

一頭地を抜く

ノンケミカルUVの提案力

使用感にもこだわった
子ども用UVミストに反響

ジャパンビューティープロダクツは、研究開発に強いこだわりを持つ企業だ。特に、日本化粧品工業会（粧工会）新規自主基準への早期対応、高度な粉体技術を用いた子ども用UVミスト開発など、ノンケミカルの日やけ止め（UV）への取り組みは、同社のコア・コンピタンスと言える。高木正好社長は「研究開発の重点強化は続ける。全国から交通の便が良い東京銀座の本社内に研究所を置くのは、お客さまを招き、実際に香りやテクスチャーを確かめ合いながら、高付加価値商品をつくる土台

になるからだ」と意気込む。

同社は15年以上前から、製品の安全・安心や環境への意識が高い顧客層を持つ生協との取引を開始。それをきっかけにノンケミカルのUVが人気となった。近年はSDGsの高まりもあり、界面活性剤の不使用や天然由来成分100%の処方組など、クリーンビューティー処方を深掘りし、企業からの引き合いが増えている。

2022年12月にUVの粧工会自主基準として「耐水性」表記が導入されることが発表されると、素早く研究開発に着手。23年1月下旬には、一つの商品で耐水性星二つ、SPF50+を両立したノンケミカルのUVの開発に成功した。次の目玉商品として、同社が満

を持して新たに開発したのが、ノンケミカルの子ども用UVミストだ。大人用のUVミストがヒットしている中、子育て中の女性社員が多い同社では、母親の視点から、子どもに簡単に使用できる、安心・安全なノンケミカルのUVミストの開発に着手した。

しかし、開発は試行錯誤の連続だった。例えばノンケミカルのUVをつくる場合、紫外線散乱剤の粉体を使用するが、お茶のように粉体が沈降すると、紫外線防御効果が下がってしまう。そのため、紫外線散乱剤の粉体を安定的に分散させて、均一な状態を保つ必要があるからだ。さらにスプレーからミストとして出てくるためには、粘度がかなり低い、水のように

な状態でなければいけない。「ミストとして出てくる状態で、かつ紫外線散乱剤の粉体をきれいに分散させる技術は、とても難易度が高いと言われています」（第一事業部の吉田奈苗部長）。

また、ノンケミカルのUVは、耐水性と使用感の両立が難しいが、同社は使用感のよさも追求。研究の末、ノンケミカルで心地よい使用感の子ども用UVミストの開発に成功したのである。同社のメールマガジンで紹介したところ、問い合わせが相次ぎ、反響を呼んでいる。24年1月開催の化粧品開発展では、目玉商品としてPRしていく考えだ。

社外との接点を増やし
社員の視野を広げる

同社のもう一つの強みが、二重まぶた化粧品やまつげ美容液などの目周り製品だ。長年、原料メーカーと共同で新たな原料を検討したり、化粧品用途以外の原料を探索したりと、さまざまなノウハウや知見を蓄積。一部では、特許技

術も取得している。

目周り製品はコロナ下で爆発的に伸長し、その後も需要は堅調。

若い世代だけでなく、年齢が高くなるにつれて、まつげが細くなったり抜けたりするため、エイジングケアとしてのニーズも高まっている。今後は二重まぶた製品の効果実感をさらに高める研究を進めるほか、エビデンスを伴ったまつげ美容液の開発も目指している。



強みであるノンケミカルUVや目周り製品の開発力を磨いている

研究開発のメンバーは女性が多い

心で、実際に化粧品ユーザーだからこそ気づける視点も生かしている。今後は人員増強を図り、若手の育成も進めたい考えだ。

開発力を強化している一方、営業の改革も進めている。営業を統括する第一事業部の吉田部長は開発畑を長く歩んできたことから、その経験やつながりを生かした提案や新規開拓が期待されている。

吉田部長は、現職に就くまでの7年間、営業の改革を推進。営業部員は取引先の要望にできる限り応えられるように、情報共有や知識のフォローを重ねてスキルを磨いてきた。そして、容器やパッケージ等の製品設計のアドバイスや薬事関係の説明ができるまでに成長した。「今後は企画力を強化し、ODM提案を武器にもっと広く新規を開拓していきたいと考えています」(吉田部長)。

研究開発だけでなく、同社が大事にしているのが、地域交流や社外との関係強化だ。以前から、工場がある福島県の小学校、中学校、高校にアプローチし工場見学を催したり、中学校の社会科教育の一環として授業を実施。市役所や商工会議所との連携も強化してきた。そうした活動は、社員一人ひとりに、社会の一員であるという意識を高めることにつながっている。

最近では、福島県小野町出身で、発酵学で知られる東京農業大学名誉教授の小泉武夫氏との新たな出会いなど、社外との接点も増やし

ている。今年度からは新たに、基礎研究の学びを得ようと、二つの大学と情報交換を行った。「長期的な取り組みですが、社員の視野が広がり、仕事に生かされることを期待しています」(高木社長)。

長年培ってきた開発力はもちろんのこと、社会との関わりを大事にしているからこそ、同社のクリンビューティーやサステナブルな製品は共感できる。それが取引先との長期的な信頼関係の構築にもつながっているのだろう。★



営業部門も知識を深め、提案力を高めている