

2022年3月30日

News Release

コロナ禍の「おうち美容」に高級スキンケアや肌荒れ予防のニーズ合致 ナリス化粧品、4月3日で創業90周年

リアルとオンラインの融合 コロナ禍でもお客様とつながる新手法を模索

株式会社ナリス化粧品(代表者：村岡弘義 本社：大阪市福島区)は、1932年の創業以来、化粧品の製造販売を行っており、4月3日の創業記念日で90周年を迎えます。人と人とのカウンセリング、肌の触れ合いといったコミュニケーションが欠かせない化粧品販売事業は、90年の中で特に直近の2年間のコロナ禍は、苦難の期間ですが、時代が変わっても本質的に求められる美について対応すべく変化をしてきましたので、その内容について報告します。

リアルでしかできないこととオンラインでできることを明確化 研修センターの改築と企業資料館の開設

当社では化粧品の製造販売を行うと同時に、化粧品を販売するブローの美容販売員を育成する教育事業を行っています。以前は、ほぼ対面での育成研修をしていましたが、2020年4月から、オンライン研修を導入。集合研修の場であった兵庫県の研修センターを、



With コロナ時代対応で全面改装し、2021年7月にオープンしました。また、それに先立ち、リアル



でしか体験できない価値も重要と考え、2021年2月には企業資料館を開設しています。現在では、コロナの感染状況に合わせてリアルとオンラインを併用し手研修を実施しており、コロナ以前と比較しても、美容業界を目指す研修の受講者は、139%と増加しています。(2019年度/720名 2020年度/850名 2021年度/1,000名)

本当に効果のある化粧品が求められる時代に「おうち美容」アイテムの売り上げ増

コロナ禍は、化粧品業界全般において、口紅やファンデーションなどのメイクアイテムの売り上げが下がり、当社もその影響をうけました。ただし、外出自粛により自宅での時間を美容の時間に充てるというニーズや、日々のストレスをスキンケアすることで自分を癒すというニーズ、また、物理的にマスク着用による肌トラブルの増加が、本質的に効果のある化粧品ニーズを掘り起こしました。当社では、訪問販売流通で展開する、最高級スキンケアの「セルグレース」の美容液「フォーミュラ」が、2期連続伸長したり、(2020年度/115.7% 2021年度 113.6%) コロナ禍にスキンケアで癒しを提供したいと自社バラ園のバラの成分を使用し、2021年に開発した高級価格帯スキンケア「マジスタ」ブランドのアイテムが、既存のブランドの価値を再認識させるといった現象を引き起こし、伸長しました。(昨年対比 106.8%) また、高級価格帯のアイテムだけでなく、ドラッグストア流通のプチプラ化粧品の中では、肌荒れやニキビ予防の医薬部外品が伸長。なかでも「アクメディカ」は昨年対比 291.6%と大きく伸長しました。



より個々の価値観が重要視される時代に対応できることを目指して

コロナ禍をきっかけに、より快適で自分らしい心地よさが追求される時代に入りました。化粧品は、より、その人その人の悩みや要望に応える商品開発力や、情報提供力が必要とされます。今後、よりそのような細かなニーズに対応できるよう努力していきたいと考えます。

【本件に関するお問い合わせ先】 株式会社 ナリス化粧品 経営企画室 広報 横谷(よこたに)
〒553-0001 大阪市福島区海老江 1丁目 11番 17号 TEL:06-6346-6672
FAX:06-6346-6569 E-mail:y_yokotani@naris.co.jp HP:https://www.naris.co.jp



■ナリス化粧品 社名の由来

当社の現在の社名は、創業社長 村岡満義が、1937年に開発した「ふき取り化粧水」の「Naris CONC」の「Naris」に由来します。

「nourishment」（栄養滋養を与える）から作られた造語の「ナリス」と、「concentrate」（濃縮した）からイメージした「コンク」は、まさに肌に栄養をたっぷりを与えたいという研究者の思いでした。

