

「ヘアケア」〈OEM編〉

ノンシリコンが定着、 エイジングケアも拡大へ

数多くのブランドが乱立する激戦区のヘアケア市場では、緩やかに高単価化が進んでいる。市場を席巻したノンシリコンシャンプーが定着し、さらに現在はエイジングケアを訴求するケースも目立っている。一方、商品軸ではアウトバスなどのトリートメント商材が売れ行きを伸ばしている。OEM各社が独自技術で市場を開拓する余地も大きい。

ノンシリコン+αの必要も トリートメントに注目

ノンシリコンシャンプーは数年前までの勢いこそないものの、消費者の選択肢の1つとして市場に定着している。大手マスブランドよりも高額なため、市場や流通に与えるインパクトも小さくない。

最近では、ユニリーバ・ジャパンの「ラックス」がノンシリコンの「ルミニーク」シリーズを発売し、これが今までノンシリコンを使用していなかった層の購入につながっているという。このように、ノンシリコンもまだ市場拡大の余地がありそうだ。

一方で、「ノンシリコン」だけでは次第に差別化しづらくもなっている。もはや消費者にとってその響きは新鮮には映りづらく、「ノンシリコン+α」

の要素を打ち出す必要があるようだ。

また、近年は多くの市場と同様にエイジングケアのニーズも高まっている。店頭ではボリュームアップを指して「ふっくら」といった具体的な効果がうまく伝わるような訴求を目にする機会も増えている。育毛なども含め、今後もエイジングケア訴求の商材が市場拡大を後押ししそうだ。

また、最近ではナチュラルなヘアスタイルが主流となっていることもあり、アウトバス用途のトリートメントが特に注目されている。中でも、ヘアオイルは急速に市場が拡大しているようだ。

ヘアケアの開発技術に定評のあるOEM各社の取り組みをまとめた。(掲載企業一覧=プロテックス・ジャパン、日本生化学、近代化学、日進化学、サテイス製薬)

界面活性剤にこだわった高品質なヘアケアが好調

～ハラル認証製品も注目高まる～

プロテックス・ジャパン

プロテックス・ジャパンは、ヘアケア製品を中心に化粧品・医薬部外品のOEM事業のほかに、サロン専売・業務用ヘアケア製品の自社ブランド「ハホニコ」を展開している。2014年度は、ヘアケア、スキンケアともにOEMが順調で、売上げは前年比を上回る実績となった。

その1つの背景に、高品質なヘアケア製品のOEMが増加していることがあげられる。最近是一般市場でもサロンと同等の品質が求められる傾向にあり、ヘアケア製品に関して「サロン発信の製品の提供」をコンセプトに掲げている同社に受注が相次いでいるという。特に同社は、界面活性剤にこだわりを持っており、豊かな洗浄力と肌への負担減、ケア性を兼ね備えた製品の開発に長けている。シャンプーをはじめとする洗浄剤系製品にごく一般的に使用されている石油系界面活性剤は、洗い流しても肌に残留してしまい、肌に負担を与える要因となる。これに対し同社では、刺激性を極力排除するため毛髪の成分とよく似た構造を持つアミノ酸系界面活性剤を使用した高機能・高価格帯ヘアケア製品を提供していることから、近年のニーズと合致しているという。

「こうした傾向は日本人の髪質の変化が関係しているのではないかと。最近では細くダメージを受けやす

い髪質で、若い年齢でもハリ、コシがなかったり薄毛に悩む人が増えている。さらに、敏感肌など肌が弱いと自覚している人も多くなり、毎日使うものだからこそ気をつけたいというニーズが高まっているため、製品に求められる機能が多様化している」（京寛志副社長）

現在、ヘアケア市場においてシャンプーを中心にノンシリコン処方一般化されているが、「界面活性剤にこだわっていればシリコンを使わなくてもなめらかに仕上げられる」（京氏）としており、同社はノンシリコンの次の価値で注目されている「ラウレスフリー処方」も積極的に提案していく。

