

週刊粧業

発行所 週刊粧業®
東京都台東区上野1-18-9
(黒門平成ビル3-4F) 〒110-0005
電話 (03)3836-2601
FAX (03)3836-2602
週刊粧業ホームページアドレス
http://www.syogyo.jp
E-メールアドレス
letter@syogyo.jp
©週刊粧業 2018

第8回化粧品開発展 第6回国際化粧品展 開催記念特集号

第8回 化粧品開発展 第6回 国際化粧品展 商品開発から販売まで網羅した展示会

「国際ビューティ&ヘルスWeek2018」 として美容・健康の一大展示会に進化

リードエグジビションジャパンは、1月24〜26日の3日間、幕張メッセ(4〜7ホール)において、「第8回化粧品開発展」(COSMETECH2018)と「第6回国際化粧品展」(COSMETOKYO2018)(以下、化粧品展)を同時開催する。企画開発から最終製品化までの一連の流れを網羅した総合展示会として研究開発の技術者や企画開発マーケティング担当、小売店のバイヤーなど、業界に関わるすべての従事者を対象としている。2つの展示会には日本を含め、世界40カ国の企業が出展予定だ。今展示会の魅力について松野洋輔事務局次長に話を伺った。

商談展としての機能を高めた 美容特化の総合展示会を開催

——回を重ねるごとに、展示会それぞれの魅力が増しています。
松野 開発展・化粧品展では、インターネットによる情報収集では得ることのできない「売れるコスメ」をつくるヒントが得られるほか、製品を手にとり、生の声を聞くことができます。
前回の展示会開催時は中国の旧正月直前であり、中国の方々の来場は期待できないのではないかと考えていましたが、



リードエグジビション ジャパン
松野洋輔事務局次長

同時開催展を充実させ より魅力ある展示会へ

——新たに「国際ビューティ&ヘルスWeek2018」という冠名を着けた総合展として進化しました。
松野 開発展・化粧品展をより一層盛り上げるため、健康食品やサプリメントを対象とした「国際健康食品・美容食品EXPO」と美容グッズに関する「ヘルス&ビュー

ないかと考えています。開発展の出展社数も370社と増加。原料・OEM・容器などの基幹技術に加えて販促ゾーンも設け、1つの展示会で商品開発から販売までトータル的に見ることができ、国内唯一の展示会となっています。
化粧品展を同時開催していることも大きな特徴です。開発展に会場された方々は隣接の化粧品展で国内外の最新化粧品やトレンドを垣間見たいという商品開発の参考にすることができます。
ほぼ全ての海外コスメが日本初上陸のもので、この展示会でしか見ることができない化粧品も多く展示しています。
仕入れも企画開発も同時にできる展示会は、小売流通やエステサロン、異業種参入企業にとって非常に魅力的です。
——「商品化」に特化した展示会としても評価されています。

実際には海外来場者数は2030人で前年を超え、230社(前回は206社)に拡大しました。日中でも来場したいと思われ、展示会に成長できていると確信しました。今年は大連連休とのバッティングもなく、中国をはじめ、アジア各国からの来場者がさらに増加するのを期待しています。進める一助となるのでは

220社が出展する非常に大規模な展示会となりました。
近年は、セレクトショップやライフスタイルショップなどでも化粧品を置いている店舗が増加しています。
トータル的に商品を取り扱う小売流通の方にとっては、化粧品を見つめることができる非常に利便性が高い展示会となっています。
これらの展示会は、開

松野 「商談」を念頭に置いた展示会として、多くの方から支持を受けています。
今回は、商談マッチングサービスを復活させました。
来場者側に開発したいコスメのロット数やこだわりのポイントなどを予めお伺いし、事務局が間に入る形で出展社とのマッチングを行います。約50社から依頼をお聞きし、500商談を作り出したと考えています。
以前行った際は出展社、来場者双方から非常に好評だったこともあり、こちらも多くのお申込みを頂いています。
出展社とのマッチングも予定しており、「商談展」だからこそ、成約を上げるための工夫をしていきます。海外来場者は当展示会を自当てにわざわざ日本に来てくださっているため、その期待に応え、満足度を向上させていきたいですね。

日本コルマー

ブースNo.21-6

イノベーション創出のパートナーへ「便利なコスメ」に独自アプローチ

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は、国内7つの生産工場と4つの研究所を構え、スキンケアからメイクアップ、トイレットリー関連などあらゆる化粧品の企画・設計から、処方開発、製造まで一貫して行う「ワンストップパートナーサービス」を構築している。出展する第8回化粧品開発展では「便利に使える化粧品」をテーマに、メイクアップを中心にした独自開発化粧品25品目を展示する。また、一昨年より事業化した化粧品容器のディスプレイ事業から、エアレス容器を初披露する。

