

スキンケアブランド「NEMOHAMO（ネモハモ）」が9月1日に リニューアル、肌から心まで整えるホリスティックケアブランドへ進化

～全処方方を刷新し、初のフレグランス・アウトバスが登場。伊勢丹新宿店で先行発売～

株式会社ビオスタイル（本社：京都市下京区、代表取締役社長：山下剛史）が展開するスキンケアブランド「NEMOHAMO（ネモハモ）」は、9月1日（火）にブランドリニューアルを実施します。今回のリニューアルでは、全製品の処方方を刷新するとともに、新たなカテゴリーとしてフレグランスやアウトバス製品が加わります。これに先立ち、8月12日（水）より伊勢丹新宿店にて期間限定のポップアップショップを開催します。



植物のちからをまっすぐ肌にとどけるブランドへ

【リニューアルのポイント】

■日本の恵みを掛け合わせた、全製品の処方刷新

コンセプト成分である国産オタネニンジンエキス（和漢整肌成分）はそのままに、日本全国から厳選した植物原料を各アイテムに応じて新たに組み合わせました。それぞれの植物が持つちからを丁寧に引き出し、肌への確かな手応えと心地よさを届ける新しい処方です。人気アイテムの導入美容オイル「ブースターオイル」には、新たにサツマイモのコルク層から抽出したエキスを配合し、大人の肌のバリア機能をサポートするなど、全アイテムが進化しています。

また、スキンケアやヘア・ボディケアの時間そのものを満たすよう、香りの設計も五感に響くもの

へとアップデートしました。天然精油をベースにした心地よい香りが深く響き、植物のたくましい生命力を感じるような、深い安らぎと心地よい余韻をもたらします。



左：コンセプト成分のオタネニンジン（高麗人参） 右：ブースターオイル 30mL 6,600 円（税込）
（自然由来指数 99%※）※ISO16128 準拠・水を含む。

■髪と地肌をいたわるアウトバス製品 3 品が新たに登場

ブランド初となるアウトバス用のヘアケアが登場。日中の乾燥やダメージから髪を守り、地肌からすこやかな美しさを育みます。仕上がりの好みや髪質に合わせて使い分けられる、ヘアミスト、ヘアミルク、ヘアオイルの 3 品を展開。日々のコンディションの変化に的確に応え、理想の仕上がりを叶える新しいアウトバスシリーズです。



新登場のアウトバス 3 品 左から：ヘアミスト 100mL 3,850 円（自然由来指数 96%※）、ヘアオイル 50mL 4,620 円（自然由来指数 100%※）、ヘアミルク 50g 4,620 円（自然由来指数 99%※） ※ISO16128 準拠・水を含む。価格は全て税込

■日常の気分を切り替えるフレグランス 3 品を追加

ブランド初となるフレグランスラインとして、五感を解放し、日々の気分を鮮やかに切り替える 3 つの香りが登場。深い呼吸を誘うグリーンハーバル、華やかに花開くフローラルムスキー、本来の

自分に還るハーバルウッディを展開します。時間やその時の気分に合わせて自在に使い分けられ、日常のあらゆるシーンに確かな心地よさをもたらす新しいフレグランスシリーズです。



3つの香りで登場。ファースト・プレス（グリーンハーバルの香り）、ネイキッド・ブルーム（フローラルムスキーの香り）、ディープ・ルーテッド（ハーバルウッディの香り）各 50mL 10,120 円（税込）

■「土と緑」のテーマカラーをまとう、新しいデザインへ

ブランドの根幹である植物のちからを表現するため、パッケージとロゴデザインを刷新。植物の「緑」と、それを育む「土」（サンドベージュ）をテーマカラーに据え、ロゴデザインには大地を意味するラインを明確にレイアウトしました。飾り立てない誠実さと、現代のライフスタイルに調和する洗練されたクリーンな佇まいを提示します。



▼ その他、全製品のラインナップについては、下記よりご覧いただけます。

リニューアル特設サイト

<https://nemohamo.com/lp/renewal/>

【ブランドリニューアル概要】

全国発売日：2026 年 9 月 1 日（火）

常設取扱い店舗：

NEMOHAMO 京都本店 (<https://nemohamo.com/shoplist>)

公式オンラインショップ (<https://nemohamo.com/>)

期間限定ポップアップショップ開催

9 月 1 日（火）の全国発売に先駆け、伊勢丹新宿店にて先行発売ポップアップショップを開催いたします。会場では、生まれ変わった NEMOHAMO のフルラインナップを、実際にテクスチャーや香りとともにご体験いただけます。また、「花のある生活を文化にする」をミッションに、廃棄予定の花「ロスフラワー®」に新たな命を吹き込む活動を展開する株式会社 RIN（代表：河島春佳 / <https://lossflower.com/>）が空間デザインを手掛け、自然の恵みと循環を重んじる、ふたつのブランドの想いを表現します。



イメージ図

開催期間：2026 年 8 月 12 日（水）～ 8 月 18 日（火）

開催場所：伊勢丹新宿店 本館地下 2 階 イセタン ビューティー アポセカリー/パーク 書籍&プロモーション

営業時間：10:00 ～ 20:00（※伊勢丹新宿店の営業時間に準じます）

購入特典：期間中、製品をご購入いただいた方に、新製品のフレグランスをお試しいただける限定キットや、株式会社 RIN のドライフラワーなど、特別なギフトをご用意しています。（数量限定、なくなり次第終了）

【NEMOHAMO について】

株式会社ビオスタイルが展開する「NEMOHAMO」は、植物の根も葉もまるごと活かすという思想のもと、自然のちからをできる限りそのまま活かしたもののづくりを続けるコスメブランドです。

2019 年、京都・河原町の GOOD NATURE STATION の開業とともにスタートしました。サステナブルであることを前提に、五感で感じる心地よさ、毎日触れたくなるテクスチャー、気持ちまで整う香りの体験を通じて、自然のちからを“実感”として届けることを目指しています。

公式サイト: <https://nemohamo.com/>

【会社概要】

■株式会社ビオスタイルについて

株式会社ビオスタイルは、京都・四条河原町に 2019 年 12 月に開業した複合型商業施設「GOOD NATURE STATION」の運営会社。京阪ホールディングス株式会社のグループ会社として、京阪グループが推進する“SDGs を実現するライフスタイル”を企画・提案する「BIOSTYLE PROJECT」を牽引し、“信じられるものだけを、美味しく、楽しく。人も地球も元気にする「GOOD NATURE」”というコンセプトの下、サステナブルな商品開発、施設運営を行っています。これらの企業活動を通じ、SDGs 達成に貢献するとともに、社会と調和した持続的な成長を目指します。

企業情報: <https://goodnaturestation.com/company/>

■SDGs を実現するライフスタイルを提案する京阪グループの「BIOSTYLE PROJECT」について

健康的で美しく、クオリティの高い生活を実現しながら、SDGs の達成にも貢献していく。京阪グループでは、そんな循環型社会に寄与するライフスタイルを「ビオスタイル」として展開し、お客さまにご提案しています。規制や我慢だけから生まれる活動ではなく、“人にも地球にもいいものごとを、毎日の生活の中に、楽しく、無理なく、取り入れていくことができる明るい循環型社会の実現”に貢献するため、京阪グループにできる様々な活動を推進していきます。



京阪グループのSDGs ビオスタイルプロジェクト

▶ 「BIOSTYLE PROJECT」について詳しくは[こちら](#)