



発行所 週刊粧業®
東京都文京区小日向4-5-10
(小日向サニーハイツ501号室)〒112-0006
電話 (03)3836-2601
FAX (03)3836-2602

週刊粧業ホームページアドレス
<https://www.syogyo.jp>
E-メールアドレス
letter@syogyo.jp
©週刊粧業 2023



第13回 化粧品開発展 第11回 国際化粧品展 1/11(水)から3日間開催

国内外より700社が出展



RX Japan
細野圭事務局長

RX Japanは、1月11日(水)～13日(金)の3日間、東京ビッグサイトにて「第13回化粧品開発展(COSMETECH2023)」(以下、化粧品展)と「第11回国際化粧品展(COSMETOKYO2023)」(以下、化粧品展)を同時開催する。化粧品展は、化粧品研究、商品開発、販売促進まで一連の流れを網羅した総合展示会として、化粧品技術開発者やマーケティング担当者、小売店のバイヤーなど業界に携わるほとんど全ての従事者を対象としている。出展社数は、初出展企業200社を含む700社にのぼり、「第2回化粧品マーケティングEXPO」や今年初となる「第1回ヘアケアEXPO」など併設展も充実している。今展示会の見どころについて、細野圭事務局長に話を伺った。

過去最大級の出展社数 ヘアケアEXPOを新設

— 今展示会の見どころを教えてください。
細野 まず、規模の大きさが今回の特徴として挙げられると思います。去年から200社増え、今回は過去最大級の700社が出展します。コロナ禍の影響で、特に海外の企業がなかなか出展できない状況が続いていましたが、過去2年と比べると出展しやすい状況になり、会場も昨年の東4～6ホールから、7ホールまで拡大しました。多くの製品やソリューションを一度に比較検討できることがなにより魅力なので、ご来場者様にとっても、より充実した展示会になっています。

— 併設セミナーも充実しています。
細野 今回から、トップメーカーを率いるアドバイザーコミッティのご意見やアドバイスをもちに、「Japan Beauty 飛躍セミナー」を開催します。これまでも業界の方々にはアテンドをさせていただいてきましたが、さらにトップメーカーの方々の視点を「I-nee」のブランドフレームワークとメインドセットに見るヒット商品を生み出す秘訣」など

セミナーは従来以上に充実 時流を抑えつつ内容も進化

— 大規模な展示会になります。来場者がスムーズに利用するためのポイントについて教えてください。
細野 当社の公式ホームページに出展者検索サイトと、展示場内には事前予約の案内を設けており、出展企業の情報をまとめています。そこでキーワードやカテゴリーで検索していただく、事前にある程度目星をつけてから来場いただくことでスムーズに課題を解決していただけます。特定の企業にじっくり

— 今展示会の必要を感じ、今初めて立ち上げました。

— ヘアケアEXPOは、化粧品展と併設しました。

— ヘアケアEXPOは、化粧品展と併設しました。内容は、シャンプーやトリートメントなどの最終製品が展示するエリアと、原料・OEM企業が多岐にわたるエリアの2つに分かれています。

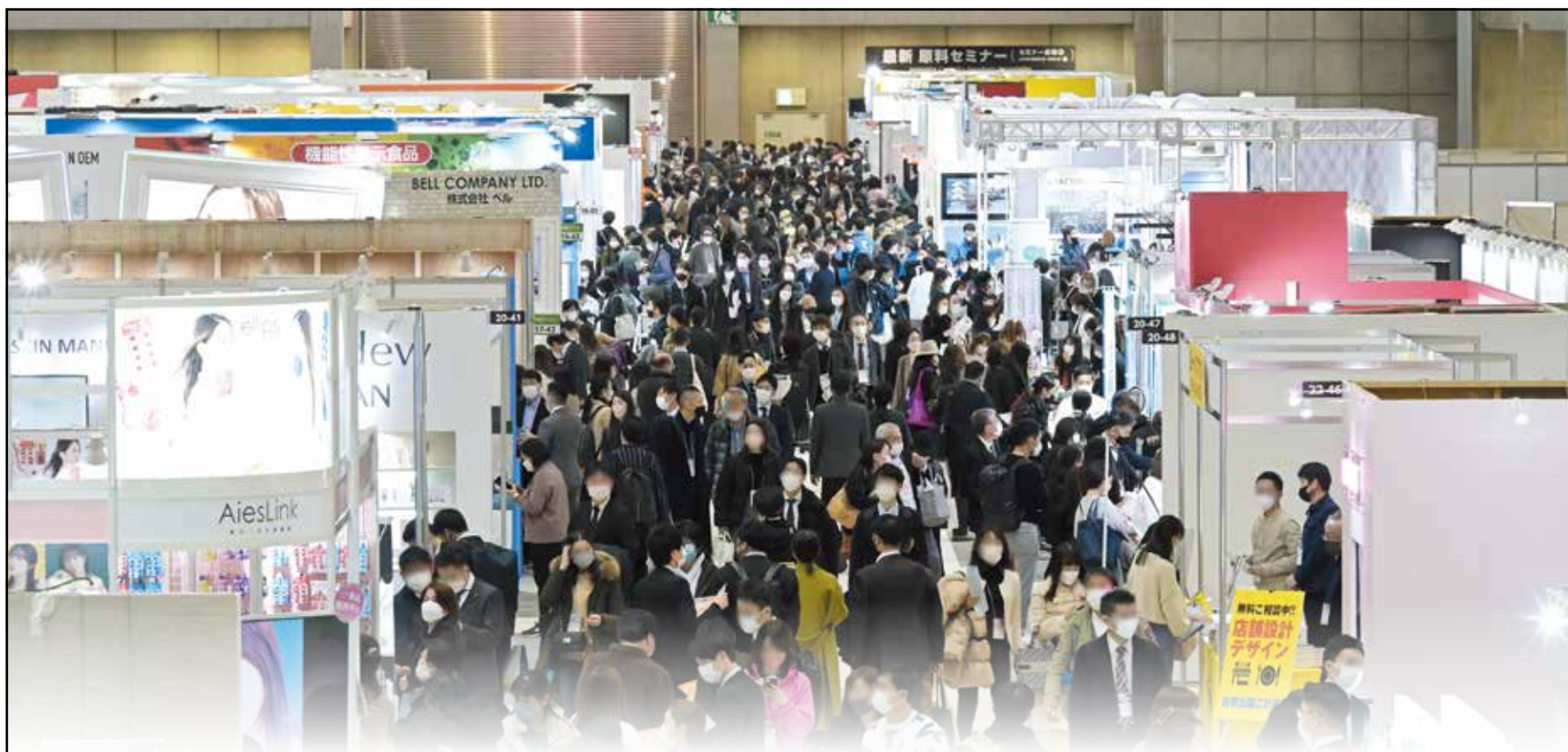
軸があり、ヘアサロンの方々にとって、競合店舗との差別化や、付加価値のある新しいサービスの提供など課題解決につながるヒントが必ずや得られるはずです。

— 去年から開催している化粧品マーケティングEXPOも注目ポイントの1つです。マーケティングソリューションだけを集めた展示場としてお集まりいただき、化粧品をいかに販売促進するか、世の中に認知してもらうか、最終的に購入してもらうかに期待しています。

— 化粧品開発展は、化粧品メーカー様の研究開発部門の方に多くご来場いただいておりますが、化粧品マーケティングEXPOでは、多くのマーケティング担当の方の来場を期待しています。

— 化粧品開発展は、化粧品メーカー様の研究開発部門の方に多くご来場いただいておりますが、化粧品マーケティングEXPOでは、多くのマーケティング担当の方の来場を期待しています。

第13回 化粧品開発展 第11回 国際化粧品展 開催記念特集号



会場レイアウト図 (東京ビッグサイト 東4～7ホール)

