ライオン

制汗成分の機能高める新技術で説明会を開催

ライオンは11月28日、「制汗成分の機能を高める新技術」に関する説明会を開催し、ビューティケア研究所の佐野智生研究員が「ＡＣＨ（クロルヒドロキシアルミニウム）機能強化成分」の開発背景について説明した。

近年は、人間の体温を気温が上回る「スーパー猛暑」が常態化する中、女性の社会進出や服装の自由化が進み、ワキ汗に悩む生活者が増えている。

ライオンが一般女性1500名に実施した調査（2019年）では、「制汗剤で汗もニオイも抑えることが必要だ」と考える人が92％に達する一方、同じく92％の人が「制汗剤ではワキの汗をしっかり止めることには限界がある」と考えていることがわかった。

実際、この調査では、ワキ汗を止めたいというニーズは若年層（10代＝58％、20代＝52％、30代＝51％、40代＝49％）ほど高く、悩みが切実で、制汗剤の機能向上による汗ケアへの期待がますます高まっているという。

同社では、医薬部外品に使用できる制汗成分として、有効性・使用性に優れるＡＣＨを活用し、「汗孔～汗管部でのゲル（プラグ化）」、とりわけ「皮膚表面での皮膜化」に取り組んできた。

「皮膜強化により滞留性は向上し、外的要因には強くなった一方、発汗量の増加など内的要因には未対応だったため、制汗効果の満足度が十分ではないといった課題があった」（佐野氏）

佐　野　氏

ＡＣＨ配合制汗剤に関する特許技術のうち、制汗効果に直結する「滞留性向上」に関するものは全体の11％にとどまるが、ライオンはその44％で特許を取得しており、滞留性向上に関しては業界をリードしている。

こうした中、未検討となっているＡＣＨの「ゲル化」機能を向上させる技術の開発にこぎつければ、制汗効果向上の余地が残されていると考え、同社では「ＡＣＨのゲル化能を向上させる技術を開発し、制汗効果をさらに向上させること」をテーマに開発に取り組んだ。

研究では、ＡＣＨのゲル化能を向上させるには、汗のpH領域（5～8）でのゲル生成量を増加させること、すなわちＡＣＨのゲル化pHを低下させることが重要ということで、数十種から候補成分を探索した結果、硫酸イオンの共存下でゲル化pHが最も低下することを突き止めた。つまり、硫酸イオンはＡＣＨゲル化能を向上させ、汗のpH領域でのゲル生成量を大幅に向上させることがわかった。

発汗計による前腕での制汗効果測定では、ＡＣＨ単独では約50％の制汗率にとどまったが、硫酸Na配合溶液は80％近い制汗率となり、重炭酸Na（60％強）やクエン酸（50％強）の配合溶液と比べても高いスコアを記録した。

次に、恒温恒湿条件下での運動により発汗した被験者に、ＡＣＨ10％配合溶液と、ＡＣＨ10％＋硫酸Na1％配合溶液を片ワキに塗布してもらい、吸汗パッドを装着してもらうことで、左右の発汗量の差から制汗率を算出した。その結果、ＡＣＨ単独の制汗率が30％弱だったのに対し、硫酸Na配合溶液は約55％の制汗率となり、ワキへ使用した場合でも、硫酸Na配合により制汗率が向上することがわかった。

同社では、汗をかきやすい20～40代女性を対象に、テスト品使用後の効果実感について7段階評価で調査を行ったところ、「非常によい～やや良い」と回答した人が、一般的な制汗剤処方では46％だったのに対し、新技術を活用した処方では73％と約1・6倍に向上。通常使用場面でも汗を抑えることが実証されたという。

新たなアプローチで、ヘナの良さを訴求

ヘナ・リーフカラーやヘアケア商品の販売、直営サロンの運営を行うジャパンヘナは、2020年2月2日に「ＪＨオーガニックトリートメントエビスハーブ」の販売を開始する。

同品は、3大認証（フランスのＥＣＯサート、米国農務省のＵＳＤＡ、イスラム教のハラール）を取得した天然オーガニックハーブを原料としている。上質な原料を見極め、長い歳月と工夫を凝らした同品は、自然の恵みと知恵を伝えたいという想いから「エビスハーブ」と名付けたという。ヘアカラー・ケア・トリートメントが1度にでき、髪と頭皮へのダメージを気にすることなく、頻繁に使用することができる。また、伝承医学アーユルヴェーダの厳選した20種類のハーブを使用している。

同社は創業以来、天然100％のヘナパウダーや、ヘナの使用感を向上させる前処理・後処理・トッピング剤などのプレミアムシリーズの開発に注力するとともに、直営サロンにおけるユーザーとのコミュニケーションの活性化に努めてきた。

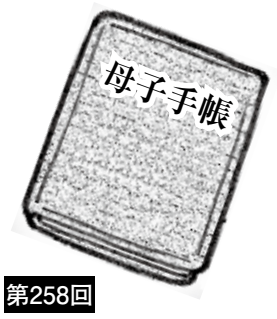
こうした中、年間約75万人がヘナパウダーを愛用する一方で、さらに幅広い世代に「ヘナの良さを知ってもらいたい」という想いから、今回の新商品では「若年層でも使用できる」「ヘアカラーや酸熱トリートメントと同時にできる」「ヘアカラー・トリートメント・頭皮パックも1度の工程でできる」という、既存商品とは異なるコンセプトを打ち出し、新たなユーザーの獲得を図る。

「販売していただく代理店様の件数を限定しながら、大切にじっくり、深く情報を提供できる形をとらせていただける販売方法を進めていきたい」（海老名秋子代表取締役社長）

また、近年サロンでも増加しているという外国人の来店客からは、帰国しても使用できることや、どんな人でも使用できることが求められるという。ＡＳＥＡＮ地域では生活環境や食生活の変化、スマートフォンの普及による視神経へのストレスなど、今後、日本と同様にアレルギーが増加していく傾向が考えられる。ハラール認証を取得したオーガニックハーブを原料とすることで、こうした外国人からのニーズにも応えていく。（間）

ヒット商品

母子手帳



第258回

「JHオーガニックトリートメントエビスハーブ」
ジャパンヘナ

（禁無断転載）©Ⓡ
本紙の全部または一部を無断で複写複製（コピー）することは、堅く禁じられております。
本紙からの複写を希望される場合は、出版者著作権管理機構（JCOPY）（03-3513-6969）まで必ずご連絡下さい。