

ナリス化粧品、ふきとり化粧水 国内販売シェア 5年連続 No.1

ふきとり化粧水市場、5年連続拡大基調。200億円市場へ

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、2019年度(2019年4月から2020年3月)の企業別の国内販売動向調査を実施、国内シェア No.1で、あることがわかりました。当社は、2015年度(2016年8月実施)から、ふきとり化粧水の国内販売動向調査を実施していますが、今回の調査で5年連続国内販売シェアが1位であることと、「ふきとり化粧水」の市場規模が、5年連続拡大基調にあることもわかりました。調査は、2020年5月の実施で、外部調査機関「TPC マーケティングリサーチ株式会社」によるものです。また、ふきとり化粧水に関する意識調査の結果も合わせて報告します。



【市場動向と増加の要因】

ふきとり化粧水の市場規模は、5年前の調査では、170億円でしたが、2016年度、176億円、2017年度、194億円、2018年度、196億円と順調に拡大し、今回の調査では、

199億円と200億円に迫る市場となりつつあります。当社の年間売上高は、約27億円で、13.6%のシェアを占め、2016年度に調査を始めてから5年連続のシェア No.1であることがわかりました。当社では、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。



ふきとり化粧水は、新規参入メーカーも増加していますが、当社の主力販路である訪問販売では、2016年8月から開始した定期購入制度(「ふきとり定期便」から「スキンケア定期便」に名称変更)により、ふきとり化粧水の会員数が8万人を超え、確実なピーターの確保に成功しています。また、ふきとり化粧水をメイン商品に据えるスキンケアブランドでは、2017年に「マジスタ」2020年に「ルクエ」ブランドのリニューアルを行い、オリジナルのふきとり成分を配合するなど、新規技術を搭載しています。その他流通においても、ドラッグストアなどを販路とする「ネイチャーコンク」の伸長も寄与しています。

ふきとり化粧水 認知率約7割 使用者 24% 「毎日使用」の女性、約8割「肌に自信がある」。

今回、ふきとり化粧水の国内シェア No.1を受け、ふきとり化粧水の認知度や使用実態について、インターネットによる調査を行いました。(調査期間：2020年5月29日～6月3日 調査方法：インターネット調査 調査対象：全国の20～69歳の女性2182人)

【調査トピックス】

- ① ふきとり化粧水、「よく知っている」のは23.6%、「なんとなく知っている」44.3%
前回調査(2018年1月19日～1月22日)「よく知っている」6.2%、「なんとなく知っている」27.6%から、認知率向上。
- ② ふきとり化粧水、「毎日使っている」のは9.7%、若年層の方が「毎日使っている」傾向。
20～25歳女性、「毎日使っている」のは21.9。比較的若年層の方が毎日使用している女性が多い傾向。
- ③ 「毎日、ふきとり化粧水を使用している」女性の約8割が、「肌に自信がある」。
「肌に自信がある」65.9%、「まあまあ肌に自信がある」11.8%。
- ④ ふきとり化粧水を使用している女性の方が、長く同じ化粧水を使用している。
10年以上の使用者は、ふきとり化粧水不使用者の1.5倍。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 ナリス化粧品 広報課 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:http://www.naris.co.jp

【調査結果】

1、ふきとり化粧水の認知率約 7 割。

ふきとり化粧水を「きちんと知っている」女性は、23.6%、「なんとなく知っている」44.3%と、合計で 67.8%でした。2018 年 1 月に実施した調査（n = 1,200 全国 20～69 歳女性によるインターネット調査 2018 年 2 月 5 日入ニュースリリース発行）では、「きちんと知っている」6.2%、「なんとなく知っている」27.6%、合計 33.8%であったことから、ふきとり化粧水の認知率は向上していることがわかりました。なかでも、20～24 歳の「きちんと知っている」30.2%、25～29 歳は 25.2%と若年層の女性の認知が伸びていることがわかりました。