本図は実際のレイアウトとは異なる場合がございます。

第11回 国際化粧品展 東京

国内・海外の最新コスメが多数出展

第6回 美容・健康食品 EXPO

インナーケア製品の選定・OEM相談に絶好の展示会

第3回 国際エステ・美容医療 EXPO

エステサロン・美容クリニック向け製品が出展

第1回 ヘアケア EXPO

初開催! 最新のヘアケア製品・OEMが一堂に出展

第2回 化粧品マーケティング EXPO C-MEX

日本唯一! 化粧品の販売促進に特化した展示会

第13回 化粧品開発展 東京

COSME Tech 2023 TOKYO

化粧品づくりに必要なあらゆる製品・技術が集結

■原料・添加剤

- 天然素材
- オーガニック原料
- 界面活性剤

- 保湿剤
- 香料
- アンチエイジング原料

...など

■OEM・ODM

- スキンケア
- ボディケア
- スポンジ

- メイクアップ
- 石鹸・洗剤
- メイクブラシ

...など

■容器・パッケージ

- 容器(ガラス、プラスチック、金属、パウチ)
- エアゾール
- キャップ/ディスペンサー

- パッケージ/パッケージ印刷
- チューブ

...など

■研究・試験

- 臨床試験サービス
- 皮膚測定器・測色計

- 受託試験・分析
- 物性測定器

■物流ソリューション

- 輸送・保管

- 3PL・受託

...など

■攪拌・乳化・造粒機器

- 攪拌機
- 混合機
- 乳化機
- 乾燥機

- 造粒機
- 遠心分離機

■大学による研究成果発表



第2回

化粧品マーケティング EXPO

C-MEX
シーメックス

認知獲得

販売促進

顧客ロイヤル化

海外進出

出展予定製品

- Web・SNS活用
- アプリ開発
- 販促・ノベルティ
- 販促什器、パッケージ
- インフルエンサー活用
- ブランディング

...など

「化粧品」×「マーケティング」の最新が掴める!

1 売上げUPのカギを握る
販促ツールに注目!

- 店舗販促ディスプレイ制作
- SDGsに貢献できるサステナブルグッズ
- サンプリング・テスター設置

...など

2 化粧品PRサービスにも注目!

SNS・インフルエンサー活用など 貴社製品を
効果的にPRできるソリューションが見つかります

出展社・出展製品特集

数ある出展製品の中から、注目テーマでほんの一部をピックアップ。気になる製品をチェックのうえ、ぜひご来場ください。



本展で初披露も多数！新たな技術やサービスをほんの一部ご紹介 開発現場向け 新技術・サービス特集



ヒアルロン酸マイクロニードル
ヒアルロン酸を針状に固めて作ったマイクロニードル。1gで6Lの保水力を持つヒアルロン酸の固形の針を直接肌に刺して肌のバリア層である角質層の水分で溶かすことで、角質層で保水力を発揮。
コスメティ製薬（株）



iiniioi® cloud
新時代のおい管理システム。様々なデータを搭載しており、AIによる学習機能も実装。
（株）レポー



**生きた皮膚片を用いた
ex vivo&perfex vivo試験**
ex vivo試験の受託サービス。生きた皮膚片を用いて化粧品・食品の有効性・安全性評価を行うことが可能。
（株）ニュートリション・アクト



**血流スコプTOKU Capillaro
（キャピラロ）**
世界トップレベルの血流の見え方。日本製でコンパクト、指先血流1.2・肌血流・頭皮血流・自然色の5モード搭載で計測・ズーム対応の血流スコープ。
（株）徳



**MYRAMAZE®-ESSENCE
（ミラメーズ-エッセンス）**
南アフリカ産・復活の木から抽出。感覚受容体を活性化し、肌をリラックスさせて柔軟に。ストレスから解放し、ポジティブな気持ちに。再び肌に輝きを蘇らせてます。
東洋サイエンス（株）



NanoSpun Ultr, NanoSpun UltraBio
乳酸菌を生菌として提供できるフェイスマスク技術。パッケージの別ポケットに乳酸菌が再活性化される栄養剤が内包。炎症やニキビに効果が期待できる乳酸菌を生きた状態で肌に届けます。
アミリアジャパン（株）



イソプレングリコール-S (IPG-S)
多機能な水溶性保湿基剤。なめらかな感触に優れていて同時に、防腐力や洗浄力等、様々な性能において高い効果を発揮。肌なじみに優れ、べたつきを抑えた使用感を生み出し、香料等の油性成分を可溶化する際にも有効。
（株）クラレ



糖化抑制による目元周りエイジングケア原料
6つの老化促進経路を抑制し、まぶた（目の上部）・ティアトラフ・涙袋・クマをケア。糖化抑制・細胞外マトリックスの老化抑制・抗酸化・抗炎症・リンパ排出促進・血管形成の抑制に期待できる高山植物 シンドウ由来成分。
（株）樋口商会



美容機器設計へ納品までを一気通貫で
海外美容機器メーカーの代理店としてOEMを請け負います。日本でのマーケティングを前提とし製品を一部紹介。取り扱いの無い製品をお探しの場合でも、中華圏でのOEM経験を活かした確かなご提案が可能です。
（株）デンリュウ

「売れるの秘訣」がここに集結 パッケージ／ラベル 特集



化粧品・健康食品のパッケージ
トータル印刷サポートで迅速対応！高品質・ローコストな小ロット印刷も可能です。箱の設計やデザインテンプレート作成・入稿データのチェック、プレゼン用・撮影サンプルなどの商品PRもお手伝いいたします。
（株）サンユー印刷



コスモパック
アルミラミネートフィルムを立体形状に成形したハイバリアパッケージ。金属の光沢感と印刷技術の組み合わせで高級感のあるデザインを表現できます。サイズ展開が幅広く、連包やセットアップなど様々なご提案ができます。
（株）カナエ



紙箱・台紙印刷
一括りに紙箱・台紙印刷と言っても、印刷仕様は多種多様でその製品に適した形状、紙の厚み、表面加工、形状、製図の方法等があります。その中でクライアント様のニーズにあった印刷仕様を提案します。
大光印刷（株）



化粧品・美容業界に特化したデザイン
化粧品・美容業界に特化したデザインをお届けして30年。化粧品パッケージの世界ではデジタル上では可能なデザインでも実際の容器で製作出来ないこともあります。化粧品デザインを専門に行ってきた豊富な知識で皆様のお手伝いします。
（株）オーガストプランニングワーク



化粧品向け資材
優れた意匠性、機能性を付与し、消費者の目を引き、手に取り購入したくなる商品パッケージや販促POPラベル等を手掛けています。企画から製造まで一貫した管理のもと高品質な製品をお届け致します。
野崎印刷紙業（株）



ギフトボックス、貼箱
当社では、ギフトボックス、貼箱のOEM生産を行っております。商品の魅力をアピールする、オリジナルパッケージをご提案いたします。
（株）ホワイトハウス



パッケージに関するトータル提案
パッケージに関するご相談は、営業担当者のこれまでの経験を踏まえ丁寧に提案します。また、デザイナー、設計、プランナーからの質の高いデザインや構造設計のご提供はもちろん、量やスピードにも対応できる体制を整えています。
ザ・バック（株）



パッケージングのトータルソリューション
環境負荷が少ないエコパッケージと言える「軟包材」を中心に、付加価値のある新容器の企画・開発、容器の機能・デザイン設計、容器製造から充填装置まで、パッケージングにおけるトータルソリューションサービスを提供。
（株）バックプラス



バイオマスシュリンク台紙パッケージ
脱プラ、減プラ社会に貢献しプリスターパックに代わる新しい包装形態。クリーンルーム内の衛生的でワントップな作業環境のもと、植物度80%のカーボンニュートラルなバイオマス原料の環境配慮型パッケージです。
長苗印刷（株）

まだ見ぬ高機能原料を試せます 初出展×原料 特集



**ヒト脂肪幹細胞
セクレトームエキス**
化粧品原料・ヒト脂肪幹細胞のセクレトームを、浄化・濃縮したエキスです。粧工連表示名称：ヒト脂肪由来幹細胞順化培養液エキス
（株）テレバイオ



米エタノール 95v/v%（一般アルコール）
独自の製造技術にて、100%オリジナルの酵母、麹で発酵・蒸留させて作るエタノール。ほのかにお米の香りがします。原料米に有機JAS米を使用／原料としてUSDA NOP Organic／エコサートCOSMOS取得
（株）ファーマンステーション



最先端技術で抽出した霊芝由来の原料
当社は設立以来、業界に先駆け真菌由来のタンパク質の発見と大量生産に尽力し、抗癌、抗老化、免疫系調節などの機能性を含む真菌タンパク質の所有、生産、使用事例に関する特許ポートフォリオを有しています。
MycoMagic



有機モリンガパウダー（原料）
滋賀県産100%の有機モリンガ粉末。他産地と比較しても劣らない栄養成分を含有しており、国産・有機のスーパーフード粉末です。本原料を使用した商品企画もご相談を承ります。
（株）ふる里食効研究所