製品開発のさらなる精度向上へ 消費者の声からモノづくりに挑戦

同社は昨秋、三重と広島に新工場を増設、国内7拠点に生産工場を拡充し、生産能力のさらなる増強を図った。神崎友次

会長は「時代の変化スピードが早まる中、その変化スピードに対応する力が企業に求められている」と述べ、近年の化粧品業界の動向から、生産体制を継続強化している方針を説明した。

メイク中心に「差別化」を実現する 新製品25品目、容器事業も始動

今回の開発コンセプトは「近年は国内だけでなく、中国でも販売できる化粧品について、別所氏が「便利さ」の本質を追求していく」と「高性能」や「多機能」に行き着く」と説明し、会場にはメーカーアップ製品を中心とした「簡単にキレイになれる高機能・多機能な化粧品」が並ぶ予定だ。

「近年は国内だけでなく、中国でも販売できる化粧品について、別所氏は「便利さ」の本質を追求していく」と「高性能」や「多機能」に行き着く」と説明し、会場にはメーカーアップ製品を中心とした「簡単にキレイになれる高機能・多機能な化粧品」が並ぶ予定だ。

化粧品業界も他の業界同様、社内の技術革新と新製品の開発スピード向上を目的とするオープンイノベーションの考えが

「近年は国内だけでなく、中国でも販売できる化粧品について、別所氏は「便利さ」の本質を追求していく」と「高性能」や「多機能」に行き着く」と説明し、会場にはメーカーアップ製品を中心とした「簡単にキレイになれる高機能・多機能な化粧品」が並ぶ予定だ。



神崎会長

展示製品の主力に位置づけるファンデーションからは、リキッドタイプとパウダータイプのそれぞれの長所を両立させた乳化コンパクトファンデーションを中心に7品目を揃えた。



伊賀工場



広島工場

さらに、2015年より事業化した容器ディスプレイ事業から、エアレス容器の展示も行う。様々な加飾バリエーションをアピールするとともに、中身も充填したものを揃え、即商品化したという要望にも対応する。



別所氏

別所侑香氏は、「消費者の客観的な意見から、新たな発見や気づきが得られる。特に、これまで社内モニターだけでは難しかったシニア世代のマーケティングの精度向上にもつながっている」と話す。今回の展示会でも、前回に続き、消費者の意見を聞き入れながら開発を進めた新製品を展示する。

業が増えている。さらに、発においてもスピード化や効率化を重視する企業が増えており、そうした企業のバックアップを目的に、研究開発力の強化も併行して進めている。

ツヤ感・透明感のある肌をつくるファンデーションとして多くの女性に支持され、ハイエンドブランドからプチプラコスメまで幅広く展開されている。そこで同社は、競合製品との差別化戦略を推進する新規性の高い乳化コンパクトファンデーションを開発。ポンプタイプやメッシュタイプといった特殊なコンパクトを採用し、それぞれに適した

中身の開発を進めた。会場には、消費者モニター調査を行い、使用満足度で高い評価を得るまで改良を重ね、カバールイッドファンデーションなども展示される。

ポイントメイクからは、(うしろ)温泉水を使用しているというオーリンワンジェルは、インバウンド&アウトバウンド対応の商品企画にも合いそうだ。

次世代を切り開く化粧品容器会社へ「宇宙」テーマに表現可能性を探る

化粧品容器の企画開発・販売を行うグラセルは、スキンケアからメイクアップ、ヘア&ボディケア関連をはじめとするトイレットリー分野まで汎用タイプの自社オリジナル容器を幅広くラインナップしている。また、グループのグラセル・タイランドは、タイに化粧品容器の生産工場を構え海外市場の開拓を進めている。出展する第8回化粧品開発展では、「宇宙」をテーマに化粧品業界の未来を切り開く国内外の容器をセレクトし展示する。会場では、新たに制作した「別冊 容器カタログ2018」を来場者に配布する。

「高機能」をビジュアルで表現 キャップのバリエーションも豊富に

「宇宙」をテーマにしたほぼバリエーションを拡大展示ブースには、化粧品の中身の「高機能化」に対応する容器として、多彩なオリジナル容器を展示する。

近年は、ガラス瓶のよくなる高級感をもたらすPETの提供が可能になったことから、付属キャップでも高級感を訴求した開発を進めており、合わせて紹介する。

ダイヤ型の多面カットを取り入れた「KATシリーズ」(写真上)はその一つで、昨春の発売から好評を得ており、この



スキンケアアカテゴリーの主力となるクリームジャー容器では、金属キャップを採用。ポト

ルでは、円柱や長方形のボトルとOVCAPを面一にした「PETシリーズ」(写真左下2点)のサイズ展開を拡げた。メイクアップ容器では、クッションファンデーション向けコンパクトの提案を強化している。

