

「ふきとりの日」に合わせたスキンケア・美容に関する4200名調査 **男性のスキンケア習慣と美容への興味、初めて※4割超** 肌にとっても自信のある男女、ふきとり化粧水を使ったことがあるのは8割超

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、主力商品である「ふきとり化粧水」の認知度や使用実態を含む男女のスキンケアや美容に関する意識調査を行いましたので以下にまとめます。

当社は1937年に角層ケアを目的としたふきとり化粧水「ナリス コンク」の発売以降、角層研究に注力しています。これまで、ふきとり化粧水の国内販売動向調査を実施しており、2025年4月に実施した調査では10年連続販売シェアがNo.1です。(調査会社：TPCマーケティングサーチ株式会社 2015年4月～2025年3月実績 調査実施 2025年4月) 2016年以降は、当社が日本記念日協会に申請し認可された2月10日の「ふきとりの日」に、ふきとり化粧水に関する情報発信を行っています。今回は男女約4,200名に行ったスキンケアや美容に関する意識や、ふきとり化粧水の認知度・使用率について過去の調査との比較・変化も含めて以下に内容をまとめます。(実施期間：2026年1月16日～2026年1月30日 調査方法：インターネットによる自社調査) 内容によって回答者数が異なるため、n数は各図表に記入している数字を参照してください。過去の調査はグラフを省き、数字データのみのもも含みます。※当社が過去に行った調査で初めて



【調査トピックス】

- ① **男性のスキンケア習慣、40代半ばまでは「している」派が多数派。**
女性は20代前半でスキンケア習慣が二極化する可能性あり。
- ② **美容への興味、男性約4割、女性約7割。**
男性の美容への興味、40歳までは「興味がある」が多数派。
- ③ **「自分の肌に自信がある」男女ともに約2割。**
「とても自信がある」最も多いのは20代後半男性。「自信がない」は全世代で女性が男性を上回る。
- ④ **ふきとり化粧水の認知率、男性4割超、女性8割超。男性20代は半数以上が「知っている」。**
男性の認知率、2年前から5ポイント上昇。女性の認知率は横ばい。
- ⑤ **ふきとり化粧水、肌にとっても自信のある男女の8割超が「使用したことがある」・「使用している」**

【調査結果】

① 男性のスキンケア習慣、40代半ばまでは「している」派が多数派。

全国の15歳～64歳の男性2,138名と女性2,066名の合計4,204名にスキンケアをしているか否か聞きました。まず、男性についてみると、「しっかりしている」10.6%と「まあまあしている」の31.9%を合わせた42.5%が「している」と答えました。当社が男性のスキンケア習慣についてはじめて調査した2023年当時は、「している」が34.0%、2024年は37.0%、2025年は39.0%だったため、今回の調査ではじめて4割を超え、3年前と比較すると8.5ポイント上昇しています。また15歳～44歳までのすべての世代は、スキンケアをしている人がスキ

あなたは、スキンケアをしていますか？

2023年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない	答えたくない
	2166	6.7%	27.3%	25.6%	31.8%	3.6%	4.8%
20歳～24歳	275	8.0%	34.9%	19.6%	20.0%	6.5%	10.9%
25歳～29歳	276	14.1%	35.1%	16.3%	24.3%	4.0%	6.2%
30歳～34歳	276	9.8%	30.8%	24.6%	21.0%	5.1%	8.7%
35歳～39歳	276	10.1%	28.6%	25.7%	26.4%	3.6%	5.4%
40歳～44歳	245	4.5%	29.0%	30.2%	29.0%	4.5%	2.9%
45歳～49歳	275	4.0%	22.5%	25.8%	43.6%	1.8%	2.2%
50歳～54歳	268	1.9%	18.3%	34.0%	42.5%	2.2%	1.1%
55歳～59歳	275	1.1%	19.3%	29.5%	47.6%	1.5%	1.1%

ンケアをしていない人を上回っており、男性のスキンケア習慣は、定着化してきていることがわかります。また、「しっかりしている」と答えた割合も20代では2割を超え、10代後半、30代でも10%を超えており、スキンケアへの取組みに注力している割合も大きく増加していることがわかります。

