

## 「ナチュラル&オーガニック」〈OEM編〉

# 市場の追い風受け独自性拡大 認証工場から独自原料、容器まで

ナチュラル・オーガニック化粧品市場は緩やかに拡大しており、まだ拡大の余地が十分にあるといえる。かつては、先行するヨーロッパなどの動きをにらむ限られた企業による取り組みが目立っていたが、徐々にその裾野が広がってきた印象だ。有力OEM各社のナチュラル・オーガニック化粧品に対する取り組みをまとめた。

### 実績アップや成果の一方で 使用感など機能性の担保に課題も

今回取材した企業の顔触れを見ても、いち早く「エコサート」の工場認証に動いた例や、大学などとの共同研究で独自の自然派原料を開発する動きが加速しているようだ。また、容器についてオーガニック認証を取得するケースも見られた。

こうした取り組みの成果についても、「徐々に芽が出てきている」(ミロット)といった声が聞こえ、今後に向けて明るい材料が数多く揃っているようだ。

一方、具体的な製造品目については、現状ではスキンケアやヘアケアが主流となっている。その一方

で、メークは機能性を重視する傾向が根強く、技術的なハードルをクリアすることが簡単ではないとする指摘もある。

また、「エコサート」などの認証に対する一般消費者の理解は、それほど進んでいないとする指摘も少なくない。そうした状況下になると、企業側も認証取得に多額のコストをかけることに消極的になりがちだ。

今後も劇的な市場拡大は見込みづらいが、緩やかに拡大する有望マーケットであることに変わりはない。(掲載企業一覧＝ミロット、コスメティック・パーリイ、Hiroko.K、ビューティードア、コスメディアラボラトリーズ、ランインターナショナル)

## 熟練のマーケティングで認証取得をサポート

～販売手法に応じた提案・製品開発～

ミロット

創業75年の古参OEMメーカーであるミロットは、2009年にエコサートの工場認証を取得し、オーガニック・ナチュラル化粧品を受託製造している。

また、エコサート認証は全てCOSMOS基準が適用され、「オーガニック」ではオーガニックの配合基準が高くなった。適用前に認証取得していた同社も、現在の基準に合わせるように動いている。

伊藤誠二工場長は、「現在、化粧品のみならず、食品などの身体に関わる分野でオーガニック・ナチュラルブームの兆しが見え始めているが、当社では人と環境にやさしいナチュラル・オーガニック商品が市場から望まれるという予測に基づき、OEM業界内でも早い時期にエコサートの工場認定を取得した。業界内でも徐々に芽が出てきている」と語る。

また、商品を企画する際にはエコサート認証を取得できる処方組みを求められることが多いものの、商品を発売する段階では認証を取得しないケースも少なくない。

「エコサート認証自体が一般消費者への認知があまり進んでいないため、認証取得済みの商品とそうでない商品との明確な違いを感じない消費者も多い。メーカーとしても、認証取得にも費用が発生するため、最初は売れ行きの様子見を行い、必要に応じて取得に動くこともある」（伊藤氏）

商品の販売手法としては主に店舗販売と通信販売がある。店舗の場合、最近では「オーガニック・ナチュラルコーナー」などに製品が集中していることが多い。近くにある製品と比較しながら購入に至るケースも多いため、数多の製品との差別化を図るために最初から認証を取得することもある。この場合、エコサート認証は、販売促進のための一つの手段となっている。

その一方、通販の場合は、HP上でオーガニック・ナチュラルの情報を発信できるため、エコサート認証を取得していない状態でも、十分にこだわりをア

ピールできることなどから、認証取得に消極的だという。

「日本でのオーガニック・ナチュラルはイメージが先行しているため、新規参入の企業には入りやすい分野になっているといえる」（伊藤氏）

ブームになりつつある分野ではあるものの、現在発売されているオーガニック・ナチュラル商品はスキンケア商品が圧倒的に多いという。

「乳液や化粧水などの商品がよく動いている印象を受けている。肌を整えていくものを自然で無理のない安全なものにしたいという消費者ニーズはとても高い。新たにオーガニック・ナチュラルの商品ラインをつくろうと考えた際、スキンケアが一番に挙がる」（伊藤氏）

