

# ポーラ化成工業

## 仕上がり感触を両立した

### W/O型ファンデーション製剤

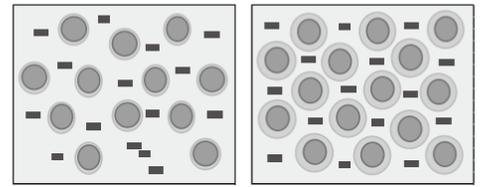
ポーラ・オルビスホールディングスで研究開発を担うポーラ化成工業はこのほど、みずみずしい感触と美しいメイクの仕上がりを両立させたW/O(油中水)型ファンデーション製剤を開発した。この技術は乳化型ファンデーションに幅広く応用でき、第一弾としてグループ会社のオルビスから今秋発売される商品に活用する予定だという。

近年は、メイク商材にもスキンケア効果を持たせることが求められるようになっており、保湿効果が高く、みずみずしい感触を生み出すファンデーションの開発が盛んになっている。一方、化粧品やメイクの仕上がりを優先したい際はW/O型製剤が広く用いられているが、これは油分の割合が多くなるため感触が重くなるがちで、さらに

水溶性保湿成分の配合量を増やすと安定性や粉体の分散性が低下するといった難点を抱えており、みずみずしい感触と美しい仕上がりの両立が求められていた。

この新製剤を塗布した状態を走査型電子顕微鏡で観察したところ、従来の製剤に比べて滑らかで均一な仕上がりの化粧膜が形成された。また、感触についても官能評価(20~40代男女15人)でみずみずしさが向上していることが明らかになった。

新製剤の乳化構造



と成功の秘訣について、サテイス製薬の三輪みゆき開発部長が製剤開発の成功事例などについて講演する。その後は懇親会の場も設け、スタッフが個別の相談や質問に応じる。

定員は30人で、参加費は無料。化粧品通販への新規参入を考えている企業経営者や事業担当者を対象とする。

申し込みは、サテイス製薬広報宣伝部(TEL 03-5646-2434)か専用フォームから。前日29日の17時30分まで受け付けており、定員を超えた際は抽選とする。

近年、化粧品の通販市場は拡大しており、参入障壁が高くないこともあって新規参入の動きが数多く支援してきた実績がある。

然として目立っている。その一方で、ここに来て成長率は鈍化する傾向にあり、さらに参入企業の増加で競争環境がますます激しくなっている。

こうした市場に参入するには事前に十分な情報収集を行うことが求められるが、そういった情報を得られる機会が少ないといった指摘があった。

この問題を解消し、競争を勝ち抜く確率を高めようというのが今回のセミナーの目的だ。

サテイス製薬は、これまで700社以上の通販化粧品ブランドの開発に携わってきた。一方の電通ダイレクトフォースは、電通グループのノウハウを活かして新規参入企業のプロモーションを支援してきた実績がある。

両社のノウハウを掛け合わせることで、商品企画から製造、販売まで一貫した支援が可能となりそうだ。

サテイス製薬は近年、研究開発や製造に加え、販売も支援する姿勢を打ち出している。最近でも化粧品通販ビジネスに必要な情報を網羅したWebサイト「綺麗創造ラボ」を立ち上げていた。

〈セミナー概要〉  
日時 9月30日(水)  
14時~17時30分(受付 13時30分) 会場 東京都江東区富岡2-11-6 長谷川ビル3F(サテイス製薬研究所) 問い合わせ先 サテイス製薬広報宣伝部(TEL 03-5646-2434)

### サテイス製薬

#### 新規参入「成功」のカギを 伝授、電通とセミナー開催

化粧品品の研究開発・受託製造を行っているサテイス製薬は、電通ダイレクトフォースと共同で、化粧品通販事業への参入を検討している異業種メーカーを対象にしたセミナーを9月30日に都内で開催する。化粧品通販製品開発ビジネスの可能性やプロモーションの成功事例やノウハウを公開し、新規参入を後押しする狙いだ。

セミナーでは、電通ダイレクトフォースの森健治・ダイレクトマーケティングコンサルタントが、広告会社の視点から化粧品通販ビジネスの可能性

を解説し、サテイス製薬の三輪みゆき開発部長が製剤開発の成功事例などについて講演する。その後は懇親会の場も設け、スタッフ

が個別の相談や質問に

応じる。

定員は30人で、参加費は無料。化粧品通販への新規参入を考えている企業経営者や事業担当者

を対象とする。

申し込みは、サテイス製薬広報宣伝部(TEL 03-5646-2434)か専用フォームから。前日29日の17時30分まで受け付けており、定員を超えた際は抽選とする。

