

業界トップのトータルサービスに 国内外でビジネスパートナーの呼び声

化粧品・医薬部外品OEM/ODMの国内最大手である日本コルマー(本社：大阪市、神崎友次会長)は、国内に4つの工場・研究所を構え、スキンケアからメイクアップ、ヘア&ボディケア等あらゆる化粧品の企画・設計から処方開発・生産まで全業務を自社で一貫して対応できる「ワンストップトータルサービス」を実現する。原料・資材などの調達、安全性・有用性に関する評価試験、医薬品医療機器法(旧薬事法)をはじめとする関連諸規制の手続きなど化粧品の製造販売に関わる周辺領域のサービスも充実している点も同社の特徴と言える。第6回化粧品開発展では、業界トップを誇る研究開発力を活かした開発製品20品目以上を並べ、国内化粧品業界への参入とともに、海外進出への第一歩を踏み出せるトータルサービスをブースで紹介していく。

高まるアウトソースニーズ、 グローバルニーズへの対応強化

神崎会長は、少子高齢化・人口減少による国内化粧品行動の長期的な縮小傾向を背景に、化粧品OEM/ODM業界はフ

処方開発力と最新設備を駆使し あらゆる化粧品の可能性広げる

「化粧品の開発」は、約120名の研究員による最新の開発製品が20品目以上並ぶ予定だ。スキンケア分野では、特殊な設備を用いて開発した高浸透性・高保湿型「新ナノエマルジョン」が集客アイテムとなった。来場者に、従来のナ



田中氏

せることも大切だが、化粧品本来の価値とは、リ

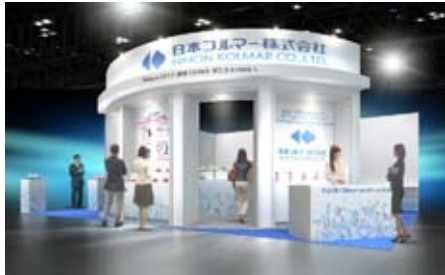
「異業種参入企業の獲得」の大きき3つを挙げた。市場縮小にもなるメーカー間競争のさらなる激化が予想され、ブランドメーカーは販売力の強化に向けた投資が必要と



神崎会長

「COTY」(15年5月)と香港で開かれた国際展示会「Cosmop」(15年5月)から「浸透性の違いを感じる」とのコメントが得られたという。研究開発トップの田中克昌執行役員は「使ってみる」という気持ちにさ

業も増加傾向にある。「海外で自社工場を運営するリスクは、国内以上に高く、アウトソーシング需要は国内以上にあるだろう。その受け皿となることで、さらなる成長が見込める」



既に中国・蘇州に工場・研究所を構える同社は、約10年前から「チャイナナニ」戦略としてマーケティングを進めていく中、このほど東南アジアでの新工場設立の予定があることを明らかにした。中国に続き、成長著しいアジア市場を開拓し、海外事業の成長加速につなげる。

最後の「異業種企業への対応」についても、そのほとんどがファブレス企業となるため、自ずと

向が強い国内企業に対し、「欧米企業は、そのデータが揃った成分について、効果が確認された量を配合しなければ、配合する意味がない」という発想から商品開発を進める」という。

今後化粧品OEM/ODMとして、顧客の要望に応える姿勢は変わらないが、自社独自で進める開発については「欧米の考え方をグローバルスタンダードとして捉え、評価試験・分析における研究員のスキル向上を図っていく。延いては日本の化粧品のレベルアップにも寄与していきたい」と意気込みを語った。

メイクアップ関連では、多色使いの緻密で複雑なデザインを施したアイシャドウが注目を集めた。ナノエマルジョン、アイシャドウともに、「プロセス・インベーション」型の開発から生まれた製品であり、既存処方に見合った最新の設備を用いることで、今までにない新たな価値を付与したものだ。「処方開発と新規設備の組み合わせによって、新たな価値を付与する製品づくりは、当社の得意としてきた分野でもあり、最新設備の導入も差別化の一つになっている。引き続き、処方開発と最新設備の両輪で、業界をリードしていきたい」(田中執行役員)