クッションファンデーションは、近年の「ナチュラルメイク」のニーズに合い、「高級ブランドからプチプラコスメまで要望として増えている分野の一つ」(同社)で差別化競争が激しくなっている。

海外生産拠点であるタイ・タイランドは、金型製作からインジェクション・インジェクション・ブロー成形、ダイレクトブロー成形(多層含む)、蒸着・塗装、印刷・検査までの一貫生産体制が整う。設立後はタイで開催される国際見本市「COSME EX」に毎年

タイも展示会を軸に顧客開拓 国内は供給体制強化へ投資

国内では、大ロット受注が増え続けていることから、昨年は本社近くに新たに約850坪の倉庫を設けたほか、東大阪市の倉庫兼配送センターに検査ラインを2ライン導入。さらに、今年も関東にも検査ラインを導入する倉庫を設ける計画だ。

国内における受注体制の基盤を強固にするため、協力工場に対しては、成型機や印刷機などの設備増強を支援している。

谷村代表は「生産力増強に向けた抜本的な対策に容器業界全体で取り組む必要がある。引き続き先陣を切る覚悟で、生産増強につながる支援を行っていく」と述べ、倉庫新設を計画する東日本エリアでも新規協力工場先を探すと話す。



性」も保持できるという。

トイレットリー関連では、円柱型などオーソドックスな形状の容器が揃う中、「デザイン性にこだわったシリーズも開発していく」(同社)計画で、今回は楕円底のポンプボトルを新作として展示する。

谷村敏昭代表は「化粧品容器はトレンドの移り変わりも早く、新タイプの「メッシュコンパクト」を開発した。ムラなく均一に仕上がるほか、これらのコンパクトの課題点である「気密意」を示す。会場では配布する新型を



宝石のような高級感をもたらす多面カット

プロテックス・ジャパン

ブースNo.21-51

本格化した京都・愛媛の2工場体制と機能性に優れた高品質な製品をアピール

プロテックス・ジャパン(本社=京都府)は、ヘアケア製品を中心に化粧品・医薬部外品のOEM事業と、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。今展示会では、2016年11月に稼働した原料栽培から製造まで行う「森の国ファームファクトリー」(以下、愛媛工場)をブースのモチーフとし、「OEM(ヘアケア・スキンケア・ハラルル)」「ハホニコ(プロフェッショナル)」「ハホニコハッピーライフ(パブリック)」の各カテゴリーから、機能性に優れた高品質な製品を提案する。酒井良明社長に、今展示会の見どころを聞いた。

「OEM」と「ハホニコ」を軸にハイスペックな最新製品を提案

— 今回の出展の狙い — 全国約1万店のサロンにお客さまをお聞かせください。導入実績のあるハホニコを軸に、製造の裏方であるプロテックス・ジャパンを多くの人にアピールすることを、ハホニコブランドの「ハホニコ」に力を入れています。 — OEMでは具体的な製品を提案する。 — 知見を蓄積し、ハホニコブランドのさらなる認知拡大を目指す。

原料栽培から製品化までを一貫顔が見える化粧品づくりに注力

— 稼働から1年が経ち、プールのモチーフにもなっている愛媛工場は現在、どのような取り組みが進んでいますか。 — 酒井 愛媛工場では、



酒井社長

「ハホニコハッピーライフ」を明確に打ち出し、紹介し、ハラルルではシャ



本社工場(京都)



森の国ファームファクトリー(愛媛)



「さくらひめ生真珠化粧品」

「さくらひめ生真珠化粧品」は、愛媛県産の真珠を原料とした化粧品です。愛媛県産の真珠は、その美しい輝きと天然の美しさから、化粧品に最適な原料として注目されています。本社は、愛媛県産の真珠を原料とした化粧品を開発・販売することで、愛媛県の農業振興と地域活性化に貢献したいと考えています。

アップ向けのヘアケア提案をメインとした展示を行う。その一例として、チョコレートモチーフにしたヘアケアシリーズの「チョコレ」から、今回新たに有名チョコレートメーカーとコラボレーションし、ハワイトチョコをイメージしたバレンタインギフトセットの企画品を初披露する。



展示ブースイメージ

このほか、バラエティショップ以外にもドラッグストアでの取扱店が急拡大している「ヘアドライトオルマイクログラフ」を提案し、一般流通でのさらなる販路拡大を進めていく。ブースには国内だけでなく、海外からも多数の輸出へのニーズにもしっかりと対応していきたい。

