「塗るだけでマッサージできる」たるみケア炭酸原料

サティス製薬

「ナチュラル×高性能」を看板に掲げて通販化粧品メーカー向けにOEM事業を展開しているサティス製薬は、主に40代以降のフェイスラインのたるみにアプローチする化粧品原料を新たに開発した。天然炭酸泉の浸透性を高める技術を編み出したことで、「塗るだけでマッサージできる」といった新たな切り口の商品開発が可能になるとしている。

今回の原料開発を進めるうえでは、消費者2000人を対象に実施した意識調査の結果を土台にした。その中で、フェイスラインのたるみに悩む女性が多いことが判明し、特に40代では48%、50代では50%以上と加齢とともに悩みが深刻化していく実態も浮かんだという。

その原因を分析していくと、加齢に伴う「代謝不良による脂肪細胞の肥大化」と、コラーゲンやエラスチンの変性による「皮膚土台の崩れ」に突き当たった。つまり、代謝不良によって蓄積する脂肪細胞を分解することと、コラーゲンやエラスチンの産生を促進させることがたるみ改善の鍵を握るという。

こうした問題に対処するため、研究では大分県・阿蘇野地区の山から湧き出る炭酸泉に目をつけた。この炭酸泉は日本では数少ない「硬水」で、炭酸効果を長時間にわたって作用させる特徴をもっているほか、ヒトの細胞内の塩分濃度より濃度が低い「低張泉」であることから、皮膚に浸透しやすい作用も期待できるという。

さらに研究では、その炭酸泉を生体親和性成分の「レシチン」でコーティングすることで、炭酸を皮膚細胞に作用させるようにした。これにより「ミトコンドリア」が活性化し、さらに脂肪細胞がエネルギーに変換するため、脂肪細胞の肥大化を抑制できるという。同時に、エネルギーへの変換で線維芽細胞の働きも活性化することから、コラーゲンやエラスチンの産生・分解のバランスを保つことにもつながるとしている。

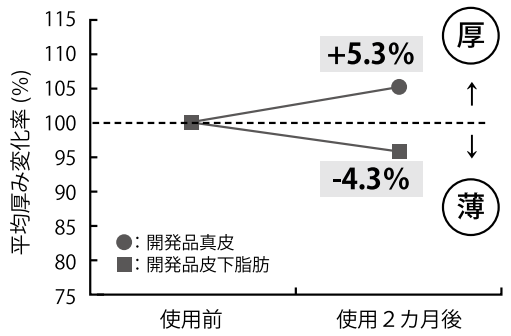
実際にこの炭酸原料のたるみ改善効果については、評価試験でその有用性が明らかになっている。同原料を配合した化粧品の使用前と使用2カ月後で、フェイスラインのたるみと、皮膚内部の真皮層と脂肪細胞の厚みの変化を比較調査したところ、外観でたるみの改善が確認できたほか、皮下脂肪が4・3%薄くなり、真皮も5・3%厚くなった。（グラフ参照）

フェイスラインのたるみを解消する対策としては現在、マッサージを併用することで効果を発揮するタイプが中心となっている。ただ、マッサージは単純に手間がかかるうえ、その手法は個人によってバラつきがあるため効果実感に差が生じてしまいがちな面がある。また、特に通販化粧品の場合は、効果的なマッサージ手法を正しく伝えることが難しいといった問題も抱えていた。

今回開発した新原料は、まさにそうしたマッサージを行わなくても、たるみの原因である脂肪細胞の肥大化などを抑えることができる画期的な内容に仕上がったという。「塗布するだけでマッサージ効果が期待できる」など、これまでにない新たな訴求で消費者に訴えかけることが可能になりそうだ。

広報宣伝部の担当者は、「エイジングケア市場で新たなたるみケア商品の需要が見込める」とし、通販化粧品メーカーを対象に主に「新たな顧客先の開拓につなげたい」と意気込んでいる。

また、今後も消費者調査データを活用し、市場性やニーズの高い原料開発を進めていくとしている。



皮下脂肪厚が減少し、真皮厚が増加 !!!

アジュバントライフ
乳酸発酵ハナビラタケの企画OEMを推進

アジュバントライフは、キノコ種菌の開発・製造・栽培を行うかつらぎ産業が植物性乳酸菌を使用し発酵処理した「濃縮植物性乳酸発酵ハナビラタケ」（KSC―H7号、品種登録株済み）の販売代行を行い、同成分を主成分とした健康食品・サプリメントの企画OEMビジネスを展開している。

ハナビラタケは、ハナビラタケ科ハナビラタケ属の1科1属となるキノコで、淡黄色から白色で珊瑚状の形をし、夏から秋にかけてモミやマツの針葉樹の枯れた樹木の根元に発生する。しかしながら、自然界での発生量は少なく、登山家の間では「幻のきのこ」とも呼ばれているという。同社が取り扱う「KSC―H7」は、かつらぎ産業が2012年から13年にかけて複数大学と共同研究を進めて開発したハナビラタケ。かつらぎ産業は、乳酸発酵により身体の免疫力を高めるとされる「β―グルカン」を多く含むハナビラタケを、短期間で人工的に栽培できる技術を確立したという。

高濃度で乳酸発酵したハナビラタケ（KSC―H7）は、約200億～250億個の乳酸菌を持ち、β―グルカンを35%以上含んでいる。この含有量は、未発酵の乾燥キノコと比べて非常に高く、グルタミン酸やアスパラギン酸といったアミノ酸も約1・3倍、シイタケと比べると4～8倍の量であり、「高い栄養価を備えた次世代きのこ」として、近年は東京大学や名古屋大学をはじめとした複数の大学や研究機関が研究対象素材に認し、学会などを通じて発表を行っている。ヒト臨床試験では、花粉症予防、体臭改善、肌荒れ改善、中性脂肪改善、便臭改善、副作用軽減などの効果が認められている。

