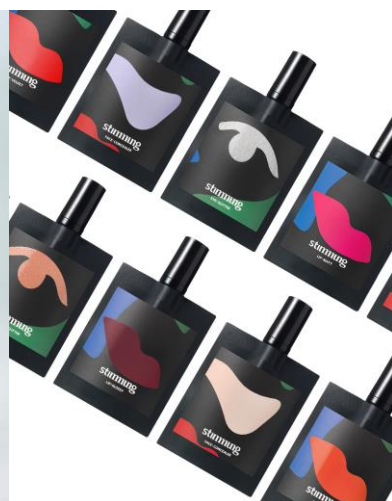


80%の女性の「ファッションやアクセサリみたいにもっと気軽にコスメを選びたい」に応える
韓国発・全44色展開のパウチコスメブランド
「stimmung（スティモン）」 日本初上陸！
キーワードは「#日替わりコスメ」

2019年10月21日(月)より公式サイト (<https://stimmung.jp/>) で販売開始

健康美人研究所株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：風間 強司）は、韓国でミレニアル世代に絶大な人気を誇っているパウチコスメブランド「stimmung（スティモン）」の取り扱いを、2019年10月21日（月）より開始します。



「stimmung」は、「ムード・雰囲気・遊び心」というドイツ語を由来に持つコスメブランドで、韓国では2019年4月から販売されています。スタートから5ヶ月ながら累計30万個（計画比：150%）を販売しており、現地では「シンバクテム（新しくてクールなアイテム）」と呼ばれ、一気に多くのユーザーから支持されるコスメブランドとなりました。

ブランドスローガンは「MOOD SWING with Colors」で、変化し続けるユーザーの好みに合わせて「自分だけの新たな美」を実現することを応援しており、全44色もの豊富なカラーを、1週間使い切りのパウチタイプで展開しております。

◆ 「stimmung」 3つのポイント

「stimmung」は、韓国のコスメティック製造企業であるcntドリーム代表のアン・テウ、金融家のアンディ・ジョン、そしてブランド企画者でありマーケッターのチェ・ジョンウツの3名により、コスメ市場に新しい概念のブランドを作りたいという思いから誕生しました。

使いきれる容量を薄くて軽いパウチで展開

パッケージには、薄くてコンパクトなスパウトパウチ（キャップ付きパウチ）を採用しています。内容量は1週間程度で使い切れる分量になっており、気軽に手に取っていただくとともに、いろいろな種類をお試いただくことができます。

感性豊かなアーティストが開発した「44色のカラー」

ブランドスローガンである「MOOD SWING with Colors」にもあるように、常にアップデートを重ねることで変化し続けるユーザーの好みに合うトレンドを取り入れた新しいカラーを展開しています。

ハイブランドに劣らない「優れたクオリティ」

開発チームが作り出すカラーとテクスチャーへのこだわりと、アーティスティックな感性からできたパッケージデザインは、上陸前からメディアで取り上げられ話題となっています。

