2025年(令和7年)8月7日・14日 合併号　日本流通産業新聞

注目OEM企業

テクノビューティーサプライ　遠藤真人 社長

高品質なヘアケア化粧品を多数開発・供給

1978年の創業以来、化粧品のOEM製造を行うテクノビューティーサプライ（本社埼玉県、遠藤真人社長、☎048－956－0865）は、多様な化粧品を製造できる技術力を備えている。中でも同社が強みを持つのが、ヘアケアの分野だという。同社ではこれまでも、市場のニーズに合致した、高品質なヘアケア化粧品を、多数開発・供給してきた。現在は、シニア層のニーズに特化したヘアケア製品の開発に取り組んでおり、自社NB（ナショナルブランド）品としての発売も視野に入れているという。同社の遠藤社長に話を聞いた。

――最近の受注状況について聞きたい。

最近は、化粧品の受託製造のお問い合わせをいただく機会が増えている。化粧品の分野に新規参入する企業からのご相談も増えている。多様なニーズに応えるべく、開発ラインアップの拡充に取り組んでいる。

――化粧品OEM事業におけるテクノビューティーサプライの強みについて聞きたい。

さまざまあるが、その一つとして、ヘアケアの分野がある。ヘアケア分野では、創業以来、さまざまな製品を開発・供給してきたが、好評をいただくことが多かった。長年にわたって当社が知見を積み重ねてきた分野だ。ヘアケア分野の当社開発製品については、長期間にわたって売れ続けるロングセラーになっているものも少なくない。

コロナ禍以降、ヘアケアにお金をかける消費者が一気に増えた。ヘアケア分野は、高単価化が進んでいる。当社の開発する高付加価値ヘアケア製品がますます受け入れられやすくなったと分析している。

年齢ごとに異なるヘアケア

――現在、開発を行っているヘアケア製品について聞きたい。

「年齢ごとに求められるヘアケア製品は異なる」という点に着目した製品の開発を進めている。ヘアケア市場を見渡すと、これまでは、若年層向けの製品が多かったように思う。こうした製品が果たして、シニア以降の消費者のニーズを捉えたものになっているのか、という問題意識が、開発を進める背景としてあった。

シニア層に、真に求められる、究極のヘアケア製品を開発しようと、現在取り組みを進めている。処方はほぼほぼ固まった段階だ。

――若年層とシニア層では、ヘアケア製品について、どのようなニーズの違いがあるのか。

例えば、若年層向けのヘアケアでは、話題の成分を配合していることを前面に出して販売している製品が少なくない。シニア層は、成分がどうだといったことよりも、テクスチャーを重視するのではないかと考えている。ぺたんとしがちな髪に、ハリ、コシ、ボリュームを与えてくれるようなヘアケア製品を求めているシニア層は少なくないだろう。そうした製品の使用感を体感したシニア層の多くは、浮気をせず、長年にわたって使い続けてくれると考えている。シニア層には、情報感度高くアンテナを立てて、あわただしく製品を探すといった人よりも、使用感の良い自分に合った同じ製品を長く使い続けたいという人が多いのではないか。

当社が開発した処方にも、話題の成分は配合していない。ひたすら使用感の良さを追求しており、シニア層にとっての究極の使用感を実現している。

シニア層ニーズに期待

――マーケットにおいて、シニア層にとっての使用感を追求したヘアケア製品に商機があるということか。

そう考えている。高齢化が進む中、確実に高いニーズが期待できる市場だ。一方で、そうした市場にフィットするヘアケア製品はこれまで、必ずしも多くなかったとも感じている。

――ニーズはあるのに、フィットした製品が少なかったのはなぜだと考えるか。

商品開発の難しさもあるが、おそらく訴求の難しさがもう一つの理由としてあるのではないかと分析している。高齢者に「高齢者向け」「シニア向け」と訴求しても、必ずしも響かないのではないか。売り方を工夫して、シニア層のニーズを捉えることができれば、大きな商機をつかむことができるのではないかと考えている。

NB製品の展開も視野に

――今回開発したヘアケア製品のOEM供給は行うのか。

当社は化粧品OEM会社であり、もちろんご要望があればOEM供給を行わせていただく。ただ、そうしたご要望がないようならば、当社のNB製品として、一般消費者向けに展開していくことも検討している。当社の名刺代わりの商品として展開していきたい。

当社では他にも、多様なヘアケア製品のOEM供給を行ってきた。その中には、「弱酸性固形せっけん（シャンプーバー）」シリーズもあり、こちらも好評いただいている。弱酸性透明洗顔せっけんの新処方の開発にも現在取り組んでいるところだ。