OEM事業の売上構成比は約8割をヘアケアが占めているが、スキンケアやボディケア製品についても売上げを伸ばしており、ヘアケアと同様に刺激の少ない界面活性剤を少量で乳化して肌への負担を抑えた処方が好評という。特に植物由来オイルなどを活かして保湿力を高めたり、年齢とともに気になる人が増える体臭に対応するエイジングケア機能を付与した製品の受注が増え、同社では原料メーカーと協力するなどして新しい価値の製品づくりを進める方針だ。

スキンケアではさらに、2014年秋に京都の本社工場でハラル認証を取得し、多国籍の海外観光客が多い京都周辺ホテルからのアメニティOEMへの依頼に対応している。ハラル対応製品は「清潔」や「安全」も求められるため、今後はエコや安心・安全の1つの基準として提案し、ムスリムだけでなく国内需要もねらっていきたいとしている。

「OEM製品に『差別化』や『独自化』が以前よりまして求められている中で、ハラル認証製品は今後重要な価値となる。今はまだホテルのアメニティがほとんどだが、日本全体で注目が高まりつつあることから一般化粧品でも問



本社・工場

い合わせがあり、アメニティ以外の製品でも提案していきたい。動向を見ながら必要に応じて工場の設備投資も行っていく」(京氏)

2016年夏には、愛媛の四万十川源流地域に化粧品原料製造をメインにした新工場が稼働する。新工場では、約3000坪の広大な敷地面積を活かして原料加工・製造・製品化まで一貫して行う6次産業化を目指す。その実現に向け、松野町の豊かな自然を利用した薬草やハーブ、かんきつ類などの植物を敷地内で栽培し、有機無農薬のオーガニック原料、化粧品を積極的に開発して地産地消にも貢献する。工場のある松野町のブランド化を進めることで同地の知名度向上を図るとともに、農家と協力するなどして地域農業の振興や雇用創出にも貢献して過疎化が進む地域の活性化を促進するとしている。

製品開発においては、ニーズを深掘りしてより髪悩みに特化した形で提供できるように既存で好評を博しているアウトバストリートメント製品なども処方再点検し、差別化に有効な機能を付与して提供していく。



本社ショールーム

「安くてもよいモノがつかれるようになり、ヘアケアでも『安かろう、悪かろう』ではなくなった。当社としては面白いと感じたものは何でもやってみようという方針の下に製品開発を行っており、常に新しい風を市場にもたらそうと考えている。ハラル認証や原料開発など、当社にとっても新しい事業を伸ばし、1つでも多く独自の価値を増やしたい」(京氏)

天然素材配合の髪を傷めないヘアカラートリートメント提供

～美容部員の経験をいかしたアドバイスに魅力～

日本生化学

2003年に設立した日本生化学は、入浴剤やプロフェッショナル向け化粧品の製造・販売業などを行っている。入浴剤では、たんぱく質を分解するパパイン酵素を配合し、古い角質をやさしく洗浄する酵素入浴剤をメインとして製造している。

近年は市場に数多くの商品が流通し、個性を追求した商品の提供が必要とされている。さらに、消費者も多種多様な知識を得て、商品の技術や魅力をシビアに判断するようになってきた。しかし、独自性のある明確なビジョンを打ち出すことが難しく、商品企画が難航することも少なくない。

同社では、元美容部員という経歴を持つ社員が多く在籍していることから、直接消費者と接してきた経験をいかしたアドバイスを行っている。2014年春、展開してきたプロフェッショナル向け化粧品の製造・販売を強化するために立ち上げたサロン卸事業部では、所属している社員のほとんどが元美容部員だという。

自身も美容部員から商品を製造する側になった経験を持つ取締役統括部長の佐東真理氏は、「消費者がどのような商品を望んでいるのか、その商品はどのよう活躍するのか、消費者の心に訴えかける文言・アピールポイントは何かなど、美容部員ならではの視点がりピートにつながっている」と語る。

