

王 蚊の嫌う肌表面をつくり、刺されることを防ぐ技術を開発

花王は、肌上に低粘度のシリコンオイルを塗布することで、蚊が肌にとどまらず、吸血を阻害できることを明らかにした。これは、従来の忌避剤(虫よけ)とは異なり、蚊の脚がもつ微細な構造に着目し、肌表面を蚊の嫌う物性に変化させることによって蚊をとまらせなくする新しい着眼点の蚊よけ技術であり、今後はこの技術を活用し、蚊を媒介とした感染症から人々を守ることに貢献していく。

同社では、蚊から肌を、社と協働した方が展開する技術について2017年より分野横断的な研究プロジェクトを立ち上げており、技術そのものは、共同開発も検討している。

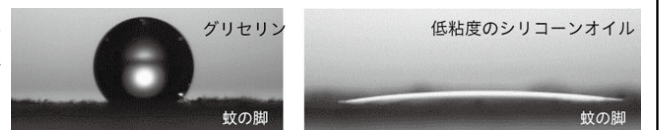
近年、地球温暖化や交通網の発達に伴う蚊の生息域拡大により、蚊を媒介するもの、肌への安全性や製剤の安定性、品質確保の面でまだクリアしなければならない課題があることから、商品化に

ついては現在のところ未定としている。また、他

だ。その手段として、感染地域では定期的に忌避剤を塗布し、衣類で肌の露出を抑えることが推奨されている

が、蚊が媒介する感染症が通年で発生している

インドネシア、タイ、ベトナムでは8割の人がほぼ毎日蚊に刺されている実態が明らかになっている。



蚊の脚を模した表面に液体を滴下して1秒後の様子

せれば、吸血されることはないので、蚊が嫌う表面について調べることになった。様々な表面に対して、蚊が降り立つ挙動をハイスピードカメラにて観察した結果、蚊は水との親和性が低い特定のオイル(PM2.5の付着抑制技術を搭載した化粧品用途のオイル)を塗布した表面からは即座に飛び去り、さらにその後、脚を擦り合わせるようにして付着したオイルをぬぐう行為をしていることがわかった。

その結果、低粘度のシリコンオイルが濡れ広がる

るはずがない。そう思い直して、いまやるべきことを考えてみた。それは「商品価値の棚卸」。いまの時期に自分のブランドを磨き上げておくことが、アフターコロナに飛躍するために必要なことではないか？

コロナ禍が明けても、変わらない自分たちの主張、メッセージ、こだわりのいま深く考えて、言葉や表現を見直し、磨き上げることにこそ、「ブランド価値の棚卸」と言える。実際に弊社では、「コン

セプトの再構築」案件の相談が多くなっている。自分たちの大切に

したいこと、好きなこと、嫌いなこと、やりたいこと、やりたくないこと、どつてもいいと思

5.5Nの毛管力が発生していることがわかった。つまり、蚊のような小さくて軽い昆虫にとってはこの程度の引力でも脅威となり、逃避行動を誘発すると考えられる。

さらに花王は、蚊の脚に対する濡れ性が異なる液体をガラス基板に塗布し、蚊をとまらせる実験を行った。蚊の脚が接触してから、飛び去るまでの時間を測定したところ、蚊は、低粘度のシリコンオイルを塗布した基板には3秒よりも長く、高粘度のシリコンオイルを塗布した基板には約1秒で飛び去るという結果が出た。

12月10日に開催されたオンライン説明会では、パーソナルヘルスケア研究所グループリーダーの仲川喬雄氏が「今回、

資生堂 男性は女性よりも肌のストレス耐性が低いことを発見

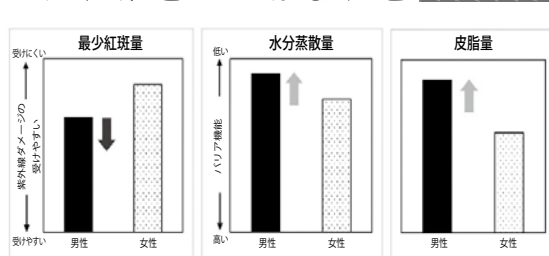
資生堂は、男性の肌は女性よりも抗酸化力が弱く、酸化ストレスの影響を受けやすいことを発見した。また、緑茶抽出液、椿種子抽出液に酸化ストレスを抑制する効果があることを確認した。これまで、一般的に男性は女性よりもバリア機能が低く、皮脂量が多いなど、女性と異なる特徴をもつことが知られていたが、男性の皮膚生理の特徴は十分には解明されていなかった。