次に女性に聞いた結果をみてみます。全体では「しっかりしている」20.4%と「まあまあしている」50.7%を合わせた71.1%が「している」と答えています。女性は2023年の調査では「している」が68.3%、2024年は71.3%、2025年は71.3%と大きな変化は見られません。「あまりしていない」「全くしていない」人で見ても

25%～26%程度であり、大きな変化は見られないものの、20代前半でみると「しっかりしている」が31.7%と最も多い一方、「全くしていない」も全世代の中で唯一12.2%と1割を超えています。これまでの調査からも女性は10代までにスキンケアに興味を持ったり、始めたりするものの、20代前半でスキンケアにより注力する人とそうでない人に分かれる傾向が見て取れます。

② 美容への興味、男性約4割、女性約7割。

次に美容への興味関心を聞きました。（この調査は2年間の比較のみです。）まず男性ですが、全体では「とても興味がある」11.1%、「まあまあ興味がある」29.2%で「興味がある」のは40.3%。スキンケア習慣に加えて、美容への興味でも初めて4割を超えました。昨年は「興味がある」のは、36.6%、一昨年は37.1%であったため、今年は3.7ポイント上昇しています。また、40代前半まではすべての世代で、「とても興味がある」が1

あなたはスキンケアをしていますか？

2026年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない
	2138	10.6%	31.9%	26.0%	26.0%	5.6%
15歳～19歳	207	12.6%	38.6%	17.9%	19.3%	11.6%
20歳～24歳	221	20.8%	38.5%	14.9%	16.7%	9.0%
25歳～29歳	221	21.3%	29.4%	19.9%	17.2%	12.2%
30歳～34歳	221	10.9%	36.7%	26.2%	19.9%	6.3%
35歳～39歳	221	15.8%	38.0%	21.7%	18.6%	5.9%
40歳～44歳	221	8.1%	41.6%	20.4%	27.6%	2.3%
45歳～49歳	221	6.3%	27.1%	33.0%	29.9%	3.6%
50歳～54歳	204	2.9%	20.1%	40.2%	35.3%	1.5%
55歳～59歳	202	2.5%	23.8%	31.7%	39.1%	3.0%
60歳～64歳	199	2.5%	22.6%	36.2%	38.7%	0.0%

あなたは、スキンケアをしていますか？

2026年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない
	2066	20.4%	50.7%	18.3%	6.8%	3.7%
15歳～19歳	148	25.7%	48.0%	16.9%	5.4%	4.1%
20歳～24歳	221	31.7%	40.7%	11.3%	12.2%	4.1%
25歳～29歳	221	27.6%	46.6%	11.8%	8.6%	5.4%
30歳～34歳	221	24.4%	43.4%	19.5%	5.9%	6.8%
35歳～39歳	208	18.3%	55.3%	16.8%	5.3%	4.3%
40歳～44歳	206	20.4%	49.0%	17.0%	8.7%	4.9%
45歳～49歳	221	17.6%	56.6%	18.1%	4.5%	3.2%
50歳～54歳	178	15.2%	51.7%	26.4%	5.1%	1.7%
55歳～59歳	221	12.7%	54.8%	24.9%	5.9%	1.8%
60歳～64歳	221	11.3%	60.6%	21.7%	5.9%	0.5%

あなたは、美容に興味がありますか？

2026年		とても興味がある	まあまあ興味がある	あまり興味がない	全く興味がない	わからない
	2138	11.1%	29.2%	27.7%	26.1%	5.8%
15歳～19歳	207	12.6%	39.6%	20.3%	17.4%	10.1%
20歳～24歳	221	19.5%	33.9%	17.6%	20.4%	8.6%
25歳～29歳	221	19.5%	32.6%	17.6%	19.9%	10.4%
30歳～34歳	221	10.4%	33.9%	24.0%	24.0%	7.7%
35歳～39歳	221	19.9%	30.8%	24.0%	19.5%	5.9%
40歳～44歳	221	11.8%	33.0%	26.2%	27.1%	1.8%
45歳～49歳	221	7.2%	28.1%	33.0%	27.1%	4.5%
50歳～54歳	204	2.5%	21.1%	35.3%	38.2%	2.9%
55歳～59歳	202	2.5%	18.3%	39.6%	34.7%	5.0%
60歳～64歳	199	3.0%	19.1%	41.7%	35.2%	1.0%