も、柚子や真珠など愛媛の素材を活用した製品を既に製造している。ブースでは、柚子を配合したヘアケア・スキンケアOEM製品のほか、宇和海の良質な真珠から抽出した生パールプロテイン配合のスキンケアシリーズ「さくらひめ生真珠化粧品」を提案している。

「農業のように化粧品を作りたい」をグローバルミッションに掲げ、原料栽培から製品化まで一貫して行っており、愛媛県とのコラボレーションの

「さくらひめ生真珠化粧品」は、愛媛県産の真珠を原料とした化粧品です。愛媛県産の真珠は、その美しい輝きと天然の美しさから、化粧品に最適な原料として注目されています。本社は、愛媛県産の真珠を原料とした化粧品を開発・販売することで、愛媛県の農業振興と地域活性化に貢献したいと考えています。

セントラル・コーポレーション

ブースNo.24-24

成分濃度25倍のヒト幹細胞培養エキスを配合した化粧品を100個からOEM提案

セントラル・コーポレーション(本社岡山県岡山市)は1980年の創業以来、在庫バロクの小分けではなく、ゼロからのオリジナルブランドで「わずか100個から化粧品をつくる」小ロット製造のバイオニアとして知られる。独立を目指す起業家を支援し続けて今年で39年目を迎え、2011年にはこうした取り組みが評価され、日本文化振興会から社会文化功労賞が授与された。「当社独自の差別化された原料を配合した化粧品OEMを、小ロットはもちろん中・大ロットまで幅広く提案したい」と語る笹山博史社長に、今展示会の見どころやポイントについて話を伺った。

「ヒト幹細胞」化粧品OEM好調で2017年の受注件数が急増

— 今展示会の出展内容についてお聞かせください。 —

「化粧品が求められていることは周知の事実だ。しかし、多くの販売会社が同じアンチエイジングの原料を使用している。ワードに、差別化した化粧品をわずか100個からでもOEM製造できることを強くアピールしている。」

— 「差別化した化粧品」とは、具体的にどのようなものでしょうか。 —

「有効成分を角質層にパテのように塗って保湿を行う従来の「保護化粧品」の時代は終わり、「幹細胞(ヒト)」配合の化粧品OEMを提案する。話題で「躍有名になった」。

— 「幹細胞(ヒト)」配合の化粧品OEMを提案する。 —

「幹細胞は「どんな細胞を増殖させる」「アンチエイジング機能」を持つ細胞にもなる。「分化し



笹山社長

て際限なく増殖できるといった性質を備えておき、当社が扱うヒト幹細胞

幹細胞には私が長年研究を続けてきたEGF、FGF、IGFといった成長因子も含有している。

現在、「幹細胞化粧品」の時代が間違いなく到来している。当社の2017年のOEM受注件数は2016年に比べて急増しており、既に幹細胞化粧品OEMの実績がある。

— 「幹細胞化粧品」をOEMする上で注意する点はありますか。 —

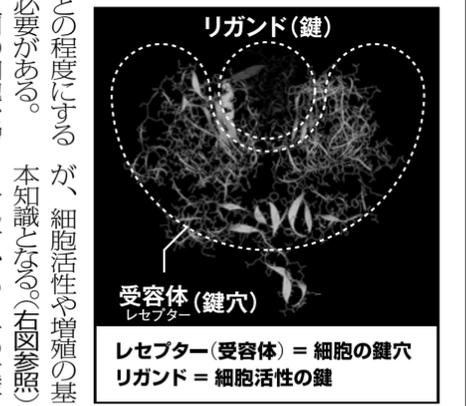
「幹細胞培養エキスは、一般的に国内で流通されている他の幹細胞培養エキスに比べて、25倍の濃度のフィブロネクチンやコラーゲンが含まれており、コラーゲンについても約3・6倍含まれることがわかった。さらに、その種となるEGFやFGFといったグロースファクターの存在も、当社のヒト幹細胞培養エキスで確認された。(左図参照)

「細胞増殖」「25倍濃度の成分」「小ロット製造」で起業家を支援

— 御社が輸入するヒト幹細胞培養エキスの特徴をお聞かせください。 —

「原料の主成分は、フィブロネクチンやコラーゲンなどの「ECM物質(細胞マトリックス構成物質)」からなる。ヒト幹細胞培養エキスの日本総輸入元である我々は、世界中のさまざまな原料を探索する中でECM物質の濃度が原料によってばらつきがあることがわかった。

