## 化粧品 OEM

媒体名	週刊粧業	掲載日	2014年9月1日
タイトル	特集 化粧品 OEM		

## ニュートリション・アクト

## 高濃度で安全な内外美容を提案 企画・開発力でメーカーを徹底支援

として健康食品と化粧品 開を基本とし、その1つ クトではその名の通り、 る」(鈴木宏昌企画開発 り、その逆のケースもあ のOEMの依頼を受けた 食品のお客様から化粧品 を体内に入れるという行 品も化粧品も、よい成分 展開してきた。 のOEMを長年にわたり 栄養学に基づいた事業展 ?は同じであり、機能性 ニュートリション・ア 「栄養学的には健康食 ぞれの案件に適したOE 粧品(医薬部外品は り方のアドバイスも行う。 は市場調査を踏まえ、売 に応える体制を整えてい 除く)で、近年はト M工場を選定できること 携工場に依頼する。それ る。企画開発にあたって で、クライアントの要望 イルを配合した製品 レンドを反映してオ 得意分野は基礎化

同社はファブレス企業 の反響が高くなって いるという。 「基礎化粧品はラ

として自社工場をもたな い。主に商品開発・企画

ことが多く、継続的 インナップで受ける 部マネージャー)

をサポートし、製造は提 当社としては、有効成分 に取引が続く案件が中心 も安全性・安定性を確保 を高濃度で配合しながら り最初の印象のよさを、 ている。基剤の工夫によ する処方提案にこだわっ だ。健康食品も手掛ける 有効成分で持続的効果を

木氏

化粧品OEMは受注量

追求していきたい」(鈴

全体の業績は2001年

さらなる拡大を目指す。 が増えており、全社的に

の設立以降、14期連続で

期は好調に推移している。 黒字を達成し、今期も上 個人的には、データなど 情報発信に努めている。 した勉強会を開催し、 一全国で取引先を対象



会を開催

る」(鈴木氏) えていければと思ってい がら、内外美容のよさを 科学的な切り口も交えな 般の方にもより広く伝