あなたは、美容に興味がありますか？

2024年		とても興味がある	まあまあ興味がある	あまり興味はない	全く興味はない	わからない
	2329	10.9%	26.2%	26.7%	29.3%	6.9%
15歳～19歳	226	18.1%	27.9%	18.6%	23.0%	12.4%
20歳～24歳	249	20.5%	31.3%	16.9%	20.5%	10.8%
25歳～29歳	294	14.6%	34.4%	20.1%	21.1%	9.9%
30歳～34歳	242	12.4%	28.9%	23.1%	27.3%	8.3%
35歳～39歳	257	16.0%	27.2%	24.9%	24.5%	7.4%
40歳～44歳	205	11.2%	28.8%	23.9%	31.7%	4.4%
45歳～49歳	221	3.6%	28.1%	28.5%	33.0%	6.8%
50歳～54歳	219	3.2%	18.3%	36.5%	39.3%	2.7%
55歳～59歳	203	2.0%	14.3%	37.9%	44.3%	1.5%
60歳～64歳	213	2.3%	17.8%	42.3%	35.2%	2.3%

割を超え、「まあまあ興味がある」は3割を超えています。男性の美容への興味関心は、30代までのほとんどの年齢層で「興味がある」の方が多数派であり、男性が美容に興味があることは全く珍しいことではなくなつたと言えます。

次に女性の美容への興味関心をみてみます。全体では「とても興味がある」20.3%「まあまあ興味がある」44.7%で「興味がある」のは65.0%でした。昨年は興味がある67.3%、一昨年は66.6%であったため、この2年間で大きな変化はありません。全体的にみると、女性の「あまり興味がない」・「全く興味がない」が増加傾向にあることがわかります。女性に関して美容への興味の二極化が始まりつつある傾向があり、今後も注視していきたいと考えます。

次に、スキンケア習慣と美容への興味を掛け合わせてみました。男性は、スキンケア習慣と美容への興味がきれいにリンクしていることがわかります。

あなたはスキンケアをしていますか？

2026年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない
	2138	10.6%	31.9%	26.0%	26.0%	5.6%
あなたは、美容に興味がありますか？	とても興味がある	237	60.8%	34.6%	3.0%	0.8%
	まあまあ興味がある	625	11.0%	63.5%	20.3%	4.0%
	あまり興味がない	592	1.2%	27.0%	50.3%	20.6%
	全く興味がない	559	0.5%	6.1%	19.7%	70.3%
	わからない	125	2.4%	6.4%	11.2%	10.4%

あなたは、スキンケアをしていますか？

2026年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない
	2066	20.4%	50.7%	18.3%	6.8%	3.7%
あなたは、美容に興味がありますか？	とても興味がある	419	64.4%	30.1%	4.3%	0.7%
	まあまあ興味がある	924	13.1%	74.2%	12.0%	0.4%
	あまり興味がない	417	4.6%	45.6%	43.4%	5.3%
	全く興味がない	220	2.7%	16.8%	26.8%	46.8%
	わからない	86	7.0%	10.5%	11.6%	11.6%

あなたは、美容に興味がありますか？

2026年		とても興味がある	まあまあ興味がある	あまり興味はない	全く興味がない	わからない
	2066	20.3%	44.7%	20.2%	10.6%	4.2%
15歳～19歳	148	37.2%	41.2%	10.1%	9.5%	2.0%
20歳～24歳	221	26.7%	45.2%	10.0%	12.2%	5.9%
25歳～29歳	221	24.9%	43.4%	15.8%	10.4%	5.4%
30歳～34歳	221	21.7%	43.0%	14.9%	13.1%	7.2%
35歳～39歳	208	16.3%	44.2%	26.0%	9.1%	4.3%
40歳～44歳	206	22.3%	40.3%	18.4%	12.1%	6.8%
45歳～49歳	221	20.4%	49.8%	17.2%	8.6%	4.1%
50歳～54歳	178	15.7%	46.1%	25.8%	10.1%	2.2%
55歳～59歳	221	10.9%	44.3%	30.3%	12.2%	2.3%
60歳～64歳	221	11.3%	48.4%	31.2%	8.6%	0.5%

