

# 「赤いふきとり」として認知拡大、累計販売数量 680 万本※超 ふきとり化粧水「ネイチャーコンク」10 年で 4 倍超に成長

## 流通や時代に合わせた進化で多機能化粧水として確立、規模拡大

株式会社ナリス化粧品（代表取締役社長：村岡弘義 本社：大阪市福島区）が、ドラッグストア・量販店流通で展開するナリスアップブランドのスキンケア「ネイチャーコンク」が7月10日でデビューからちょうど10年を迎えますが、6月末の実績で累計販売数量が680万本※を超え、2013年のデビュー時と比較してブランド規模が4倍以上に拡大したことがわかり、4年連続して年間数量が100万本を超えましたので、現在までの取り組みと合わせて報告します。※6月末現在

### ネイチャーコンク誕生秘話

1932年創業の当社は、1937年に初めて発売したふきとり化粧水「ナリスコンク」以来角層研究を続けており、現在ではふきとり化粧水の国内販売シェアは、8年連続 No.1 です。（TPCマーケティングリサーチ株式会社 2023年4月調べ）当社は「ナリスコンク」を発売して以降、訪問販売を中心にふきとり化粧水を販売しており、ドラッグストアをはじめとする一般流通では発売してきませんでした。必ずコットンを用いて使用するふきとり化粧水は、パッケージだけで正しい使用方法を伝えることが難しかったためです。流通の顧客層のニーズに合わせて、手軽に角層ケアを体験できるよう、ふきとり効果に加えて保湿機能を持たせるなど多機能のふきとり化粧水としてのブランディングを行い2013年にデビューしたのが「ネイチャーコンク クリアローション」でした。デビュー後の3年間は、売り上げをあげることができず苦戦しましたが、SNSなどWEBの情報発信でユーザーと丁寧なコミュニケーションを図り、イベントなどで地道なサンプリングを行うなど、デジタルとリアルの融合で認知拡大に成功し、2016年に美白効果のある医薬部外品としてリニューアル。相乗効果により販売数量を伸ばし始めました。（右グラフは、その年度の7月～6月までの1年間ごとでまとめています。）



2013年デビュー

2016年薬用美白

2018年保湿タイプ

2021年パッケージリニューアル

### ネイチャーコンクの進化



それまで「薬用 クリアローション」の1品だったネイチャーコンクです

が、2018年には「とてもしっとりタイプ」を投入。季節や肌の状態によって選んで使用する人も増加しました。2021年には肌荒れ予防やニキビ予防を叶えることで、コロナ禍の肌荒れ・ニキビに悩む人のニーズと合致。パッケージに高級感を持たせてリニューアルし、クリアローションの後に使用する薬用のジェル状クリームを2種類追加することでライン使いできるブランドに。2品でスキンケアが完了するシンプルスキンケアを実現するネイチャーコンクは、2022年度には詰め替えのリポートが50%に到達（株式会社 True Date「Eagle Eye」を基にした自社調べ ネイチャーコンク 薬用ク

アローション 詰め替え 期間 2022年3月から2023年2月）し、「赤いふきとり」として認知拡大に成功。使用者の年齢性別も広がっています。

### 植物のチカラで毎日キレイ続く「ネイチャーコンク」

ネイチャーコンクがユーザーの支持を拡大している理由は、ニーズの進化に柔軟に対応したことが挙げられますが、ベースを支えているのは86年に及ぶ角層研究。ハトムギや月見草など植物の保湿成分のチカラで毎朝晩気持ちよくケアできることが健やかな肌に向く秘訣です。



ハトムギ

月見草

【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:narispr@naris.co.jp HP:https://www.naris.co.jp

お客様からのお問い合わせ先 ナリス化粧品 お客様相談窓口 TEL:0120-32-4600

◆ネイチャーコンク 専用サイト <https://www.narisup.com/shop/brand/natureconc.aspx>

【ネイチャーコンク ラインナップ】

<p><b>薬用 クリアローション</b> &lt;医薬部外品&gt;                  販売名：薬用ローション W 10                  内容量：200mL〔詰替え〕180mL 価格：オープン価格                  参考価格：850円（税抜）935円（税込）                  〔リフィル〕700円（税抜）770円（税込）</p>	<p><b>薬用 クリアローション とてもしっとり</b> &lt;医薬部外品&gt;                  販売名：薬用ローション W9（高保湿タイプ）                  内容量：200mL〔詰替え〕180mL 価格：オープン価格                  参考価格：850円（税抜）935円（税込）                  〔リフィル〕700円（税抜）770円（税込）</p>
---	---



**薬用美白※1&肌荒れ防止 保湿もできるふきとり化粧水。古い角質をオフすることで美容成分(保湿成分)の浸透※2をサポート。**  
 ～植物の子カラで、毎日調子のいい肌続く～

- ・使うほどに透明感。しっとり、なめらかな肌に導きます。
- ・毛穴の黒ずみ、くすみ、乾燥の原因となる古い角質をやさしく取り除きます。
- ・アルコールフリー、無香料、無鉱物オイル、無タール系色素、弱酸性

