



岡部 社長

近代化学

ブースNo.34-35

「ボタニカル」をテーマにシャンプー・ヘアオイルの2ステップヘアケアを提案

同社が今回、ブースで最もアピールするのがアウトバス製品の「ヘアオイル」で、ラインナップはヒマワリ種子油・ホホバ油・オリーブ油・ツバ

シャンプー・ヘアオイルの2ステップヘアケアを提案する。

「以前、本社工場のあ



展示ブースイメージ

間市のひまわり畑で無農薬のひまわり種子から抽出したオイルを独自に原料化し、それを配合したヘアオイルを自社ブランド(海老名オメガニックファーム)で製品化した

フリーの頭皮

ところ非常に好評だった。そこで、今展示会ではヘアオイルを軸とし、それに合ったインバス製品としてトリートメントが不要で、ボタニカルなオイルインワンシャンプーを提案する(岡部社長)

オイルインワンシャンプーは、イランイランやダマスクローズなど9種の精油を配合し、洗いがりの指通りや使用感にこだわったという。

このほか、ラベンダーやセンプリなどの天然由来原料を配合した頭皮環境を整えるアルコールドリー

プースでは

ローション「ボタニカルヘアローション」と、海老名オメガニックファームのシャンプー・トリートメント・ボディソープの3品には、海老名市の特産品である「苺」を用いて、同社が独自にINC-1名の取得から抽出まで行った「苺果汁」を配合している。2020年1

月にはリニューアルを行い、ダメージケアや保湿効果、使用感、テクスチャーを改良したほか、自然由来指数が3品全て90%以上を実現したという。「リニューアルによ



ていきたい(岡部社長)

「ハードを活かすのは人であり『価値づくり』

とは『人づくり』である

と捉えている。展示会への出展は、準備段階から出展後のフォローまで人づくりを推進する上で貴重な機会だと捉えている。社員一人ひとりが自社の製品やサービスについて理解をさらに深める

エア・ウォーター・ゾル ブースNo.33-6

エアゾールから機能性コスメまで一堂展示、新研究所の強みも紹介

エアゾール製品と化粧品・医薬部外品OEM/ODM事業を展開するエア・ウォーター・ゾルは今年2月、茨城工場の敷地内に化粧品の新研究所

を軸にした新研究所「Value Creatory」を完成させ、化粧品ODM部門を強化する。出展する第10回化粧品開発展では、初出展となった前回(第9回)と同様のテーマ『つくりたい』を叶えます。」を掲げ、エアゾール製剤の化粧品や自社コーラゲン原料を用いた機能性化粧品の展示とともに新研究所の紹介を行う。

尾上英俊社長は「今回は新研究所が完成する。化粧品業界でのさらなる企業認知の獲得に加え、当社のODM機能に期待感を持ってもらえたら嬉しい」と語る。

新工場では一般(非危険物)化粧品、アルコールなど危険物扱いとなる化粧品、エアゾール製剤の化粧品、3つの生産ラインでスタートしている「化粧品開発部」を立ち上げ、化粧品の製剤研究や自社コーラゲン原料の

「価値づくり研究所」を軸にした新研究所「Value Creatory」を完成させ、化粧品ODM部門を強化する。出展する第10回化粧品開発展では、初出展となった前回(第9回)と同様のテーマ『つくりたい』を叶えます。」を掲げ、エアゾール製剤の化粧品や自社コーラゲン原料を用いた機能性化粧品の展示とともに新研究所の紹介を行う。

尾上英俊社長は「今回は新研究所が完成する。化粧品業界でのさらなる企業認知の獲得に加え、当社のODM機能に期待感を持ってもらえたら嬉しい」と語る。

新工場では一般(非危険物)化粧品、アルコールなど危険物扱いとなる化粧品、エアゾール製剤の化粧品、3つの生産ラインでスタートしている「化粧品開発部」を立ち上げ、化粧品の製剤研究や自社コーラゲン原料の

生産能力を増強する中で新研究所が完成する。新研究所は、ブランドメーカーとの共同開発も

研究開発本部長の鈴木昇執行役員は、「化粧品工場の新設に合わせて『化粧品開発部』を立ち上げ、化粧品の製剤研究や自社コーラゲン原料の

機能性を見出す。



2月に完成する「価値づくり研究所」

「ハードを活かすのは人であり『価値づくり』とは『人づくり』である」と話す。

自社コーラゲン原料はエア・ウォーターが北海道大学との共同研究から開発に成功したサケ由来の海洋性コーラゲンで、既に化粧品業界に流通している。今後は茨城第一第二工場の敷地内にコーラゲンの生産設備を導入して新研究所との連携強化を図り、新規コーラゲン原料の開発や既存のコーラゲン原料の新たな機

機能性を見出す。