

natoha



【夏に疲れた心と肌へ、自宅でできる"セルフラブ"】 9月14日より、ライフスライルブランド natoha と 沖縄オーガニックコスメ「琉白（るはく）」とのコラボキャンペーン

株式会社リフェット（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：大屋毅）は、9月14日より、国産黒人参のベジハーブティー"黒人参茶"などを展開する自社ブランド「natoha(ナトハ)」と、沖縄オーガニックコスメブランド「琉白（るはく）」によるコラボキャンペーンを展開いたします。キャンペーンに先駆け、Instagramユーザーを対象に「季節の変わり目における心と肌のセルフラブ」に関する意識・実態調査を、琉白の協力のもと実施いたしました。

気温の乱高下、室内外の気温差などによる自律神経の乱れと、夏に浴びた紫外線によるダメージ。
夏から秋にかけては、多くの女性が肌と心へのストレスを感じやすい時期となります。

「このような時期だから頑張らなきゃ」「我慢しなきゃ」と、自分の頑張りを認められなかったり、無理をしたり。
ある日突然心が折れてしまわないよう、自分を守る一つの方法として「セルフラブ」が挙げられます。

natoha と琉白が行なった「季節の変わり目に心や肌の揺らぎケア(=セルフラブの時間)」についてのアンケートでは、心のケアをする時間(セルフラブ)が少なく、心が満たされていないと感じるユーザーが多いという結果となりました。

それを受け「セルフラブへの認識の低さが自己満足度の低さの一因となる」と、日常のルーティーンを「セルフラブ」時間に变えていただく一つの提案として、9月14日より各ブランドの人気アイテムを組み合わせせたセットを限定販売します。

また9月初旬からは、食や美の有識者による「自宅でできるセルフラブ」のアイデアを、両ブランドのInstagramアカウントやキャンペーンページなどで紹介していきます。

セルフラブの実態調査

調査概要

調査対象：インスタグラムユーザー 94 名(フォロワー男女比 / 女性：男性 = 約 8：2)*

調査期間：2021 年 8 月 17 日(火)～8 月 21 日(土)

調査方法：インターネット調査

* 回答者数 Q1:94 名、Q2:85 名、Q3:71 名、Q4:55 名、Q5:42 名

セルフラブとは

自分自身の幸せやウェルビーイング（心身の状態）を気にかけ、大切にすること。

歴史の中では、特に女性の権利が認められる過程（フェミニズムの波）の中で「自分を受け入れ、自分自身が大切な存在であることに気付こう」というメッセージとともに普及してきた言葉です。

◆ 約 8 割が「セルフラブ」を知らない…"心"への意識を持つこと自体が浸透していない

まず、「セルフラブ」という言葉自体への認知のアンケートを行った上で、日頃自分の心を大切にしている時間（セルフラブ時間）について調査しました。

セルフラブという言葉への認知については約 8 割が「知らない」という結果となりました。

◆ 毎日自身を大切にできていると感じる時間は「30 分未満」が大多数

またセルフラブ時間についても「1 日 30 分未満」と答えた人が 8 割ほどを占め「自分自身の心を大切にしている」という行為自体への認知が低いことが、セルフラブを意識する人の少なさへ繋がると考えられます。

そして心の満足度に関して（Q3 参照）は、最初の 2 つの質問に比例するように半数以上が「満足していない」という回答となりました。

セルフラブという行為自体への認知の低さが、心の満足度の低さの一因と考えられます。

◆ 心に比べ肌への意識はやや高め。夏のダメージケアには 8 割が「保湿」を意識。

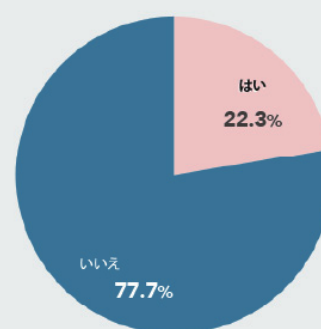
心へのケアについては習慣や認知が低い一方で、肌のケアへの関心はやや高い傾向になりました。

季節の変わり目を迎え、夏の紫外線ダメージへの肌ケアを行なっているか調査したところ、半数以上が「特別なケアをしている」そうです。中でも 8 割ほどの人が化粧水やシートマスクによる「保湿」と回答になりました。

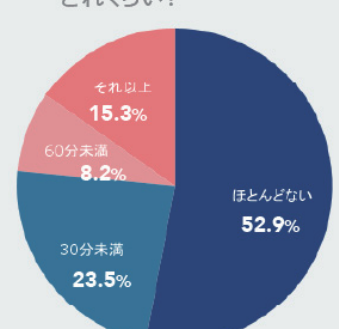
アンケートまとめ：

急速に変わる時代の変化や、女性の社会進出、ライフスタイルの変化など、女性を取り巻く環境が目まぐるしく変わる中で、特に心のケアについては置いてきぼりとなっているという実態がアンケートによって明らかになりました。