●**Wの有効成分配合** プラセンタエキス(1) (美白有効成分)・グリチルリチン酸ジカリウム (抗炎症有効成分)  
 ●**透明感を高める天然由来の保湿成分配合** ヨクイニンエキス・月見草エキス/月見草油・サボンソウエキス・ユキノシタエキス・ヒアルロン酸/ヒアルロン酸Na

〔効果効能〕肌あれ、あれ性。あせも・にきびを防ぐ。メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ。日やけ、雪やけ後のほてりを防ぐ。肌をひきしめる。肌を清浄にする。肌を整える。皮膚をすこやかに保つ。皮膚にうるおいを与える。 ※1 メラニンの生成を抑え、シミ・そばかすを防ぐ。 ※2 角質層まで

**薬用 クリアモイスト ジェルクリーム** <医薬部外品>  
 販売名：薬用ジェル W 7  
 内容量：100g 価格：オープン価格  
 参考価格：980円（税抜）1,078円（税込）



**薬用 リンクルケア ジェルクリーム** <医薬部外品>  
 販売名：薬用ジェルクリーム WR 1  
 内容量：80g 価格：オープン価格  
 参考価格：1,346円（税抜）1,480円（税込）



**薬用美白※1&肌荒れ防止 毛穴ケアもできるジェルクリーム。毛穴周辺のキメを潤いで満たし、毛穴の目立ちにくいつるんとした肌に。**

- ・ネイチャーコンク 薬用 クリアローションの後に使うだけでスキンケア完了
- ・べたつかないのに、リッチに潤います。

●**Wの有効成分配合**  
 プラセンタエキス(1) (美白有効成分)・グリチルリチン酸ジカリウム (抗炎症有効成分)  
 ●**植物の子カラで、潤いに満ちた角層に。**  
 ●**ノンcomedogenicテスト済み**  
 ※全ての方にニキビができないわけではありません。  
 〔効果効能〕肌あれ、あれ性。あせも、しもやけ、ひび、あかぎれ、にきびを防ぐ。メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ。日やけ、雪やけ後のほてりを防ぐ。肌をひきしめる。肌を清浄にする。肌を整える。皮膚をすこやかに保つ。皮膚にうるおいを与える。皮膚を保護する。皮膚の乾燥を防ぐ。

**薬用美白※1&シワを改善する ジェルクリーム。表皮と真皮にWアプローチ。出来てしまったシワを改善し、潤ってハリのある肌に。**

- ・ネイチャーコンク 薬用 クリアローションの後に使うだけでスキンケア完了
- ・肌悩みを解決。べたつかないのに、リッチに潤います。

●**シワ改善有効成分配合**  
 ナイアシナミド (シワ改善・美白有効成分)  
 ●**植物の子カラで、ハリのある潤いに満ちた角層に。**  
 〔角質ケア成分 (保湿成分)〕月見草油/月見草油・グリチルリチン酸ジカリウム  
 〔うるおいバリア成分 (保湿成分)〕ツボクサエキス・ハイビスカスエキス (2)・ユズセラミド  
 〔ハリつや成分 (保湿成分)〕アマニ油/フラックスシードオイル・浸透型コラーゲン/コラーゲン・トリペプチドF・ヒアルロン酸/ヒアルロン酸Na  
 〔効果効能〕シワを改善する。メラニンの生成を抑え、しみ、そばかすを防ぐ。肌を整える。皮膚をすこやかに保つ。皮膚にうるおいを与える。皮膚を保護する。皮膚の乾燥を防ぐ。

・アルコールフリー、無香料、無鉱物オイル、無タール系色素、弱酸性

【ネイチャーコンク パッケージデザインで見る 10 年】

2013	2015	2016	2021
 <p>Two bottles of Nature Conc Clear Lotion. The left bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo. The right bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo, featuring a POP label with Japanese text and a hand applying the product.</p>	 <p>Two bottles of Nature Conc Clear Lotion. The left bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo. The right bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo, featuring a POP label with Japanese text and a hand applying the product.</p>	 <p>Two bottles of Nature Conc Clear Lotion. The left bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo. The right bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo, featuring a POP label with Japanese text and a hand applying the product.</p>	 <p>Two bottles of Nature Conc Clear Lotion. The left bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo. The right bottle is white with a red gradient and a large red 'N' logo, featuring a POP label with Japanese text and a hand applying the product.</p>
<p>ネイチャーコンク デビュー。使用方法を明快に示した大きな POP ラベル。</p>	<p>POP ラベルを外した際のボトルのパッケージデザインにエレガントなスキンケアらしさを表現。</p>	<p>ボトルのパッケージデザインを一新。生命力を感じる赤の面積を増やし、ネイチャーコンクのブランドマークを一新。植物の恵みを表現。赤の面積を増やすことの対比で、薬用化粧品であることをわかりやすく訴求。</p>	<p>ボトルデザインのメインの役割が、使用方法を伝えることから、品質を伝えることが目的に。「赤いふきとり」としての認知拡大。2018 年には高保湿タイプを発売していたため、2 品でインパクトのある訴求が可能に。</p>