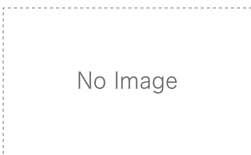
シリカエアロゲル・フィラー「エアリカ」
粒度分布が極小の真球状多孔質シリカパウダー。高吸油性、ソフトフォーカス効果、滑らかな肌触り、有効成分の徐放効果が特長です。スキンケア・メイクアップ・ヘアケア等に対して、吸油効果による化粧持ち向上や美肌効果等を与えます。
（株）トクヤマ



南極クリルオイル
美容にも良いサステナブル原料。南極クリルとは、桜エビに似た動物プランクトンの一種で、それから抽出されるオイルは、クリーンで高い栄養素を蓄えています。アンチエイジング・成分・健康効果ともに「オールインワンオイル」です。
アーケル・バイオマリン・ジャパン（株）



モズク由来の化粧品原料 リムベールシリーズ
希少種のモズクから独自製法で抽出したフコイダン化粧品原料「リムベール」。平均分子量170万の高分子原料は肌や髪へ塗布した際、しっとりとした保湿感が得られつつ、すぐにサラサラとした質感になりべたつき感がありません。
タングルウッド（株）



イタリア発のフェムケア育毛素材「ビュリクシール™」
今回の展示会場で、イタリア発のフェムケア育毛素材「ビュリクシール™」を発表します。ヒト臨床試験で男女共への育毛効果が確認された100%ハーブ由来の自然原料です。
ウィルフアーム（株）

最先端のマーケティング手法が集結！ WEB／SNS活用 特集



トラミー
20～40代女性に対して商品サンプリングやイベント派遣をし、魅力を感じたことをSNSやブログに投稿させるサービスです。インフルエンサーキャスティング・運用型広告・アカウント運用代行などのメニューをご提供しております。
（株）アイズ



SMS送信サービス「KDDI Message Cast」
携帯電話・スマートフォンに「SMS」や「メッセージ」を配信するサービス。従来のメール、電話、DMなどと比べ到達率・開封率が高く、メッセージを読んでもらいやすいため、効果的かつ確実に届けことが可能です。
Supership（株）



CRM/MAツール『カスタマーリングス』
サービス提供開始からの10年で累計700社以上の導入実績があるEC事業者様やD2C／B2C事業者様向けのマーケティングプラットフォームです。
（株）プラスアルファ・コンサルティング



3D ARバーチャルメイク
《限りなく自然に近いバーチャルメイク体験》高度なARとAI技術により、まるで鏡を見ながら商品を試す感覚で、様々なコスメアイテムをバーチャルでお試しください。
パーフェクト（株）



DMMチャットブーストforEC
ECサイトとLINE公式アカウントを連携するCRMツールです。顧客対応の自動化・ターゲット配信・顧客管理・計測分析を一括で提供。顧客対応コスト削減・リピート売上の最大化を実現いたします。
（株）DMM Boost



Firework ライブコマース
自社ドメイン配信・ビクチャーインビクチャー・サイマル配信と言った、成功するライブコマースに必須の機能を標準搭載。さらにメディアへの広告配信サービス、制作やコンサルティングサポートなども提供しています。
Loop Now Technologies（株）



インフルエンサーマーケティングプラットフォーム
特徴①外注に比べ1/3の費用と、ローコスト！ ②コンサル×業界最高クラスのデータで、売上に繋がる施策が行える！ ③案件がワンクリック進められるので、初めてでも簡単に進行管理が可能。
（株）PLAN-B



Instagram運用代行
商品・サービスにおいての企業様アカウントをトータルサポートいたします。アカウント設計→写真撮影→テキスト考案→投稿→DM/コメント対応→キャンペーン企画→分析までをすべて承ります。
（株）AirSol

「共感コスメ」をテーマに展示 最新の研究成果を応用した製品も

化粧品OEM/ODM業界で国内最大手の日本コルマーは、「未来を描く共感コスメ」をテーマに、「第13回化粧品開発展 東京 COSMETECH 2023」に出展する。「開発者のこだわり処方」「素肌力向上」「新敏感肌処方」「感性に訴える」「SDGs」の5つの観点から「共感コスメ」を提案、全25品を展示する。マーケティング部の別所侑香氏は、「近年、SNSで『いいね！』という共感からコスメのトレンドが生まれている。ブースに並べた製品に触れて、私たちの化粧品に対する想いを体感していただけたら嬉しい」と話している。

開発者のこだわり処方をはじめ 5つのトピックスでブースを構成

同社は国内5研究所・7工場体制で、スキンケアからメイクアップ、ヘアケア、ボディケア、ネ情報発信も意識したキール、フレグランスなどあらゆる化粧品の開発・製造を行っている。基礎研究・処方開発を行う研究開発員は約200名が在籍しており、年間約1000の新製品を生み出している。

「開発者のこだわり処方」では、「#使ってみたい」「#こだわりコスメ」「#開発者ベスコス」をキーワードに6製品を展示する。

別所氏は、「SNSで話題化するコスメの多くは、その情報を発信された方の熱い想いが感じられる。それを、化粧品のことを知り尽くした開発者が行ったら、どうなるだろう。そんな興味が湧いた」と話している。

近年、SNSでは現役の化粧品研究開発者が配信するYouTube動画なども人気を集めているが、そのリアル版だ。

5つのトピックスにはそれぞれキーワードを設けた。近年、SNS上



「開発者のこだわり処方」



「新敏感肌処方」

要望を最優先に考え、要望に沿う形で最良のものを提案している。今回は「#お客様の要望」という枠を外して、化粧品の研究開発者として本来にしたい化粧品を作った。高付加価値な開発製品を展示する。

4点主剤は、W美白・W抗炎症の薬用化粧品。化粧品の広告表現に関する規制が年々厳しくなる中、有効成分の効果を標榜のできる医薬部外品で、高付加価値化を追求した。

「#新敏感肌処方」では、「#IFSCC」「#肌に優しい」「#自然由来指

前回の好評を受けて、今回も設けた「SDGs」ゾーンについて、別所氏は「当社としてもSDGsを重視しており、お客様への理解を深めていくことも目的としている。ただ、近い将来、SDGsは当たり前前の取り組みになっていく。あらゆる開発製品でSDGs達成目標を語れるようにしていきたい」と話している。



「未来を描く共感コスメ」をテーマに出展

数「#防腐剤フリー」を掲げ、新しい敏感肌向け処方を提案する。同社は「肌に優しい」化粧品を追求し、化粧品に使用される防腐剤・防腐助剤が肌にとのような影響を及ぼしているかについて研究を進めている。直近の研究成果は、22年9月にロンドンで開催された「第32回 IFSCC 2022 Congress」にてポスター発表を行ったばかりだ。

同社は、合成防腐剤フリー処方方で用いられる防腐系の代替原料（フェノキシエタノール、1,2-ジオール/1,3-ジオールなど）の中にも、炎症を引き起こすものや、刺激が強いもの、品質の

部を紹介する。

同社のスキニリサーチセンター（SRC）では、化粧品を肌に塗布した時の使用感や香りの「心地よさ」を数値化する官能評価技術の開発を進めており、「感性に訴える」コスメゾーンでもその一部を紹介する。

環境・エコを多角的に捉え 持続可能なモノづくりを推進

化粧品容器会社大手のグラセル（本社〓大阪）は、環境・サステナブルをテーマにした容器の開発を推進しており、「第13回化粧品開発展 東京」では、新製品を含む持続可能な化粧品容器を展示する。ブース内には、ツバキスタイル社（本社〓東京）と協働で取り組むビューティクル社（本社〓東京）の化粧品・トイレタリー容器の水平型リサイクルシステム「BEAUTYCLE ボトル to ボトル」のコーナーも設ける。BEAUTYCLE事業は2023年春の本格始動を予定している。事業開始に向けて、コーナーでは、水平型の仕組みやリサイクル工場の設備などを紹介し、賛同企業を募っていく。

容器リサイクル事業は23年春に 本格始動、環境対応の基盤強化

グラセルは、化粧品容器の金型保有数・取扱点数を、グラセルとツバキで業界トップクラスを誇る。同社の谷村会長は、「化粧品容器は『機能性』と『デザイン性』が重視されてきたが、ここに『環境・エコ』を加えた3つの価値に対応した容器が求められてきている」と話し、環境にやさしい化粧品容器でも業界をリードしていく考えを示している。