あなたは、美容に興味がありますか？

2024年		とても興味がある	まあまあ興味がある	あまり興味はない	全く興味はない	わからない
	2368	22.8%	43.8%	20.7%	8.0%	4.7%
15歳～19歳	228	39.5%	43.9%	9.2%	3.1%	4.4%
20歳～24歳	270	28.5%	42.2%	12.6%	8.1%	8.5%
25歳～29歳	303	25.4%	49.2%	12.2%	5.3%	7.9%
30歳～34歳	229	26.2%	38.0%	21.4%	9.6%	4.8%
35歳～39歳	235	28.1%	37.9%	18.7%	10.6%	4.7%
40歳～44歳	231	19.5%	40.7%	24.7%	10.4%	4.8%
45歳～49歳	227	11.9%	48.0%	27.3%	8.8%	4.0%
50歳～54歳	194	16.0%	42.8%	30.9%	7.2%	3.1%
55歳～59歳	224	17.9%	46.9%	25.4%	6.7%	3.1%
60歳～64歳	227	11.9%	46.7%	30.4%	11.0%	0.0%

女性は、「美容にあまり興味がない」と答えながらも、ボリュームゾーンはスキンケアを「まあまあしてる」と答えているため、男性よりも義務感や、スキンケアを「するものだ」と思っている人が多いことが想像され、男女を比較すると男性の方が興味と行動が素直に繋がっているのではないかと思います。

③「自分の肌に自信がある」男女ともに約2割。

次に自分の肌に自信があるか否か聞きました。（この調査は過去に同様の調査をしていないため、比較資料はありません。）まず、男性の全体でみると「とても自信がある」5.3%と「まあまあ自信がある」15.0%で20.3%が「自信がある」と答えています。年齢別では、最も「自信がある」の多いのは20代後半で、37.6%と4割近くにも上ります。ほとんどの世代が「自信がある」人よりも「自信がない」人の方が圧倒的に多いのですが、この世代に限っては「自信がある」37.6%と「自信がない」39.8%であるため、ほぼ同率とすることができます。

女性では、全体では「とても自信がある」3.5%「まあまあ自信が

あなたは、ご自身の肌に自信がありますか？

2026年		とても自信がある	まあまあ自信がある	あまり自信はない	全く自信がない	わからない	答えたくない
	2138	5.3%	15.0%	31.4%	27.8%	14.9%	5.6%
15歳～19歳	207	1.0%	17.9%	33.8%	26.6%	9.2%	11.6%
20歳～24歳	221	10.9%	17.6%	32.6%	17.2%	12.7%	9.0%
25歳～29歳	221	14.5%	23.1%	24.4%	15.4%	11.3%	11.3%
30歳～34歳	221	6.8%	17.6%	31.7%	27.1%	10.0%	6.8%
35歳～39歳	221	7.7%	19.5%	32.6%	23.1%	10.4%	6.8%
40歳～44歳	221	3.2%	17.6%	35.7%	30.3%	10.9%	2.3%
45歳～49歳	221	3.6%	10.0%	29.9%	37.1%	16.3%	3.2%
50歳～54歳	204	0.5%	8.8%	28.9%	38.2%	22.5%	1.0%
55歳～59歳	202	1.5%	6.9%	34.2%	33.7%	21.3%	2.5%
60歳～64歳	199	2.0%	9.5%	30.2%	30.7%	26.6%	1.0%

ある」18.2%で合わせると 21.7%が「自信がある」と答えています。男性の「自信がある」割合は 20.3%だったので、男女ともに 2 割を超える人が、自信があると答えており、ほぼ同率と言えますが、男性の方が「とても自信がある」人の割合が多い傾向があります。女性はすべての世代で自信がある人よりも自信がない人の方が多く、20 代は自信がない人が半数程度ですが、それ以外の世代は 10 代を含んですべての世代で 6 割を超えて自信がないと答えてお