本格的に販売を開始した4月下旬より、既に大手製薬メーカーをはじめ、健康・美容関連の複数の企業から商談の話を持ちかけられているが、他のハナビラタケと差別化ができる特長を持つことから、竹内代表は「価格が変動しやすい原料売りをせず、あくまでOEMビジネスにこだわっていく」との考えで、「価値を十分理解していただける企業と一緒に乳酸発酵ハナビラタケを広めていきたい」と語った。

素材の特徴活かしたOEMに意欲

「キノコ類のトレンドは30年前のブナシメジ以降、マイタケ、エリンギとほぼ10年刻みでやってきており、そろそろ新たなキノコ類ブームがきてもおかしくない時期を迎えている。ハナビラタケは、他のキノコとは異なる食感や味、そして保存性に優れていることから、健康にいい素材として認知もされはじめた有力候補であり、今の流れを追い風にし、一般的なハナビラタケとの違いを打ち出し、市場に定着させていきたい」

今夏からは配合した製品群を免税店へ展開し、インバウンド需要の獲得にも乗り出す。

「サボテンオイル」を日本で展開
ネオネクリエーション

化粧品原料や容器、OEMなど幅広く事業を展開するネオネクリエーションは、「ウチワサボテンオイル」を発売している。

同オイルは、ビタミン類、ミネラル、アミノ酸、シトステロールが豊富に含まれており、通常の植物オイルに比べて毛髪や肌への栄養効果が高いという。ビタミンEなどのポリフェノール類がオイル1kg中1000mg含有しているとされ、ビタミンE含有量の多さで知られているアルガンオイルを上回るという。アントシアニンなどのフラボノイド類が19mg、カテキンなどのタンニン類が50mgと、酸化防止機能を有する関連物質が多く含まれているのも特長だ。

竹内社長

低粘性のためさらりとした感触で、皮膚や頭皮、毛髪になじみがよく、乾燥肌やダメージを受けた毛髪を柔らかくする機能があるという。

同社が国内で展開していくオイルは、モロッコで採取されたウチワサボテンの果実の種子をHACCP認定工場で有用成分を壊さないように冷圧搾法で抽出したもので、高付加価値オイルとして提供していく。

化粧品業界の転職
―希望を叶える転職をするために―

vol.35　5分で読める、化粧品業界の転職術―広報・PR②

広報・PRの求人選びのポイントや、面接時に伝えるべき点について

前回に続き、化粧品業界の広報・PR職の転職について、企業選びのポイントや選考時にアピールする点をお伝えします。

■広報・PRが転職時にアピールすべき3つのポイント

広報・PRが、転職時にアピールすべきポイントは次の3つです。

・今までの取引実績、媒体と築いてきた人脈をアピール

広報・PRの転職では、どれだけ多くの媒体との間に人脈があるかが重視されます。「美容三誌」とのコネクションはもちろん、各誌の編集長や芸能人、人気ブロガー、美容ライターなど、発信力が大きい媒体とのつながりは、そのまま高評価に結びつきます。今までの取引実績は、余さず伝えましょう。

職務経歴書では、自分の掲載実績を「出版社・雑誌名・号・商品名」などの形で箇条書きにし、リストアップしましょう。「2013年実績」「2014年実績」のように1年ずつ区分けして書き連ねると、わかりやすく伝えられます。

・証明写真では華やかさをアピール

広報・PRには、華やかで明るい雰囲気があることも重要です。履歴書に貼る写真もスーツではなくビジネスカジュアルで、華やかな印象を与えるメイクを心がけましょう。スピード写真でも問題ありませんが、可能であればプロの写真館を使うとより良いでしょう。

・ハードな業務にも対応できることをアピール

面接ではハキハキとした振る舞いを心がけ、体力に自信があるように見えても、展開している商品に魅力が感じられなければ、広報活動にも支障が出てしまうでしょう。知らない企業の求人を見つけた際は、まずその企業の商品を自分が愛用できるかを想像してみましょう。

■求人を選ぶ際は「魅力を感じる商品か」を軸に

広報・PRは自社の商品をメディアに売り込むのが仕事です。いくら給料などの条件が様子やバイタリティあふれる様子をアピールしましょう。広報・PRは華やかな印象がある反面、撮影や取材の立会いなどで生活が不規則になることも多く、実際はかなりの体力が求められます。ハードな業務にも臨機応変に対応できることを伝えられると高評価に繋がりやすいです。

また、入社後に自分が担当する業務内容を把握しておくことも重要です。各媒体との取引経験の数、1人で働くのかチームで動くのか等……体制によっては広報・PRのすべての業務に携われないこともあるため、選考の段階でしっかり確認しておきましょう。

小幡瑞季プロフィール

株式会社クイック　キャリアコンサルタント。化粧品業界で働く方の転職をご支援して今年で10年目。幅広い化粧品企業への転職支援実績を持つ。
転職者の希望を踏まえた求人のご紹介のほか、化粧品企業についての情報提供や、選考通過のポイント指南、就業条件の交渉等により転職をサポートする。
株式会社クイックは設立34年、東証一部上場の人材紹介会社。化粧品業界の転職情報サイト『彩職』（http://cosme.ten-navi.com/）を運営。
問い合わせ先：cosme@919.jp