「近い将来、環境にやさしい製品であることが当たり前の中になるが、今はまだ付加価値として提案している段階にある。地球環境に配慮した容器のバリエーションを増やし、高付加価値な化粧品開発に貢献していきたい」（谷村会長）

環境対応の中核事業に位置づけるBEAUTYCLE事業は、23年春頃

環境価値であることを提案している。

案していきたいこと述べ、これまで廃棄されてきた中間材料を再利用する取り組みへの理解を業界全体に広げていく考えた。既にEC・通販事業者を中心に、BEAUTYCLEの活用を表明する

詰め替えやゴミの分別廃棄も簡単な 容器を開発、育毛剤向けの新製品も

新製品開発の手を緩めない。機能性とデザイン性、環境・エコの3点を追求した新製品の開発を強化している。

谷村会長は、「韓国や中国を中心に海外製容器も魅力のあるものが増えており、取扱品目を増やして提案を強化していく」とした上で、「日本の技術だからこそ実現できる容器もまだまだたくさん存在する。日本独自の容器に関しては、国内にとどまらず、海外にも広く紹介していきたい」と述べ、

要最小限に抑えることも

る。

現在、スキンケアボトルの中栓は、差し込み式が主流だが、取り外しにくく、使い終わった後にゴミとして分別する際に手間がかかる。

そこで同社は、取り外しが容易なネジ式の中栓を開発した。中栓を外して、詰め替えしやすい形状となっている。また、胴径を太くすることで、詰め替え時の安定性も追求している。環境・エコの面では、ボトルと専用キャップがエコ原料対応

可能なので、選択することにより環境に配慮することも可能だ。

ヘアケア容器からは、先端吐出部に柔らかなシリコンを採用した育毛剤・スカルプケア向けの中栓と専用キャップ「IKUMO（イクモ）」を新たに開発。シリコン製の先端吐出部は、地肌に直接つけて押すとシリコンが開いて吐出する。シリコン製吐出部はシリコンの本数と深さ変更が可能で、液体から粘性のあるものまで吐出量の調整が可能だ。（写真参照）



使う心地よさも追求した「IKUMO」

RAPHAS JAPAN

東4ホール5―6

世界初となる安定化レチノール配合 マイクロニードルパッチ化粧品を提案

RAPHAS JAPAN(ラパスジャパン)は、ドラッグデリバリーシステム(DDS)の一種で、医薬品・医療機器で活用されている「溶解性マイクロニードル」を用いて、美容成分を効率よく肌に届け、浸透力と安定性に優れたマイクロニードルパッチ化粧品の製造・販売事業を展開している。3小間を構える今展示会では、独自の特許製法によって、レチノールを安定化させてマイクロニードル化することに世界で初めて成功した「安定化レチノール配合マイクロニードルパッチ化粧品」をはじめ、アクネケアやシミ対策など各種アイテムを幅広く提案する。今展示会の主な見どころについて、権有利(クオン・ユリ)社長に話を伺った。

有効性と安全性を追求し 医薬品分野の開発に注力

――「溶解性マイクロニードル」に関しては、どのような研究が進められていますか。

権 当社では現在、医療機器生産施設レベルのクリーンルームと製造ラインの全自動化を実現した静岡工場で、メイドインジャパンのマイクロニードルパッチ化粧品を製造している。静岡工場は研究所を併設しており、「溶解性マイクロニードル」をもとに、バイオ医薬品や免疫治療薬、ワクチンパッチなど医薬品の研究開発も行っている。



権社長

権 研究助成金の対象にもなっている今回の共同研究では、薬剤の浸透率と拡散性を高める新たなアプローチと配合可能な成分の可能性を広げること

行い、新たな治療薬の開発を目指している。

医薬品分野では今後、日本の製薬メーカーと今年から共同開発がスタートする予定で、医薬品の商用化に向けた動きが本格的に進んでいく見通しだ。安全性と浸透性で明確な裏付けがある医薬品で得られた知見をもとに、当社の化粧品はこれまで以上にレベルアップしていくものと期待している。

――肌への浸透力を持つマイクロニードルパッチを開発するうえで、重要なポイントについてお聞かせください。

権 マイクロニードルは本来、DDSとして開発されたものであり、中に入る成分の安定性に加えて、どこまで成分が肌に浸透・吸収されるかが肝になる。

性との有効性、安定性、安全性の全性の評価を

当社では、有効成分を金型に流し込んで熱などで固める従来の製法とは異なり、金型が不要で成型時に常温の風で乾燥させて温度が一切変化しない製法特許技術「DEN方式」により、熱やUVに弱い有効成分の配合が可能だ。

そのため、一般的なマイクロニードルパッチと比較してニードルの長さや形状、配合成分まで様々なバリエーションの製品が開発できる。

さらに、当社ではパッチを貼り続けても肌荒れが起きにくいよう、医薬品で使われるレベルのパッチ素材を導入しており、ニードルだけでなくパッチ素材に至るまでこだわっている。

レチノール以外にアクネケアや シミ対策などのアイテムも紹介

――今展示会の見どころをお聞かせください。

権 シワとシミ、弾力をアプローチするレチノールはこれまで、酸化しやすくて変質しやすいといった課題があり、安定化することが難しかった。しかし、当社では独自の特許製法によって、レチノールを安定化させてマイクロニードル化することに世界で初めて成功した。



レチノールを配合した化粧品はこれまで、1〜2カ月以上も継続使用しなければ効果実感を得られないものが多かったが、安定化したレチノール配合のマイクロニードルパッチを使用した人の中には、1回で肌のリフトアップを体感されるケースもある。マイクロニードルパッチは一般市場でもまだ製品が少ないため、今展示会では認知と体感をテーマにサンプルを配布し、実際に試せるスペースを用意している。

レチノール以外では、コロナ禍でのマスク着用によりニキビなどの肌トラブルに悩む人が増加していることから、昨年の販売実績が前年比5倍以上となったアクネケアのマイクロニードルパッチと、ニキビ跡(色素沈着)をケアするシミ対策のマイクロニードルパッチなどをブースで紹介する。

肌全体の老化による悩みにはレチノールを、端的に起きている悩みにはアクネケアとシミ対策を訴求していきたい。

独自の3D皮膚モデルを用いた「LTV型ODM」を確立、実装へ

アンスコーポレーションのODM事業部は、スキンケアライフをアップデートしてもっと前向きに楽しめる未来を切り開くことを目指し、「From now on!これから」をテーマに「第13回化粧品開発展 東京」に出展する。最新の研究成果として、自社オリジナルの3D皮膚モデルを用いた実効性評価試験も紹介する。開催初日の11日午後13時30分より、「顧客品質を追求する実効性評価試験と独自の3D皮膚モデル」をテーマに企業セミナーも実施する。セミナーには山田昌良社長も登壇する。企業ブースでは、3D皮膚モデルを活用したビジネススキームも紹介するという。

肌や暮らしの「アップデート」を切り口に高品質・高機能化を追求

同社は、「肌」「暮らし」「全性を担保にしつつ、高し」「化粧品ODM」の濃度にこだわった処方に3つの観点から、これからの挑戦した(同社)

「化粧品ODM」の濃度にこだわった処方3つの観点から、これからの挑戦した(同社) AHAとPHA(次世代型AHA)の組み合わせによる3種のピーリング成分を15%の高濃度で配合しつつ、肌への刺激がない美容液(スキンピリングセラム)の開発を促す製品を展示する。

「肌のアップデート」では、ライフスタイルの変化とこれからのスキンケアに着目し、「美容医療とスキンケア」「官能のアップグレード」「これからの敏感肌処方」の3つのトピックスで製品開発を進めた。

「美容医療とスキンケア」では、美容医療のような高い効果性と化粧品としての安全性の両立を追求した。

「美容医療が一般化してきた時代に、スキンケアにも少し攻めたものが求められてくるのではないか。そんな発想から安

(同社)

ブースでは、現在の研究段階で見出した黄金比率で作ったクレンジングバームを展示する。

「敏感肌処方」では、30年以上の敏感肌研究の知見・ノウハウと、微細エマルション化など最新の浸透技術を活かし、敏感肌でもなりたいた肌を目指すセンシティブ美容液「KEY」(メタセンシティブセラム)を提案する。

