

News Release

2026年8月28日

報道各位

中野製薬株式会社

ヘアスタイリングブランド「ナカノ スタイリング タント」をアイテムの“選ぶ理由”がわかるブランドへ
多様化する商品ごとの違いを再整理し、生活者のアイテム選択をサポート



中野製薬株式会社（本社：京都市／代表取締役社長：中野 孝哉）は、ヘアスタイリングブランド「ナカノ スタイリング タント（以下、タント）」のブランドコミュニケーションを刷新します。ヘアスタイルやスタイリング料の選択肢が増える中、生活者が商品ごとの違いや選ぶ理由をより理解しやすくするためです。今回、各アイテムが持つ機能価値を「〇〇なのに、〇〇」という表現で分かりやすく伝えることで、自分の求める仕上がり合った商品を選びやすくしていきます。

■ヘアスタイルの多様化により、ヘアスタイリングアイテム選びも複雑に

近年ヘアスタイルは、つくり込みすぎないナチュラルスタイルが主流でしたが、束感やツヤ、毛流れ、立体感など、求められるデザインや質感が多様化しています。

これに合わせ、ヘアスタイリングアイテムもワックス、ジェル、グリース、オイル、スプレーなど幅広く展開され、さらに同じ剤型の中でも、セット力や質感、操作性などによってさまざまな選択肢が生まれています。

選択肢が広がる一方で、生活者にとっては「自分のしたいヘアスタイルにはどのアイテムが合うのか」「似たようなアイテムがある中、違いは何か」など、ヘアスタイリングアイテムを選ぶ際に判断すべき要素も増えています。

「タント」は、こうした環境の変化を受け、ブランド全体としての魅力を伝えるだけでなく、一つひとつのアイテムについて“なぜそれを選ぶのか”という理由を明確にすることが、これからのヘアスタイリングブランドに必要なだと考えました。

■60年以上にわたり培ってきた技術で実現する「〇〇なのに、〇〇」

中野製薬は1959年の創業以来、60年以上にわたり美容師さまとともに頭髮化粧品の研究開発を行ってきました。

その中でもヘアスタイリング分野では、プロフェッショナルである美容師さまが求める操作性やセット力、質感など、さまざまなニーズと向き合いながら製品開発を重ねてきました。

その技術や知見を背景に、今回「タント」では、各アイテムが持つ機能価値を改めて整理しました。その象徴となるのが、「〇〇なのに、〇〇」という新たな共通コミュニケーションです。「タント」の特長は、当社が長年培ってきた技術によって、一見すると両立が難しい機能価値を実現していることです。例えば、「ベタつかないのに、ファイバーで自由な束感」「ダメージ毛なのに、ハードに立ち上がる」など、相反する仕上がりや使用感を両立させています。

今回はこうした価値を「〇〇なのに、〇〇」という共通表現で整理することで、それぞれの商品が持つ特長や選ぶ理由を分かりやすく伝えていきます。

■「これでいい」から「これがいい」へ 納得して選べるヘアスタイリングブランドに

「タント」は、生活者が自分の求めるヘアスタイルや仕上がりに合わせて、商品を納得して選べるブランドを目指します。数ある商品の中から何となく選ぶ「これでいい」ではなく、「この質感にしたい」「この機能が必要だから」といった理由を持って「これがいい」と選べるのが求められます。そのために、商品ごとの違いや価値をより分かりやすく伝えていきます。

■プロである美容師を通じて、アイテムごとの“選ぶ理由”を発信



今回のブランドコミュニケーション刷新に合わせ、「タント」では、アイテムごとの違いや使う理由をよりわかりやすく伝えるコミュニケーションを展開します。

□美容師によるヘアスタイリング動画

ヘアスタイリングのプロフェッショナルである美容師さまによるヘアスタイリング動画を発信します。実際にヘアスタイルをつくるプロセスを通じて、各アイテムの仕上がりや使用感だけでなく、「なぜこのヘアスタイルにこのアイテムを選ぶのか」という視点から、それぞれのUSPを解説。プロならではの視点を通じて、生活者自身がヘアスタイリングアイテムを選ぶ際のヒントを提供します。

□「〇〇なのに、〇〇」を訴求する新仕器を展開



店頭では、新たな共通コミュニケーションである「〇〇なのに、〇〇」を軸とした仕器を展開します。それぞれのアイテムが持つ機能性の違いを直感的に理解できる売場づくりを行い、自分が求めるヘアスタイルや仕上がり合ったアイテムを選びやすくします。

□「ナカノワックス」のフィロソフィーや歴史を伝えるWEBコンテンツを新設

「タント」特設サイトでは、当社が長年の研究開発で培ってきた技術や、「ナカノワックス」のフィロソフィー、これまでの歩みを紹介する新たなコンテンツを展開します。時代とともに変化するヘアスタイルや、美容師さまのニーズと向き合いながらヘアスタイリングアイテムを開発してきた背景を伝え、現在の商品につながる中野製薬ならではのものづくりへの考え方を発信します。

■販売先

全国のロフトおよびロフトネットストア、ドン・キホーテまたはMEGAドン・キホーテ、ハンズ、マツキヨココカラ、ツルハドラッグ、クスリのアオキ、Amazon等で販売中

※一部店舗を除く。

※順次販売先を拡大予定。

※販売先は予告なく変更になる場合がございます。

■中野製薬株式会社について

中野製薬株式会社は、京都に本社を置く理美容プロフェッショナル向けおよび一般向けの頭髮化粧品製造販売、並びに頭髮化粧品のODM（受託生産）事業を行う企業です。1959年の設立以来「表面を装うような商品でなく、嘘のない商品をつくりたい」という熱い想いで、全てのステークホルダーの皆さまに美をお届けしています。

代表者：代表取締役会長 中野 耕太郎 / 代表取締役社長 中野 孝哉

本社所在地：京都市山科区東野北井ノ上町6番地の20

設立：1959年9月 / 資本金：1億円 / 従業員数：254名（2026年8月1日現在）

事業内容：シャンプー、リンス、トリートメントクリーム、スタイリング料、パーマ剤、ヘアカラー、育毛剤等の頭髮化粧品、医薬部外品の製造、販売。

《この件に関するお問い合わせ先》

マーケティング本部 コミュニケーションデザイン

担当：柿沼

(東京支店) 〒160-0023 東京都新宿区西新宿3丁目8番5号 新栄ビル9階

t e l : 03-5350-6851

m a i l : yuichi_kakinuma@nakano-seiyaku.co.jp