

ジェーピー研究所

菌活美容法に着目した新スキンケア 「フローラキユア」シリーズが好スタート

ジェーピー研究所は、香港とオーストラリアで薬剤師資格を持つチームとスキンケアブランド「Triage beauty (トリージュボテ)」を共同開発し、美肌フローラを増やす菌活美容法に着目した「フローラキユア」(クレンジング洗顔・導入化粧水・...



両方で認知向上に努めた。「コロナ禍でのマスク着用起因する肌荒れに對するケアの需要が高まり、美肌菌を増やして皮膚常在菌のバランスを整えることでバリア機能が向上することが徐々に認められてきた。また、ブラ...

質の高さに加えて安心・安全というところが評価されている。既存の3品は引き続きブランド育成を行いながら、今秋から来春にかけて導入美容液3品、デイケアクリーム、ナイトケアクリーム、へを導入していく。今後もアケアの新製品を順次発売していく予定だ。新商...

販売チャネルは、国内前後にオンラインで著名な雑誌や全国紙の新聞等。一方、海外(香港)で短期間に認知を広げることができた。また、オンラインではSNS等で美肌のインフルエンサーにコメントをいただき、実際に使用したユーザーやネットのクチコミ評価サイトでも高い評価を得た。加藤真広社長は、好調の要因について、「発売...

「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...

「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...

東色ピグメント

2021年度は前年比2ケタ伸長に 環境負荷低減に寄与する新工場を建設

メイクアップを主軸にOEM事業を手掛ける東色ピグメントは、2021年度の業績が前年比2ケタ伸長で推移した。今後は新たに提案した概念「東色ケアメイクアップ」をテーマに、製品や人、情報や地球環境など7つに配慮した事業を展開できる体制を構築してい...



社長 鳴原 隆

「W」などを訴求した製品も多いが、独自のコンセプトを提案し競争環境を自ら創り出していく。またマーケティングでは、共有データベース「東色ライブラリー」を整備し、社内情報を標準化する。これを独自のマーケティングシステム「東色リズム」へ活用し、提案力向上と開発の迅速化につなげる。

「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...

「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...

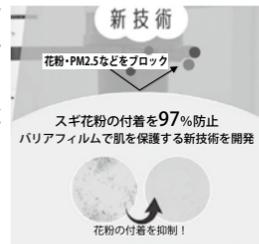
実績が好調です。背景として、アジアをはじめ外資系企業からの需要や原料事業が順調に推移した。またコロナとの共存意識から外出機会も増加し、国内でも口紅やチークを除くメイクアップ需要が徐々に回復している。今後はコロナとの共存を踏まえた機能に加え、メインターゲットとなっていく若年層のニーズを捉えた製品開発にも注力する。また環境への配慮など...

「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...

「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...

サテイス製薬 新技術で花粉バリア機能と美肌効果の両立を実現

自社開発機能を持ち化粧品のOEM事業を展開するサテイス製薬は、UVカット技術を応用したものが主流で、スキンケア効果を付与することが困難だった。新技術に花粉の付着を97%抑制する機能を確...



「海外の薬剤師チームと共同開発というコンセプトが品質の高さや安心感ということに興味をもっていた。海外においては、日本製の品...