今回同社が初めて明らかにしたのは、皮膚生理の違いは、皮膚生理の異なる抗酸化力を高めることで、肌そのものを内側から健やかに整え、ストレスに負けない美しい肌に導く可能性がある。

今後、長年にわたり年代・性別ごとの皮膚生理や嗜好性について研究した成果を活用し、同社だからこその、男性に特徴的な皮膚生理に合わせた新しいアプローチを提案していく。

同社は2030代男女を対象に実施した調査では、肌の水分量には大きな差が見られない一方で、男性は女性と比較して紫外線ダメージを受けやすく、バリア機能が弱いといった特徴があることがわかった。また、男性は女性よりも毛穴が多

このことから、男性は女性よりも低い傾向にあることがわかった。このように、性別ごとに異



にあることなど、生活習慣の違いも加わり、結果的に男性は女性よりも老化や肌トラブルを引き起こしやすい傾向があることが示唆されている。また、不足している抗酸化力を補うため、有効な成分を探索した結果、緑茶抽出液、椿種子抽出液に酸化ストレスを抑制する作用があることを確認した。これらの有効成分は、肌のストレス耐性をサポートする効果が期待される。

12月2日に開催された「男性肌研究に関する新発見」をテーマにしたオンライン技術セミナーにて、資生堂グローバルイノベーションセンターは女性と比較して抗酸化力が弱く、酸化ストレスの影響を受けやすいことを発見した。さらに、肌の老化に関係する炎症指標を調べたところ、微弱な炎症の指標が女性よりも高いことがわかった。紫外線などの外界からのダメージに負けない健康で美しい肌を目指すためにとても重要な。今後、得られた知見を応用し、男性に特徴的な皮膚生理に合わせた新しいアプローチを提案していく」と語った。

『激変するコスメマーケット』

第61回 不要不急リストに入らず、選ばれる商品になる!

株式会社フォー・レディー 代表取締役 鯉淵登志子



1982年株式会社フォー・レディーを設立。大手メーカーの業態開発や通販M D企画のほか販促物制作などを手がける。これまでかわった化粧品企業は100社余。女性ターゲットに徹する強いポリシーで、コンセプト作りから体的なクリエイティブ作業を行っている。特に通販ではブランディングをわけて表現する手腕に定評がある。日本通信販売協会など講演実績多数。ホームページ <https://www.forlady.co.jp> 株式会社フォー・レディーへのお問い合わせは下記へ e-mail:info@forlady.co.jp

コロナ禍になって一番変わったことは何かと考えると、外出とか、買い物とか、取り急ぎすぐに必要でないもの「不要不急の行動」を止めたことではないかと思う。しかも3月4月の緊急事態宣言

ところが買い物行動はなかなか元に戻らない。食品や生活必需品は購入金額も増えたが、反対におしゃれなファッションやメイク商品などはほとんど買わなくなった。

まず、買い物をする前に「本当にいま必要かどうか？」を考えるようになった。しかもこれが長く続くと、生活の中で習慣化して

ただからこそ自分たちが忘れてしまっている。無二の存在になるべく、その個性、ユニークポイントを磨き上げ、強くアピールしていく時期ではないかと思う。

作業(クリエイティブ)は、一人では何も生み出せない。今日の企業活動や商業デザインは共同作業である。多くの人たちとの共同作業のクリエイティブな時間を生み出さないといけない。その結果、ブランド価値を磨き上げ、コンセプトを明確に言語化し、商品を見直す、開発方法を棚卸する、お客様に約束できるルールを作る、表現や演出などのVMD

これはWebミ