あなたはスキンケアをしていますか？

		しっかりしている	まあまあ自信がある	あまり自信がない	全く自信がない	わからない
	2138	10.6%	31.9%	26.0%	26.0%	5.6%
とても自信がある	113	68.1%	16.8%	2.7%	9.7%	2.7%
まあまあ自信がある	321	20.6%	54.2%	13.4%	11.2%	0.6%
あまり自信はない	671	7.6%	42.5%	32.2%	16.7%	1.0%
全く自信がない	594	3.9%	25.6%	33.8%	33.5%	3.2%
わからない	319	1.3%	14.7%	25.7%	52.7%	5.6%
答えたくない	120	4.2%	3.3%	9.2%	24.2%	59.2%

あなたは、スキンケアをしていますか？

		しっかりしている	まあまあ自信がある	あまり自信がない	全く自信がない	わからない
	2066	20.4%	50.7%	18.3%	6.8%	3.7%
とても自信がある	73	82.2%	9.6%	5.5%	1.4%	1.4%
まあまあ自信がある	375	36.8%	54.1%	6.1%	1.6%	1.3%
あまり自信はない	668	18.4%	60.9%	19.0%	1.3%	0.3%
全く自信がない	722	10.9%	51.2%	25.9%	10.5%	1.4%
わからない	150	8.7%	34.7%	20.7%	24.7%	11.3%
答えたくない	78	11.5%	11.5%	9.0%	15.4%	52.6%

あなたは、あなたの肌に自信がありますか？

		とても自信がある	まあまあ自信がある	あまり自信がない	全く自信がない	わからない	答えたくない
2026年	2066	3.5%	18.2%	32.3%	34.9%	7.3%	3.8%
15歳～19歳	148	4.1%	19.6%	35.1%	32.4%	4.7%	4.1%
20歳～24歳	221	11.3%	26.2%	27.1%	20.8%	7.2%	7.2%
25歳～29歳	221	5.9%	28.5%	24.9%	25.8%	8.6%	6.3%
30歳～34歳	221	6.3%	17.2%	35.7%	24.9%	9.5%	6.3%
35歳～39歳	208	3.4%	19.7%	28.4%	38.9%	4.3%	5.3%
40歳～44歳	206	1.0%	18.0%	33.0%	35.9%	9.7%	2.4%
45歳～49歳	221	1.8%	16.3%	28.1%	46.2%	5.9%	1.8%
50歳～54歳	178	0.0%	12.4%	37.1%	43.8%	5.1%	1.7%
55歳～59歳	221	0.5%	10.0%	38.9%	42.1%	6.8%	1.8%
60歳～64歳	221	0.5%	13.1%	36.7%	39.8%	9.5%	0.5%

り、50 代以降はすべての世代で約 8 割の多数が自信がないと答えています。

また、スキンケア習慣と肌への自信をかけ合わせて見てみました。男性は、「とても自信がある」と答えた人の 68.1%が「しっかりスキンケアしている」と答えており、「まあまあ自信がある」と答えた人の 54.2%が「まあまあスキンケアしている」と答えており、スキンケア習慣と肌への自信はリンクする傾向が見られます。女性で見てみると、「とても自信がある」と答えた人の 82.2%が「しっかりスキンケアしている」と答えており、男性よりも高い割合です。「まあまあ自信がある」人の 54.1%が「まあまあスキンケアしている」と答えていますが、「あまり自信がない」人の 60.9%、「全く自信がない」人の 51.2%が「まあまあスキンケアしている」と答えていることから、男性よりも女性の方が、スキンケア習慣と肌への自信の相関が薄い可能性が考えられます。

④ ふきとり化粧水の認知率、男性 4 割超、女性 8 割超。男性 20 代は半数以上が「知っている」。

次に、ふきとり化粧水の認知率と使用経験について聞きました。まず男性からみてみます。使用経験の有無に関わらず「知っている」を合計した認知率は、2024 年の 36.3%から今回の調査の 41.2%と 2 年間で約 5 ポイント上昇しています。また、10 代後半と 20 代後半の世代を除くすべての世代で「知っている」人が

