋百貨店の専属スタッフ）が常駐しており、お客さまとのコミュニケーションが当社にフィードバックされています。

東京駅の玄関口、大丸東京店 9 階の「明日見世」で、初めて「デルメッド」を知ったというお客様も多くいらっしゃいました。日々、様々な出会いを重ねる中で、「どのような方がデルメッドを手に取り、購入されているのか」が徐々に明らかになってきました。



「デルメッド」に興味を持って購入いただく方の多くは、ライフスタイルを重視し、質の良いものを好まれる傾向がありました。見た目のラグジュアリーさよりも、“中身”の信頼性や効果への期待、そして商品への安心感・信頼感を重視されていることがわかりました。

特に目立ったのは、50代女性たちの姿。「デルメッド」に興味を持ち、その場で購入される決断の速さが印象的でした。購入された方全体では、40～60代の年齢層が約7割を占め、いわゆる“富裕層”とも重なる生活者像が見えてきました。彼女たちはECに頼るだけでなく、自らの目で商品を見て、言葉を交わし、肌にのせて試した上で納得して購入する——そんな丁寧な消費行動を重視しているようです。実際、「明日見世」ではリピート購入に至った例も複数みられました。

■ 「デルメッド」のお客様の年代別ペルソナ像 ～浮かび上がる現代の“ニューラグジュアリー層”。

「明日見世」でのお客様との出会いやコミュニケーションを踏まえ、年代別に「デルメッド」のお客様のペルソナ像をつくってみました。

自分の時間を上手に作りながら、 ナチュラルやツヤ肌を大切にしたい“健康美”を大切にする40代女性。

「明日見世」でお伺いした40代のお客様の肌悩みは主に乾燥やシミでした。「デルメッド」の商品に配合されている美白（*1）有効成分「コウジ酸」のシミ対策に期待を寄せる声が多く聞かれました。また、ヘアケアにも悩み（うねりやパサつき、まとまりにくさ）があり、スキンケアと合わせてトータルでの美容ケアを求めている印象でした。子育てや仕事などで忙しい年代ですが、自分のケアも大切にしたいと考える方が多いようです。

そんなお客様から浮かび上がる「デルメッド」の40代ペルソナ像は、「自分の時間を上手に作りながら、ナチュラルやツヤ肌を大切にしたい“健康美”を大切にする女性」です。

子育ての真っ最中でも、自分自身の時間を大切にして、生活を楽しんでいます。装いはシンプルで、暮らしの中にワンポイント、心をくすぐるものを取り入れたいと考えています。

年齢による肌の変化を感じ始める年代ですが、美容においてはナチュラル、ツヤ感といった健康的な美しさを好みます。肌の悩みはシミ。ヘアケアにも悩みを感じ始めて、ヘアケア商品にも注目しています。

情報収集の起点はInstagramが多く、そこからWEBページでの情報収集を経て、納得したものを店舗で確認して購入するという消費行動が見られます。



イメージ

*1：美白とは、メラニンの生成を抑えてシミ・ソバカスを防ぐことです。

年齢特有の身体の変化はポジティブに受け止める。 高い美意識を持ち、品質や信頼を大切にしたいものを選びをする50代女性。

「明日見世」を訪れる 50 代の女性たちは、シミや肝斑などの肌悩みを抱える人が多く見られました。「コウジ酸」をもともと知っている方も多く、知らない方も展示ブースで興味を持っていただくケースが散見されました。

また、更年期真っ只中のこの年代は、肌（顔）だけでなく、髪、頭皮、身体など広範囲の乾燥が悩みの種となるようです。「デルメッド」のスキンケア商品のみならず、ヘアケア商品へのお問い合わせも多くいただきました。ご夫婦で来店されるなど、夫婦仲の良さが伝わってくるお客様もいらっしゃいました。

そんなお客様から見てきた「デルメッド」の 50 代ペルソナ像は、「年齢特有の身体の変化はポジティブに受け止める。高い美意識を持ち、品質や信頼を大切にしたものを選びをする女性」です。

