

－ ジェンダーフリーのブランド「IROIKU」、本年7月で全国発売から1周年！－

## “色づき美容液”という新カテゴリーで市場を開拓。 こだわりを持つ雑貨店様など、取り扱い店舗も拡大中！

- 肌を休めたい日やリモートワーク、旅行など生活シーンで使い分ける新アイテムとして女性に人気！
- スキンケアやメイクに興味はあるけど、ファンデを使う勇気がなかった男性にも好評！
- 美容成分の開発から商品化まで、当社が全てを手掛けている点が、お客様の安心と信頼に。

美容成分・化粧品の開発・製造・販売とオリジナル化粧品ブランド「デルメッド」、「yameKAGUYA（やめかぐや）」、「IROIKU（イロイク）」を展開する三省（さんしょう）製薬株式会社（本社：福岡県大野城市 代表取締役社長：陣内 宏行）では、当社の企業・事業動向やトピックスをニュースレターとして定期的に発信しています。

今号では、本年7月に全国発売から1周年を迎えたジェンダーフリーのオリジナルブランド「IROIKU」の新提案がどのようにお客様に受け入れられているか、取り組みの背景や今後についてご紹介します。

「IROIKU」は“健やかな肌の色で、生きていく。”をコンセプトに、色を育むという漢字二文字を組み合わせで“色育”という意味を込めて誕生したブランドです。

「IROIKU スキンチューンナップ セラム」は、1アイテムでスキンケアと肌のトーンアップ（\*1）ができる“色づき美容液”という新カテゴリーを提案するもので、性別や年齢を問わずにお使いいただける商品として展開をスタートしました。

\*1：メイクアップ効果による。

## ■ 生活シーンによって使い分ける新アイテムとして女性に人気！ 肌のケアに興味はあるけどファンデを使う勇気がなかった男性にも好評！

「IROIKU」はスタート当初より、自社サイト（<https://www.iroiku.jp>）と当社直営の「SANSHO BEAUTY PLAZA」（福岡市）での販売に加え、関東、関西、福岡の百貨店を中心に POP UP やコラボレーションを積極展開してきました。ファンデーションでもない、化粧下地でもない“色づき美容液”という新カテゴリーの提案においては、体験の機会を提供し、具体的な使用シーンを訴求することが重要だと考えたからです。

ネットを含め、これまで購入いただいたお客様の男女比は男性 4：女性 6。20～40 代に加え、男性では 50 代の愛用者もいらっしゃいます。POP UP 期間中には、色違い商品のリピート購入も多く、リアル販売の重要性を再認識しました。初年度の売上目標に対し、約 150%の実績で推移しており、幅広いお客様に受け入れられています。

女性のお客様には、肌をゆっくり休めたい日やリモートワークの日、サウナやジムの帰りなど、具体的な使用シーンを伝えながら、実際に試していただくことが購入につながっています。レジャーや旅先での入浴後、「きちんとメイクするのは面倒だけど、素顔のままではちょっと・・・」という時のお役立ちアイテムとして活用し、写真を撮って SNS に投稿するなど夕食から寝るまでの時間を存分に楽しむ、といった使い方も好評です。実際、SNS では「# すっぴん格上げ」、「# ワタシと iroiku」などのハッシュタグで盛り上がりを見せました。フルメイクのステップに組み込むのではなく、買い足すことで、日常生活シーンによって使い分けるといった消費スタイルとなっているようです。

男性のお客様には、特に伊勢丹新宿店メンズ館様での POP UP 展開を機に、認知が広がりました。「普段、スキンケアはしているが、ファンデーションや BB クリームのように肌に色をつける勇氣は無い・・・」、「スキンケアやメンズメイクに興味はあるが、まだ未体験」といったお客様が店頭で実際に試して、購入されるケースが多く見られました。お客様のうち約 4 分の 1 は女性のお客様で、パートナーへのプレゼントとしての購入が多かったのも特徴的です。ギフトボックスも好評でした。伊勢丹新宿店メンズ館様では、これまで 2 度にわたって POP UP を実施しましたが、大きな反響をいただいたため、現在も常設コーナーでの販売を継続しています。

取り組みを進める中で、「IROIKU」は多くのバイヤー様の目にとまり、他の百貨店や商業施設での展開や雑貨店様でのセルフ販売にもつながっています。

今年 2 月からは、売り方にこだわりを持つ雑貨店様での販売がスタートしました。現在は 50 店舗の展開ですが、店頭でのお客様の反応は上々です。今後も積極的に取り扱い店を拡大し、まずは 100 店舗を目標に取り組んでいきます。

コロナ禍に誕生した「IROIKU」は、リモートワークなど自宅で過ごす時間が増えたことによる美容意識の変化や、ナチュラルメイクの潮流、そして男性にも肌のケアや身だしなみへの意識が広がる中で、生活者の潜在的なニーズに応える新しいブランドとしてスタートを切ることができました。最近ではインバウンドのお客様も増えており、新たな美容カテゴリーの提案に、手ごたえを感じています。