「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはるものを選んでください

		知っている、過去に使ったことがある	知っている、現在使っている	知っているが、使ったことはない	知らない
2024年	2329	9.7%	9.0%	17.6%	63.8%
15歳～19歳	226	11.5%	6.2%	21.7%	60.6%
20歳～24歳	249	21.7%	17.7%	14.1%	46.6%
25歳～29歳	294	16.7%	15.6%	20.1%	47.6%
30歳～34歳	242	12.4%	12.0%	14.9%	60.8%
35歳～39歳	257	11.7%	12.5%	12.5%	63.4%
40歳～44歳	205	5.4%	8.8%	18.0%	67.8%
45歳～49歳	221	3.6%	5.0%	18.1%	73.3%
50歳～54歳	219	4.1%	2.7%	15.1%	78.1%
55歳～59歳	203	3.0%	2.5%	18.7%	75.9%
60歳～64歳	213	1.4%	1.9%	23.5%	73.3%

増加していることがわかりました。「現在使用している」と答えた人も全体的に増加し、20 代と 30 代前半では約 2 割の人が「現在使用している」と答えています。全体的にみると微増ではあるものの、男性のふきとり化粧水の認知と使用者が徐々に増えていることがわかりました。

女性でみると、知っている人の合計は、2024 年 81.8%で今回が 81.0%であるため、横ばいもしくは微減であり、この 2 年間で大きな変化はないと言えます。当社は、認知促進活動を実施しておりますが、まだまだしっかり浸透させるところまでは至っていないと言えます。対象年齢と人数が異なるため、参考値ですが、当社が 2018 年 2 月 5 日に発表した 20 歳～69 歳の 1200 名の女性を対象にした調査では、「現在、ふきとり化

「ふきとり化粧水」についてあなたにあってはるものを選んでください。

		知っている、過去に使ったことがある	知っている、現在使っている	知っているが、使ったことはない	知らない
2026年	2138	10.2%	11.3%	19.7%	58.7%
15歳～19歳	207	7.2%	11.1%	19.8%	61.8%
20歳～24歳	221	18.1%	16.7%	15.8%	49.3%
25歳～29歳	221	19.9%	19.0%	15.4%	45.7%
30歳～34歳	221	13.1%	18.1%	17.6%	51.1%
35歳～39歳	221	15.8%	15.4%	17.6%	51.1%
40歳～44歳	221	8.1%	14.9%	21.3%	55.7%
45歳～49歳	221	6.3%	10.0%	20.4%	63.3%
50歳～54歳	204	4.9%	2.5%	23.5%	69.1%
55歳～59歳	202	3.5%	1.0%	19.8%	75.7%
60歳～64歳	199	3.5%	2.0%	27.1%	67.3%

粧水を使用している」人は15.0%で、横ばい基調であると言えます。

「ふきとり化粧水」について、あなたにあてはまるものを選んでください。						「ふきとり化粧水」についてあなたにあてはまるものを選んでください。					
		知っていて、過去に使ったことがある	知っていて、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない			知っていて、過去に使ったことがある	知っていて、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
2024年						2026年					
	2368	28.5%	15.8%	37.5%	18.2%		2066	27.9%	15.4%	37.6%	19.0%
15歳～19歳	228	25.0%	14.5%	38.6%	21.9%	15歳～19歳	148	22.3%	16.9%	36.5%	24.3%
20歳～24歳	270	26.7%	24.1%	27.0%	22.2%	20歳～24歳	221	30.8%	16.3%	27.6%	25.3%
25歳～29歳	303	27.1%	24.8%	29.0%	19.1%	25歳～29歳	221	35.7%	21.3%	24.0%	19.0%
30歳～34歳	229	27.5%	17.5%	38.4%	16.6%	30歳～34歳	221	24.9%	19.5%	34.8%	20.8%
35歳～39歳	235	35.7%	11.5%	37.0%	15.7%	35歳～39歳	208	24.0%	13.9%	43.8%	18.3%
40歳～44歳	231	27.3%	13.0%	42.4%	17.3%	40歳～44歳	206	27.7%	16.5%	38.3%	17.5%
45歳～49歳	227	28.2%	17.6%	38.3%	15.9%	45歳～49歳	221	26.2%	16.3%	41.2%	16.3%
50歳～54歳	194	28.4%	10.8%	43.8%	17.0%	50歳～54歳	178	27.0%	9.6%	45.5%	18.0%
55歳～59歳	224	28.6%	9.8%	43.8%	17.9%	55歳～59歳	221	29.4%	12.7%	43.4%	14.5%
60歳～64歳	227	30.8%	9.7%	41.9%	17.6%	60歳～64歳	221	29.0%	10.9%	42.5%	17.6%