そもそも経済的にゆとりがあり、若いころからファッションや美容に投資をしています。子育てが一段落し、夫婦や友達と過ごす時間を大切にできるようになりました。

バブルのピークから崩壊までの世情を見たり体験しているため、もの選びには慎重な面もあります。

大切にしているのは、価格と品質のバランスと信頼性。そこに納得すれば迷わず消費行動に移します。更年期など、ライフステージにおける身体の変化はポジティブに捉え、人生を楽しもうとしています。



イメージ

トレンドを捉えながらも、自分らしいスタイルを貫く、 澁瀨としたおしゃれ上級者の 60 代女性。

「明日見世」で出会った 60 代の女性たちは、百貨店のヘビーユーザーの方が多く、価格よりも品質を重視する目の肥えたお客様でした。若い時から美容とおしゃれに敏感で、確かなもの、信頼できるものを求める方々といえそうです。「デルメッド」については、配合している自社開発の美容成分や、製薬会社が作った化粧品であるという点に魅力を感じて購入される方が多く見られました。

そんなお客様から導かれる「デルメッド」の 60 代ペルソナ像は、「トレンドを捉えながらも、自分らしいスタイルを貫く、澁瀨としたおしゃれ上級者の女性」です。

バブル全盛期を経験し、長年にわたって品質が高いものに触れてきているため、目が肥えています。エイジングを楽しむスタイルで、自分に似合うものも、ハッキリとわかっています。

トレンドは捉えつつも、流行りに流されることは無く、自分らしさを貫くおしゃれ上級者。

シニア世代になっても、ポジティブで活動的な日常生活を送っているため、澁瀨とした印象を与えています。



イメージ

*

現代の“ニューラグジュアリー”に深く通じる価値観を持つ「デルメッド」のお客さま像。

「明日見世」で「デルメッド」を手にとった方々に共通するのは、表層的な“豪華さ”ではなく、自分の価値観に根差した“本質的な心の豊かさ”を大切にしているということです。これは、今注目されている“ニューラグジュアリー”に深く通じる価値観です。

かつての“ラグジュアリー”は高価で限られた人のための特別なものだったのに対し、“ニューラグジュアリー”は、精神的な充足感や、自分らしい生き方を大切にしたいという新しい価値観を大切にします。価格やステータスに縛られることなく、自分にとって本当に必要で、本質的に豊かさをもたらすものを選び取る。その背景には、自分自身だけでなく、“社会全体や他者にとっても良い選択かどうか”を考える姿勢＝ソーシャルグッドへの関心があるのも特徴です。

「明日見世」を通して見えてきた「デルメッド」のお客さま像は、まさにこのニューラグジュアリー層と重なります。

■ なぜ今、“ニューラグジュアリー層”に「デルメッド」が選ばれるのか ～「効果を実感できるものを、安心して使いたい」という想いに 応える、三省製薬のものづくり。

「明日見世」で、お客さまとの対話を重ねる中で特徴的だったのは、「中身が信頼できること」、「成分や効果に期待できること」、「美容成分から化粧品まで全部同じ会社で作っていること」——こうした声が、「デルメッド」に関心を持ったり、購入する際の理由として頻繁に挙げられていたことです。

その背景には、当社のものづくりに対する真摯な企業姿勢があると考えます。当社は創業以来、「いつまでも若々しく美しくありたいという人類の根源的欲求に応え、社会に貢献する」という経営理念のもと、自社で美容成分の研究・開発を行い、製薬会社としてのノウハウを活かして化粧品の処方・製造までを一貫して担ってきました。

これまでに開発してきた自然由来の美容成分は約 130 種。他の大手化粧品メーカーにも供給してきました。

「デルメッド」に配合されている代表的な成分、「コウジ酸」もその一つです。シミの根本原因にアプローチする医薬部外品有効成分として長年支持されており、その効果や安全性については、皮膚科医とともに検証を続けています。

また、当社は「デルメッド ものづくり宣言」（*2）を公表し、エコ、エシカル、サステナブル、ダイバーシティの考えを取り入れたものづくりを進めています。美容成分の原料となる素材の国産化を進めトレーサビリティを確保したり、製品の容器にはバイオマスプラスチックやグリーンナノ素材を採用するなど、持続可能な社会の実現に貢献すべく、日々実直に取り組んでいます。