と、理屈上は「幹細胞化粧品」ということになってしまっ。まず

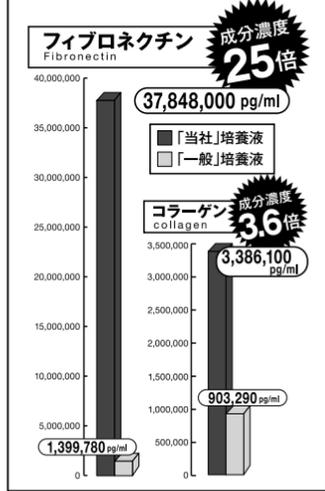


は、化粧品への配合比率をどの程度にするか決める必要がある。次に、人間の細胞を増殖させるには、「ヒト由来」であることが絶対に必要な条件となる。

細胞を活性化させるためには、細胞内の特定の形をした鍵穴(レセプター)にぴったりと合う鍵(リガンド)となる物質が必要だ。「ヒト由来」幹細胞には、細胞のレセプター(受容体)に一致するリガンドとなる成長因子などが豊富に含まれている。これを使用すると結局は過当競争になってしまう。その懸念を払拭するのは当社の行う「独自処方OEM」で、100個から全く新しい処方の化粧品を製造する。原価率から考えても20個も売れば、リスクを言ってもよい。当社の化粧品OEMで

は、市場戦略の大きな3つのポイントとなる「細胞増殖」「25倍濃度の成分」「小ロットでのテストマーケティング支援」の3つの重要なポイントを用意している。起業を目指す人にとっては、非、勇気を持って化粧品事業の第一歩を踏み出して欲しい。

「ヒト幹細胞エキス」成分分析比較





岡部社長

近代化学

ブースNo.24-43

髪を傷めずに優れた染色力を発揮する「化粧品粉末ヘアカラーOEM」を提案

ヘアケア関連製品を中心に、化粧品・医薬部外品OEMを展開している近代化学(本社〓神奈川県海老名市、岡部達彦社長)は、2016年1月に日本でも数少ない「粉末ヘアカラー工場を竣工し、生産体制が整い満を持して迎えた今展示会で「化粧品粉末ヘアカラーOEM」を前面に訴求する。

「粉末ヘアカラー」の製造特許を取得するまで、これまで業界で多くの足跡を残してきた。今回、展示会で提案する化粧品粉末ヘアカラーの歴史は古く、1950年に創業者の岡部健夫氏が液体ヘアカラー剤の開発に日本で初めて成功し、その後も1993年に過酸化水素水(2剤)を使用せずに空気で酸化して発色させる「空気酸



化粧品粉末ヘアカラーの製造風景

た(岡部社長)という。湿気のある場所では充填が難しい粉末ヘアカラーは、季節やロット数によっても大きく影響されてしまう。同社では、竣工後からこうした課題をクリアするべく試行錯誤を重ね、空気が入りにくいパOUCH充填できる生産体制を構築し、現在では最小で1000個から受注が可能だという。

「粉末ヘアカラー」のメリットとして、植物を乾燥させて粉末化したヘナを粉末ヘアカラーに含ませ、防腐剤を添加する必要がある。また、ヘナに代表されるように単に染

めるだけでなく、トリートメント効果によって髪を傷めずに染めることができる。水に混ぜ合わせから使用するため手間が省ける。染まりの良さが美容室でも高く評価され、業務用でのニーズが高まっており、今後は一般流通にも広く展開していきたい(岡部社長)。

展示会ではこのほか、青・黄・オレンジ・紫・黒・ダークブラウン・ライトブラウンといった多色展開が可能なヘアカラー(1剤・2剤)、ヘアカラークリーム(アウトバス)などのヘアカラーOEMも提案する。

ヘアカラー以外では、本社工場がある海老名市の特産品「苺」を独自に原料化し、同社がINC I名を取得した「苺果汁」配合シャンプーのサンプルをブースで配布する。

「面倒で手間のかかる苺のヘタ取りも当社のスタッフが代行しており、『手作りオーガニックOEM』として、他では真似できない当社ならではの独自性をアピールしたい(岡部社長)。

「粉末ヘアカラー」の歴史は古く、1950年に創業者の岡部健夫氏が液体ヘアカラー剤の開発に日本で初めて成功し、その後も1993年に過酸化水素水(2剤)を使用せずに空気で酸化して発色させる「空気酸

た(岡部社長)という。湿気のある場所では充填が難しい粉末ヘアカラーは、季節やロット数によっても大きく影響されてしまう。同社では、竣工後からこうした課題をクリアするべく試行錯誤を重ね、空気が入りにくいパOUCH充填できる生産体制を構築し、現在では最小で1000個から受注が可能だという。

展示会ではこのほか、青・黄・オレンジ・紫・黒・ダークブラウン・ライトブラウンといった多色展開が可能なヘアカラー(1剤・2剤)、ヘアカラークリーム(アウトバス)などのヘアカラーOEMも提案する。



第8回化粧品開発展・

第6回国際化粧品展

1月24日〜26日

幕張メッセで開催!

