

天然素材にこだわり歴史を継承しながら若い感性を活かして新たなチャレンジへ

株式会社クラブコスメチックス 大阪市西区

株式会社クラブコスメチックスは明治 36 年創業の化粧品等製造販売会社で、第一号商品「クラブ洗粉」は発売から 1 世紀以上経つ現在も販売されるロングセラー商品となっている。

創業以来、天然素材にこだわり続ける同社では、現社長就任後、各地の地域資源を活かしたご当地コスメ（化粧品）の商品開発など様々な新しい試みを行ってきた。

特に「クラブすっぴん」シリーズは、素肌をキレイに見せる商品性が女性のニーズに合致し、女子大生へのヒアリングに基づくパッケージのリニューアルや SNS の口コミも相俟って、2 年で 200 万個を超えるヒットとなっている。同社では現役女子大生の PR モデルをオーディションで起用するなど、若い感性を活かした展開にチャレンジしている。

会社概要



会社名：株式会社クラブコスメチックス
所在地：大阪府大阪市西区西本町 2-6-11
電話：06-6531-2990
FAX：06-6543-2012
創業：1903（明治 36）年
設立：1939（昭和 14）年
代表者：代表取締役社長 中山 ユカリ
資本金：84 百万円
従業員：289 名
事業内容：化粧品等製造販売業
URL：<http://www.clubcosmetics.co.jp/>

発売から 1 世紀以上のロングセラー商品

化粧品等製造販売業の株式会社クラブコスメチックスは、1903 年（明治 36 年）に西洋雑貨・化粧品の卸商「中山太陽堂」として創業。1906 年（明治 39 年）に自社製造の第一号商品「クラブ洗粉」を発売。同商品は日本人の肌にやさしい天然素材を原料とした粉末洗顔料で、「湯屋の前を通るとクラブ洗粉の香りがする」と言われる程の大ヒットとなる。以来、品質最優先を貫き、発売から 1 世紀以上が経つ現在もロングセラー商品として愛用されている。パッケージには発売と同時に誕生したシンボル“双美人”^{そうびじん}があしらわれ、「ひとりよりふたり、より多くの女性に美しさを…」という願いを現在に継承している。



「クラブ洗粉」

1950 年代には、一時経営が思うようにいかない時もあったが、厚い信頼関係を築いてきた代理店からの積極的な支援と、同社商品に寄せる顧客の根強い支持により、危機からの復活を果たした。1970 年代には訪問販売等、流通の多角化を進め、その後、研究・開発拠点「化粧品文化研究所」や本社新ビル（2009 年竣工）等の事業拠点整備、OEM・ODM の強化等、着実に事業拡大を図ってきた。



本社（左）ならびに化粧品文化研究所（上）

地域資源を活かしたご当地コスメ

創業以来、天然素材にこだわり、数多くの商品を製造している同社では、2002年の中山ユカリ氏の社長就任後、様々な新しい試みを行ってきた。そのひとつが地方自治体との連携により、地域資源を活かしたご当地コスメ「SHIZEN（シゼン）」シリーズの開発である。第一弾の「玉椿」シリーズは、長崎県五島市の地域振興プロジェクト「日本一の椿の島づくり」の一環として2010年から発売した商品で、五島椿の葉・花・種子・オイルから美容に有効な成分を活用した石鹸・化粧水・美容オイル等を導入している。

また、2012年からは奈良県の明日香村、五條市等と連携し、「ならこすめ」シリーズを開発。ヤマトトウキなど“大和もん物”と呼ばれる希少な和漢植物から有効成分を厳選・配合し、オールインワン美容液や保湿クリームとして商品化、地域振興に一役買っている。

ニッチな特長が女性のニーズに合致しヒット商品に

現在同社のヒット商品となっている「クラブすっぴん」シリーズは、販売開始から2年で200万個を超える人気商品となっている。「素肌をきれいに見せる」をコンセプトとしており、旅行先やジムの帰り、ちょっとしたお出掛けなど、化粧までは必要のないときに素肌をきれいに見せることができる、ニッチな特長が女性のニーズに合致。さらに女子大生へのヒアリングをもとに商品性の打出し方やパッケージのリニューアルを行ったことで若い消費者の感性に響き、SNSでの口コミも相俟って商品の魅力が広く伝わり、ヒットに繋がった。

同商品のヒットをきっかけに、販売開始から80

年以上になるロングセラー商品「ホルモンクリーム」にも、若い女性の人気飛び火している。

同社は「クラブすっぴん」シリーズのプロデュース施策として、現役女子大生からオーディションで選ばれたPRモデル「すっぴん Girl's アンバサダー（SGA）」を起用し、美容法などの情報発信、イベント等で活躍する取組みを2016年より始めている。若い女性の感性を活かすとともに、「彼女達の成長や自己実現を後押しする」という社会貢献事業としての側面も有しており、今後もモデルを選考し、取組みを継続していく予定である。



ヒット商品「クラブすっぴんパウダー」とPRモデル「すっぴん Girl's アンバサダー」

次世代を担うスタッフの育成と商品開発へ

化粧品業界では、時代に応じて変化し続ける女性のニーズを素早くキャッチする必要がある、同社では若い社員の感性を活かし、失敗を恐れずにチャレンジできる環境づくりを心掛けている。

また、同社は女性社員が多く、管理職に占める女性比率も高い。社長自らが「家庭をまず第一に考えるように」と伝えていることもあり、育児や介護に対する職場の理解が得られやすく、スタッフが臨機応変に支援しあう職場風土が確立していることが、女性の労働意欲向上、出産後の高い復職率にも繋がっている。

社長は「次世代を担う若手社員の育成に力を注ぎ、アジアをはじめとする世界市場への“クラブ”ブランドの展開も視野に入れ、企業の認知度向上を図り、次の100年を担うスキンケア商品の開発と顧客創造に取り組んでいきたい」と抱負を語る。

（前田 徹、中井正人）