<ブランドコンセプト>

1. Make a New Mood

常に新しいことに挑戦しコスメ市場の次の当たり前をリード

2. Always Changeable

気まぐれなコスメ好きに向けたメイクを提案

3. Various & Light

多くの人の手に渡るようスリムなパウチに込めたクオリティと感性

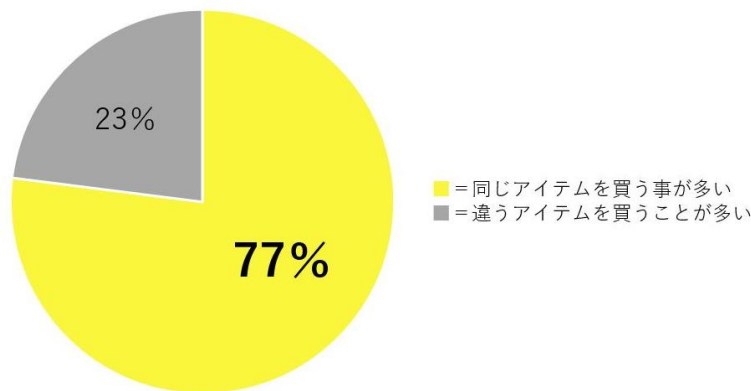
◆20-30代女性の「メイク・コスメへの想い」についてオリジナル調査を実施

「stimmung」の日本上陸にあたって、20-30代の女性600人を対象に「コスメについてのオリジナル調査」を実施しました。

▼77%の日本人女性は「同じコスメアイテム」を使い続けており、65%の女性は「メイクをあまり見直さない」

「コスメアイテムを買うときに商品を変えるか」という質問に対し、約8割の女性が「同じアイテムを買う事が多い」と回答しました。現在、国内では1000社以上の化粧品メーカーから化粧品が販売されていると言われていますが、日本人女性は思っている以上に「コスメを変えない」ことが分かります。加えて、「メイクを変えることについての考えについて」というメイクを見直すかどうかの質問をした際も65%の女性が「見直さない」と答え、アイテム・メイクともにあまり変えない人が多いと判明しました。

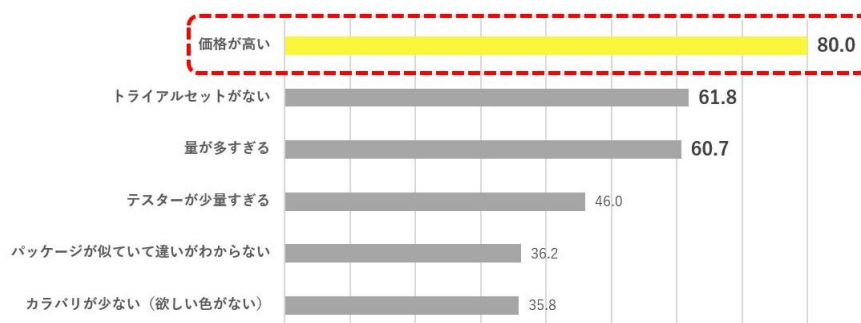
Q.あなたがコスメアイテムを購入するときについて、当てはまるものをお知らせください。



▼「新しいメイク」への憧れはあるが「価格・容量」がそれをブロックする

一方で、「新しいメイクを試すことが楽しいか」という質問に対しては72%の女性が「楽しいと思う」と回答するなど、新しいメイクへの憧れがあることが分かります。ただし、「新しいコスメを試す時に感じる不安」についての質問に対しては80%が「価格が高い」、60%が「量が多い」と答えており、新商品を試すタイミングで足踏みしてしまっている様子が伺えます。「stimmung」は、このギャップを1つのヒントだと考えました。

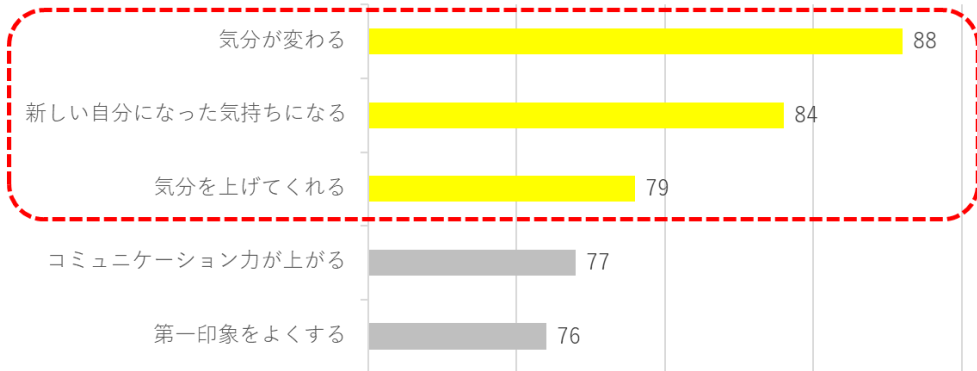
Q.あなたが「コスメアイテムで新しい製品を試す・買う」ときに感じる不満やストレスについてお知らせください。



