

日本フレグランス協会

香りと脳をテーマにセミナー開催

日本フレグランス協会は10月17日、第10回スペシャルセミナーを開催し、東京脳神経センター脳神経外科医、脳科学者の天野恵市氏が「香りの脳内伝導・香りと脳内環境」をテーマに講演した。



天野氏

嗅覚と脳の関係が脚光を浴びている。臭いの化学物質は脳の側頭葉にある扁桃核(Amygdala)に運ばれ、ここが嗅覚の終着駅になるが、そのすぐ後に記憶の中枢として知られる海馬があり、香りの記憶が残り、香りの記憶が全て扁桃核に刻まれている。海馬がある



天野氏は、軽井沢の別荘にあるバラ園で108

株のバラを育てている。バラの花の香りをトレイニングに使う方法が考えられるが、フラーショップに売られているバラの切り花は、香りがほとんど残っていない。バラは切った直後が一番香りがするが、その後は香りが揮発してしまう。

「日本人は体臭がほとんどしないため、デオドラントとしての需要は欧米ほど多くない。このため、認知症予防につながる脳の活性化という、欧米とは違った香水の売り方があってもよいのではないか。認知症予防という新たな切り口であれば、日本で香水がもっと売れるようになるかもしれない」(天野氏)

第3回化粧品原料

丸善製薬

セミナーを開催

丸善製薬は10月15日、都内で化粧品原料セミナーを開催した。

今年で第3回を迎える同セミナーでは、「これからの化粧品を考える」2つのオンライン化粧品への誘い」と題し、スキンケア化粧品の差別化対応に関する考察を行った。



日暮社長

丸善製薬は10月15日、都内で化粧品原料セミナーを開催した。

「保湿」視されている。最近では「シワ改善」を謳う医薬部外品有効成分も登場している。

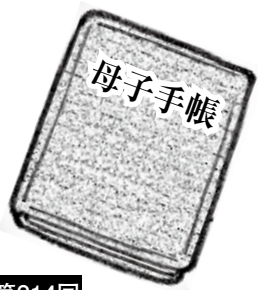
「保湿」視されている。最近では「シワ改善」を謳う医薬部外品有効成分も登場している。

「保湿」視されている。最近では「シワ改善」を謳う医薬部外品有効成分も登場している。

ロコミから広がったクレンジングジェル

消費者密着型コスメブランド「世田谷コスメ」を展開するサルボでは、発売から3年半が経過した「クリアクレンジングジェル」(2種各400mL・1500円)の売上が好調だ。消費者目線の化粧品

母子手帳



第214回

「クリアクレンジングジェル」サルボ

「開発当初、1種類の製品開発を進めていた。しかし、調査を進める中、女性の悩みが『乾燥と肌のツヤ・ハリ』『毛穴の黒ずみと肌のくすみ』の主に2つに分かれていることが判明した。そこで、それぞれの悩みに合わせた製品として、いかにお客様へわかりやすく伝えるかを考えた結果、保湿に有用なココナツオイルを配合した製品と、洗浄効果が期待される京都宇治茶葉を配合した製品の2

では、通信販売、バラエティ・ショップ、ドラッグストア



の企画に携わる愛用者「アンバサダー」の存在がある。

「女性を1つひとつ聞き、丁寧に開発したことで、女性の悩みに合った商品になった。そのため、製品を評価し企画に携わっている『アンバサダー』は、自発的にSNSなどで製品の認知を広めてくれている(同社)」

「女性を1つひとつ聞き、丁寧に開発したことで、女性の悩みに合った商品になった。そのため、製品を評価し企画に携わっている『アンバサダー』は、自発的にSNSなどで製品の認知を広めてくれている(同社)」