現在、当社では、10種類を超えるふきとり化粧水を販売。国内のふきとり化粧水の販売シェアは2016年の調査開始後6年連続 No.1 です。



■ナリス化粧品 90年の主な事業・製品展開の流れ

- 1932 (S 07) 會陽化学研究所を創業 阪急百貨店の下請けを始める
- 1936 (S 11) 自社ブランド「ナリス」の製造販売を開始
- 1937 (S 12) ふきとり化粧水、初代「コンク」発売
- 1946 (S 21) 戦争で中断していた化粧品の製造販売を再開
- 1953 (S 28) 「コンク」と「クロロホルモンクリーム」のコンビ「お蚕美容法」を発表
- 1954 (S 29) 三越、伊勢丹、松坂屋、大丸、そごう、松屋百貨店などと直取引開始
- 1959 (S 34) 店頭販売から訪問販売へ切り替えを開始
- 1965 (S 40) ハワイでの販売を開始
- 1966 (S 41) 沖縄ナリス販売株式会社設立・アメリカ本土で化粧品販売開始
- 1967 (S 42) 兵庫工場と研修センターを新設
- 1970 (S 45) 万国博覧会記念の研修会を開催
- 1971 (S 46) 初のメンズ化粧品発売
- 1972 (S 47) 社名「株式会社成寿堂」から「株式会社ナリス化粧品」に変更
- 1974 (S 49) ヨーロッパのエステティック美容導入 サロンをフランチャイズ化
- 1978 (S 53) 「C-C-C美容理論」発表
- 1981 (S 56) 化粧品の無香料化に成功
- 1982 (S 57) 健康食品販売事業に進出・シンガポールで化粧品販売開始
- 1983 (S 58) バイオテクノロジー応用「マジスタ」スキンケアシリーズ発売
- 1987 (S 62) ホームエステティック美容機器「ビューティ5」システム開始
- 1988 (H 63) 店頭販売事業開始
- 1990 (H 02) 美容室ルートの事業展開開始
- 1995 (H 07) ホテル、施設などの業務用ルートの事業展開開始
- 1996 (H 08) OEM事業開始
- 1997 (H 09) ディアモール大阪に旗艦店「ネットイン」を出店・機能性食品「ぐーぴたっ」を発売 食品事業開始
- 2001 (H 13) セルフ美顔器「メガビューティ」発売
- 2004 (H 16) セルフエステ店「ナリス ビューティスタジオ デ・アィム」整備
- 2010 (H 22) 美容教育事業「ナリス ビューティクリエーションカレッジ プリダージ」開設
- 2014 (H 26) 一般社団法人日本介護美容セラピスト協会を設立
- 2016 (H 28) ふきとり化粧水が国内売上シェア NO.1 を獲得・2月10日を「ふきとりの日」に登録
- 2017 (H 29) ナリスビューティサロン展開開始
- 2018 (H 30) パラソーラ 年間864万本を記念し、8月4日を「パラソーラの日」に登録
- 2019 (R 1) 兵庫新工場竣工
- 2021 (R 3) 企業資料館 成寿殿オープン・兵庫研修センター リニューアル

■会社概要

社名	株式会社 ナリス化粧品
所在地	本社 大阪市福島区海老江1丁目11番17号
資本金	16億円
代表者	代表取締役 村岡弘義
社員数	732名（2021年3月末・連結） 正社員のみ（男性309名/女性423名）
売上高	242億円（2021年3月期・連結）
グループ事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■訪問販売事業 化粧品・健康食品・美容機器・補整下着等の販売/エステティック事業/教育事業 ■海外事業 東南アジア・中国など世界各国における化粧品の開発と販売 ■開発事業 OEM事業（相手先ブランドによる化粧品生産受託販売） ■通信販売事業 媒体を通じた化粧品販売 ■店頭販売事業 化粧品商社等を通じたドラッグストア・量販店での化粧品販売 直営店による店舗独自の化粧品の販売、エステティックサービスの提供

わたしたちは、今後も社員が活躍しやすい環境を時代に合わせて導入することで、「for others」の理念に沿った、人様に役立つ実力を持つ人材を育て、より差別化された良い化粧品・サービスの提供につなげられるよう取り組みます。