あなたは、「ふきとり化粧水」を知っていますか？

		きちんと知っている	なんとなく知っている	よくわからないが聞いたことはある	全く知らない	その他
全体	2182	23.6%	44.3%	18.4%	13.5%	0.1%
20歳～24歳	222	30.2%	34.7%	18.5%	16.2%	0.5%
25歳～29歳	222	25.2%	38.7%	17.6%	18.5%	0.0%
30歳～34歳	221	20.4%	45.2%	19.9%	14.5%	0.0%
35歳～39歳	221	21.3%	48.0%	17.6%	13.1%	0.0%
40歳～44歳	212	23.1%	50.5%	16.5%	9.9%	0.0%
45歳～49歳	221	24.0%	40.3%	18.1%	17.6%	0.0%
50歳～54歳	200	24.5%	42.5%	22.0%	11.0%	0.0%
55歳～59歳	221	23.5%	47.1%	15.8%	13.1%	0.5%
60歳～64歳	221	20.4%	53.4%	17.2%	9.0%	0.0%
65歳～69歳	221	24.0%	43.0%	21.3%	11.8%	0.0%

2、ふき取り化粧水、「毎日使っている」のは、9.7%

ふきとり化粧水の使用者を調べたところ、「毎日使っている」と答えた女性は、9.7%。前回の調査では、9.6%であったため、0.1 ポイントの伸びにとどまっています。使用者を年齢別にみると、若年層で、「毎日使用している」女性が多いとわかります。2 年前の調査では、20～24 歳で「毎日使っている」9.2%「時々使っている」16.7%で合計 25.9%ですが、今回の調査では、「毎日使っている」21.9%、「時々使っている」9.0%で、合計 30.9%と、毎日使用している女性が増えているとわかります。

あなたは、ふきとり化粧水を使ったことがありますか？

		現在、毎日使っている	現在、時々使っている	現在、気が向いた時に使っている	現在は使っていないが、過去に使ったことがある	全く使ったことがない	わからない	その他
全体	1983	9.7%	8.7%	5.9%	28.2%	44.9%	2.4%	0.2%
20歳～24歳	201	21.9%	9.0%	8.5%	17.4%	39.8%	2.0%	1.5%
25歳～29歳	196	13.3%	11.2%	8.7%	21.4%	42.9%	2.6%	0.0%
30歳～34歳	198	11.1%	12.6%	6.6%	17.7%	49.5%	2.5%	0.0%
35歳～39歳	196	9.7%	6.6%	7.1%	25.5%	47.4%	3.6%	0.0%
40歳～44歳	199	8.5%	9.5%	7.5%	33.2%	39.7%	1.5%	0.0%
45歳～49歳	196	5.6%	9.7%	3.6%	30.6%	48.5%	2.0%	0.0%
50歳～54歳	186	8.1%	5.9%	5.4%	29.0%	49.5%	2.2%	0.0%
55歳～59歳	197	6.1%	8.6%	5.6%	33.0%	42.6%	3.6%	0.5%
60歳～64歳	208	5.8%	6.2%	2.9%	38.5%	45.7%	1.0%	0.0%
65歳～69歳	206	7.3%	7.8%	3.4%	35.0%	43.7%	2.9%	0.0%

3、「毎日ふきとり化粧水を使用している」女性の約 8 割が「肌に自信がある」。

ふきとり化粧水の使用の有無と、「肌に自信があるか」という問いをクロス集計した結果、「現在、毎日使っている」と答えた女性の 65.9%が、「肌に自信がある」11.8%が「まあまあ肌に自信がある」と答え、77.7%の女性が自身の肌に満足していることがわかりました。また、「全く使ったことがない」女性は、肌に自信がないと答えていることが多いとわかります。

あなたは、ふきとり化粧水を使ったことがありますか？

		現在、毎日使っている	現在、時々使っている	現在、気が向いた時に使っている	現在は使っていないが、過去に使ったことがある	全く使ったことがない	わからない	その他
全体	1983	9.7%	8.7%	5.9%	28.2%	44.9%	2.4%	0.2%
肌に自信がある	82	65.9%	7.3%	3.7%	6.1%	15.9%	1.2%	0.0%
まあまあ肌に自信がある	389	11.8%	16.2%	6.9%	26.7%	37.5%	0.3%	0.5%
肌にあまり自信がない	655	6.4%	9.0%	6.9%	28.4%	47.9%	1.4%	0.0%
肌に自信がない	811	5.8%	5.2%	4.9%	32.3%	48.3%	3.3%	0.1%
答えたくない	44	9.1%	6.8%	4.5%	4.5%	54.5%	20.5%	0.0%
その他	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%