「暮らしのアップデート」では、「SDGs」「自分らしさ」「多様性」をキーワードに、持続可能な社会でのスキンケアライフを提案する。

ISO16128に基づく自然由来指数99%を実現したスキンケアシリーズも展示する。シリーズアイテムには、廃棄物として扱われている卵殻

「クレンジングバームの官能評価を定量的に把握する試験方法の確立はまだ途上だが、その糸口は掴めたかもしれない」

「肌へのやさしさ」と「機能性」を両立させた美容液(KEY)



皮膚モデルは、ヒト上皮細胞を培養し、3次元に組み上げた表皮・真皮モデル。ヒトの皮膚に近似した3D皮膚モデルなので、表皮・真皮ともに応答性の向上が期待できる。一般的な3D皮膚モデルは評価可能期間が3〜4日だが、同社の3D皮膚モデルは12日間の評価が可能だ。長期生成物の検出や、使い続けることで実感しやすいハリ・弾力やうるおいなどの評価も可能となる。

3D皮膚モデルの詳細や活用事例については、展示会初日に企業セミナーも実施する。登壇する山田社長は、「当社は、肌への効果性と安全性



「これから(の未来)」をテーマに出展



「3D皮膚モデル」の研究成果はセミナーも

の高さを両立させることで顧客品質を追求していく。開発した3D皮膚モデルは、将来的には敏感肌質など様々な肌質を再現して、実効性評価試

ブースでは、3D皮膚モデルによる実効性評価試験を活用したビジネススキームも紹介する。可能性として、市販されている商品の効果性や、使用量の違いによる効果の差異などを確認することができる。山田社長は、「それら品質情報を、生活者の肌分析データを結びつけることで、パーソナルニーズに合わせた化粧品や美容法の提案も可能となる」と述べ、展示会を通して、3D皮膚モデルを用いたLTV型ODMの理解を深めていく。

セントラル・コーポレーション

東5ホール15―20

国産の「臍帯血由来」ヒト幹細胞培養液 配合化粧品を100個からOEM製造

セントラル・コーポレーション（本社＝岡山市）は1980年の創業以来、在庫バルクの小分けではなく、ゼロからのオリジナルブランドで「わずか100個から化粧品をつくる」小ロット製造のパイオニアとして知られる。独立を目指す起業家を支援し続けて今年で44年目を迎え、2011年にはこうした取り組みが評価され、日本文化振興会から社会文化功労賞が授与された。同社では小ロット製造による化粧品OEMと並行し、創業から一貫してエイジングケア化粧品研究にも取り組んでいる。笹山博史社長に、今展示会の見どころやポイントについて話を伺った。

研究機関と提携し、国産の「臍帯血由来」ヒト幹細胞培養液を開発

——今回の出展内容を
お聞かせください。

笹山 化粧品開発では「必ず売れる」をキーワードに、差別化した化粧品をわずか100個からでもOEM製造できることを強くアピールしていく。

——「差別化した化粧品」とは、具体的にどのようなものでしょうか。

笹山 有効成分を肌に塗ることにより、保護・保湿を図るという「保護化粧品」の考え方は、もはや時代遅れになってしまった。

現在、積極的な細胞増殖を図っていく「細胞増殖化粧品」の時代が到来しており、「幹細胞培養液」化粧品へのニ



笹山社長

博士号を取得した専門研究者が在籍しており、幹細胞に関する研究を常に行っている。その研究者は、幹細胞による骨再

——なぜ「臍帯血由来」の注目度が高まっているのでしょうか。

笹山 臍帯血由来の幹細胞培養液に関して、原料メーカーの試験では、

完全オリジナルの幹細胞化粧品の 発売元になることが最も重要に

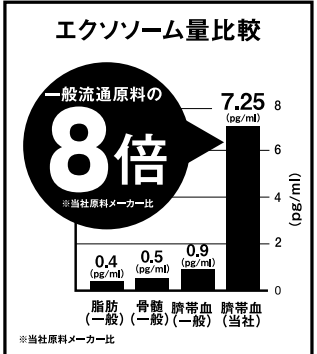
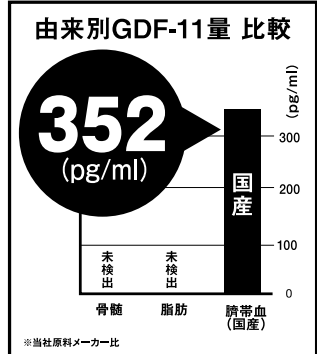
——幹細胞についての研究体制を強化されているとお聞きします。

笹山 化粧品

品の分野は医療の研究が進歩するにつれて、化粧品も進化させる必要があると考えている。

当社では、

博士号を取得



笹山も
ちろんだ。
当社の原料
には、一般
的に流通し
ている原料
の約8倍も
のエクソソ
ームが含ま
れていること

注目されており、あの世界最高権威の学術誌である「ネイチャー」「セル」「サイエンス」にも論文が掲載された成分だ。テレビでも特集が組まれており、世界的に注目が集まっている成分といえる。

——最近、「エクソソーム」という言葉を聞く機会が増えましたが、御社の原料にも含まれていますか。

「ヒトサイト血由来幹細胞エクソソーム」を独自に取得。このような話題の成分を配合したOEM製品が、わずか100個からでも受注可能だ。

——ただいている。

国内の学会では、日本再生医療学会をはじめ多数の学会にて研究成果を発表した。

世界的にも研究が認められ、インパクトファクターの高い論文として掲載された。2019年度には国から研究が認められ、個人の研究継続が承認され、研究のための助成金を支援されている。

——幹細胞培養液コストを扱う上での注意点を聞かせください。

笹山 注意点としては「完全オリジナルの幹細胞化粧品の発売元」になることが、最も重要だと考えている。当社では完全独自処方」の幹細胞培養液化粧品を「100個からでも」製造させてい