⑤ ふきとり化粧水、肌にと ても自信のある男女の 8 割超が「使用したことがある・使用している」。

肌への自信とふきとり化粧水の使用経験について掛け合わせてみました。男性では「とても自信がある」人の 69.9%が「過去に使用したことがある」、13.3%が「現在使用している」と答えており、合わせると 83.2%と 8 割を超えています。また、「まあまあ自信がある」と答えた人も「過去に使用したことがある」23.7%、「現在使用している」

「ふきとり化粧水」についてあなたにあてはまるものを選んでください。					
		知っていて、過去に使ったことがある	知っていて、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
2026年					
	2138	10.2%	11.3%	19.7%	58.7%
あなたは、ご自身の肌に自信がありますか？					
とても自信がある	113	69.9%	13.3%	3.5%	13.3%
まあまあ自信がある	321	23.7%	34.9%	14.3%	27.1%
あまり自信はない	671	6.1%	13.6%	27.6%	52.8%
全く自信がない	594	2.9%	3.2%	23.7%	70.2%
わからない	319	1.6%	0.9%	13.5%	84.0%
答えたくない	120	0.8%	1.7%	2.5%	95.0%

「ふきとり化粧水」についてあなたにあてはまるものを選んでください。

		知っていて、過去に使ったことがある	知っていて、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
2026年					
	2066	27.9%	15.4%	37.6%	19.0%
あなたは、あなたの肌に自信がありますか？					
とても自信がある	73	65.8%	23.3%	5.5%	5.5%
まあまあ自信がある	375	42.7%	24.5%	25.1%	7.7%
あまり自信がない	668	29.2%	17.1%	42.1%	11.7%
全く自信がない	722	22.2%	10.5%	47.5%	19.8%
わからない	150	9.3%	10.0%	33.3%	47.3%
答えたくない	78	0.0%	6.4%	6.4%	87.2%

用
し
て
い
る」

34.9%で合わせると 58.6%と約 6 割にも上ります。

女性では、「とても自信がある」人の 65.8%が「過去に使用したことがある」と答え、「現在使用している」23.3%と合わせると、89.1%と約 9 割に上り、「まあまあ自信がある」人で見てみると「過去に使用したことがある」42.7%と「現在使用している」24.5%と合わせると 67.2%になります

●全体を通した感想とふきとり化粧水の当社の近況。

当社がふきとり化粧水の企業別シェア調査を開始した 2015 年度のふきとり化粧水の市場規模は 170 億円。2019 年までは 199 億円と徐々に市場規模を伸ばしていましたが、コロナ禍をきっかけに市場規模は縮小し 2024 年度は 168 億円という状況です。当社の 2024 年度の市場シェア率は 14.6%と過去最高を記録しており、今期は 1984 年から続く訪問販売流通の主カスキンケアシリーズ「マジスタ」を全面リニューアル。6 月～1 月のふきとり化粧水 2 種の出荷数累計は前年比 121.8%と好調に推移しています。また、ドラッグストアなどの一般流通で展開する唯一のふきとり化粧水を核とするシリーズ「ネイチャーコンク」は、



マジスタ



ネイチャーコンク

2013 年のデビュー以降の累計出荷数が 1000 万本を突破していますが、市場を活性化させるまでには至っておりません。当社は 2018 年以降毎年、2 月 10 日のふきとり化粧水についての調査レポートを発行しており、最初は女性のみを対象にした調査でしたが、2023 年以降は男性の美容意識の高まりやスキンケアの低年齢化に伴い、男性や 10 代を含めた意識調査を実施しています。これまでの「ふきとり化粧水」の調査では、美容意識の高い女性が使用するものであるという結果が出ておりましたが、男性にとっても同じ傾向であることがわかりました。男女ともに「ふきとり化粧水」は美容意識が高く、肌に自信がある人が使用するものであることは喜ばしいことですが、「過去に使用していた」人を減らし、継続して使用するもののできるよう研究開発や情報提供に努めます。