明日見世でデルメッドを購入された方々の声には、「成分がしっかりしていて安心できた」、「製薬会社がつくっているなら信頼できる」、「シンプルだけど、必要なものがしっかり入っている」といった実感のこもった言葉が並びました。

機能性、信頼性、安心感、そしてソーシャルグッド。

そのすべてが満たされたとき、「このブランドを使いたい」という確かな選択につながっていくのだと、明日見世での経験が改めて教えてくれました。今後も、自身の価値観やライフスタイルを体現するパートナーとして選び続けられるよう、しっかりと「デルメッド」を磨いていきたいと考えています。

*2：デルメッド ものづくり宣言 <https://www.sansho-pharma.com/company/interview01/>

■「デルメッド」について ～肌から人生を美しく。

「デルメッド」は、当社が開発した美容成分を、最適な処方で行き届けた最終製品（化粧品）としてお客様にお届けしたいという想いから生まれたブランドです。

DERMED（デルメッド）というブランド名は、「DERMATOLOGY（皮膚科学）」、「MEDICAL（医療の）」、「MEDICINE（医薬）」という3つの言葉から生まれました。これらの言葉は、当社の「医薬品で培った技術を生かし、効果の高い化粧品をつくる」という姿勢を表しています。

「デルメッド」のコンセプトは「肌から人生を美しく」。

単なるスキンケアにとどまらず、「年齢を重ねることを肯定的に受け止め、自分らしく輝き続けたい」と願うすべての方々に寄り添うブランドです。

年齢とともに変化する肌や髪に、適切なエビデンスを持った処方で行き添います。いつまでも若々しく、潤いに満ちた日々を楽しめますように。それが、ブランドに込めた想いです。

主力ともいえる美白（*3）ケアアイテムは、肌悩みに応える確かな成分と、毎日心地よく使えるテクスチャーの両立を追求しています。特に50代を中心に、機能性と信頼性を重視する層から高く評価され、「明日見世」でも繰り返し手に取ってくださるリピーターが増えています。

また、エイジングケアは顔だけでなく、髪や頭皮、ボディにも広がっています。シミやハリ不足、乾燥など、年齢とともに複合化する悩みに応えるために、スキンケア・ヘアケア・ボディケアを網羅する総合的なラインナップを展開。

製薬会社のメソッドで、肌にとって本当に必要なものを、必要な分だけ届けることを大切にしています。

「自分のために、未来の自分のために、いま何を選ぶか」。

デルメッドは、そんな一人ひとりの選択に静かに寄り添い、確かな手応えで応え続けるブランドでありたいと考えています。

*3：美白とは、メラニンの生成を抑えてシミ・ソバカスを防ぐことです。



■ 「明日見世」展示概要

日時：2025年8月19日（火）まで実施中

会場：東京都千代田区丸の内1丁目9-1 大丸東京店 9階

営業時間：10:00～20:00

URL：<https://dmdepart.jp/asumise/>

SNS：Instagram https://www.instagram.com/asumise_official/

アカウントID asumise_official

■ 三省製薬株式会社 会社概要

■社名 三省製薬株式会社（Sansho Pharmaceutical Co.,Ltd.）

■創業 1960年3月

■代表取締役社長 陣内 宏行

■資本金 8,767万円

■売上高 26億2,435万円（2024年3月期）

■事業所 <本社>

〒816-8550 福岡県大野城市大池2丁目26番7号

<佐賀工場>

化粧品原料製造および化粧品製造業者としてCOSMOS認証取得工場、

ISO9001、ISO22716（化粧品GMP）取得工場

〒841-0048 佐賀県鳥栖市藤木町5番1

■事業内容 化粧品原料の開発、製造、販売

医薬部外品・化粧品の開発、製造、販売（自社ブランド・OEM）

■従業員数 102人

■URL <https://www.sansho-pharma.com>

<https://www.dermed.jp>

<https://www.iroiku.jp>

<https://yamekaguya.com>