「100個から」ならば、ほぼノーリスクで、成長する幹細胞化粧品市場に参入することができ。まずは成功の一步を、当社とともに踏み出していただきたい。

エア・ウォーター・ゾル ブースNo.8-16

5つのトレンドテーマを設定し
「差をつけるヒント」を提供

産業ガス大手のエア・ウォーターグループで、エアゾール製造と化粧品ODM/OEM事業を展開するエア・ウォーター・ゾルは、「商品で差をつける

当社の開発力や提案力

をアピールしていき

けるヒント、ここで出

える」をキャッチフレー

ズに「第13回 化粧品開

発展【東京】へ出展す

る。企業アースは、エイ

ジン グケアやスカルプ・頭

ケア、敏感肌用・ニキ

ビ ケアなどテーマ別に

コー ナーを設けて、開発

製品を展示する。

化粧品開発への出展

は、化粧品製造をメイ

ンとする新工場（茨城

第二工場）を設立して

から4 回目となる。

新井喜久社長は、「化

粧品ODM/OEM事業

は後発だが、この4年

間で業界内の当社認知

度も高まってきている

。今回は、商品のアイ

デアやイメージを形に

すエア・ウォーター・

ゾルは、「商品で差をつ

けるヒント、ここで出

える」をキャッチフレー

ズに「第13回 化粧品開

発展【東京】へ出展す

る。企業アースは、エイ

ジン グケアやスカルプ・頭

ケア、敏感肌用・ニキ

ビ ケアなどテーマ別に

コー ナーを設けて、開発

製品を展示する。

化粧品開発への出展

は、化粧品製造をメイ

ンとする新工場（茨城

第二工場）を設立して

から4 回目となる。

新井喜久社長は、「化

粧品ODM/OEM事業

は後発だが、この4年

間で業界内の当社認知

度も高まってきている

。今回は、商品のアイ

デアやイメージを形に

すエア・ウォーター・

ゾルは、「商品で差をつ

けるヒント、ここで出

える」をキャッチフレー

ズに「第13回 化粧品開

発展【東京】へ出展す

る。企業アースは、エイ

ジン グケアやスカルプ・頭

ケア、敏感肌用・ニキ

ビ ケアなどテーマ別に

コー ナーを設けて、開発

製品を展示する。

化粧品開発への出展

は、化粧品製造をメイ

ンとする新工場（茨城

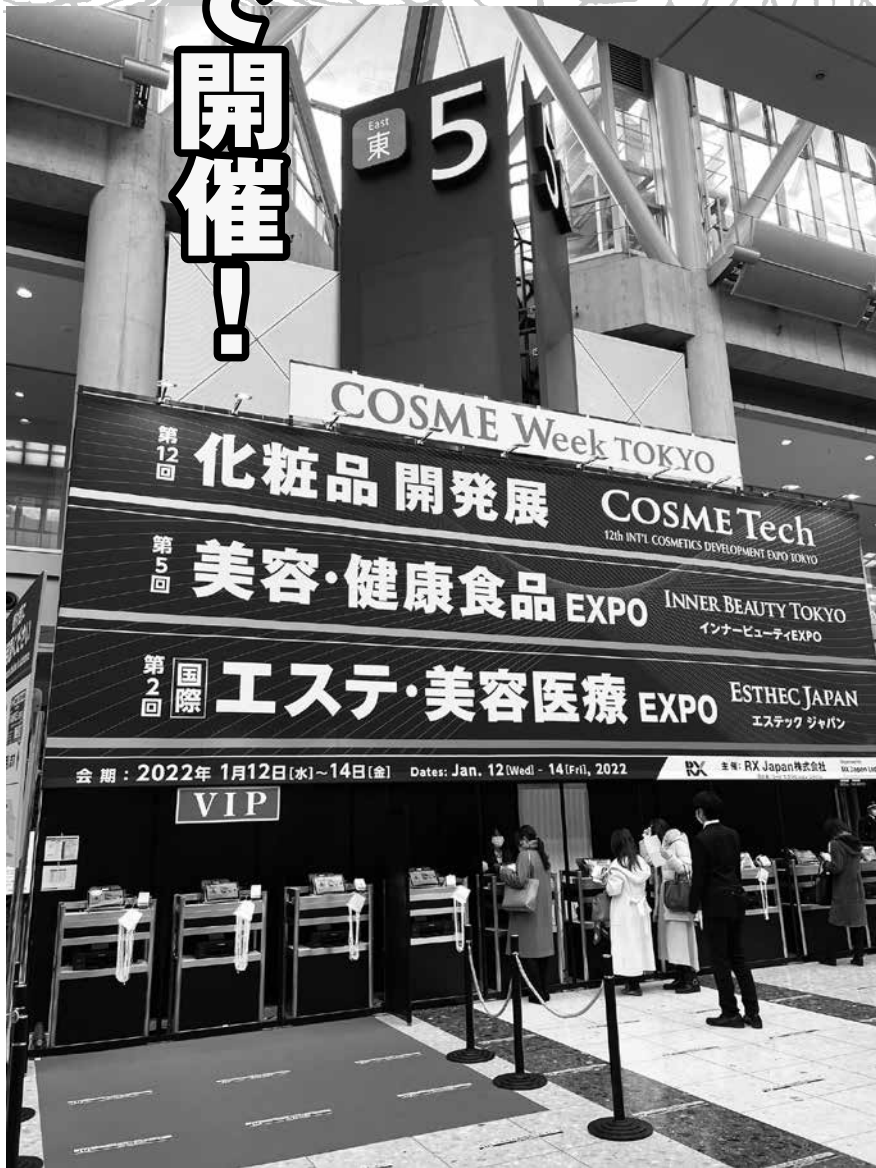
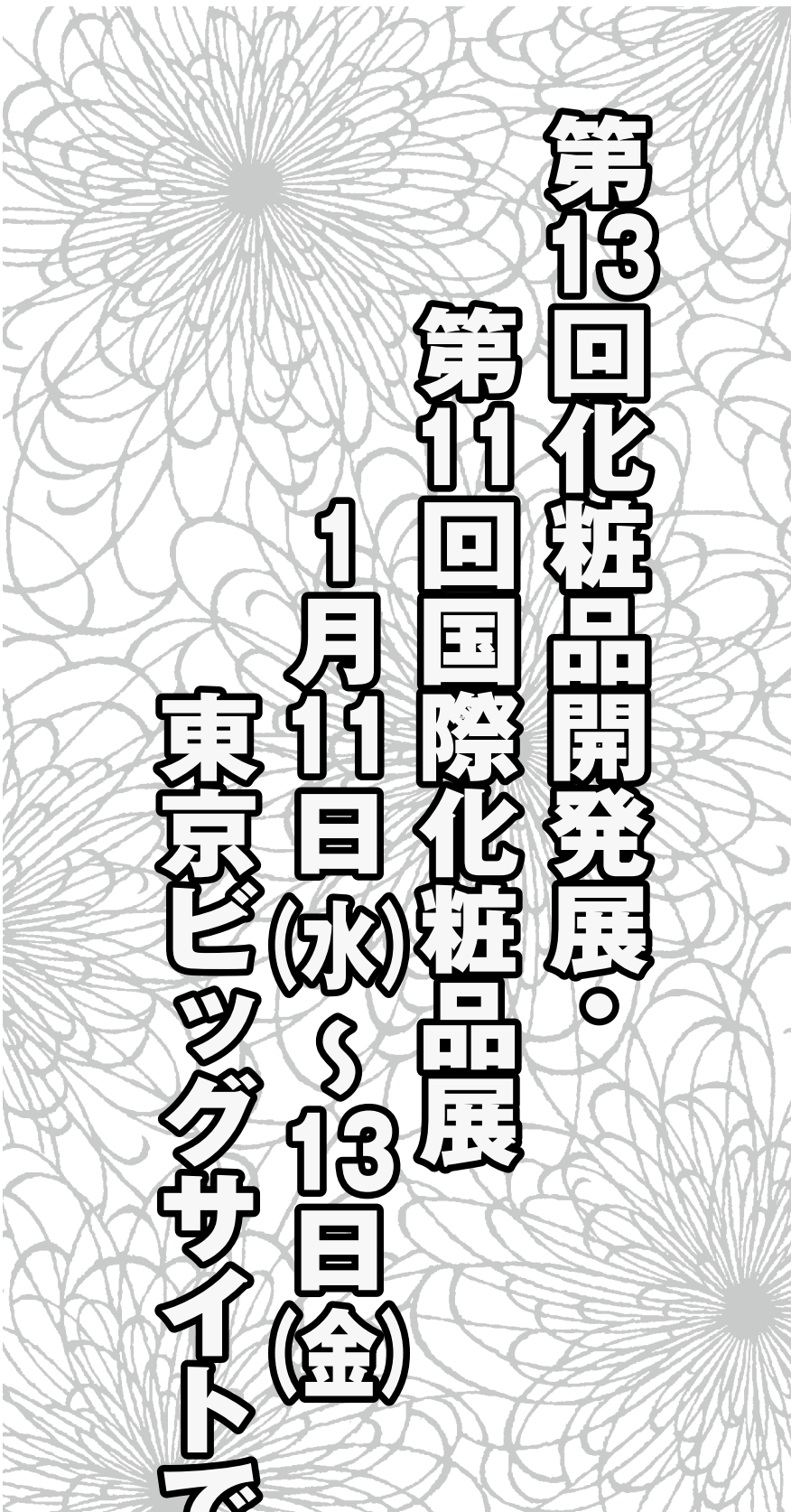
第二工場）を設立して

から4 回目となる。

新井喜久社長は、「化

粧品ODM/OEM事業

は後発だが、この4年





岡部社長

近代化学

ブースNo.7—29

最新ヘアカラーと高付加価値型の
シャンプー・トリートメントなどを提案

今期で69期目を迎えたヘアケア専門OEMの近代化学（本社＝神奈川県海老名市岡部達彦社長）は、ヘアカラーを筆頭にパーマや育毛剤、シャンプー、トリートメント、スタイリング剤などヘアケアカテゴリー全般の開発・製造を幅広く手がけている。

今展示会では、「ヘアカラー＆髪とうるんとうるん」をテーマに、医薬部外品・化粧品最新のヘアカラーと、高付加価値型シャンプー・トリートメントのOEM製品を提案する。

医薬部外品のヘアカラーでは、2剤式の早染めカラー（申請段階）を提案し、白髪染め・おしゅ

設備の導入を進めてきた。エキスを粉体など幅広く対応し、会場では製品サンプルとともに紹介する予定だ。

大道敦社長は、「ナノ化技術では様々な原料に対応するが、例えば、高価な沖縄素材・クチャは10ミクロン程度の大きさだが、それらをさらに細かくすることができ、クレンジング力の向上などが期待できる。プラセンタやエキス類であれば、ナノ化によって浸透力が高まる。今回のナノ化技術の導入は、化粧品メーカーの既存品リニューアルにも貢献できるのではないかと考えている。これまで配合していた原料をナノ化することによって、商品の訴求力を高めることができるだろう」と話す。