インバス製品としては、4年ほど前からガゴメ昆布エキスを配合したヘアカラートリートメントの製造を開始した。ヘアカラートリートメントは近年、需要が着実に拡大していることもあり、堅調に動いているという。

北海道の特別な環境で育つガゴメ昆布は、葉の表面に籠の編み目のような雲紋状の凹凸模様があり、その外見が籠



ガゴメ昆布

目に似ていることから「籠目こんぶ」と名付けられた。

このガゴメ昆布の特長の一つとして、粘り気が挙げられる。その粘りの源が「フコイダン」

「アルギン酸」「ラミナラン」などの水溶性粘性多糖類であり、特にヘアケアで注目されているのが「フコイダン」だ。

フコイタンは、ヒアルロン酸よりも保水力に優れているといわれ、頭皮や毛髪の保湿を行い、髪にコシやハリ・ツヤをもたらす効果が期待されている。

また、フコイタンは医学的なメカニズムは全てが解明されているわけではないものの、抗がん作用が確認されているほか、肌の炎症の低減、免疫力の向上や生活習慣病予防などの様々な健康効果が期待されている成分でもある。

天然のガゴメ昆布はこのフコイタンを1kgあたりに45～50gほど含んでおり、ほかの昆布類と比べると2倍以上の含有量だともいわれている。

髪を染める際には、髪へのダメージが心配されるが、フコイタンを含んだガゴメ昆布エキスが保湿をしながらやさしく染めていくため、うるおいのある仕上がりになるという。

さらに、ガゴメ昆布は天然素材であるため髪や頭皮に刺激が少なく、元々食材として使われてきたことから安心・安全性が高いことも特長だ。

「ガゴメ昆布をいかせるのはヘアケアだと考え、製作にいたった。今後も一般消費者向けのヘアケア製品を受託製造しつつ、サロン等からの要望があれば対応していきたい」（佐東氏）



君津工場

独自開発の新規原料を配合したOEMに注力

～スリランカ発のオーガニックヘアケア製品を提案～

近代化学

カラーリング剤やパーマ剤などのヘアケア関連を中心に、化粧品・医薬部外品のOEMを展開している近代化学では、原料からアイデアを提供できるOEMメーカーとして、独自開発したスリランカ発の新規原料を用いたヘアケアOEMに力を注いでいる。

同社では、2015年6月に開催された第7回化粧品産業技術展（CITE Japan 2015）に出展し、独自開発したスリランカ原産の「シロダーラオイル」と「キングココナッツオイル」配合の化粧品OEMをブースで積極的に提案した。

「シロダーラオイル」は、約5000年前にインド・スリランカで誕生した伝統医学、アーユルヴェーダの代表的な療法「シロダーラ」で使用される植物原料をベースに、スリランカのアーユルヴェーダ研究者が監修を行い、「タカサブロウ葉油」「ミロバラン果実油」など約30種類におよぶ植物オイルを組み合わせて化粧品用に処方開発したものだ。

「シロダーラオイルはリラクゼーションと保湿に加え、細胞賦活作用が確認されている。OEMでは現在、洗い流さないアウトバスのヘアトリートメントなどを中心に毎月約1万本の受注を得るまでに拡大している。今後は2016年春頃を目途に、シロダーラオイルと別の新たな植物混合オイルを2種類追加する予定で、アーユルヴェーダをテーマにしたオーガニック・ナチュラル原料のラインナップをより一層拡充させていきたい」（岡部達彦社長）

キングココナッツオイルは、スリランカ国内で生育する「黄金ココヤシ」から

抽出したココナッツオイルで、一般的なココナッツオイルに比べて稀少価値が高く、ミリスチン酸とパルミチン酸を豊富に含み、香りが濃いのが特長的だ。皮膚や頭皮になじみやすく、保湿性に優れていることからシャンプーやトリートメントだけでなく、ハンドクリームなどのスキンケア製品にも幅広く処方できるという。