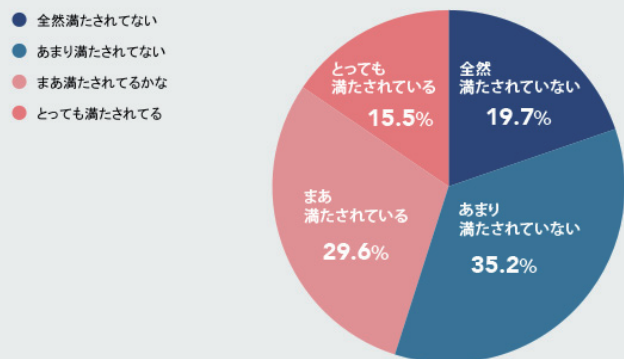
Q1. セルフラブって知ってる？



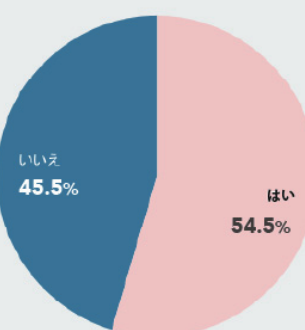
Q2. 毎日のセルフラブ時間はどれくらい？



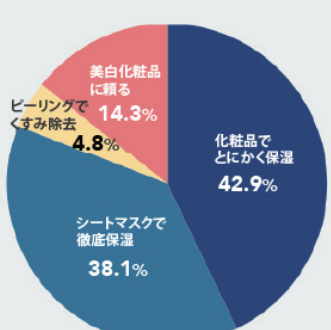
Q3. 今のあなたの心、満たされてる？



Q4. 夏の紫外線ダメージケアしてる？



Q5. (yesの方)どんなケアしてる？



natoha と ruhaku のセルフラブ

続く自粛生活で知らずうちに溜まっているストレスや疲れ。

お気に入りの本、リラックスできる音楽
心地よい衣服、ヨガの時間、、、etc

家で過ごす時間を、ほんの少しだけ自分のための「セルフラブ」（自分を大切ににする時間）タイムにしませんか？

沖縄の自然の恵みを生かした国産オーガニックコスメブランド・琉白と natoha がコラボをし、生活の中でのルーティーンを「セルフラブ」時間に変えていただく提案のひとつとして限定セットを発売します。



●セット概要

秋の始めの肌と心に嬉しいハーブ「月桃（げっとう）」をキーとし、「スキンケア」と「水分補給」という日常的なルーティーンを、心や肌をうるおす時間に変えていただくべく、香りや質にこだわった、各ブランドの人気アイテムを組み合わせでお届けします。

【9月14日より】 natoha 公式オンラインショップ (リファットセレクト) にて発売

- ・ natoha 黒人参茶 3 種 各1箱 (各10包入)
- ・ 琉白 月桃エンリッチ
クリーミーシートマスク 1 枚

5,049 円 (税込)

【9月14日より】 琉白オンラインショップにて発売

- ・ 琉白 月桃エンリッチ
クリーミーシートマスク 1 箱 (5 枚入)
- ・ natoha 黒人参茶 3 種 各 1 包
- ・ natoha デニム風呂敷

5,139 円 (税込)

●それぞれの商品の「セルフラブ」的楽しみ方

natoha 黒人参茶は目にも綺麗な紫色。沖縄の力強い自然に育まれたハーブや野菜の香り、そして味わいをお楽しみいただけます。一方で琉白の月桃エンリッチクリーミーシートマスクは、シートの肌触り、美容乳液のテクスチャー、月桃の豊かな香りが、五感へアプローチし、発売より人気が高いアイテムです。

黒人参茶・セルフラブのヒント

1. じっくり蒸らす
2. 飲む時に目をつぶる
3. 香りと味をしっかりと確かめる

シートマスク・セルフラブのヒント

1. マスクの香りと自身の呼吸に
集中して 20 分過ごす
2. シートマスクの 20 分は
「自分だけのための時間」として区切って過ごす

●「月桃」とは

ショウガ科の多年草で、強い日差しを浴びながらも高さ 2 ～ 3m まで育ち、50cm ほどの光沢のある濃い緑の葉を茂らせるたくましいハーブ。沖縄では古くから厄よけや抗菌としても用いられ、近年はその高い美容パワーに注目が集まり、さまざまな研究が進められています。

月桃の主な効果：コラーゲンの合成促進 / 殺菌・消毒 / リラックス効果

月桃の葉の香り：リラックスやリフレッシュを感じるオリエンタルな香り

* ホルモンバランスなどによる心の乱れを整えるとされ、月桃の香りを取り入れる産婦人科もあるそうです

抗酸化力が非常に高く、夏に浴びた紫外線によるダメージや、自粛疲れによる心理的ダメージ（活性酸素）にもオススメです。

natoha

●natoha とは

自然を慈しみ、その本来の強さや優しさ、心地よさを感じていただくことをコンセプトとしたライフスタイルブランド。

2016 年の黒人参茶の発売を皮切りに、2017 年にはターメリックラテが手軽に楽しめる 100% 国産の「ゴールデンラテ」、2020 年には 38 種の自然素材をブレンドしたノンカフェイン茶「itumo 茶」を発売。

●琉白とは

ストレス社会を美しく生きるすべての人をサポートする国産オーガニックコスメブランド。

「キャリアウーマンである妻のストレスと疲れによる肌荒れを治したい」というある化粧品開発者の方の想いから始まったブランドです。月桃をはじめとする沖縄の自然の恵みを最大限に活かし、使う人の心を癒す " 香り " にもこだわったスキンケアは、ANA インターコンチネンタル石垣リゾートのホテルスパなどでも採用されています。

●キャンペーンリンク

キャンペーンページ：<https://note.lifet-select.com/8600/>



natoha 公式Instagram：https://www.instagram.com/natoha_/



リフェットセレクト（natoha 公式オンラインショップ）商品ページ：<https://www.lifet-select.com/?pid=162673857>



琉白公式Instagram：https://www.instagram.com/ruhaku_japan/



商品ページ：<https://ruhaku.jp/Form/Product/ProductDetail.aspx?shop=0&pid=ZZRRLC2109>