一方、メイクアップ商品は機能性を重視する傾向が強く、その中でエコサート認証にも対応可能な処方を組むことは難しいという。

「効果・効能最優先ではなく、安心・安全を求める声が強くなれば、市場にも商品が出てくるのではないかと考えている」（伊藤氏）

同社では、『三相乳化』と『エコサート』を大きな2本柱として事業を展開している。

「この2つが組み合わされば、さらなる独自性を持った商品を提供できると考えている。今後も技術革新を推進し、市場の活性化を図っていきたい」（伊藤氏）



伊藤誠二氏

## 独自のナチュラル原料用いたOEMで実績積む ～スキンケアやヘアケアに定評、アルガンオイルも高評価～

コスメティック・バーリィ

小ロット製造や独自原料を用いた商品開発を武器に化粧品のOEM事業を展開しているコスメティック・バーリィ（本社＝東京都中央区、工場＝群馬県館林市）は、グループ会社の原料商社を介して調達する独自のナチュラル素材を活用した開発事例で実績を積み上げている。オーガニック系の製造では特に、スキンケアやヘアケアを得意としている。

その1つが、モロッコ産のアルガンオイルだ。伊豆味きみ子社長によると、このアルガンオイルは徹底した品質管理により「他のモノよりも評価が高い」

といった声が数多く舞い込むほどの自信作になっているという。

このアルガンオイルを使用したOEMの事例としては、ボディローションやヘアミスト、フェースマスク、フットクリーム、洗顔石けん・フォーム、バスミルク・オイル、ハンドジェル、ヘアトリートメントなど数々の処方例がある。

折しも、今は「オイル美容」が市場や消費者の間で注目を集めているため、同社独自のアルガンオイルをさらにアピールし、開発実績を伸ばしたい考えだ。

アルガンオイルとともに自然派の独自原料として打ち出しているのが、沖縄の海底で長年に渡って堆積した粘度鉱物（シルト）であるマリンシルト（クチャ）だ。

マリンシルトはミネラルを豊富に含んでいることで知られ、石けんやフォームなど洗顔系アイテムで使用されることが多い一方、シャンプーなどの用途にも適しているとされる。泡立ちに優れ、やわらかい使用感などが特徴的だ。

そのようなマリンシルトを使用したOEMの案件には、洗顔パウダーや石けん、シャンプーといったデイリーケア商材から、ヘアパックやフェースパックなどのスペシャルケア商材、バスソルトなどがある。

独自原料としてはこのほかに、アロエベラやプラセンタもあり、これらの素材を活用したOEMで実績を積み重ねている。

アルガンオイルやマリンシルトなどのナチュラル原料を使った製品開発は、同社が強化している異業種メーカーによる新規参入を促す際にも有効なツールとして活用できそうだ。

さらに伊豆味氏は、こうした独自原料の提案とともに、小ロット製造が可能であることもアピールして新規参入を積極的に請け負っていきたいと考えている。

具体的なロット数については現在、「200～300本から可能」としたうえで、「その後（ブランド・製品が）大きくなり、長くお付き合いしたい」と力を込める。

同社はこのほか、業界でも数少ないという天然系リキッドファンデーションの製造設備を導入しているほか、すでにイスラム圏を意識したハラール認証商品の製造実績を持つ。



伊豆味きみ子氏



館林工場

## 高品質なオーガニックコスメをOEM提供

～エコサート認定容器の販売も開始～

Hiroko.K

Hiroko.Kの近藤Hiroko代表はナチュラル&オーガニックをテーマにしたフレグランスやスキンケアのOEMで10年以上の実績がある。

「以前は有力ホテルのアメニティをつくっていたが、Hiroko.Kブランドを立ち上げてからはコラボレーションで製品をつくるが多くなった。比較的香水のOEMが多い。オーガニック認定の香水は透明感を出せる」(近藤氏)

