一丸ファルコス

薬狩りの5月5日を「植物エキスの日」に登録

化粧品・医薬部外品、健康食品分野の原料メーカーである一丸ファルコスは、一般財団法人日本記念日協会より「5月5日」を「植物エキスの日」として認定・登録されたことを発表し、このほど、本社内で同協会の加瀬清志代表理事を迎え記念日登録証授与式を開催した。

安藤社長（右）

1959年創業の同社がこれまで開発した原料は約1000品目にのぼり、そのうち天然植物由来原料は約8割を占める。化粧品・医薬部外品用途の原料が8割、残り2割が健康食品向けで、海外30カ国・約1500社との取引実績をもつ。

直近の植物エキスの研究成果として、同社は棘梨（トゲナシ）果実より得られるイザヨイバラエキス「IZAYOI」に、新たな肌老化へアプローチする機能を見出し、今年2月に中国・広州で開催された化粧品原料展示会（PCHi2017）にて「中国の美容及び化粧品業界に重要な貢献をする企業や個人」に贈られる「PCHi2017 Fountain Award」の機能性原料賞「機能性原料／美白・UVケア部門賞」と開発者賞の2部門を受賞した。

記念日に制定された「5月5日」は、日本書紀によると611年（元号＝推古天皇19年）の夏、「薬狩り」という行事が行われた日だという。「薬狩り」とは薬草を採取する行事で、採取された薬草は成分を抽出したエキスとされ、病気やけがの治療に役立てられたという。旧暦の5月5日は、現在の「夏至」にあたる。

授与式に臨んだ安藤芳彦社長は、「化粧品・健康食品分野で植物エキスを専門に研究開発している原料メーカーは、国内で2～3社、欧米を含めても多くて50社程度だと認識している。一方で、植物エキスは、化粧品や健康食品以外に医薬品や繊維など様々な産業で使われており、人々の生活に広く、深く関わっている。制定の願いは一般消費者への植物エキスの認知向上にある。植物エキスの有用性を知ってもらい、活用を促し、業界の発展にも貢献していけたら嬉しい。普段は表に出ることのないBtoBを生業とする企業として、記念日の活用法を来年5月までに考えていきたい」と話した。

加瀬代表理事は、「1991年の創立からこれまで、約1800件の記念日を認定登録してきたが、原材料専業で取り組んでいる企業の記念日登録は珍しいケースかもしれない。記念日を対外的なPRに活用される企業や団体は多いが、毎年迎える記念日に働く社員たちが社会に役立つ仕事をしていることを改めて認識できるといった社内効用もあると感じており、社員から記念日に合わせて何か社内で取り組もうといった声が上がってくることを期待したい。ちなみに、5月5日は『子どもの日』が有名だが、『未来の日』としても登録されており、薬草に由来する『植物エキスの日』が、子どもたちの未来の美や健康につながる日として広く認知されていくことを期待したい」と語った。

私のH＆B日記

婚活事情悲喜こもごも

今、アラサーの友人らの間で「婚活アプリ」が熱い。

SNSで気軽に登録できるうえに、アプリやサイトを通じて簡単に連絡を取り合え、意気投合すれば実際に会うことができる。会員の多くは新しい出会いに対するマインドが高いため、出会いにつながりやすいという。

いわゆる「出会い系サイト」のような「サクラ」がいて、連絡を取るために気づいたら法外な料金が請求されるような恐れがないため、安心感があり、しかも「切羽詰っていない感」があって利用のハードルを下げているそうだ。最近まで、出会いの場といえば「合コン」だった。それが「街コン」や「相席居酒屋」と変遷し、現在は「婚活アプリ」がメジャーになった。出会いの場が、情報ツールの発達とともに進化している。

しかしつい先日、1人の友人から婚活アプリを退会したとの連絡がきた。

理由を聞くと、「承認欲求を満たすため」

確かに、婚活アプリの会員の中には、「いいね」の数を集めているだけに思える人もいて、承認欲求を満たすにはちょうどいいコンテンツと感じる。

さらに、多くの出会いが期待できる分、自分のビジネスを宣伝したり、ネットワークビジネスなどで会員数を増やしたりするのにも使える。

でも少し考えてほしい。会員の中には本気で婚活に取り組んでいる人もいる。そんな人たちにビジネスの勧誘をするのは、あまりにも惨いのではないか。むしろ、出会いを求めている人にビジネスや宗教を勧めたところで、イメージがますます悪くなり、新しい会員や信者を得ることが難しくなりそうなものだ。

「宗教やビジネスに勧誘するため」に使う会員が増えているようで、友人はことごとくそうした人と会ってしまい、純粋な出会いにはつながらなくなったそうだ。

友人はこれに懲りて合コンに回帰し、毎週金曜日になると私を誘ってくるが、出会いよりも早く家に帰りたいタイプなので全部断っている。（中）

岡本化学

設備投資と関係性強化で売上急拡大

岡本専務

1960年の創業でプラスチック製容器の製造・販売を展開している岡本化学が、大阪府の1拠点のみだった体制を岡山新工場の竣工によって西日本の販売先との関係性強化につなげ、直近の2カ年間に業績が急拡大している。

東京商工リサーチによると2015年6月期に2億円だった売上は1年後に5億8000万円にハネ上がり、今期は着地予想で「6億5000万円を見通している」（岡本良太 専務取締役）など成長軌道が続いている。

ブロー成型容器を得意にしている同社は、洗剤や食品のほか医薬品まで対応の幅を広げた中でも「化粧品を伸ばしていきたい」（同）という考えがある。

新工場の稼働に際してはハイサイクル仕様の大型製造機械を投入し、特徴づけの面では「インモールド成型やビューストライプなど付加価値をつけた容器」（同）で販売先の要求に応えている。

また、容器製造の専業から飛躍し、現在は一部で充填作業にも対応している。販売先へ利便性を提供するため、将来にかけて「容器を作って充填もできる」という側面を広げていきたいと構想している。

やがて経営を担っていくものと社内外から目されている岡本専務は、近いタイミングで関東と九州にも拠点を設けて同地域の「お客様をしっかりフォローしていきたい」と目指しているほか、「私の個人的な希望」としたうえで化粧品の中身づくりまでカバーする多角化を考えていると明言している。