近年、化粧品の通販市場は拡大しており、参入障壁が高くないこともあって新規参入の動きが数多く支援してきた実績がある。

然として目立っている。その一方で、ここに来て成長率は鈍化する傾向にあり、さらに参入企業の増加で競争環境がますます激しくなっている。

こうした市場に参入するには事前に十分な情報収集を行うことが求められるが、そういった情報を得られる機会が少ないといった指摘があった。

この問題を解消し、競争を勝ち抜く確率を高めようというのが今回のセミナーの目的だ。

サテイス製薬は、これまで700社以上の通販化粧品ブランドの開発に携わってきた。一方の電通ダイレクトフォースは、電通グループのノウハウを活かして新規参入企業のプロモーションを支援してきた実績がある。

両社のノウハウを掛け合わせることで、商品企画から製造、販売まで一貫した支援が可能となりそうだ。

サテイス製薬は近年、研究開発や製造に加え、販売も支援する姿勢を打ち出している。最近でも化粧品通販ビジネスに必要な情報を網羅したWebサイト「綺麗創造ラボ」を立ち上げていた。

〈セミナー概要〉  
日時 9月30日(水)  
14時~17時30分(受付 13時30分) 会場 東京都江東区富岡2-11-6 長谷川ビル3F(サテイス製薬研究所) 問い合わせ先 サテイス製薬広報宣伝部(TEL 03-5646-2434)

## ホルス

### 純国産の「EGF」「FGF」「KGF」濃度別など幅広いタイプを展開

化粧品や医薬部外品、健康食品の原料を製造・販売しているホルスは、純国産の細胞増殖因子「ホルスEGF」(表皮細胞増殖因子)と「同FGF」(線維芽細胞増殖因子)、「同KGF」(角化細胞増殖因子)が注目を増やしており、注力原料の一角に据えて販売を強化している。これらはいずれも、

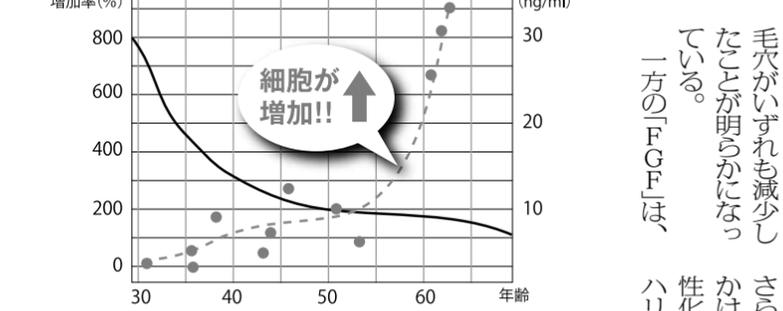
同社が国内の自社工場にて製造しており、唯一の純国産原料となっている。こうした安心・安全な要素が最大の武器の一つだ。

さらに、特異な技術

を駆使してナノカプセル化させることも成功しており、人間の細胞膜と同じリン脂質の皮膜で包むリポソーム化技術を用いることで、浸透力が高まり肌の内部まで届けられる利点があるという。

また最近では、取引先の要望を踏まえて濃度や防腐剤を委縮するなど様々なタイプを開発しており、これが評価を集めて採用例が増えている。

具体的には、これまで「10ppm」のみだった「EGF」で「50ppm」にまで濃度を高めたものを新たに加



EGFの塗布による肌細胞の増殖効果およびEGFの年代別濃度変化

えたほか、「FGF」善に作用する特徴をもつ。この「EGF」を補うことで、肌細胞が平均208%、最大で872%増加することを証明済みだ。(グラフ参照)

また、「EGF」を0.1ppm配合したジェルを3カ月間に渡って塗布した後の効果を解析したところ、頬を中心にシミの数と濃さが減少し、加齢とともに減少していたことが確認された。さらに、30~60代の被験者20人

に同様の臨床試験を実施した結果で、

「EGF」と「FGF」類を中心にシミの数と濃さが減少し、加齢とともに減少していたことが確認された。さらに、30~60代の被験者20人に同様の臨床試験を実施した結果で、

「EGF」と「FGF」類を中心にシミの数と濃さが減少し、加齢とともに減少していたことが確認された。さらに、30~60代の被験者20人に同様の臨床試験を実施した結果で、

毛穴が小さく減少し、ハリや保湿を高める効果も期待できる。一方「FGF」は、さらに奥の真皮に働きかけ、線維芽細胞を活性化させることで肌のハリや保湿を高める効果が期待できる。

「EGF」と「FGF」はいずれも世界的な評価も高く、化粧品だけでなく発毛剤などにも使用されている。また、併用することでより高い効果を発揮できるという。

これらに加わるかたちで

昨年から新たに販売しているのが、「KGF」だ。

再生医療の最新治療に活かされるなど注目度の高い「KGF」は、基底層にある角化細胞の増殖を促し、肌に対しては「EGF」と同様の効果を示す。また、毛母細胞の増殖・分裂を促進することで毛髪にハリ・コシを与える作用も期待できる。

同社は、これらを肌再生に様々な角度からアプローチする「三種の神器」と位置づけ、エイジングケア商材などへの活用をアピールしている。