BIGENDO



林社長

ビタミンC60バイオリサーチ ブースNo.31-6

フラレン新原料や最新データを紹介 認知拡大に向けフォトスポット設置

ビタミンC60バイオリサーチは、昨年発売した新たなフラレン原料「サンガードフラレン(SF)」と「ヘアシヤニールフラレン(HF)」を軸に、「第8回化粧品開発展」において、全6種類に拡大したフラレンを紹介する。

特に新製品となる「SF」「HF」の2品は、フラレンの用途の裾野を広げることから、同社では2018年も拡販を強化していく方針だ。

一方で、ファンデーションやメイクアップアイテムに好適な「ヴェールフラレン(VF)」の引き合いが高まっていることから、同製品に関する最新の機能性評価デー

タも紹介していく。「VF」は、これまでアンチポリリューション(抗大気汚染)が示唆されてきたが、臨床データは取得していなかった。そこで、今回は「皮脂の酸化」に着目して臨床試験を行った。

その結果「VF」は、ヒトの皮脂の酸化を抑制し、毛穴の肥大を抑えるなど、見た目での効果も確認された。

最近業界内におけるフラレンの認知度が上がり、製品への採用数も増えているが、一般認知の拡大が今後さらなる製品化を推し進める鍵になるとして、同社では今年、一般向けプロモーションも強化している。



続々と製品が拡充しているフラレン

その1つが、同社が開発したWebサイトの「Flaren美ラボだ。現在、Flarenの美容情報や配合化粧品を紹介を中心に、美容に興味・関心の高い生活者に向けてコンテンツを提供している。

よりFlarenを身近に感じてもらうためのコンテンツとして、一般の女性132名にFlaren配合化粧品を使用してもらう、その体験レポートをまとめた。同時に、体験者には自身のブログやSNSに使用した化粧品のレビューなどを投稿してもらい、情報の拡散を図った。

「この企画を機に、徐々に全体のPV数も上昇した。さらなる一般認知拡大に向け、ページ数やコンテンツ数の拡充に努めたい」(林源太郎社長)

今回の化粧品開発展では、フォトスポットを設置し、来場者が楽しみながらFlarenについて知ることができるブースを展開する。当日は、インフルエンサーも招待する予定で、フォトブースで撮った写真をSNSにて投稿するなどして、女性投稿するなどして、女性へのアプローチを強化していく。

また同社は、2017年からアメリカの原料メーカー・NextHia社とaechmie社の日本代理店として、化粧品原料の取扱いを開始している。今回の展示会ではこれらの原料を紹介するとともに、Flarenと組み合わせた処方



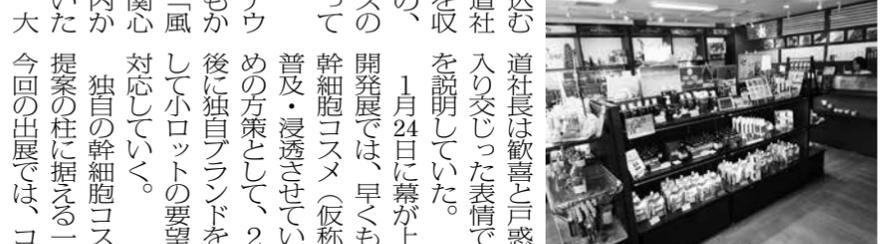
大道社長

ポイントピュール ブースNo.21-12

国産ヒト幹細胞培養液を基軸に 先頭の発信で市場の待望に答え

保守性に背を向けて新境地の開拓で存在感を高めてきたOEMのポイントピュールは、本展で国産ヒト幹細胞培養液を活用したアンチエイジング製品の提案を軸に、3日間の商談に向き合う構えを打ち出している。

このところ、抗酸化製品の分野で鳴り物入りとなった脂肪肝細胞由来コスメについて、ポイントピュールの大道社長は、地元の研究機関や化粧品ベ



同社はBtoCにも重心を置く

ンチャーと一体で開発に取り組んできた立ち位置から「当社が『ヒト幹細胞です』と提案しても、その他と差異化することはできない」と考えていることから、本展に照準を当てて幹細胞メニューの「1+α」を模索してきたという。

結果、独自の技術を獲得する原料メーカーと接点を得ることが叶い、ヒト幹細胞を「コラーゲンで包み込み、中核へ白金ナノコロイドを入れ込むことができた」(大道社長)など一定の成果を収めた。つまり、「初の、国産ヒト幹細胞エキスのナノ化に成功」を持って本展に臨む。