同社では自社ブランド「Hiroko.K」において商品のオーガニックナチュラル基準をエコサート基準に準じ、開発を進めている。石油系合成成分を一切使わず、全表示成分において精製、抽出、製造過程で石油系や工業用アルコールを含まない、エコサート認定を受けた原料のみを使用する。人工の着色料や香料、石油系防腐剤も一切使用しない。

「この基準を実現するにはコストとの戦いとなる。海外で素材を調達し、提携工場で製造するので手間がかかるが、納得のいく商品が作れる」(近藤氏)

製造はフランスの提携工場が担う。クリームは100kg、クレンジングは300～500kg以上でないと釜での攪拌が難しくなるため、それが最小ロットの目安となる。香水はエコサート認定工場で、IFRAの基準をクリアしたものを製造・提供する。

納期は開発に1～2カ月、サンプルの安定性試験に3カ月を要する。その間にデザインを決め、安定性試験をクリアすれば素材を発注し、必要な場合は

エコサート認定の申請をするのに1カ月かかる。

「エコサート認定を望む方は多いが、コスト面で断念する方もいる。申請費用はロットの大小に関わらず同じなので、ロットが小さいほど割高になってしまう。受注が増えているのは香りをライフスタイルの中に取り込める、キャンドルやルームフレグランス、バスソルトなどである」(近藤氏)

オーガニック原料はまだ種類豊富とは言えない。エコサート認定原料はオーガニック基準を満たしているというだけで、その品質は様々である。その中から自分の審美眼にかなうものを選ぶには、それなりの経験が必要であるという。

「私はこの点をしっかりお伝えしたい。当社はHiroko.Kの名義で国内に提携工場と倉庫を持っているので、充填からラベリングまで対応できる。バルクで輸入した内容をチェックして充填するのも大切な工程と言える」(近藤氏)

近藤氏にとってのオーガニックコスメは「バイオディグ্রেイブル」。河川や海に流しても、その水が再生可能になる処方で作られた、環境にも人間にもやさしい化粧品にこだわっている。

「独自性のあるものを提供できるので、リピーターを増やすことができるのが、当社のOEMの強み。今年からイタリアのガラス容器メーカー『EUROVETROCAP』(ユーロヴェトロキャップ)の総代理店としてエコサート認定の容器も提供できるようになった。中身から容器までトータルでオーガニックコスメのOEMに対応していく」(近藤氏)



近藤 Hiroko 氏



自社ブランド「Hiroko.K」

## 大学との共同研究を進め新規性を訴求

～今年注目のエイジングケア素材「えごま油」を化粧品に～

ビューティードア

国内外のユニークな素材を用いた化粧品OEMを展開するビューティードアは、2013年春に「見せて魅せる工場」をコンセプトとした「中央研究所・工場・事務所」を大阪府堺市へ移設し、研究開発型OEMとして大きな一歩を踏み出した。

自身を「生粋の化粧オタク」と分析する藤田百合子社長は、様々な化粧品に触れていく中で農学博士号を取得後、化粧品OEMの研究開発者の道へ進んだ。キャリアを積んでいく中、自身の化粧品づくりに対するこだわりを追求するため、2006年に起業した。化粧品づくりに対して志を同じくする顧客の夢を叶えることを理念に、新設した少ロット・多品種対応型の研究所・工場では「数百単位はもちろん、30本からでも引き受ける」というスタンスで取り組んでおり、「低リスクで業界に参入したい」といった顧客ニーズにマッチし、開発依頼は年々増えているという。

そうした依頼からは、「機能性」と「肌へのやさしさ」の両立を重視する傾向も見られ、独自成分、独自処方の開発を目的に、大学との共同研究を強化してきたと藤田氏は昨今の活動を振り返った。

