

山野美容芸術短期大学 産学連携プロジェクト ～エステティック専攻学生によるオーガニックコスメのプロデュース～

Yamano College of Aesthetics Industry-University Cooperation Project ～Production of organic cosmetics by students in the Esthetics major program～

太田美咲¹⁾, 緒方梨乃¹⁾, 尾崎里桜¹⁾, 桂島優果¹⁾, 近藤亜美¹⁾, 椎名エミリ¹⁾, 関利依子¹⁾
祖父江朋果¹⁾, 高松ひとみ¹⁾, 単建華¹⁾, 馬場咲良¹⁾, 古屋菜々子¹⁾, 堀内瑠¹⁾, 和智春奈¹⁾
指導教員 吉田真希^{1,2)}, 研究協力者 鈴木ひろ子²⁾, 橋友理香²⁾, 富田知子²⁾, 木村康一²⁾, 榎戸淳一³⁾

- 1) 山野美容芸術短期大学 美容総合学科エステティック専攻オーガニックコスメプロジェクト
- 2) 山野美容芸術短期大学 美容総合学科
- 3) 株式会社 ES-ROOTS

エステティック専攻に所属する短期大学生が、企業と連携しオーガニックコスメのプロデュースを行った。実際にオーガニックコスメ開発と販売を行っている企業人による講義を受け、農場や工場を訪問し、開発のための段取りを学んだ。またその一環として主に美容学生を対象にしたオーガニックコスメ開発のためのアンケートを実施した。アンケートの回答をもとに成分や価格を決定し、販売先を開拓し店頭販売までを行う。また、これらの開発過程は学生が SNS で随時、発信する。在学中のこうした取り組みは社会人になる前の実践教育として非常に有意義である。

キーワード：産学連携，実践教育，オーガニック，オーガニックコスメ，化粧品

1. はじめに

最近、オーガニックコスメに対する関心が高まっている。企業と連携し、学生自らがオーガニックコスメ開発に関わることにより、将来、社会で活躍するための能力を養成することを目的とした。

2. 商品開発のための教育

2-1. オーガニックコスメとは何か

2018年5月から毎月約2回、オーガニックコスメを開発販売している株式会社 ES-ROOTS の榎戸淳一氏と指導教官からオーガニックコスメ開発のために必要な基礎知識を学び、オリジナル商品を開発した(表1)。一般的にオーガニックコスメは、植物から抽出したものを成分とするだけでなく添加物を使用しないものとされるが、日本では法的に定めた基準がない。そのため様々な品質のものが市場に出ているのが現状である。そうした基礎知識を基に成分などを検討し、商品を決めた。今後は、開拓した販売先での販売を予定している。

表 1. 講義内容

第1回	オーガニックコスメとは
第2回	ハーブの種類や効能 使用する SNS について
第3回	オーガニック農園と工場見学
第4回	化粧品のプロダクトについて 質問紙内容作成
第5回	質問紙の結果をもとに商品決定
第6回	他社の同商品との比較
第7回	成分、商品コンセプト決定
第8回	試作品完成・再検討 ブランド名・商品名の決定 ボトルデザイン情報収集
第9回	ボトルデザイン決定 販売先検討 販売時のディスプレイ検討
第10回	販売の仕方と販売先の決定
第11回	店頭販売 (予定)

2-2. マーケティングの実際を体験する

商品開発のために必須であるマーケティングを行った。

調査は、山野美容芸術短期大学、山野美容専門学校に通う学生と講師、職員を対象としたアンケート方式で行われ、568名から回答を得た。そのうち86.6%が学生であった。

調査の結果、66.5%がオーガニックコスメを使用した経験があり、肌に優しい、安心・安全であるというイメージを持っていることが分かった。また、日常的に使用している化粧品をすべて挙げる項目では半数以上が化粧水を日常的に使用しており、今後、自分で使用したいオーガニックコスメも化粧水であった(図1)。知人や友人へプレゼントする場合の価格帯は2,001円から3,000円であったことから(図2)商品は化粧水に決定し、価格は税込みで3,000円に設定した。

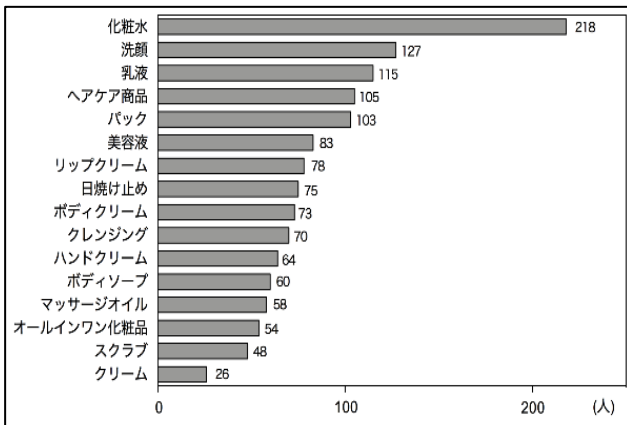


図1. 今後使用したいオーガニックコスメ上位3つ

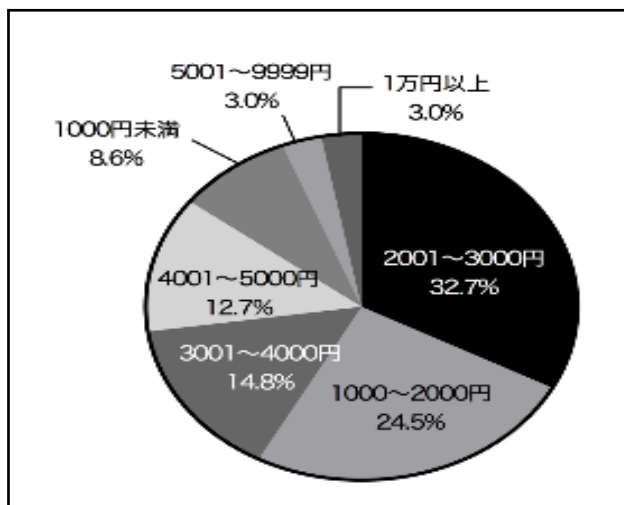


図2. 友人、知人へプレゼントするとしていくらか

2-3. ソーシャルネットワークサービス(SNS)の活用

商品開発までの過程を可視化し、販売前にファンを獲得するためにSNSを活用して情報を発信した。利用したSNSはInstagram、アメーバブログであった。入学時教育の一環でネットリテラシーについては本学の在学学生はすでに学んでいるが、さらに講義の中で掲載時ルールを話し合い、共通のルールを作成しSNS担当者を決めた。

SNS担当者は、講義後2日以内に写真や文章、構成を決め、指導教員に確認の上、SNSで発信した。

またオーガニックコスメプロジェクトのグループLINEを立ち上げ、全員でノートやアルバム機能を活用して情報を共有した。

3. まとめ

学生が社会人になる前に、企業の実際に触れ、共に考える機会を得ることができたことは非常に有意義であった。企業側としても、学生たちに指導することで学生のオーガニックコスメの知識が深まり、自社ブランドの認知度も上がるためメリットも得られると考えられる。

学生たちがオーガニックコスメのプロデュースを通して自ら積極的に取り組んだ経験は、今後社会に出たときに必ず役立つだろう。