

化粧品コンサルタントが教えます

最新・ヒットの法則

法則66 100歳の○○

廣瀬 知砂子 (ひろせ・ちさこ)

企画コンサルタント / 女性潮流研究所 所長
「化粧品企画のアイデア創出サポート」や「チーム力の強化」など、
現場の悩みを解決するコンサルティングやセミナー活動を行っている。
株式会社ビューティブレン <http://www.beautybrain.co.jp>

最近、サステナビリティ(持続可能性)という言葉を目にしない日はないですね。レジ袋廃止やファッションブランドのショッパの紙化など、生活で実感することも多いのではないのでしょうか。

日本では「エコバッグでちょっと良いことした気分」という意識ですが、一方でNYでは「ビニールの袋を持っているとむしろ恥ずかしい」と、欧米と日本では温度差がある、と言われます。

先日、友人と「スムージーを飲んだら紙ストローがふやけてしまった」という話題になったのですが、あらうったのですが、あらうた消費財メーカー担当者がサステナビリティの流れによって、品質とコストと管理に関する新たな問題に頭を悩ませているのだとうと切実な気持ちになりました。とはいえ、「サステナビリティ」という言葉は急速に浸透しています。AKB48の一曲のタイトルも「サステナブル」で、「振られちゃったけど彼女のことをずっと想ってるよ」というような歌詞です。なるほど、地球規模ではなく自分規模の持続可能性という訳です。

そう考えてみると、ここ数年女性誌で増えてきた「100歳」というキーワードがまさにサステナブル発想です。直近の見出しをピックアップしてみると、「健康な100歳は、前向きで自立したワタクシしながら生きていた人生100年」「セクセンナリアン」になるために今からできること(美ST10月号)、「100歳佳人」のつくり方(婦人画報10月号)、「人生100年時代のしなやかな生き方。(クロワッサン8/25号)」など。「セクセンナリアン」だなんて美STらしいおしゃな響きですね。

以前であれば「100歳」をテーマにしたコンテンツでは、元気に長生しているお年寄りには特別な人という扱いでした。しかし、今はそこがガラッと変わって、100歳の女性は40・50・60代を生きている女性と地続きのリアルな存在なのです。全国の100歳以上の人口は、平成の30年間で23倍(平成元年約3000人→令和元年約7万人。ちなみに、100歳以上人口の88%は女性)にも増えています。平均寿命は男女それぞれ約5歳伸びて、男性が76→81歳、女性が82→87歳になっています。

今までは「100歳」という「生き方」のサステナビリティについて皆様も改めて考えてみてはいかがでしょうか。

クリーンルームは、細菌・塵埃(じんあい)の侵入を防ぐ設計がなされており、微生物試験や化粧品開発エリアで作ったバルクの小ロット充填をここで行うことができます。中国のNMPA申請の際には20〜30程度の小ロットを提出する必要があり、社内でも充填できることで受理までのタイムロス低減につなげていく。

天真堂

従来比で約7倍となる 大型研究施設をオープン

児玉社長

都内駅近では最大級の規模であることをアピール

9月26日に行われたメディア向け内覧会で児玉和之社長(当時、現顧問)は、研究施設リニューアルの狙いについて「都内で駅から5分以内の好立地に研究所を構える化粧品OEMメーカーとしては最大級の規模となり、大幅に研究設備も拡充した。研究人員の増強も進めていく。研究設備では



児玉氏

営業力・開発力・製造力の研鑽へ

特に、同業他社との差別化を図るうえでは「営業力」「開発力」「製造力」を三位一体で相乗的に高めていくことが重要との認識を示し、「ここ数年で工場を買収し、製造業許可を取得するなど製造力を高めてきた。研究所を大幅に拡張し、研究員を増やして開発力を高めつつ、営業マンも増員することにより、事業のさ

薬用化粧品・機能性表示食品OEMメーカーの天真堂は9月1日、従来比で約6・8倍の広さとなる500㎡の研究施設「TEN-LABO」をリニューアルオープンした。今後、処方開発は2025年をめどに現在の2名から8名、原料開発は年内に2名から6名に増員し、研究開発力の向上に努めていく。TEN-LABOは2016年6月、本社に併設していた物流倉庫の一角に73㎡の広さで開設。商品の処方開発や安全性・機能性評価などを行う研究所としてオープンし、クライアント企業を支援してきた。開設から3年余りが経過し、クライアント企業の事業成長はもとより、NB商品の開発や中国進出等自社事業の拡大により、一層の開発力強化が求められるようになったため、今回、施設規模を拡大し、研究設備を拡充する形で大幅にリニューアルすることになった。

強力な事業の立ち上げを支えらるる拡大を図っていく。また、今後は日本・中国のEC・リアル店舗(4C)を融合して高いと今後の方向性を語った。

中国進出に欠かせない 複数の研究施設を整備

新研究施設は、通路を挟んで「化粧品開発・分析エリア」と「食品開発・分析エリア」に分かれており、今回のリニューアルではこれまでの自社研究施設にはなかった食品専用の「食品開発エリア」を導入した。新たな化粧品

たに確保。これにより独断で求められる有効性の効果実証評価を高精度で行える体制が整っている。なお、測定データは、購入者向けの同梱物や営業資料のほか、クライアント企業とのマーケティングの状態で3年間品質を保持できるか、過酷な環境でも耐えられるか、バルクだけでなく容器も変質しないかなどを調べる。特に、中国等海外での流通は日本より過酷な環境であることが多いため、「この安定性を計る過程は重要になる」(同社)という。

クリーンルームは、細菌・塵埃(じんあい)の侵入を防ぐ設計がなされており、微生物試験や化粧品開発エリアで作ったバルクの小ロット充填をここで行うことができます。中国のNMPA申請の際には20〜30程度の小ロットを提出する必要があり、社内でも充填できることで受理までのタイムロス低減につなげていく。



グ支援にも活用できるところから、「マーケティングラボ」と位置づけて展開していく。

保管庫は、化粧品のバルク・容器の安定性を検査するために欠かせない施設で、マイナス20℃〜プラス50℃の温度設定と、安定した湿度設定が可能な「インキュベーター」という機械を温度別に設置している。未開封の状態でも品質を保持できるか、過酷な環境でも耐えられるか、バルクだけでなく容器も変質しないかなどを調べる。特に、中国等海外での流通は日本より過酷な環境であることが多いため、「この安定性を計る過程は重要になる」(同社)という。