さらに同社は、オリジナルブランド「Ryu Spa」を展開しており、観光客が集まる国際通りにも実店舗を構え、これまで認知度を拡大してきた。パッケージも華やかなRyu Spa Botanicalシリーズのフェイスマスクのほか、美容液、実店舗で好調に推移するメンズ向け製品なども展示し、OEM提案につなげる。



展示ブースイメージ

「フリーチ後の髪にカラートリートメントやカラーシャンプーを使用すれば、従来のようにカラーリングによって髪を傷めることなく、その日の気分によって髪色を自在に表現することが可能だ。ブースでは今回、フリーチとセットでカラートリートメントとカラーシャンプーを提案するほか、パウダーカラーに関して国内で製造できる工場が全国的にも数少ない点をアピールしていきたい。新たに開発したパウダーカラ



本社工場

「は、海老名市にある地元酒造メーカーから精米の際に生じ廃棄処分される米粉を買い取って原料としており、SDGsや地域活性化にも貢献するパウダーカラーとしてOEMを提案していく」（岡部達彦社長）

ブースではこのほか、色素の流出をより防ぐ処方にバイジョンアップした「褪色防止シャンプー・トリートメント」と、髪の水分バランスを整えて湿気によるうねりやクセ毛を抑制する「シャンプー・トリートメント」、水の代わりにコラーゲン水に置き換えた「美容液シャンプー」、天然ハーブの月桃葉水をベースに頭皮を健やかにする「和漢エイジングケアシャンプー・トリートメント」、近年トレンドとなっている「ウォータートリートメント」といったインバ

「市場の拡大により当社での売上構成比も伸長している高付加価値型シャンプー・トリートメントの多彩なバリエーションを提案し、『髪のためのスキンケア』もアピールしていく」（岡部社長）



大道社長

ポイントピュール

ブースNo.3—16

8種類のヒト幹細胞培養液エキスを
ナノ化技術を活かした新提案も

沖縄県・久米島の化粧品OEMポイントピュールは、優れた機能を持ちストーリー性を付与しやすい海洋深層水や沖縄素材によって引き合いを集める一方で、ヒト幹細胞培養液エキスの豊富なラインナップも強みとしている。

現在、4種類（ヒト脂肪由来2種、ヒトサイトイ血由来、ヒト骨髄由来）と、それらをそれぞれナノ化したものを合わせて計8種類を取り揃えている。化粧品開発でもそれらを紹介するほか、CBDやNMNを採用した製品の提案も行う。

また、同社では既存の原料に新たな価値を付与するため、ナノ化の製造

「国際通りをはじめとした実店舗運営により、ブランドとしての認知度もかなり高まってきた。1カ月あたりの実店舗購入者数は約3000人

で、年間3万人以上の方にご購入いただいている。観光で来店された方が、東京や大阪に帰った後にもリピーターしていただけるよう、今後は販路を拡大していく方針だ。Ryu Spaに関して、2022年に開催した展示会で大手百貨店からの引き合いもあり、現在準備を進めている。なお当社は、沖縄で21年間化粧品会社を運営しており、沖縄素材の良さも十分に理解している。Ryu Spaによって、沖縄化粧品というマーケットを切り拓いていきたいと考えている」（大道社長）

2022年9月以降、新規の問い合わせも増加傾向にあり、週に2〜3

件の相談があるという。さらに、沖縄に工場を構えていることによるイメージの良さから、現在進行中の台湾の案件をはじめ、海外からの受注も増えている。2023年についても、沖縄という地の利を活かしながら、アジアを中心とした海外向けの案件に注力していく方針だ。

同社では、工場でのクリーンエネルギー活用やアップサイクル原料を採用した処方提案など、サステナブルな取り組みにも力を注いでいる。そのほか、自社農園での原料栽培の取り組みも進めており、自社で栽培から原料化まで対応できる体制を整えていく。

「は、海老名市にある地元酒造メーカーから精米の際に生じ廃棄処分される米粉を買い取って原料としており、SDGsや地域活性化にも貢献するパウダーカラーとしてOEMを提案していく」（岡部達彦社長）

ブースではこのほか、色素の流出をより防ぐ処方にバイジョンアップした「褪色防止シャンプー・トリートメント」と、髪の水分バランスを整えて湿気によるうねりやクセ毛を抑制する「シャンプー・トリートメント」、水の代わりにコラーゲン水に置き換えた「美容液シャンプー」、天然ハーブの月桃葉水をベースに頭皮を健やかにする「和漢エイジングケアシャンプー・トリートメント」、近年トレンドとなっている「ウォータートリートメント」といったインバ

「市場の拡大により当社での売上構成比も伸長している高付加価値型シャンプー・トリートメントの多彩なバリエーションを提案し、『髪のためのスキンケア』もアピールしていく」（岡部社長）



加藤 社長

イル・ヴリール

ブースNo.6—34

カンボジアのシルクを用いた化粧品で貧困解決に貢献

シルク産業は、カンボジアの伝統文化である。しかし2020年頃には、原料である絹糸は輸入の割合が増え、コロナ禍の影響を受け、カンボジアの養蚕農家の数はますます減少していった。



王立農業大学内イル・ヴリールラボ

イル・ヴリールは、2016年からカンボジアにおける貧困を解決すべく、カンボジア政府とも連携し、現地で生産されるゴールデンシルクを用いた化粧品開発に取り組み、今展示会にて「#sdgscosmetics」を掲げ、OEMやサロンへの導入を提案する。

そこで同社は、カンボジアの養蚕業の復興を目指すし、国際協力機構（JICA）とカンボジア政府とともに養蚕業振興プロジェクトを始める。

養蚕農家を訪問し、質の良いシルクプロテインができる蚕の品種を探し、養蚕農家には健康な卵と、餌となる桑の苗の提供を行った。また同社では、今後全てのシルクプロテインを現地の契約農家から購入していく。

農家が育てた繭は、カンボジア王立農業大学（RUU）に運ばれる。同社の取り組み以前は、カンボジアに繭から美容成分を抽出する技術が存在しておらず、国内で行えることは絹糸を生産する一次産業のみにとどまっていた。

そこで、カンボジアで育てた繭を現地で化粧品にすることを旨とし、RUUに「イル・ヴリールラボ」を作り、美容成分を抽出するための機器を導入した。

イル・ヴリールラボでは、シルクから美容成分を抽出する技術に明るい教授をタイから招待し、教授と学生に技術指導を行った。

現在、54種のシルクのうち、美容成分を最も多く含む種類を特定している。抽出したシルクプロテインに評価試験を行い、活性酸素の除去や、コラーゲンを破壊する成分の産出を阻害する効果において高いスコアが記録された種類を特定し、美容成分を抽出している。商品としては、洗顔石けんとして粹練り石けん

を打ち出していく。石けんを製造するための工場は比較的认可のハードルが低いことから、カンボジアでも工場を設立し、現地の雇用につなげていく。

「現地の農民は生活が苦しく、繁忙期には子どもですら農作業を手伝う。自社PBでもゴールデンシルクを用いた化粧品販売を行っているが、さらに多くのシルクを購入するため、OEM事業に乗り出した。商品には当然こだわりを持ったうえで、間接的な支援ではなく、貧困解決にダイレクトにつなげることで、真のSDGsの達成に取り組んでいる」（加藤和則社長）

カンボジア養蚕農家



林 社長

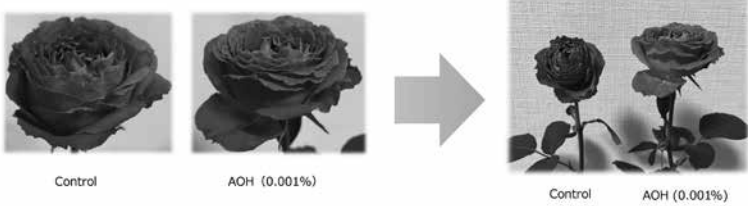
ビタミンC60バイオリサーチ

ブースNo.12—25

「レピスタ」「フラレン」を中心に
特長ある世界初の化粧品原料を紹介

事業を通じて持続可能な社会の実現に貢献するとともに、自らの持続的な成長の実現を目指すビタミンC60バイオリサーチは、「第13回化粧品開発展（東京）」において、植物成長因子「2-azaxanthine（アザオキソヒポキサンチン、以下AOH）」を有効成分とした世界初の化粧品原料「レピスタ」と、SDGsへの貢献度が高い「植物由来フラレン」を紹介する。