4、ふきとり化粧水の使用女性は、長く同じ化粧水を使用している。

ふき取り化粧水の使用女性と、ふき取り化粧水の不使用女性（ふきとり化粧水以外の化粧水を使用している女性）に、現在使用している化粧水（ブランドのリニューアルについては同じ化粧水と捉える）の使用期間を聞きました。全体的に、使用期間はばらついており、年齢による差はあまり見られない中、10 年以上、同じ化粧水を使っていると答えたのは、ふきとり化粧水の使用女性で、14.6%、ふき取り化粧水の不使用女性で 9.8%と 1.5 倍の差があります。特に 50 代では約 3 割、60 代では約 4 割の女性が、10 年以上同じふきとり化粧水を使用していると答えています。ふきとり化粧水の不使用女性は、10%台にとどまっています。

あなたは、現在使っている化粧水をどれくらいの期間使用していますか。ブランドが同じでリニューアルしているものは、同一とみなします。

また、複数の化粧水を使用されている方は、メインで使用している化粧水について、ご回答ください。（ふきとり化粧水不使用者）

		1か月未満	1か月～半年未満	半年～1年未満	1年～2年未満	2年～3年未満	3年～5年未満	5年～10年未満	10年以上	化粧水は使用していない	わからない
全体	858	4.0%	11.2%	14.5%	12.1%	9.6%	11.1%	9.0%	9.8%	12.4%	6.5%
20歳～24歳	76	10.5%	21.1%	18.4%	10.5%	7.9%	15.8%	3.9%	2.6%	5.3%	3.9%
25歳～29歳	80	3.8%	16.2%	22.5%	17.5%	10.0%	5.0%	11.2%	2.5%	3.8%	7.5%
30歳～34歳	89	5.6%	9.0%	18.0%	12.4%	9.0%	6.7%	10.1%	6.7%	14.6%	7.9%
35歳～39歳	94	3.2%	12.8%	11.7%	16.0%	8.5%	12.8%	6.4%	2.1%	12.8%	13.8%
40歳～44歳	69	1.4%	7.2%	10.1%	8.7%	8.7%	14.5%	13.0%	11.6%	14.5%	10.1%
45歳～49歳	90	2.2%	13.3%	7.8%	12.2%	11.1%	7.8%	11.1%	13.3%	13.3%	7.8%
50歳～54歳	89	2.2%	10.1%	12.4%	6.7%	9.0%	16.9%	12.4%	13.5%	12.4%	4.5%
55歳～59歳	86	7.0%	3.5%	19.8%	9.3%	4.7%	9.3%	7.0%	19.8%	14.0%	5.8%
60歳～64歳	89	2.2%	10.1%	13.5%	15.7%	12.4%	9.0%	9.0%	11.2%	14.6%	2.2%
65歳～69歳	96	2.1%	9.4%	11.5%	11.5%	13.5%	13.5%	6.2%	13.5%	16.7%	2.1%

あなたは、「ふきとり化粧水」をどれくらいの期間使っていますか。ブランドやメーカーが変わっても、「ふきとり化粧水」を使用している期間でお答えください。

		1か月未満	1か月～半年未満	半年～1年未満	1年～2年未満	2年～3年未満	3年～5年未満	5年～10年未満	10年以上	わからない
全体	452	12.6%	14.4%	16.6%	12.2%	7.7%	5.5%	7.5%	14.6%	8.8%
20歳～24歳	78	30.8%	21.8%	17.9%	11.5%	3.8%	2.6%	0.0%	1.3%	10.3%
25歳～29歳	63	12.7%	9.5%	30.2%	22.2%	6.3%	6.3%	3.2%	1.6%	7.9%
30歳～34歳	56	5.4%	23.2%	14.3%	8.9%	17.9%	5.4%	8.9%	7.1%	8.9%
35歳～39歳	41	17.1%	19.5%	17.1%	9.8%	4.9%	12.2%	2.4%	4.9%	12.2%
40歳～44歳	46	15.2%	8.7%	13.0%	13.0%	4.3%	6.5%	10.9%	13.0%	15.2%
45歳～49歳	33	9.1%	6.1%	12.1%	9.1%	6.1%	12.1%	18.2%	15.2%	12.1%
50歳～54歳	31	9.7%	19.4%	9.7%	9.7%	9.7%	3.2%	3.2%	29.0%	6.5%
55歳～59歳	37	2.7%	10.8%	13.5%	13.5%	8.1%	5.4%	8.1%	35.1%	2.7%
60歳～64歳	30	3.3%	13.3%	13.3%	10.0%	6.7%	3.3%	13.3%	36.7%	0.0%
65歳～69歳	37	0.0%	2.7%	13.5%	8.1%	10.8%	0.0%	18.9%	37.8%	8.1%

