

～ 三省製薬のジェンダーフリーブランド「IROIKU」、冬の乾燥におすすめの化粧水 ～

水を一切使わない、美容成分 96%\* 配合の化粧水！  
**23年11月発売の「IROIKU フェイシャル ウォーター」  
完成までの歩み**

- 23年9月～12月上旬、@cosme OSAKA、伊勢丹新宿店 メンズ館、大丸東京店にて実施した店舗販売・POPUP では、性別を問わず 20～50代のお客様から好評いただきました。

\*：ライスマルク発酵液、豆乳発酵液、トウモロコシエキス、ローズヒップエキス、ハトムギエキスの合計量。

美容成分・化粧品の開発・製造・販売とオリジナル化粧品ブランド「デルメッド」、「yameKAGUYA（やめかぐや）」、「IROIKU（イロイク）」を展開する三省（さんしょう）製薬株式会社（本社：福岡県大野城市 代表取締役社長：陣内 宏行）では、当社の企業・事業動向やトピックスをニュースレターとして定期的に発信しています。

当社は「よりよい成分、よりよい化粧品」をコンセプトに、美容成分の開発、OEM、自社ブランドを展開しています。今号では、ジェンダーフリーのオリジナルブランド「IROIKU」から23年11月に新発売した美容成分高配合化粧水「IROIKU フェイシャル ウォーター」の開発秘話や、同9月～12月上旬にかけて東京と大阪で実施した店舗販売・POPUPの評判などをお伝えします。

\*

## ■「IROIKU フェイシャル ウォーター」、美容成分の配合量 96%\* を実現するまでの道のり。

「IROIKU フェイシャル ウォーター」の処方開発は、製品開発部・次長の下郡洋平と、同部の中村奈津美がメインで担当しました。

\*：ライスマルク発酵液、豆乳発酵液、トウモロコシエキス、ローズヒップエキス、ハトムギエキスの合計量。



## 偶然のタイミングがもたらした、“水を一切使わない化粧水”というアイデア！

－水を一切使わず、美容成分を高配合するという斬新なアイデアの原点は。

【下郡】 「IROIKU」ブランドは、“健やかな肌の色で、生きていく”をコンセプトに誕生し、昨年、色づき美容液「IROIKU スキンチューンナップ セラム」を発売しました。その数か月後から、ライン使いをしていただくためのソープやフェイシャル ウォーター（化粧水）の開発に着手しました。

化粧水の処方を検討している時、たまたま同じタイミングで弊社の素材開発部が「ライスミルク発酵液」という美容成分の開発を進めていることを知りました。これは、米を原料とした植物性ミルクを乳酸菌で発酵させてつくる美容成分で、肌が持つ天然のうるおい成分と同じアミノ酸をたっぷり含んでいることが特徴でした。水の代わりに使える美容成分ということで、テクスチャーを見てみると、水と比べてしっとりとした保湿感がありました。このライスミルク発酵液を用いれば、化粧水のテクスチャーにさらに深みが出て、まさに「よりよい化粧品」を作ることができるのではないか、と着想したことがきっかけです。

\*ライスミルク発酵液のご参考 <https://www.sansho-pharma.com/lab/84>（添付資料もご参照ください）。

※当社は1988年に麹菌の培養によって美白（\*）有効成分「コウジ酸」を開発して以来、長年にわたって発酵や培養について研究を重ねてきました。2020年より、植物を原料としたヴィーガンミルク製品の開発に着手しており、その第一弾として「ライスミルク発酵液」が完成しました。

\*美白とは、メラニンの生成を抑えてシミ・ソバカスを防ぐことです。



製品開発部・次長  
下郡 洋平

## 開発 8 合目で、水をライスミルク発酵液に置き換える検討がスタート！

－水をライスミルク発酵液に置き換えた「IROIKU フェイシャル ウォーター」の開発はどのように進められたか。



製品開発部  
中村 奈津美

【中村】 実は、ライスミルク発酵液の配合を検討する前から、フェイシャル ウォーターの開発は始まっており、水の他に配合する美容成分の構成はほぼ固まっていました。

8合目くらいまで開発が進んだ段階で、「水をライスミルク発酵液に置き換える」というアイデアがもたらされたのです。開発途中で大幅な処方変更が必要になったことと、水を全て美容成分に置き換えるという開発自体が初めてだったこともあり、正直、当初は戸惑いました。