▼新しいメイクは「気分を上げて自信をくれる」から「ファッション・アクセのように気軽に選びたい」

「新しいメイクの効果」について尋ねたところ、「気分が変わる」（88%）「新しい自分になった気持ちになる」（84%）、「気分を上げてくれる」（79%）、といった回答が上位にきました。ここから、20-30代の女性たちは、新しいメイクを通じて「自分だけの新たな美を実現していく」ことへの共感はあると考えられます。また、80%の女性が「ファッション・アクセのように気軽にコスメを選びたい」と答えしており、気軽に、直観的に、自分の気分に合わせて、メイクを選んでいきたいと考えていることも分かります。「stimmung」は、こういった女性のニーズに応えていくことを目指しております。

Q.新しいメイクの効果について教えてください。



◆「#日替わりコスメ」が日本上陸のキーワード

ブランドスローガンである「MOOD SWING with Colors」の元で展開される44色のプロダクトと、20-30代の日本人女性の約80%が共感している「ファッションやアクセサリのように気軽にコスメを選びたい」という考えをかけ合わせ、「stimmung」は日本において、「#日替わりコスメ」というキーワードを提案していきます。

「#日替わりコスメ」には、その日のムードやファッションに合わせて、さまざまなカラーを使い分けて気分の変化を楽しんでほしい、そして、「stimmung」を使いこなして新しい自分に出会って欲しい、という思いを込めています。今後、このキーワードを軸に、ポップアップストアなど、さまざまなコミュニケーションの展開を予定しています。

◆日本最大のギフト見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」出展決定

「stimmung」は、日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー 秋 2019」に出展します。この機会に多くの皆様に知っていただけるよう、タッチ&トライのコーナーを設け、サンプリングも行います。

イベント名称：東京インターナショナル・ギフト・ショー 秋 2019
日 程：2019年9月3日（火）～6日（金）
場 所：東京ビックサイト
公式サイト：<https://www.giftshow.co.jp/tigs/88tigs/>

オフィシャルサイト：<https://stimmung.jp/>
Instagram公式アカウント：@stimmung_japan_official
推奨ハッシュタグ：#stimmung #スティモン #日替わりコスメ

◆ 主力アイテム



Glossy Lip

販売価格：500円（税別）

ベタつかずにすーとなじむ、クリアで鮮やかなカラーが特徴のグロッシーリップ。ローズウォーターと70%以上のリップコンディショニングオイルセラムを配合し、唇の潤いを守る高い保湿力を実現。透明感あふれるグロッシーフィッティングオイルで、鮮明なのに透け感のある発色の仕上がり。全10色。



Eye Glitter

販売価格：500円（税別）

みずみずしい質感なのにベタつかずよれない、カラフルなパールグリッターアイシャドウウォーターベーステクスチャーで、なめらかで軽やかな使い心地。水分コーティング膜で粉飛びやヨレを防ぎ、しっかり密着。全2色。



Face Corrector

販売価格：500円（税別）

今までになかったパウチタイプのパッケージに入った「フェイスコレクター」。しっとりとなチュラルな発色が特徴のリキッドコレクター。くすみ、赤みなど、肌トーンの悩みに合わせて選んで使える。全3色。

◆ 会社概要

会社名	：健康美人研究所株式会社
本社所在地	：〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-12-1
代表者	：風間 強司
設立	：2014年
事業内容	：美容商品の商品開発・Eコマース・卸・広告運営
URL	： http://www.healthbeauty-lab.com

【調査概要】

調査名 ：化粧品に関する調査

調査期間：2019年8月28日（木）～29日（金）

調査対象：

サンプル数：女性600名

年齢 ：20代-30代

調査方法 ：インターネット

エリア：全国

◆◇商品に関するお問合せ先◇◆

健康美人研究所株式会社 担当：田中

TEL:03-5793-3460 Email: tanaka@healthbeauty-lab.com