

特集 化粧品OEM(前編)

ジャパンビューティープロダクツ

ニッチ製品の処方開発で存在感
知名度上昇で情報発信にも注力

ジャパンビューティー

プロダクツは、昨年より外

出需要の高まりで、ノン

ケミカルUVケア製品や

二重まぶた形成化粧品な

どの受注が堅調に推移し

ている。高木正好社長

は「2024年上期(4

月~9月)も、UVケア製

品などで新規受注を獲得

できている。昨年から化

粧品展示会への出展や業

界専門紙での宣伝・広告

を行っており、会社の知

名度が高まってきたこと

もプラスに働いている。



高木社長

は、付加価値タイプの開
発を進める。

「ビューティーアフターが

わかりやすいアイテムの

ため、SNSへの動画投

稿も多く、潜在ニーズの

掘り起こしで、新たに参

入する企業も少なくな

い。製品を上手に使いこ

なしている動画が投稿さ

れ、製品への関心が高ま

っている。最近ではまぶた

のリフトアップを目的と

した製品への問い合わせ

も増えている(高木社長)

アイシャドー機能を付

与した色つきタイプの二
重まぶた形成剤は、展示
会でも来場者の注目が集
まる新処方の一つとな
り、引き続き開発・提案
を強化していく考えだ。開発処方を紹介する情
報発信も強化する。週1
回のメルマガ配信は2年
も、テーマや切り口を変
えることで新たな価値の
創出を図っている。「化粧品づくりも情報
提供もニッチ戦略で取り
組むことで、面白いこと
に作り組んでいる会社と
して、なくてはならない
存在になっていきたい」

(高木社長)