【下郡】 そもそも、フェイシャル ウォーターは、色づき美容液「IROIKU スキンチューンナップ セラム」とあわせてお使いいただくことを想定して開発に着手していました。セラムは“健やかな肌の色を育てる”をコンセプトとしているのに対し、フェイシャル ウォーターは“土台となる肌の状態を健やかにする”をコンセプトに開発していました。

保湿力を高めつつ肌のキメを整えて肌状態を良くすることで、次に使うセラムの成分の浸透（\*角質層まで）を良くしたり、色のノリを良くすることを目的に、配合する美容成分を決めていきました。当社で開発したオリジナルの美容成分は約 130 種類あり、それぞれの有効性を加味しながら選択し、組み合わせなどを細かく検討しました。

その結果、豆乳を乳酸菌によって発酵させ、乳酸やアミノ酸などの成分が含まれる「豆乳発酵液」、インドの伝統医薬アーユルベータで使われるシソ科の薬草トウルシーから抽出した「トウルシーエキス」、ビタミン C を多く含むローズヒップから抽出した「ローズヒップエキス」、生薬でヨクイニンとも呼ばれる「ハトムギエキス」を配合することが決まりました。

【中村】 この 4 つの美容成分を水に加えて製品化する流れで処方開発が進んでいたところで、水をライスミルク発酵液に置き換える検討をすることとなりました。

実際に開発作業を進めてみると、ライスミルク発酵液を用いることで、アミノ酸と乳酸菌による保湿力が水に比べて高いことに驚きました（\*）。一方、ライスミルク発酵液は開発されて間もない成分で、当時は知見が多くなかったため、使用感において苦戦した面もありました。しかしながら、水をライスミルク発酵液に置き換えたフェイシャル ウォーターが開発できれば、美容成分高配合という特徴的な商品につながると皆で奮起し、「よりよい化粧品」に向けて、前向きな気持ちで取り組むことができました。大幅な処方変更だったため、ヒト試験による効果の確認はもちろん、これまで以上に安定性や安全性の確認を慎重に行いました。

\*ライスミルク発酵液のご参考 <https://www.sansho-pharma.com/lab/84>（添付資料もご参照ください）。

## IROIKUで好評の優しい「香り」の実現へ、“精油の壁”を乗り越える！

【下郡】 IROIKU ブランドは、天然由来の精油を配合した香りも特徴の 1 つで、多くのお客様から好評いただいています。植物療法の第一人者、森田敦子さんに監修いただき、マンダリン、ラベンダー、イランイラン、パルマローザなどをブレンドした優しい香りです。

フェイシャル ウォーターでも、同じ精油を配合していますが、開発途中には“精油の壁”がありました。ライスミルク発酵液という水分に香りの成分を溶かし込むところが、なかなか上手くいわずに濁ってしまい、できあがった化粧水も濁りのある状態になってしまいました。香りは IROIKU にとって重要な持ち味であることから、処方から削除するわけにもいかず、試行錯誤を続けました。様々な条件・パターンでの処方検討と使用試験を重ねた結果、濁りのない透明な化粧水にたどり着くことができました。

## 乾燥が気になる季節にぴったりの「美容成分高配合化粧水」が誕生！

【下郡】 このようなステップを経て、着想から約 1 年をかけて、水を一切使わない、美容成分の配合量 96%\*以上を実現した“美容成分高配合化粧水”が完成しました。

\*ライスミルク発酵液、豆乳発酵液、トウルシーエキス、ローズヒップエキス、ハトムギエキスの合計量。

テクスチャーは比較的さっぱりとしつつも、しっとりした肌感に仕上げられており、年齢・性別を問わずに使いやすい化粧水となっています。水をライスミルク発酵液に置きかえたことで中村には苦勞をかけたことが、なじんだ後にしっとりする肌感は、ライスミルク発酵液だからこその使用感です。

【中村】 ライスミルク発酵液を使っの処方開発には当初、戸惑いもありましたが、最終的には自信をもってお勧めできる商品に仕上がりと、とても誇らしく感じています。乾燥が気になるこれからの季節、多くの方々にお使いいただきたいと思っています。

## ■ 23年9月～12月上旬に実施した東京・大阪での期間限定出店・ポップアップに確かな手ごたえ！

当社は23年9月～12月上旬にかけて、大阪と東京の商業施設や百貨店で「IROIKU」の期間限定出店やポップアップストアを実施しました。年齢・性別を問わないジェンダーフリーブランドとして認知を拡大することができ、各店の特徴にあわせて、20代～50代まで幅広い層のお客様から好評をいただきました。