## ■ 美容成分への関心が高まる中、美容成分の開発から商品化まで、全て当社が手掛けていることが、安心と信頼につながっています。

当社はこれまで、オリジナルブランド（「デルメッド」、「yameKAGUYA」）についてはネット販売を中心としていましたが、第3のブランド「IROIKU」の展開に際しては、百貨店でのPOP UPやコラボレーションに初めて取り組みました。信用力や発信力のある百貨店に期待した背景には、「IROIKU」の商品力やブランドストーリーへの圧倒的な自信がありました。

漢方薬局をルーツに、創業60年以上の歴史を持つ当社は、美白有効成分「コウジ酸」など、これまで130種以上の美容成分を開発してきました。オリジナルブランドのみならず、B2Bにおける化粧品原料の販売やOEM・ODM展開、OEM企業からの相談対応など、幅広く事業を展開しています。

「IROIKU」には、黄山薬エキス、キンギンカエキス、赤ブドウ葉エキス、ニューコウエキス、ハトムギエキス、緑茶エキス、マテ茶シリカ（\*2）といった当社が開発した美容成分を最適なバランスで処方しています。「効果を期待できる美容成分を、効果の発揮に最適な分量で配合する」というポリシーが、「IROIKU」にも生きています。

\*2：美容成分の詳細は添付資料をご参照ください。

POP UPなど販売の現場では、「これは何？」というお客様に、「色づき美容液」という新カテゴリーを知っていただくことから始まります。そして、商品の特長やおすすめの使用シーンを紹介することで、興味や関心を持っていただきます。さらに、自社で美容成分を開発していることや美容成分の詳細説明をすることで、お客様が安心して信頼していただき、購入につながっています。近年、美容成分やそのエビデンスに関心を持つ人が増えていることもあり、好評をいただいています。

## ■ 今後は雑貨店様など取り扱い店舗の拡大に注力しつつ、新しい美容の文化を創造すべく、大切に育てていきます。

当社の「IROIKU」の営業部門は、マーケティング部門と連携しながら、SNSでの発信も含め日々の活動に取り組んでいます。

百貨店でのPOP UPのみならず、大学との産学連携や、無人店舗での顧客体験を実現する実証実験への参画、ライフスタイルブランドとのコラボレーション販売など、様々なチャレンジを続けてきました。

当社の社員も店頭立ち、性別を問わず、多様な年齢層のお客様と接することができたことは、大きな収穫でした。男性社員が店頭立つことで、男性のお客様が手に取りやすくなったり、会話が弾むなど、様々な発見がありました。

今後は、こだわりを持つ雑貨店様など、取り扱い店舗の拡大に注力していきます。新カテゴリーであるが故に手探りの部分も多く、雑貨店様が販売しやすいように、POPの工夫や色選びのアドバイス、使用シーンの提案、使用方法やちよとした裏技、美容成分の説明などについて、きめ細かくお伝えしていきます。

さらに、百貨店様や商業施設でのPOP UPやコラボレーションなど、オンラインとオフラインを織り交ぜながら、柔軟に取り組む、「IROIKU」ブランドを大切に育てていきたいと考えています。

年齢や性別に関係なく、「スキンケアをしながら、健やかな肌の色にトーンアップ（\*3）して、自分らしく、いきいきとした日々を送りたい」と考える方々に長く愛されるブランドとなるべく、新たな美容の文化創造につながるように、今後も邁進していきます。

\*3：メイクアップ効果による。

## ■ 「IROIKU スキンチューンナップ セラム」商品概要



全6色、各 2,200 円(税込) 内容量：各 18mL (約 30 回分)

### 【 透明 (クリア) 】

- 00 クリア (朝・夜) / 夜のお手入れにも。※色づき効果はございません。

### 【 健やかな肌の色にワントーン近づける 3 色 】

- 11 ナチュラル (日中) / くすみを抑えて明るくフレッシュな印象に
- 12 パールピンク (日中) / 血色感をプラスして透明感を際立たせる
- 13 ヘルシー (日中) / 自然で引き締まった印象に

### 【 肌のアラが目立たなくなる 2 色 】

- 21 コーラル (日中) / シミやソバカスが気になる肌に
- 22 ライムグリーン (日中) / 赤みが気になる肌に

## 【 三省製薬株式会社 会社概要 】

- 社 名 三省製薬株式会社 (Sansho Pharmaceutical Co.,Ltd.)
- 創 業 1960年3月
- 代表取締役社長 陣内 宏行
- 資本金 8,767万円
- 売上高 24億3,420万円 (2023年3月期現在)
- 事業所 <本社>  
〒816-8550 福岡県大野城市大池2丁目26番7号  
<佐賀工場>  
化粧品原料製造および化粧品製造業者としてCOSMOS認証取得工場、  
ISO9001、ISO22716(化粧品GMP)取得工場  
〒841-0048 佐賀県鳥栖市藤木町5番1
- 事業内容 化粧品原料の開発、製造、販売  
医薬部外品・化粧品の開発、製造、販売(通信販売・OEM)
- 社員数 119人(パート社員含む)
- URL <https://www.sansho-pharma.com>  
<https://www.dermed.jp>  
<https://www.iroiku.jp>  
<https://yamekaguya.com>