本活動は正式なアナウンスを行う前段階にもかかわらず、背景では「風」のうわさがお客様の関心を生んだようで、年内から早くも引き合いをいた

道社長は歓喜と戸惑いが入り交じった表情で状況を説明していた。

1月24日に幕が上がる開発展では、早くもヒト幹細胞コスメ(仮称)を普及・浸透させていくための方策として、2カ月後に独自ブランドを用意して小ロットの要望にも対応していく。

独自の幹細胞コスメを提案の柱に据える一方、今回の出展では、コラー

「小さな会社だが、ものづくりが面白い会社として評価されたならば嬉しい」と述べて相好を崩していた。

出展内容を告知する本稿の趣旨とは脱線してしまいが、大賞の栄誉に反しない受章者として、同社は今夏から2640㎡の自社用地を基盤に「素材の栽培から原料・製品づくりまで一貫して行うオーガニック事業(同)を開始する構想を明らかにした。栽培にあたる雇用の創出で、地元へ貢献したい考えもあるという。

本件開始の動機は、OEMのメニュー拡大もさることながら「BtoCにもう1回力を入れたい」と(同)と強調している。

鈴与

ブースNo.25-23

ニーズ高まる化粧品輸出サービスを提案
タイではFDAライセンスの取得代行開始

今回が2回目の出展となる鈴与では「化粧品の大企業が集まる展示会であり、当社のターゲットとマッチすることが多い。前回は成果につな

がる案件があり、今回も出展を決めた(野田明子フルフィルメント営業推進室営業第二チームチームリーダー)という。2コマからなるブースでは、黒のバックにLEDパネルを展示して同社が手がけるサービスを紹介、「化粧品物流」のキーワードを大きく打ち出し、「輸出入や化粧品製造業、国内配送まで物流をトータルサポートできる当社の強みを訴求する(青木千枝フルフィルメント営業推進室営業第二チーム)構えた。



「試した葉の中でたんぱく質を最も多く抽出できた。この葉にEGFの遺伝子情報を挿入する。大腸菌由来のEGFは不活性EGFがほとんどで、活性型EGFは5〜20%程度だが、Uni+は95〜98%を活性型EGFが占め、安定している。力価が高く、細胞増殖因子としてターンオーバーを正常化し、細胞を活性化させてエイジングケアにつなげる(小林氏)

「タイで食品や化粧品などを輸入するにはタイFDAに登録し、FDAライセンスを取得しなくてはならない。当社ではタイ向けの輸出を考えているお客様の、FDAライセンスの取得代行サービスを行っている。展示会でFDAの登録申請、倉庫での保管、配送までのワンストップサービスを提供できることを伝えていく(野田氏)

「海外でも植物由来EGFの認知度が上がっており、メード・イン・ジャパンのEGFの引き合いが増えている。展示会ではユニバイオ社の研究員も2日間ブースに立って説明にあたる。Uni+を配合したスキンケアも展示する(山川友弘社長)



「そうすることで配送のコストメリットが得られる。当社のプラスチック製折りたたみコンテナを使えば資材費も節約でき、エコロジーにもなる。段ボールを廃棄する手間も省ける。配送店舗数やロットなどの条件はあるが、総合的にみると配送コスト削減のお手伝いができる(野田氏)

「国産」「高純度」「アニマフリー」のUni+はイメージがよく、商品のブランド力も高まる。ドライ(凍結真空乾燥)した「リジェハイアリック美容液」(写真下)をはじめ、常温の美容液、スポイト容器に入れた美容液、化粧水、美白クリームなどを展示する。ダイヤカットを施したキャップがついた新しい容器も用意する。

「OEEMでは協力工場をコーディネートし、剤型別にベストな工場で商品を製造する。アウトプットシグでも自社工場と遜色ない価格で対応できる(山川氏)

メディカルラボ ブースNo.21-44

ユニバイオ社の植物由来EGFを紹介
フリーズドライ化粧品のOEM提案も

メディカルラボでは2回目の出展となる。「弊社を知っていただくこと、フリーズドライ化粧品を世に広めたいという想いから昨年初め



「海外でも植物由来EGFの認知度が上がっており、メード・イン・ジャパンのEGFの引き合いが増えている。展示会ではユニバイオ社の研究員も2日間ブースに立って説明にあたる。Uni+を配合したスキンケアも展示する(山川友弘社長)

「OEEMでは、協力工場をコーディネートし、剤型別にベストな工場で商品製造する。アウトプットシグでも自社工場と遜色ない価格で対応できる(山川氏)

「OEEMでは、協力工場をコーディネートし、剤型別にベストな工場で商品製造する。アウトプットシグでも自社工場と遜色ない価格で対応できる(山川氏)

