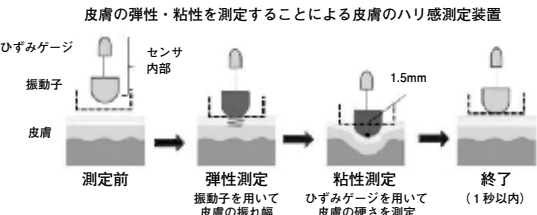


花王 皮膚のハリ感を定量的に測定できる技術を開発

花王スキンケア研究所、包装容器開発研究所、加工・プロセス開発研究所は、このほど、皮膚の柔軟性（弾性）と硬さ（粘性）を測定して、皮膚のハリ感を定量的に測定できる装置を開発した。また、この装置を用いて、全国47都道府県の20代～60代の女性を対象に、2016年の1年間で収集した、皮膚の柔軟性（弾性）と硬さ（粘性）の測定データ（14万9235人）から、加齢による皮膚のハリ感の低下傾向を定量化し、ハリ悩みとの関係性を明らかにした。

従来は、肌のハリ感を測るために、超音波振動測定する方法として、皮子方式（主に弾性を測定し、皮膚の柔軟性を評価）と圧搾方式（主に粘性を測定し、皮膚の硬さを評価）を組み合わせた結果、日本人女性の悩みは多岐にわたり、面から深部の弾性と粘性を同時に測定することにより、皮膚の柔軟性と硬さを数値化し、皮膚のハリ感を測定することが可能になった。



その結果、柔軟性（弾性）は加齢にともなう、肌のハリ感の低下傾向を示し、硬さ（粘性）は加齢にともなう失われ、柔軟性（弾性）と比較して、月ごとに大きな変化は見られなかったという。

鳥栖市に新工場建設 19年4月操業開始 東洋新薬

東洋新薬は9月29日、佐賀県鳥栖市と新工場建設に係る進出協定を締結した。近年の健康食品、化粧品品の受託製造件数の増加を受け、生産体制の強化を目的に、2019年4月の操業に向け新工場の建設計画を進めている。新工場は、同社がこれまで培ってきた経験・ノウハウ（情報）と、それを動かす能力（知識・技術）を融合し、知識・技術が高度に集積された次世代型の生産拠点を目指す「ライオンコア」（英文「Vision2020」の実現に向け、「海外事業の量的成長」を重要な戦略として位置づけ、アジアでの事業拡大を進める中、韓国市場において同社の企業ブランドが定着してきたことから、CJオリブネットワークスが保有するCJライオンの全株式（保有比率1%）を取得することにより完全子会社化することにした。



ライオン 韓国のCJライオンを完全子会社化

ライオンは、韓国の連結子会社「CJライオン」の株式をCJオリブネットワークスから追加取得するにより、CJライオンを完全子会社化している。同社は、経営ビジョン「Vision2020」の実現に向け、「海外事業の量的成長」を重要な戦略として位置づけ、アジアでの事業拡大を進める中、韓国市場において同社の企業ブランドが定着してきたことから、CJオリブネットワークスが保有するCJライオンの全株式（保有比率1%）を取得することにより完全子会社化することにした。

髪と頭皮のエイジングケア 「インヴァティ」が大進化 アヴェダ



アヴェダは髪と頭皮のエイジングケアシステム「インヴァティ」アドバンス（全3品、写真）を2018年1月1日に発売する。自然界由来成分を97%配合した「インヴァティ」は、2012年2月に発売され、グローバル的にアヴェダを代表するヒーロー製品に成長した。

その「インヴァティ」が17年にわたる研究と5年の開発期間を経て大きな進化を遂げる。自然界由来成分の配合率が98%となり、抜け毛の減少率も12週間で33%から53%と飛躍的にアップした。同社によると、世界的傾向として18～54歳の女性の10名中3名が、さらに日本では30代の5人に1人が薄毛や抜け毛に悩んでいるという。

大進化のキー成分となるのがタンジェリンピール（マンダリンオレンジシリアルエキス）とイタドリ根エキスだ。この2つの成分と先進

「インヴァティ」の植物科学を融合させた独自のフォーミュラを開発、配合した。従来は「シャンプー」と「コンディショナー」のみに配合されていたアムラ（アンマロク果実エキス）を「ヘア&スカルプエッセンス」にも採用することで瞬時に髪を根本から太くするコーティング効果を実現した。またアヴェダ専属調香師により、フレッシュさが際立つよりモダンなアロマブレンドへとパワーアップした。

「インヴァティ」は、2012年2月に発売され、グローバル的にアヴェダを代表するヒーロー製品に成長した。同社によると、世界的傾向として18～54歳の女性の10名中3名が、さらに日本では30代の5人に1人が薄毛や抜け毛に悩んでいるという。

大進化のキー成分となるのがタンジェリンピール（マンダリンオレンジシリアルエキス）とイタドリ根エキスだ。この2つの成分と先進

「インヴァティ」の植物科学を融合させた独自のフォーミュラを開発、配合した。従来は「シャンプー」と「コンディショナー」のみに配合されていたアムラ（アンマロク果実エキス）を「ヘア&スカルプエッセンス」にも採用することで瞬時に髪を根本から太くするコーティング効果を実現した。またアヴェダ専属調香師により、フレッシュさが際立つよりモダンなアロマブレンドへとパワーアップした。

「インヴァティ」は、2012年2月に発売され、グローバル的にアヴェダを代表するヒーロー製品に成長した。同社によると、世界的傾向として18～54歳の女性の10名中3名が、さらに日本では30代の5人に1人が薄毛や抜け毛に悩んでいるという。