【全体を通した考察】

今回の調査において、ふきとり化粧水の認知や使用は、市場の拡大とともに拡大していることがわかりましたが、若年層の認知、使用に比べて、中高年層での認知、使用はそれほど増えていないこと、また認知の伸びに対して使用者の伸びが少ないこともわかりました。この結果については、ふきとり化粧水の認知だけでなく、正しい理解の啓蒙の必要性や、使用の機会を積極的に提供していく必要性を感じます。「毎日ふきとり化粧水を使用している」と答えた女性の約7割が「肌に自信がある」、約1割が「まあまあ肌に自信がある」と答えました。ふきとり化粧水は、コットンで使用することや、化粧水の前に使うという手間の煩わしさにより、敬遠される女性も多いですが、毎日使用している8割の女性の肌に自信を与えることができている結果は、ふきとり化粧水の効果の裏付けにもなると考えます。また、ふきとり化粧水を使用している女性は、長く同じ化粧水を使用しているということが明らかになりました。化粧品選びに悩む女性が多い中、同じ化粧水を使用し続けることができるのは、スキンケアへの満足と捉えることができると考えます。

【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を促し、後で使用する化粧品の効果を高める目的で、1937年（昭和12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、「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。使用方法は、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。

【ふきとり化粧水の歴史】

- 1937/昭和 12 年 初代ふきとり化粧水「コンク」発売
- 1953/昭和 28 年 ふきとり化粧水「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
- 1978/昭和 53 年 「C-C-C 美容理論」としてふきとり化粧水を核とした美容理論を発表
- 2013/平成 25 年 初の一般流通（ドラッグストアなど）用のふきとり化粧水「ネイチャーコンク」を発売
- 2017/平成 29 年 初の男性用ふきとり化粧水を「アウラス ザ フェイス」から発売
- 2017/平成 29 年 国内販売シェア No.1 を記念し 2 月 10 日を「ふきとりの日」に記念日認定
- 2018/平成 30 年 初の通販用ふきとり化粧水を「サイクルプラス」から発売
- 2018/平成 30 年 ふきとり化粧水使用時の「心地よさ」を数値化する手法について学会発表
- 2020/令和 2 年 オリジナルのふきとり成分「純化白花豆エキスを「ルクエ」に配合



1937 年 初のふきとり化粧水 コンク

【ナリス化粧品の主なふきとり化粧水】

	<p>【商品名】ルクエ コンク 【流通】訪問販売 【価格】3,000 円（税抜） 3,300 円（税込） 【容量】210mL 【発売日】2020 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp</p>
	<p>【商品名】マジスタ コンクa・マジスタ コンクβ 【流通】訪問販売 【価格】7,500 円（税抜） 8,250 円（税込） 【容量】200mL 【発売日】2017 年 8 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp</p>
	<p>【商品名】アウラス ザ フェイス クリア コンク 【流通】訪問販売（男性用） 【価格】2,000 円（税抜） 2,200 円（税込） 【容量】200mL 【発売日】2018 年 1 月 21 日 【HP】www.naris.co.jp</p>
	<p>【商品名】ネイチャーコンク 薬用クリア ローション 【流通】ドラッグストア、量販店流通 【参考価格】850 円（税抜） 935 円（税込） 【容量】200mL 【発売日】2018 年 1 月 1 日 【HP】www.narisup.com</p>
	<p>【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】2,400 円（税抜） 2,640 円（税込） 【容量】150mL 【発売日】2018 年 7 月 25 日 【HP】www.cycleplus.jp</p>

■ 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	690 名 (2020 年 3 月末・連結)
売上高	249 億円 (2020 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製品生産受諾販売)■ 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

ナリス化粧品は、1932 年に大阪市福島区で創業し、経営理念として「for others～人様のために」を掲げ、これまで「社員一人ひとりが、人様に役立つ実力を持つ人になる」という自らに向けた誓いとして、一貫して化粧品を通じて皆様に安心と幸福をお届けしたいと願い、歩み続けています。