て出展したが、ご興味をいただいたお客様が多かった。今年も出展する。昨年フリーズドライ化粧品にスポットを当てすぎてしまったので、今年はその以外にも新しい原料やおもしろい素材も展示し、それを使った商品サンプルも多数用意する(小林由友子企画開発部部長)

「試した葉の中でたんぱく質を最も多く抽出できた。この葉にEGFの遺伝子情報を挿入する。大腸菌由来のEGFは不活性EGFがほとんどで、活性型EGFは5〜20%程度だが、Uni+

「海外でも植物由来EGFの認知度が上がっており、メード・イン・ジャパンのEGFの引き合いが増えている。展示会ではユニバイオ社の研究員も2日間ブースに立って説明にあたる。Uni+を配合したスキンケアも展示する(山川友弘社長)



「OEEMでは、協力工場をコーディネートし、剤型別にベストな工場で商品製造する。アウトプットシグでも自社工場と遜色ない価格で対応できる(山川氏)

谷口インキ製造 ブースNo.22-45

インキ製造で培った100年の技術を開発展を機に化粧品業界にも提案

谷口インキ製造(本社 茨城)は、大正3(1914)年にインキ製造を開始して以来、100年以上にわたり印刷インキ業界で先端を担ってき

た。 同社では、オフセット印刷用インキのほか、コンピュータカラーマッチングシステムなどを提供している。

印刷業界は、色相に関して要求が厳しく、微妙な色合いの差が広告製品の売上に直結する。そのため、同社では、「世界一の色づくり」にこだわ

り、技術革新にも挑戦してきた。 一般的なカラー印刷は、黄、紅、藍、墨の4色の網点のかけ合わせにより色が構成され印刷されている。その4色で表現できない色は、ベースインキなどを混合し目標のインキを作成する。こうした調色作業は、印刷

物の品質や仕上がりを時間を左右するが、高度な専門知識が必要で、体系だった教育システムもないため、ベテラン技術者から若い技術者に伝達されにくい。そのため、技術継承ができず、技術者不足が問題となっていた。

こうした状況を受け、同社は1991年に、普通紙印刷のオフセットインキ用コンピュータカラーマッチングシステム「調色名人」を開発した。これにより、熟練技術者でなくても調色と自動計量ができるようになり、業界で大きな話題を集めたという。 その後改良を重ね、200年には自動計量が難しかったUVインキ用として、世界初の二工程調色システム「調色名人UVシユニア」を開発し、商品化した。

同システムによって、ユーザーがオリジナルの配色を簡単に行えるようになり、業界のビジネスモデルに一石を投じることとなった。 今回、インキ業界で100年にわたり培った技術だ。フェノール樹脂だ。2つ目が、高分子加工技術だ。

「個性」対応力を活かし、化粧品の色づくりの革新につながるような技術を開発していきたいとしている。 また、「世界一の色づくり」を支える技術として、3つの強みを持っており、それらの技術も化粧品業界に活用していきたいという。

その1つが、多くの特許を有する高粘度バルクに粉体を均一分散させる技術だ。オフセット印刷インキの粉体を、ワニス中に均一分散させる技術をベースに、化粧品でも均一分散を必要とする製造工程で提案する。

2つ目が、高分子加工技術だ。フェノール樹脂だ。2つ目が、高分子加工技術だ。フェノール樹脂だ。2つ目が、高分子加工技術だ。

「アプリアシステム画面などのデザインもユーザー各社の声を取り入れ、総合的に判断し最適化している」(担当者)

お肌センサーと肌チェックシステムは、研究所でも使用される高品質の水分計と高解像度カメラを搭載し、肌の状態を高精度で確認できる。

「お肌センサーと肌チェックシステムは、メイド・イン・ジャパンの高い技術力を結集している」(担当者)



インキ製造の様子

アイティアアクセス ブースNo.24-64

お肌センサーと肌チェックシステムを紹介

アイティアアクセスでは、ソフトウエア開発やハードウエア提供などの事業を展開しており、肌の水分量や皮脂量、キメ、シミなどを測る肌質

Smart Skin Care®

チェック機器「お肌センサー」と、測定した情報や顧客である一般消費者の情報をクラウドで一元管理する肌チェックシステム「Smart Skin Care」(登録商標)を販売している。

「お肌センサーと肌チェックシステムは、メイド・イン・ジャパンの高い技術力を結集している」(担当者)

「化粧品開発では、このお肌センサーと肌チェックシステムを披露する。過去に出展した時から進化・改善しているため、以前、客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失

「個人情報登録には時間がかかり、個人情報登録しにくいという顧客もいるため、機会損失