

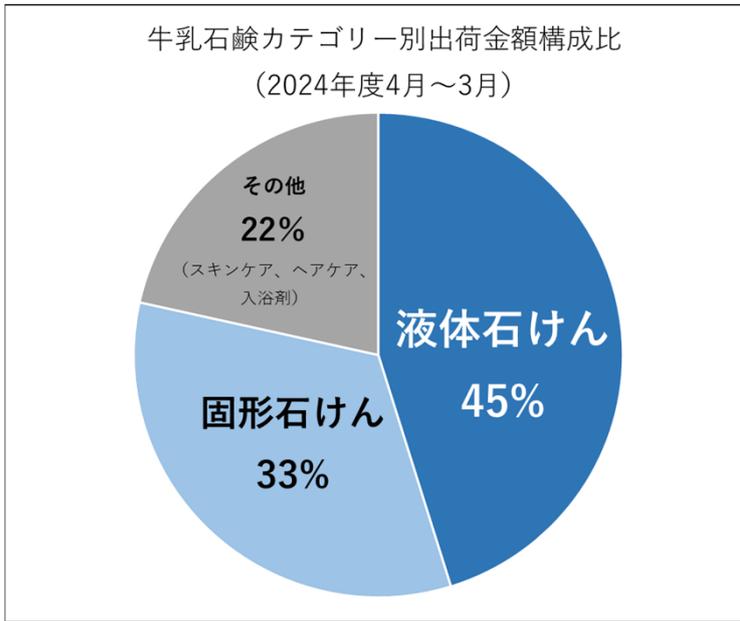
企画背景

実は、牛乳石鹸は出荷金額の44%がボディソープであるにもかかわらず、会社名に「石鹸」が入っていることや、フラッグシップブランドが「カウブランド赤箱」であることからか、会社をご存じの方の約9割（2022年10月自社調査より）が「石けん」のイメージをもっています。今後、より多くの方の生活のお役に立つためには、石けん以外にもさまざまな商品があることを、もっと多くの方に知っていただく必要があると考え、今回の動画を制作しました。

動画内に登場する泡は、実際の商品を撮影現場で泡立てて用意。泡がへたるたびに再度泡立て、と苦労がありました。牛乳石鹸商品こだわりの泡も含めお楽しみいただければ幸いです。

牛乳石鹸の出荷金額構成比(2024年度4月～3月)

牛乳石鹸という会社名ですが、実は売上の45%は液体石けん(ボディソープ44%、ハンドソープ1%)が占めています。またブランド別出荷金額では、ボディケア・ヘアケア・フェイスクケアとカテゴリーをまたぎアイテム数が豊富な「カウブランド無添加」が1位となっています。



順位	ブランド名
1	カウブランド無添加
2	バウンシア
3	カウブランド青箱
4	ミルクィ

お客様の牛乳石鹸に対するイメージ・ブランド認知状況

2022年10月牛乳石鹸の調査では牛乳石鹸を知っている人の中で、約9割の人が石けんのイメージを持っていることがわかりました。また動画に登場するブランドを知っている人の中で、約半数の方に牛乳石鹸の発売しているブランドだとお伝えできていないとわかりました。

■「牛乳石鹸共進社(牛乳石鹸)」のイメージとして近いものを、いずれかひとつを選んでください



■ブランド認知者のうち、牛乳石鹸のブランドとして知っている人の割合

カウブランド赤箱	バウンシア	ミルクィ	カウブランド無添加
85%	42%	44%	52%
赤箱を知っている人の85%の方が牛乳石鹸が販売していることを知っている。	バウンシアを知っている人の42%の方が牛乳石鹸が販売していることを知っている。	ミルクィを知っている人の44%の方が牛乳石鹸が販売していることを知っている。	カウブランド無添加を知っている人の52%の方が牛乳石鹸が販売していることを知っている。

バウンシア



牛乳石鹼ボディソープ史上最高の濃厚クリーム泡。ツノが立つほど濃厚でクリーミーな泡が疲れた体を包み込み、うるおいを守りながら摩擦を防ぎます。洗いあがりはしっとりなめらか。心やすらぐひとときに。

ミルクィ



110年以上やさしさにこだわってきた牛乳石鹼の“やさしいせっけんの香り”のボディソープ。クリーミーな泡で肌のうるおいを守り、すべすべ肌に。赤ちゃんから大人まで家族みんな心地よく使えます。

カウブランド無添加



デリケートなお肌の方でも安心して使えるよう、無添加・低刺激処方。着色料・香料・防腐剤・品質安定剤・アルコール無添加(フェイスクアシリーズはさらに鉱物油無添加)。ボディケア・ヘアケア・フェイスクアをラインナップ。

企画制作:株式会社エージー



AZ, INC.

企業コミュニケーションのAからZまで。

エージーはブランディングからプロモーション戦略まで、メディアの枠に捉われず、マーケティング視点からユニークな提案ができる業界屈指のコミュニケーション・クリエイター集団です。

“商品やサービスを伝えるだけでなく、企業の「ところ」まで届けたい”

その志のもと、1962年の創業以来、いくつもの時代、いくつもの企業のパートナーとして、価値の高いクリエイティブを提供しつづけています。

会社概要

牛乳石鹼共進社株式会社

1909年(明治42年)の創業以来、「美と清潔 そして健康づくりに役立つ」製品を提供してきました。企業理念の「ずっと変わらぬ やさしさを。」のもと、お客様の肌に、ところに、そして環境にもやさしい「ものづくり」に取り組んでいます。弊社は今年で創業116周年の会社になりますが、昔から受け継ぐ品質第一主義は守りつつ、時代の流れを取り入れることで、これからもお客様の求めに即応していきます。近年ではボディケア、フェイスクア、ヘアケアと幅広い製品開発によって時代のニーズを柔軟に取り入れ、赤箱・青箱をはじめとした「カウブランド」に加えて新ブランドを生み出しています。

本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先
牛乳石鹼共進社株式会社 TEL:06-6939-1454
担当:コーポレートコミュニケーション室(石澤)