【ふきとり化粧水とは】

余分な老化角質を取り除くことにより、肌のターンオーバーに働きかけ、後で使用する化粧品の浸透を高める目的で 1937 年に、創業者である村岡満義により開発・発売。当時は「塗り重ねること」がスキンケアの常識であったため、常識を覆した商品として注目を浴びました。スキンケアで使用する「化粧水」は、洗顔の後に種類だけを使用することが一般的ですが、当社では、洗顔の後に「ふきとり化粧水」を使用してから「化粧水」を使用するという 2 種類の化粧水を使用する独自の美容理論のもと、商品を構成しています。使用法は、コットンにふきとり化粧水をしみ込ませ、やさしくふきとります。尚、「ネイチャーコンク」のように、化粧水にふきとり機能を持たせた、1 本でふきとり化粧水と化粧水の効果を併せ持つ、多機能で簡便タイプのふきとり化粧水も発売しています。尚、当社は、2017 年にふきとり化粧水の国内販売シェア第 1 位を記念し、日本記念日協会に 2 月 10 日を「ふきとりの日」と申請し、認定されています。



初のふきとり化粧水 コンク

【健康な角層に導くための「ふきとり化粧水」 認知促進へ】

当社では、使用感の違いや使用部位別など、ナリスブランドだけでも約 20 品目のふきとり化粧水を取り扱っています。私たちが最も大事にしていることは、その人その人によって異なる目指す肌や肌質・使用感の好み・ライフスタイルや、こうなりたいという個別のイメージに寄り添うこと。それぞれの「こうなりたい」を叶えるためのふきとり化粧水は異なります。薬用や乳液状、またふきとり機能と一般の化粧水の機能を併せ持つ多機能タイプなど、様々なアイテムを発売しているのは個別の異なる要望に応えるためです。当社では、ふきとり化粧水の目的は、単に汚れをふきとることだけではなく、健康な角層に導くことだと考えていますが、正しい理解が浸透しているとは言えない現状だと捉えています。また、ジェンダーフリーの化粧品の登場や、性別や年齢を超えた化粧品の共用実態もあり、もはやスキンケアは女性だけのものではありません。使用者の多様化が進むことが予想される中、正しく選び、正しく使うための情報提供を、より丁寧により積極的に行っていきたいと考えています。

【ナリス化粧品の主なふきとり化粧水】

【商品名】ネイチャーコンク 薬用 クリアローション（販売名：薬用ローション W 10）医薬部外品・ネイチャーコンク 薬用 クリアローション とてもしっとり（販売名：薬用ローション W9）医薬部外品 【流通】ドラッグストア【参考価格】990 円（税込） 【容量】200mL 【発売日】2025 年 2 月 10 日 【HP】www.narisup.com		【商品名】サイクルプラス スキン ライトニング コンク 【流通】通信販売 【価格】2,640 円（税込） 【容量】150mL 【発売日】2018 年 7 月 25 日 【HP】www.cycleplus.jp	
【商品名】ルクエ コンク 【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売 【価格】3,300 円（税込） 【容量】210mL 【発売日】2020 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp		【商品名】ルクエ オールパーパス ローション 【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売 【価格】3,850 円（税込） 【容量】210mL 【発売日】2020 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp	
【商品名】マジェスタ コンクα・コンクβ 【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売 【価格】8,800 円（税込） 【容量】180mL 【発売日】2025 年 8 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp		【商品名】セルグレース コンク 【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売 【価格】15,400 円（税込） 【容量】180mL 【発売日】2023 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp	
【商品名】ビオQueen オールパーパス ローション 【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売 【価格】6,600 円（税込） 【容量】195mL 【発売日】2024 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp		【商品名】アウラス ザ フェイス クリア コンク(男性用) 【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売 【価格】2,200 円（税込） 【容量】200mL 【発売日】2018 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp	