

2015年2月5日
三菱レイヨン・クリンスイ株式会社

美容市場向け新ブランド『WATERCOUTURE(ウォータークチュール)』登場
第1弾として、美容サロン向け人工炭酸泉装置「SODA SHOWER(ソーダ シャワー)」発売開始

三菱レイヨン株式会社(本社:東京都千代田区、社長:越智仁)のグループ会社で、浄水器、医療用水処理装置を販売する三菱レイヨン・クリンスイ株式会社(本社:東京都中央区、社長:池田宏樹 以下、当社)は、水に関わる美容ブランド『WATERCOUTURE(ウォータークチュール)』を立ち上げ、美容市場に参入します。第一弾として、美容サロン向けに小型・簡便化した人工炭酸泉装置「WATERCOUTURE SODA SHOWER(ソーダ シャワー)“WS101”」を開発、2015年4月より販売を開始します。



新たに立ち上げる新ブランド『WATERCOUTURE(ウォータークチュール)』は、“こころもカラダも美しく”という理念を掲げ、“水と人のかかわりを考え、行動していくブランド”です。ブランド名は、水(water)とオートクチュール(haute couture)からの造語となっています。フランス語でhaute(オート)は「高い」「高級」を意味するhaut(オー)の女性形、couture(クチュール・女性名詞)は高級仕立服を意味することから、女性をベースとした言葉と、水を服と捉えた言葉からの造語にもなっています。当社が浄水器・メディカル事業に加え、新たにブランドを立ち上げる背景には、2兆円を越えると言われていた巨大な規模の美容市場の中で、「水」を絡めたビジネスに大きな可能性があるかと判断したからです。



「WATERCOUTURE SODA SHOWER“WS101”」設置イメージ(左)、本体(中央)、使用イメージ(右)

第1弾として開発した「SODA SHOWER(ソーダ シャワー)“WS101”」は、美容サロンのシャンプー台への設置をメインターゲットにした人工炭酸泉装置です。本製品は、美容室やエステティックサロンなどへの導入を主眼に置き開発、小型化・操作の簡素化を実現し、かつ従来品同様の高濃度を実現しました。美容業界では近年、炭酸泉や炭酸シャワーなど“炭酸”を使った機器・サービスが注目されており、飲用・洗顔・洗髪等、体の内外で活用される傾向にあります。“炭酸”需要の高さを踏まえ、当社がこれまで培った人工炭酸泉に関わるノウハウを活かし開発の運びとなりました。炭酸泉とは、炭酸ガス(二酸化炭素)が溶け込んだお湯のことで、別名「ラムネの湯」とも言われています。日本の温泉法では、お湯1リットルに炭酸ガスが0.25g以上(250ppm)溶けたものが二酸化炭素泉と定義されており、その中でも、1,000ppm以上のものは療養泉と認められています。炭酸泉は、濃度が高ければ高いほどその効果を発揮すると言われています。



当社は水の総合ソリューション企業を目指し、浄水器ビジネスをはじめ、長期保存水・定期宅配水などペットボトル水の展開、また、“さまざまなこだわりのお水を体感できるカフェ”「MIZUcafé(ミズカフェ) PRODUCED BY Cleansui」運営など、水に関わるあらゆる領域でビジネス展開をしています。美容トレンドとなっている“炭酸”に関わるビジネスへの参入を皮切りに、『WATERCOUTURE(ウォータークチュール)』ブランドとしての事業展開に注力していくことで、水の総合ソリューション企業としての経営基盤をより強固にしていきます。今後、当ブランドでは業務用製品に留まらず、広く生活者の方々に向け“水×美容”に特化した製品開発を視野に入れて展開を推進していきます。

■《WATERCOUTURE SODA SHOWER WS101》製品特長

- ① 製品サイズが当社従来品から80%のサイズダウンを実現、デザインもシンプルで設置の自由度を高めました。
- ② 液晶表示のタッチパネルからワンタッチで簡単に操作可能
- ③ お湯を止めると自動的にガス供給もストップするため、安全性も確保(流量4L/分以下で自動停止)



■《WATERCOUTURE SODA SHOWER WS101》製品概要

1. サイズ 幅:141mm、奥行き60mm、高さ:141mm
2. 質量(本体のみ) 約800g
3. 製造能力 8L/分
4. 炭酸ガス濃度 約1000ppm
5. 販売展開
 < 発売予定時期 > 2015年4月より
 < 販売ルート > 美容系ディーラー
 < 販売計画 > 初年度2,000台
6. 専用 WEB サイト <http://www.watercouture.com>