ヘアケアOEMではこのほか、主力のヘアカラートリートメントで処方の改良を行い、「従来は継続使用で徐々に髪色が染まっていくものを、1回でしっかり染まるように染色力を高めた。改良品は現在、毎月10万本以上の受注を獲得しており、これまで取引のなかった企業からの新規受注を獲得している」（岡部氏）という。

品質管理面での取り組みでは、ヘアカラー剤に含まれる化学染料「ジアミン」が皮膚アレルギーを引き起こす原因となることから、ジアミン系染料を含む製品のクロスコンタミネーション（異物混入）を防ぐため、ヘアカラー製品で主に染料が入る1剤を専用設備で製造するなど、製造設備の分離を徹底して行っている。このほか、2014年6月には製品仕様書に基づいて製品が製造されているかを確認する「製品設計管理課」を品質保証部内に新設した。

「従来までは営業部や製造部が製品設計を行っていたが、製品設計管理課が専任で原料調達から製造・充填、包装、納品までの一連の流れをチェックすることで品質面がさらに向上した。今後の取り組みとしては、納品後のアフターサービスをより一層強化していきたい」（岡部氏）



岡部達彦氏



本社・工場

「消臭効果」を持つヘアケアを薬用タイプへ ～ヘッドスパ、パックで人気の炭酸化粧品にも期待感～

日進化学

エアゾール製品のOEMとして創業した日進化学は、1996年に液体充填を中心とした化粧品専用工場を設立し、化粧品の製造品目を増やしている。

近年は、化粧品・医薬部外品の研究開発力の強化に取り組み、提案型OEMとしての歩みを進めており、直近では、天然由来の消臭成分「緑茶乾留エキス（チャ乾留液）」を主剤としたインバスシリーズを開発。2015年5月に開催された「第7回化粧品産業技術展」（CITE Japan2015）で初披露し、得意とする炭酸ガス含有化粧品とともに話題を集めた。独自開発のインバスシリーズでは、薬用ボディソープに続き、デオドラントシャンプー、トリートメントのヘアケア2品についても医薬部外品への格上げを目指し、申請中だ。

開発技術部長である村木周作取締役執行役員は、「化粧品OEMとしては、業界に認知されはじめた2000年以降、徐々に受注が増え始め、今では年間生産数量ではエアゾール製品を上回るまでに成長した。しかしながら、化粧品分野は後発となるため、『他社と差別化できる何か』をしっかりと打ち出せる提案が必要だった」と、処方開発力の強化に向けて取り組んできた経緯を振り返った。

近年、「処方開発からの受注が増えてきている」とのコメントからは、研究開発体制の土台がしっかりしてきたと言ってよい。村木氏は「最終製品に限りなく近い形で提案していきたい」と今後の課題を述べ、「ブランドメーカーが欲しいと思った製品のオンデマンドでの提供を目指す」と意気込みを語った。

それを具現化した一つが、インバスシリーズだ。デオドラントシャンプー、トリートメント、ボディソープに加え、シャワージェルもラインナップした。

主成分として配合する「緑茶乾留エキス」は、体臭などの悪臭成分とされる「イソ吉草酸」、「アンモニア」、「ノネナール」、「メチルメルカプタン」に対

して有効であることが認められており、消臭作用を持つ天然成分だ。

「現在、付加価値ヘアケアへのニーズは高まっている。薬用（医薬部外品）シリーズとして打ち出していきたい」（村木氏）

もう一つが、エアゾール製造でノウハウを持つ炭酸ガス含有化粧品である。

近年、炭酸を使った化粧品として「炭酸パック」があるが、化粧品として炭酸ガスが再注目されはじめたのは、「炭酸ヘッドスパ」だ。頭皮・スカルプケアをキーワードに、新たなメニューとしてヘアサロンがこぞって導入しはじめた。同社へも、エアゾールタイプの炭酸化粧品の受注が増え始め、それをきっかけに、炭酸ガス含有化粧品の研究開発を本格的にスタートした。

