



2025 年 4 月 15 日

各 位

会 社 名 株式会社UNIVA・Oakホールディングス
代表者名 代表取締役会長兼社長グループCEO 稲葉 秀二
(コード：3113 東証スタンダード)
問合せ先 取締役グループCFO 作田 陽介
(TEL. 03-6682-9884)

株式会社ユニヴァ・フュージョンによる新商品「WATERLESS LIFTY SERUM」発売開始に関するお知らせ

「KOMBUCHA CLEANSE®」や「KOMBUCHA DETO®」など美容・健康領域における革新的な商品を展開している当社連結子会社・株式会社ユニヴァ・フュージョン（本社：東京都港区、以下「ユニヴァ・フュージョン」といいます。）は、独自の無加水処方と複合発酵を実現した美容液『WATERLESS LIFTY SERUM（ウォーターレス リフティ セラム）』を新たに発売いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 「WATERLESS LIFTY SERUM」リリースの背景

ユニヴァ・フュージョンは、これまで美容・健康食品の中でも、健康関連商品である「KOMBUCHA CLEANSE®」及び機能性表示食品「KOMBUCHA DETO®」を中心に販売を行っておりましたが、これらロングセラー商品が一定の成熟期を迎えていることを踏まえ、この度、「KOMBUCHA DETO®」に続く主力商品として美容関連分野の商品『WATERLESS LIFTY SERUM（ウォーターレス リフティ セラム）』の販売を開始することといたしました。

化粧品市場では、見た目やイメージ先行の商品設計が多くを占める中で、「自分の肌に本当に必要な美容成分を濃度で選びたい」という本質的なニーズを持つ消費者が少しずつ増えつつあります。しかしながら、実際の成分濃度や処方の背景が見えにくい商品が依然として主流であり、成分本位と濃度追求でスキンケアを選ばないというユーザーの期待に応える商品は限られておりました。

このような状況の中、ユニヴァ・フュージョンにおいては、「水を一滴も使わない」「主成分の配合率を完全公開する」というこれまでの業界内における常識に挑戦する“無加水の究極濃度の美容液”の開発に着手し、老舗発酵メーカーとの3年超に亘る共同開発を経て『WATERLESS LIFTY SERUM』の発売に至りました。

本商品を通じて、水を排し、美肌効果のある発酵液をベースに構成した処方によって、美容成分の濃度と浸透力の最大化を追求し、さらにエイジングケア※1 効果に定評のあるナイアシニアミドを10%という高濃度で配合し、リフトケア・ハリ・弾力と透明感を同時に叶える新しいスキンケア体験を実現しました。

“知らないうちに水で薄められているスキンケア”ではなく、“肌に届く一滴の価値にこだわる”そうしたブランドの想いと技術力が結実した美容液の新たな選択肢として『WATERLESS LIFTY SERUM』は誕生しました。

※1 年齢に応じた潤いケア

2. 「WATERLESS LIFTY SERUM」の商品概要及び特徴

<商品概要>

『WATERLESS LIFTY SERUM』

サイズ・種類	販売価格（税込）
30ml	9,460 円
10ml	3,300 円

【商品説明資料】

<https://ce-parfait.jp/product/lifty.html>



〈商品イメージ写真〉

<商品特徴>

無加水処方

『WATERLESS LIFTY SERUM』は、商品中に「精製水や天然水」を一切使用しない、ウォーターレス処方の美容液です。一般的な化粧品では最も多く含まれる基剤である「水」をあえて使わないことで、肌に届けたい成分だけを究極濃度で凝縮することに成功しました。またベース（基剤）には、発芽コメ発酵液とブラックティー発酵液を独自にブレンドした混合液を使用し、肌への浸透力※2とリフトケア、ハリ感を追求しました。水で薄めず有用成分を高濃度で届ける処方、攻めのエイジングケアを行う革新的アプローチです。