「IROIKU フェイシャル ウォーター」については、水を一切使用していないこと、96%\*以上が美容成分であることが注目されました。また、店頭でお試しいただいたお客様からは、「べたつかず、さらっとした使い心地ながら、潤いが続く」、「『IROIKU スキンチューンナップ セラム』との相性が良い」との声を多くいただきました。

\* ライスミルク発酵液、豆乳発酵液、トウシエエキス、ローズヒップエキス、ハトムギエキスの合計量。

## 関西エリア最大級の@cosme OSAKA では、20～30代の女性を中心に、カップルのお客様にも好評。



化粧品の口コミサイト@cosme が運営する関西エリア最大級のフラッグシップ「アットコスメオーサカ (@cosme OSAKA)」に9月～11月の期間、デルメッドとIROIKUを出品しました。

ディスプレイにも工夫を重ねたことで、テスターが半月でなくなるという盛況ぶりでした。売れ行きが好調だったのは、「IROIKU スキンチューンナップ セラム」の定番色21番（コーラル）と、数量限定色「RAMUNE（ラムネ）」（\*現在は完売）です。「RAMUNE」は、“透明感”、“陶器肌”というアプローチが奏功し、試した上で購入いただくケースが多く見られました。

## 伊勢丹新宿店 メンズ館では、20代後半～50代の男性中心でギフト需要も。常設コーナーも堅調。

伊勢丹新宿店 メンズ館1階では、11月に3回目となるポップアップ販売を実施したところ、20代後半～50代の男性のお客様が中心となりました。

「IROIKU フェイシャル ウォーター」の新発売と重なったため、「IROIKU スキンチューンナップ セラム」との併用でお試しいただくアプローチを行いました。洗顔後の簡単なお手入れでトーンアップ（\*）ができることを実体験していただくことで、ラインでの購入やギフトセットの購入につながりました。

同店では、常設コーナーでもIROIKUを展開しており、「IROIKU スキンチューンナップ セラム」と「IROIKU フェイシャル ウォーター」を販売しています。

\*メイクアップ効果による。



## 大丸東京店では、20代後半～50代の女性が中心。認知が広がり、トライアルセットなどが好評。



大丸東京店では、11月下旬～12月上旬にかけてポップアップ販売を実施しました。

東京駅隣接のため、全国各地の20～50代の女性のお客様にアプローチすることができました。

「IROIKU スキンチューンナップ セラム」の“色づき美容液”という特徴に驚かれる方も多く、フルメイクをせずに肌を休めたい時など利用シーンをご説明したり、クレンジング不要の手軽さを認識いただくことで興味を持っていただくことができました。

トライアルセット（2,200円）やすっぴん格上げセット（7,150円）などセットを中心に販売し、好評をいただきました。

また、期間中に実施したメイクアップアーティストの来店タッチアップイベントはいずれも満員となり、インフルエンサーによる1日店長企画も人気を博しました。



## 【 三省製薬株式会社 会社概要 】

- 社名 三省製薬株式会社 (Sansho Pharmaceutical Co.,Ltd.)
- 創業 1960年3月
- 代表取締役社長 陣内 宏行
- 資本金 8,767万円
- 売上高 24億3,420万円 (2023年3月期現在)
- 事業所 <本社>  
〒816-8550 福岡県大野城市大池2丁目26番7号  
<佐賀工場>  
化粧品原料製造および化粧品製造業者としてCOSMOS認証取得工場、  
ISO9001、ISO22716(化粧品GMP)取得工場  
〒841-0048 佐賀県鳥栖市藤木町5番1
- 事業内容 化粧品原料の開発、製造、販売  
医薬部外品・化粧品の開発、製造、販売(自社ブランド・OEM)
- 社員数 99人(パート社員含む)
- URL <https://www.sansho-pharma.com>  
<https://www.dermed.jp>  
<https://www.iroiku.jp>  
<https://yamekaguya.com>

### 【 本件に関するマスコミの方のお問い合わせ先 】

三省製薬株式会社 東京広報事務局 : (株)パラフ内 小林 央子  
TEL 090-4093-8820 (お電話の場合は携帯優先でお願い申し上げます)  
03-6455-1438  
FAX 03-3437-3303  
Eメール nakako@parafu.co.jp