炭酸ガスの肌への有用性に関しては、大学と共同研究を進め、血流促進効果や経皮吸収効果などのエビデンスデータを取得している。

興味深いエビデンスとしては、炭酸ガス含有の化粧品を塗布した部位にできる紅斑の血流を測定したところ、無塗布部位と比較し、約5倍の血流促進効果が確認されたデータがある。これまでのOEM製品では洗浄系での採用が多いが、村木氏は「炭酸ガスのエビデンスには、多くの企業に関心を持ってもらっている」と自信をのぞかせ、この有用性評価からもスキンケアへの広がり期待を寄せる。

「炭酸ガス含有化粧品は、これまで何度かブームになってきた。これを、一時的なブームではなく、化粧品カテゴリーとして定着させることを当社の使命と捉え、炭酸を配合することによる新たな肌への効果を見出し、炭酸市場の育成に寄与していきたい」



村木周作氏

頭皮と毛髪のエイジングケアで最新成果 ～育毛やダメージ軽減、うねり解消にアプローチ～

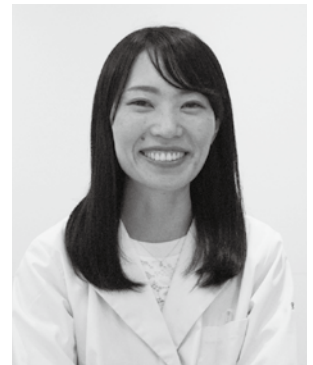
サティス製薬

「ナチュラル×高性能」を旗印にOEM事業を手掛けるサティス製薬は、育毛やうねりの解消など毛髪のエイジングケア作用に秀でたシャンプーや頭皮用美容液を新たに開発した。いずれも独自の成果として差別化できるとアピールしている。

まず、土壌に堆積した栄養成分から抽出される「フムスエキス」を配合したシャンプーと美容液がある。シャンプーでは、毛髪のダメージ要因である複数の金属イオンを除去する作用、また美容液では頭皮の水分量を増加させ、毛乳頭細胞の増殖を促進する効果があることが有効性試験から期待されている。

具体的には銅イオンとフムスエキスの水溶液に毛髪を入れ、その後の毛髪ダメージの様子を顕微鏡で撮影したところ、純水に入れた際とほぼ同じ状態であることが判明。さらに銅イオンだけでなく、カルシウムなどに対しても毛髪への付着を防ぐ効果が期待でき、開発部の仲友紀恵氏は、「複数の金属イオンを取り除く作用が期待でき、さらにエキスそのものが有効成分であることが推測される」と話す。

フムスエキスは、大手高級ブランドで用いられるなどその高い効果がにわかに注目を集めている一方で、安定的に高配合することが難しいとされてきた。今回は試行錯誤を重ね、その難題を乗り越えて開発にこぎつけた経緯があるという。



仲友紀恵氏

さらに今回は、毛髪の「うねり」の解消に着目したオールインワンタイプのクリーム状シャンプーも開発し、新たに提案を強化している。

加齢によって生じるうねりは毛髪内部の密度が低下し、油分が減少することなどが原因とされる。そこで、毛髪内部の成分補強作用を持つ2種の「タンニン」を独自に組み合わせることで、毛髪内部の密度低下を防ぎ、毛髪内部成分の外部への流出抑制が期待できるという。

仲氏によると、既存品ではうねりを解消する作用にとどまるケースが多い中、今回の開発品ではハリ・コシの向上を期待できる効果もあり、「エイジングケアにトータルでアプローチできる」という。

こうしたことは、エビデンスでも実証されている。開発したクリームシャンプーを使用した翌日と1カ月後に毛髪の状態を観察すると、1カ月後も毛束がまとまった状態を維持しており、うねりを抑えていることがわかった（グラフ参照）

ヘアケア市場では近年、こうしたエイジングケア訴求の商材が増えており、今後さらに活性化することが予想される。同社が新たに開発したシャンプーなどは、自然素材をベースとしながらも、従来にはない高いパフォーマンスをもつ特長から優位性を発揮できそうだ。👏



クリームシャンプーの髪のまとまりに対する作用