これまでの事例では、2013年に近畿大学薬学部と共同で無農薬スッポンコラーゲンを用いた高純度スッポンコラーゲン美容液を開発している。近畿大学薬学部が、静岡県立焼津水産高校が無農薬で飼育するスッポンに含まれるコラーゲンを高純度で抽出・精製する技術を開発し、ビューティードアが分子量の異なる2種類のコラーゲン（天然水溶性／加水分解スッポンコラーゲン）を化粧品原料として製品化を実現した。「無農薬飼育」という付加価値スッポンには純度の高いコラーゲンが含まれ、通常のスッポンコラーゲンよりも高い美容効果が確認されている。

「現在もリピート受注が続いていることが、他にはない差別化化粧品として受け入れられていることの証だ」（藤田社長）

現在は、健康食品素材として知名度が高まっている「えごま油」（一年草・シソ科植物）の研究を島根県立大学と共同で進めている。大学との共同研究から生まれた化粧品第2弾として、えごま油を使った化粧品を提案していく考えだ。

えごま油は、食用素材として古くから知られていたが、今年に入って情報TV番組で血液をサラサラにするなどの効果とともにエイジングケア素材として紹介されると、一気に注目が高まった。現在、島根県立大学では、認知症患者へのえごま油の効果に関して研究を進め、その研究成果を学会などで発表している。共同研究では、経口摂取だけでなく、皮膚からも吸収することが認められ、化粧品用途でのエイジングケア効果が期待できることが明らかになった。藤田氏は「えごま油を使用したスキンケアクリームや美容液の開発も最終段階に入っている」とした上で、新たなオイル美容成分としての広がりにも期待を寄せた。

また、以前から取り組んでいる海外のユニークな輸入原料を用いた製品開発では、新たに天然ハーブを用いたファブリックスプレーを開発。使用する天然ハーブは、虫が近寄らない香りであることが確認されており、藤田氏は、昨年流行したデング熱などを引き合いに「生活者の忌避意識は高まっており、子どもに安心して使える防虫・忌避アイテムの需要は高まっている」と述べ、忌避スプレーの代替機能も備えたエチケツトスプレーとして紹介していく考えだ。



藤田百合子氏

## 原料加工・製品化・評価試験まで幅広く支援 ～原料からこだわったオーガニック化粧品OEMを提案～

### コスメディアラボラトリーズ

2004年から本格的に化粧品OEM事業を展開しているコスメディアラボラトリーズは、国内で数少ないエコサート商品を生産できる工場として知られる。また、グループ会社が持つ化粧品づくりに関するノウハウを活かし、原料加工から最終製品、そして原料・製品の評価試験に至るまで一貫した体制を整えており、オーガニック・ナチュラル化粧品のOEM事業においては近年、新規受注が増加傾向にあるという。

オーガニック・ナチュラル化粧品OEMの生産品目は現在、ローション・クリーム・美容液などのスキンケアを中心に、シャンプー・トリートメントといったヘアケア製品も製造している。

最近では、「『この素材を使って化粧品ができないか』というお客様からの依頼が圧倒的に多い」（同社）といい、蒸留・減圧濃縮処理・発酵・凍結乾燥処理・抽出といった素材を活かす加工技術を持つ同社では、オリジナル原料の開発・製造にも柔軟に対応できる点を大きな強みとしている。

OEMではこのほか、同社が独自に開発し、有機JAS認証の果実（ウメ・パッションフルーツ・シクワシャー・タンカン）を用いた水蒸気蒸留水「果実蒸留水シリーズ」配合のオーガニック・ナチュラル化粧品を提案している。

同シリーズはエコサート認証を取得しており、化粧品の基材としての付加価値も高く、エコサートを

はじめとするオーガニック認証を取得する際のオーガニック配合率の増加に大きく貢献できるのが特長だ。

一昨年には受注量増にともない、生産設備の増強を行ったことで生産量増とコストダウンを実現した。

「原料に関する取り組みは自社だけでなく、弘前大学内にサテライトを設置し、青森の地域特産品を活用したオーガニック原料の共同研究を行っている。今後も引き続き産学連携を推進し、オリジナル原料・製品の共同開発に注力していきたい」（同社）

