

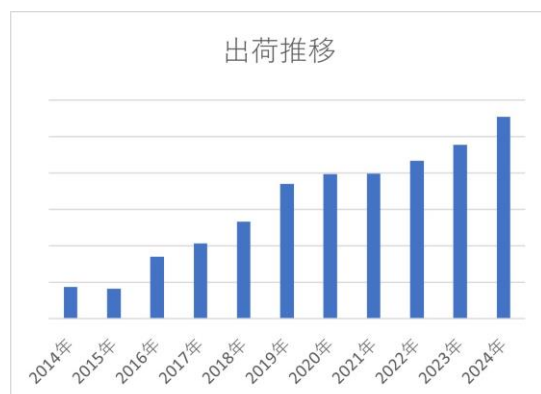
薬用クリアローション販売個数年間 100 万個超え、前年対比 115% 「ネイチャーコンク」ブランド累計販売 900 万個突破

パッケージデザインリニューアルし、敏感肌にも使えることを訴求

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）は、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 2013 年 7 月 10 日デビュー以降の累計販売個数が、2025 年 3 月末に 900 万個を突破しました。また発売後 11 年目にして初めて薬用ローションの 4 品（薬用 クリアローション・薬用 クリアローション つめかえ・薬用 クリアローション とてもしっとり・薬用 クリアローション とてもしっとり つめかえ）の年間の販売個数が 100 万個を超え前年対比 115%となりましたので以下にその内容をまとめます。

2024 年は「薬用 クリアローション」のみで年間 100 万個超え

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企業別販売シェアは、10 年連続 No.1 です。（調査会社：TPC マーケティングリサーチ株式会社 2025 年 4 月調べ）当社は流通によって異なる顧客層のニーズに合わせて、自社ブランドのみで約 10 種類のふきとり化粧水を販売しており、「ネイチャーコンク」は、当社で唯一ドラッグストア流通で展開している医薬部外品のふきとり化粧水です。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 年にデビューした後、3 年目以降は毎年売り上げを伸ばし、2025 年 3 月末の段階では、ブランドの累計の売上個数は 900 万個を超えました。また、2024 年 1 月～12 月の 1 年間で見てみると「薬用 クリアローション」のみで初めて 100 万個を突破しています。



商品名：左：ネイチャーコンク 薬用 クリアローション（うるおうタイプ）**【医薬部外品】** 販売名：薬用ローション W 10 右：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 **【医薬部外品】** 販売名：薬用ローション W9
容量：200mL 価格：オープン価格
参考価格：900 円（税抜）990 円（税込）
発売日：2025 年 2 月 10 日



左：リニューアル前のパッケージ
右：新パッケージ

2 人に 1 人以上がリピーター。医薬部外品の多機能ふきとり化粧水で「簡単ふきとり習慣」続く

近年は、「ふきとり化粧水」と「保湿化粧水」の 2 ステップでなく、1 ステップでスキンケアが完了するふきとり化粧水が増加しています。その中でも医薬部外品で美白や肌荒れ防止など多機能の「ネイチャーコンク」は、「赤いふきとり」とも呼ばれ定着してきました。2024 年 3 月～2025 年 2 月の直近の 1 年間のリピート率は 54.8%と 5 割を超え（株式会社 True Data「Eagle Eye」を基にした自社調査 ネイチャーコンク 薬用 クリアローション つめかえ用 対象：連続アクティブ会員）2 人に 1 人以上がリピーターです。多機能であるだけでなく、アルコールフリー・無香料・無鉱物オイル・無タール系色素・弱酸性の処方も多くの人に支持される理由と考えています。敏感肌の人を対象とした使用テストもクリアし、今年 2 月 10 日にはパッケージのリニューアルを実施しました。今後もさらに多くの人に角質ケアの効果・必要性を感じていただけるよう、情報発信に努めます。

【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 横谷携帯 090-2111-5027
FAX:06-6346-6569 E-mail:narispr@naris.co.jp HP:https://www.naris.co.jp

【ネイチャーコンク ラインナップ】

	左：薬用 クリアローション ＜医薬部外品＞ 販売名：薬用ローション W 10 内容量：200mL〔つめかえ〕180mL 価格：オープン価格 参考価格：900 円（税抜）990 円（税込） 〔つめかえ〕750 円（税抜）825 円（税込） 右：薬用 クリアローション ともしっとり ＜医薬部外品＞ 販売名：薬用ローション W9 （高保湿タイプ） 内容量：200mL〔つめかえ〕180mL 価格：オープン価格 参考価格：900 円（税抜）990 円（税込） 〔つめかえ〕750 円（税抜）825 円（税込）
---	---

薬用美白※1 & 肌あれ防止 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
～植物のチカラで、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）

●透明感を高める植物由来の保湿成分配合

ヨクイニンエキス・月見油・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 W7 内容量：100 g 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：80 g 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 & 肌あれ防止 毛穴ケアもできるジェルクリーム。
毛穴周辺のコメを潤いで満たし、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）

●植物のチカラで、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）

●植物のチカラで、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・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）〕

アミノ油/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

敏感肌でも美白※1・ニキビ予防・肌あれ防止から毛穴ケアまで ボタニカル成分のやさしいふきとりで、調子のいい肌ずっと続く

当社の調査では、一般的にふきとり化粧水は、老化角質を取り除くケアであるため、刺激が強いというイメージを持っている人が多く存在します。「ネイチャーコンク」は、90 年近く続く角層研究をもとにハトムギや月見草など植物由来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導く秘訣です。今回新しく敏感肌の人の協力によるパッチテストを実施しクリアしています。美白※1・ニキビ予防・肌あれ防止に加えて、毛穴のざらつきケアまでできる「ネイチャーコンク」。実は朝の洗顔代わりに使用することもでき、使用者や使用シーンに広がりが見られています。今回のリニューアルは医薬部外品をイメージしやすいパッケージに刷新。敏感肌の人も含めてより多くの人の肌悩みにこたえるブランドに育てていきたいと考えます。 ※1 メラニンの生成を抑え、シミ・そばかすを防ぐ。



ハトムギ



月見草

【ネイチャーコンク パッケージデザインで見る変遷】

2013	2015	2016	2021
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。	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。	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。	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。