初の完全食おにぎりブランド「ココモグ」を展開

オルビス

オルビスは、酸化防止剤や香料等の添加物を使用せず、素材の良さをそのまま活かした完全食の冷凍おにぎり「COCOMOGU（ココモグ）」（３３１７～９３３１円、税込送料別）をローンチし、５月29日より、専用のオンラインストアにてセット販売を開始した。専用オンラインサイトを通じてライフスタイルに合わせてコースを選択できる定期プラン・単品プランの販売を開始するとともに、法人企業向け福利厚生サービスである「COCOMOGU Spot for Biz」事業にも取り組んでいく。

1食（2個）で1日に必要な栄養素を効率的に摂取できる。「ほぐし焼きさばと煎りごまの大葉香るおにぎり」「ほくほく大豆とひじき煮の鶏五目おにぎり」「ナッツの食感楽しむ豚ひき肉と小松菜の中華風おにぎり」の3種類を用意している。

昨今、共働き世代の増加や近年の物価高などを背景に、冷凍食品・冷凍惣菜領域、完全栄養食の市場は拡大しトレンドになりつつあり、食事の時間も短くなる傾向にある。これらの変化を受け、新たに「完全栄養食」領域に着目した。

1日に必要な栄養を効率的に摂取できる完全栄養食は、食にかけられる時間が限られ、栄養バランスを考えた食生活が難しくなっている現代において、賢い選択肢として広がりつつある。その一方で、食材の本来の良さを楽しむことやおいしさを五感で感じる機会の減少、酸化防止剤や香料等の添加物への配慮など、多くの生活者にとってどこか心満たされない存在になりがちだった。

「限られた時間」を活かす完全栄養食をベースに、オルビスらしい「心から満たされるビューティ体験」を通じて、「食」の領域においても生活者のライフスタイルに寄り添いながら、ここちよい食生活の実現を目指していく。

伊勢半 KISSME

「眉毛ホームルーム」を都内中学校にて開催

伊勢半は5月29日、渋谷区立原宿外苑中学校にて眉毛ホームルームを開催した。2023年7月の実施に続く第2回となる今回の取り組みは101名に向けて行われた。イベントの冒頭、普段メークをする機会が少ない先生がメークを施した姿で登場。生徒からは「かわいい」「いつもと違う」といった声や、先生からも「良い経験になった」「化粧をして気持ちが明るくなった」との声が寄せられた。

同社では、一人でも多くの中高生が眉メークを通して、自分に自信を持てるきっかけをつくりたい、使用することで自己表現を楽しんでほしいという想いで、中高生の眉毛デビューを応援する「眉毛ホームルーム」をスタートさせた。

中高生で初めてメークに触れる人が多い中、まだまだメークを校則で禁止する学校も多いという現状がある。そうした中、「Don't think. Just do! Harajuku Gaien ″やっちゃえ原宿外苑″」を合言葉に、教育活動を展開する原宿外苑中学校が、伊勢半の企業理念や眉毛ホームルーム企画に賛同し、実施に至った。

ホームルームでは、メークに触れ、理解を深めることで、自分に自信を持つきっかけづくりとして眉メークに挑戦した。また来年創業200周年を迎える伊勢半の伝統を守りながらも、新たな挑戦を続ける姿や、コーポレートブランド「KISSME」のブランドメッセージ、「私らしさを、愛せるひとへ」に関する取り組みについても紹介した。

The Voice

化粧品技術者向け専門誌が創刊
大学への無償配布など教育支援

ソフィアリンクス
代表取締役
三原 誠史 氏

6月15日、化粧品科学研究専門誌「Cosmetic Science」（発行元＝ソフィアリンクス）が創刊された。化粧品技術者向けの専門誌として50年の歴史を持つ「フレグランスジャーナル」（以下、FJ）が昨年12月号をもって休刊するとの発表を受け、業界関係者有志でFJに代わる新たな研究専門誌の準備委員会を発足し、創刊にこぎつけた。その発起人で有志を募ったのが、化粧品ビジネスのコンサルティング事業を展開するソフィアリンクス代表の三原氏だ。

「FJ休刊は業界の一大事だと思い、存続のために様々な方策を立てて動いた」と当時を振り返る。だが、出版不況の時代に学術誌の継承策は難航を極め、有志らと話を進める中で、自らが発行人となることを決意した。近年は電子書籍のみの雑誌も増えているが、「FJに長年、親しんできた読者層にも引き続き届けたい」との強い想いから、「紙の雑誌なくして新創刊はない」と決心し、紙版からスタートする。

Cosmetic Science（以下、CS）は、「化粧品科学における基礎的知見の集積と発信力の向上」「第一線で活躍する研究者及び若手研究者の発表の機会創出」「産・学連携の促進と化粧品研究における大学教育の支援」の3つを理念に、化粧品関連の学術論文を掲載する。市場動向・トレンドの連載コーナーも設け、マーケティング起点の研究開発も支援する。CSが目指す方向性について、三原氏は「多くの若手研究者の発表の場になるような学術誌を目指していきたい」と話す。また、産学連携で香粧品関連の学部・学科を置く国内約70の大学に雑誌を無償配布する大学教育支援を通じて、化粧品研究の発展および技術者の育成に側面から貢献していく。今後は海外メディアへの情報発信ができる環境を整えるとともに、掲載論文をデジタルアーカイブ化し、化粧品技術者向けのWebサイトとの連携を積極的に図っていく計画だ。（菅）

（禁無断転載）©R
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。