レピスタに含まれるAOHは、国立大学法人静岡大学の河岸洋和特別栄誉教授が発見した新規の天然化合物で、コメやトマトなど多くの食用植物



が保有する成長因子として知られる。AOHには、植物の恒常性（ホメオスタシス）維持と細菌などに対するストレス耐性を高める効果があり、切り花が長持ちすることが確認されている。（写真参照）

同社では、こうしたAOHが持つ植物の成長促進作用に着目し、ヒト皮膚に対しても有用な可能性があると考え、2018年より静岡大学との共同研究を開始。そして約5年に及ぶ共同研究を経て、バリア機能改善を中心にターンオーバー促進や細胞賦活作用、肌明度改善などのエビデンスが確認されたエイジングケア成分「レピスタ」を開発した。

「昨年10月の発売から非常に好評で、僅か2カ月でレピスタの配合製品が間もなく市場で展開される状況だ。レピスタは植物成長因子が肌細胞を活性化させる『攻め』の成分であるのに対し、当社は活性酸素から肌を『守る』成分で、『攻めと守り』の対照的な原料だ。いずれも世界で初めて当社が化粧品原料化したもので、併用が可能な点も訴求していきたい」（林源太郎社長）

1月12日（木）11時30分から開催されるセミナーでは、「世界初！最先端のエイジングケア成分『レピスタ』新発売」をテーマに、共同研究を行った河岸教授と同社マネージャーの青島央江氏が登壇し、バリア機能改善に関する新たな臨床データを披露するという。

今展示会ではこのほか、FSC認証を取得した森林から採取した木を原料とし、再生可能エネルギーである水力発電を利用して持続可能な製品開発を実現した植物由来フラレンも紹介する。

「今年は海外からのお客様の来場も増えることが予想され、お客様の化粧品の差別化に貢献するレピスタとフラレンを国内外へしっかりアピールしていく」（林社長）



同時開催展含む 全110講演開催！化粧品開発展セミナー

定員になり次第締切 申込殺到が予想されますので、お早めにお申込みください

会場：東京ビックサイト内 セミナー会場 **事前申込制**

※敬称略。セッションの録音、写真・動画撮影などは一切禁止させていただきます。都合により講師、プログラムの内容が変更になる場合、およびテキスト配布の無い場合もございます。あらかじめご了承ください。

COSME-K1月11日[水] 10:00▶11:00 有料 グローバル企業が実践するサステナビリティ ロレアルが取り組むサステナビリティ ～世界をつき動かすような美の創造 日本ロレアル(株) ヴァイスプレジデント コーポレート・レスポンスビリティ 本部 本部長 楠田 倫子	COSME-S11月11日[水] 12:30▶13:30 無料 化粧品・美容 最新トレンド 今、求められる化粧品とは？ ～最新の注目コスメ&トレンド分析～2023年度版 (一社)日本化粧品検定協会 代表理事 小西 さやか	COSME-S21月11日[水] 12:30▶13:30 無料 フェムケア市場をリードするブランドとその背景 女性をエンパワーメントするフェムケアの在り方 ～デリケートゾーンケアの大切さ～ (株)サンルイ・インターナショナル 代表 (株)Waphyto 代表 森田 敦子
COSME-S41月11日[水] 15:00▶16:00 無料 中国の化粧品市場 最前線 同時通訳あり(英語→日本語) What's next in China Beauty Mintel Inc. SVP of Insights, APAC Ruyi Xu	COSME-S61月12日[木] 12:30▶13:30 無料 大規模調査からみる、これからのメンズコスメ市場 1万人のマーケティング調査から見てきた メンズコスメ市場の新たな成長シナリオと ブランディング戦略 (株)ソフィアリンクス 代表取締役 三原 誠史	COSME-S71月12日[木] 12:30▶13:30 無料 革新的な化粧品を生み出す最先端技術 富士フイルム 化粧品業界への参入から今日まで イノベーションが生まれる研究環境 富士フイルム(株) バイオサイエンス&エンジニアリング研究所 統括マネージャー 田代 朋子
COSME-S91月12日[木] 15:00▶16:00 無料 異業種の化粧品業界参入事例 マスク事業で得た叡智が生んだスキンケア 顧客の声と向き合う商品開発戦略と 今後のビジョン (株)SHARP COCORO LIFE 代表取締役社長 佐伯 和裕	COSME-S111月13日[金] 10:00▶11:00 無料 HIT商品・ブランドを生み出す仕組み l-neのブランドフレームワークと マインドセットに見るヒット商品を生み出す秘訣 (株)l-ne マーケティング本部 本部長代理 上田 隆司	COSME-S131月13日[金] 12:30▶13:30 無料 中国市場への進出に欠かせない、規制対応 中国 新条例施行から2年 化粧品製造企業・ 原料企業をも巻き込む高い要求と対応策 (株)WWIPコンサルティングジャパン 執行役員シニアコンサルタント 北京河瀚知財管理諮詢有限公司 董事 花田 舞佳
COSME-S141月13日[金] 15:00▶16:00 無料 人気コスメ 独自の価値観を伝えるブランディング事例 “THREE”の感性に響くブランディング ～ライフスタイル軸で伝えるホリスティック美容の世界観～ (株)ACRO 取締役執行役員 遠藤 麻里子	セミナー詳細・ 入場チケット(無料) 申込みはこちら 化粧品開発展 検索 入場チケットをお持ちでない場合、入場料 ¥5,000/人	

化粧品開発展『Japan Beauty 飛躍セミナー』

紹介文 トップメーカーを率いるアドバイザーコミッティのご意見やアドバイスをもとに「いま業界の皆様が知りたい、知るべきテーマ」「喫緊の課題解決につながるテーマ」のセミナーを企画・開催いたします。 SDGsマーケティングのデジタル化 メンズコスメフェムテック 国内・海外トレンド商品開発 ブランディング事例最新技術事例	COSME-S31月11日[水] 15:00▶16:00 無料 トップメーカーが語る メンズコスメ展望 メンズビューティー市場の現状と今後の展望 —最新動向とマダムの取り組み— (株)マダム 常務執行役員 マーケティング統括 吉田 康政	COSME-S51月12日[木] 10:00▶11:00 無料 支持される商品・ブランドの開発秘話 パーフェクトシンプルを求めて/ 14年連続肌支持率No.1 肌ラボのこれまで ロート製薬(株) プロダクトマーケティング部 部長 塚田 歩
	COSME-S81月12日[木] 15:00▶16:00 無料 デジタルを活用した顧客との関係づくり オルビスが取り組むLTV戦略 -CRMの未来と新たな顧客コミュニケーション オルビス(株) 代表取締役社長 小林 琢磨	COSME-S121月13日[金] 12:30▶13:30 無料 事例に学ぶ新しいデジタル活用 商品のファンを増やすためにあえて行う、 ファンケルの非効率デジタル活用とは (株)ファンケル 通販営業本部 営業企画部 部長 長谷川 敬晃

無 料

化粧品技術/ソリューション セミナー

CW-1

1月11日[水] 10:30▶11:10

泡の立たない新規ヘアケア製品について

CW-2

1月11日[水] 11:30▶12:10

Coptisソフトウェアで化粧品の処方開発を最適化

CW-3

1月11日[水] 12:30▶13:10

実験動物代替としてのCエレガンスを活用した化粧品素材の開発

CW-4

1月11日[水] 13:30▶14:10

顧客品質を追求する実効性評価試験と独自の3D皮膚モデル

CW-5

1月11日[水] 14:30▶15:10

乳酸菌分解プラセンタ発酵液～乳酸菌の力で胎盤を直接発酵分解～

CW-6

1月11日[水] 15:30▶16:10

【生配信デモあり】大賞企業「フラコラ」のライブコマース体験会

CW-7

1月12日[木] 10:30▶11:10

細胞老化と炎症反応の悪循環をターゲットにした天然生理活性物質

CW-8

1月12日[木] 11:30▶12:10

世界初！最先端のエイジングケア成分「レビスタ」新発売

CW-9

1月12日[木] 12:30▶13:10

実験動物代替としてのCエレガンスを活用した化粧品素材の開発

CW-10

1月12日[木] 13:30▶14:10

化粧品・化成品業界のミキシングトラブルを解決

CW-11

1月12日[木] 14:30▶15:10

ヒト幹細胞培養液、エクソソーム、NMN 最新化粧品原料

CW-16

1月13日[金] 13:30▶14:30

完全国産！ホルスの幹細胞培養液を用いた化粧品開発