製造面に関しては、220Mpaの噴射力で原料を微粒化する高圧乳化装置（アルティマイザーシステム）によって製剤の安定化と肌への浸透性を高め、使用感を向上する技術に強みを持つ。

「ヨーロッパでは2017年1月にCOSMOS基準がオーガニックコスメの統一基準となり、今後はCOSMOS基準に準拠したオーガニック化粧品のOEMに対するニーズは高まってくるだろう。当社ではエコサートだけでなく、BDIHを取得した商品のOEMにも実績があり、COSMOS基準にもしっかりと対応できる生産体制を整えていると自負している。今後は、『お客様と真摯に向き合うOEM』をテーマに、お客様の夢をカタチにするものづくりを引き続き邁進していく。それに加え、地域特産品など個性的な素材を活用し、オリジナリティのある化粧品づくりを通じて地域活性化に貢献していきたい」（同社）



果実蒸留水シリーズの精製装置



高圧乳化装置



幸浦工場

## オーガニックに「+α」の付加価値を提供 ～高まる香りニーズに黄金比のブレンドで香り付与～

### ランインターナショナル

ランインターナショナルは、「自然派化粧品のOEM」を打ち出しており、依頼者のコンセプトに沿った製品開発に注力している。最近ではエビデンスやコンセプトなどを付加価値として、一般的なオーガニック製品との差別化につなげている。

オーガニック処方については、近年「どこで」「どのように」つくられたのかというトレーサビリティに関する情報も求められているという。このため同社では、依頼に応じて指定された国や地域から採れた原材料を見つけたり、生産者までたどれるような一定の基準を設けたりするなどして、原料の細部にまでこだわって製品を開発している。製品づくりにおいては「オーガニックを必要とする生活者に届ける」ことをコンセプトとしているため、開発者である一方で、ユーザー側に立って検討し、使ってよかったと満足してもらえるような価値の提供に注力している。

以前は「オーガニック」だけで付加価値が高かったが、現在はオーガニックやナチュラルが市場に浸透し普遍化したため、一歩踏み込んだ特長づけが必要になっている。認証を得た厳格なオーガニック要素を求める傾向が落ち着き、最近ではオーガニックの素材を活かしつつ、より使い心地がよく、機能性の高い、オーガニックとケミカルの利点を融合させた製品への注目が高まっている。

さらに、エコサート認証では一部の防腐剤などの使用が認められているため、そうした原料を一切配合しない独自のこだわりを持った製品のOEMも増えているという。同社はケミカルを極力使わなくても安定化させることが可能な処方技

術を持っており、こだわりの強い製品にも対応する。

「オーガニック化粧品もコンセプトだけでは響かなくなっている。今後はオーガニックのよい要素を取り入れ、『他とは違うね』と言われるような製品づくりが重要だ。ドラッグストアやバラエティショップなど、気軽に多くの人が手にとれる製品の開発も強化したい」(外山雅巳営業担当)

ここ最近、同社への依頼で顕著に増えているのはオーガニック精油を用いた香り製品という。日用品を中心に香り市場が伸びているが、化粧品においても例外ではなく、特に持続性のある香りが求められており、これに対し同社は相性のよい香りを黄金比でブレンドするノウハウと技術があるため、化粧品で好まれる質のよい香りの製品を提供できている。

今年1月には、要望の多様化や受注数の増加に対応するために埼玉県に新設した坂戸工場を本格稼働させた。工場設備の増強も進み、今後、粉末加工技術も強化する方針だ。

「これまで当社が培ってきた技術をさらに深化させることで、他にない独自のこだわりのある製品を多く提供する。設備増強などで、量産化にも対応していきたい」(外山氏)



中身から容器までトータルに対応



新設した坂戸工場