

日本発素材が切り拓く未来 Beauty Visionary Awards

日本化粧品技術者会（SCCJ）

吉田克典

Beautyの価値観は大きく変化している

Before

- 若く見える
- 美しく見える
- 他人からどう見られるか



Now

- 健康でありたい
- 自分らしく生きたい
- 自分がどう感じるか

Holistic Beautyの時代へ

Beauty

+

Wellness

+

Mental Well-being



Holistic Beauty

- Skin
- Body
- Mind

を統合的に捉える考え方

世界の新しいキーワードLongevity

Longevityとは

単なる寿命延長ではない

- 健康に
 - 活力をもって
 - 自分らしく生きる
- 価値観**

しかしLongevity Beautyの定義はまだない

現在の状況

- 医療業界が注目
- サプリ業界が注目
- 食品業界が注目
- 美容業界も注目

しかし

「Longevity Beautyとは何か」

世界共通の答えはまだない

なぜ日本なのか？

日本は世界有数の長寿国

さらに

- 和食
 - 発酵
 - 温泉
 - 森林浴
 - 予防文化
- など

健康長寿文化を持つ

J-Beautyの競争力の源泉

日本の化粧品の強み

- 高品質
- 高安全性
- 高機能
- 高い研究力

化粧品は文化商品である

世界が日本に求める価値

- 和食
- 日本文化
- 健康
- 自然
- ハイテク

インバウンド人気の本質は
日本らしさ

アジアはスキンケアの中心地

アジアの特徴

- スキンケア市場が大きい
- 美容意識が高い
- 長年の研究蓄積

日本企業は

- 保湿
- バリア機能
- 敏感肌
- 美白 を研究を世界に先駆けて推進

私たちが求める素材例①日本らしい素材

例

- 抹茶
- 柚子
- 桜
- 海藻
- 和漢植物

重要なのは素材そのものより

「なぜ日本なのか」

というストーリー

私たちが求める素材例②Longevityとの接点

例

- 発酵
- マイクロバイオーム
- 睡眠
- ストレス
- Well-being
- Beauty from Within

重要なのは

新しい価値提案

Beauty Visionary Awardsに期待すること

私たちが探しているのは、単なる化粧品原料ではありません

日本らしさ

×

Beauty

×

Science

そこから生まれる

世界がまだ見たことのない価値

最後のメッセージ

日本には世界に誇る文化と技術があります
その強みを活かして、
次世代のBeautyを創る挑戦を期待しています