※2 角質層まで

有用成分 90%

本商品における有用成分の配合率は90%であり、とりわけ、透明感やハリ・弾力を与える成分として近年注目されている「ナイアシンアミド」を10%という高濃度で配合しています。また、80%を占める発酵液は、ローズ発酵液をはじめ、米ぬかやガラクトミセスなど、7種類の発酵液からなる独自ブレンドです。高い美容効果と実感スピードをW追求した設計により、乾燥や年齢サインが気になる肌にもしっかりアプローチします。

成分配合率の公開

『WATERLESS LIFTY SERUM』においては、化粧品業界ではまだ珍しい「主成分の配合割合の公開」に踏み切りました。これは、商品の信頼性と透明性を重視するユニヴァ・フュージョンの理念に基づくものであり、肌に本当に必要な成分がどれだけ含まれているのかを明確に示すことにより消費者に納得して選んでいただける商品づくりを目指しています。美容液選びにおいて「濃度」と「中身」が見える安心感を提供し、新たなスタンダードとなることを目指しております。

3. マーケティング戦略

<ブランドイメージの構築>

『WATERLESS LIFTY SERUM』は、“水で薄めない美容液”という革新的な処方を軸に、発酵美容と高濃度設計を掛け合わせた新たなスキンケアの価値を提案しております。老舗発酵メーカーとともに開発し、主成分の配合率まで公開するという業界でも稀有な透明性を持つ本商品は、誠実かつ本質的なアプローチを求めるお客様に深く共鳴することを目指しております。

<ターゲット層>

本商品のターゲットは、エイジングケアを切実に願う、かつ成分の“質”や処方の“背景”に関心を持つ30代以降の女性を中心に、確実な美容効果の実感を重視するEC購買層を想定しております。とくに「乾燥・ハリ不足・くすんだ肌トーン※3」などの肌悩みを持ち、情報感度が高く、自らスキンケアを選び取る意識の高い層へアプローチいたします。

※3 汚れ、乾燥、ふるい角質による

〈マーケティング戦略〉

ユニヴァ・フュージョンにおいてこれまで蓄積したインターネットマーケティングの知見を活かし、ウェブ広告による新規獲得単価とLTV※4の差が収益となるD2Cモデル※5を継承いたします。また、CRM施策※6を通じてLTV向上を図ります。

広告戦略においては、自社サイトやオウンドメディアを中心に商品価値の訴求を行いながら、SNSでは“無加水/waterless”への関心を高める啓蒙的な動画を展開し、あえて商品宣伝にフォーカスせず、「化粧品の中身を知る」という本質的な価値提案によって興味喚起を促し、段階的に商品との接点へと導いていく構成といたします。

※4 顧客生涯価値（Life Time Value）」の略称であり、ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標です。

※5 「Direct to Consumer」の略であり、「製造者がダイレクトに消費者と取引をする」意味です。

※6 一元管理された顧客情報を活用し、顧客との良好な関係を構築促進する「CRM（顧客関係管理）」の考え方に基づく施策です。

4. 商品に関連する問い合わせ先及び購入先

HP	www.ce-parfait.jp
問い合わせ先	info@ce-parfait.jp
フリーダイヤル	0120-997-902

5. 本件を踏まえたユニヴァ・フュージョンの今後の事業展開と見通し

ユニヴァ・フュージョンは、ビューティー&ヘルス事業を担う当社グループの中核子会社として、美容・健康領域において「KOMBUCHA CLEANSE®」に代表される革新的な商品を展開し大きな成果を収めてまいりました。そして、今期を「第2の黎明期」と位置づけ、今回発売を開始する『WATERLESS LIFTY SERUM』の投入を通じ、化粧品業界において革新的かつ信頼性ある確固たるポジションを目指してまいります。

当社は今後も、ユニヴァ・フュージョンをUNIVA・Oakグループにおけるビューティー&ヘルスケア事業の中核企業として位置付け、革新的かつ信頼性のある商品開発を支援し、企業価値のさらなる向上に努めてまいります。

以 上