

15. パルセイコ株式会社／美容薬理株式会社（1/2）



■基本情報

企業名	パルセイコ株式会社/美容薬理株式会社
本社所在地	福岡県遠賀郡芦屋町
設立年	2005年/2001年

■取り組みの背景・認識した地域課題

地元の赤紫蘇や塩という資源を十分に活用しきれないまま、生産者の高齢化や耕作放棄地が増加

地域課題	地域資源
------	------

石油化学製品が人間・自然環境に与える影響

- ・創業者である金井氏は、アレルギー体質やアトピー性皮膚炎といった人体への影響に問題意識を持っていた。
- ・石鹸は家庭用排水として流されても分解されたり微生物のエサとなるのに対し、石油系合成界面活性剤は分解に時間がかかり、環境に与える影響についても問題意識を持っていた。

地元生産者の高齢化・耕作放棄地の増加

- ・芦屋町の主産業は、農業や漁業といった第一次産業。豊かな自然資源を有するものの、生産者の高齢化・耕作放棄地の増加は進んでいた。



地元産の赤紫蘇

- ・地元芦屋町では、数十年以上前から赤紫蘇の生産に取り組んでいる大規模生産者がいた。新鮮で農薬を使用しない赤紫蘇が直ぐ手に入る利点があった。
- ・赤紫蘇自体の効能が高いことに加え、色、香りについても和製ハーブとして需要が見込めると考えられた。

美しい海岸線と豊かな水産資源

- ・海に面した福岡県芦屋町は水産資源が豊富で、昔から漁業の盛んな地域であった。
- ・商品化の際にストーリー性を持たせることができるほどの、美しい海外線が広がっている。



■商品・サービス内容

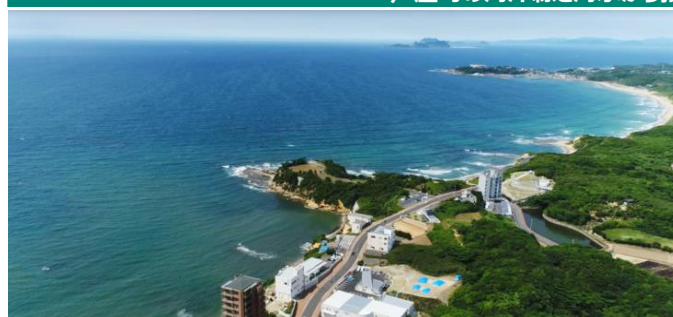
地域の自然資源を最大限活用し、高付加価値化粧品を開発して都市部に販売、資金循環や雇用創出を実現すると共に、人にも環境にも優しいライフスタイルを消費者に提供する

- ・パルセイコ株式会社は、独自の製法で無添加化粧品の製造・販売を行う福岡県の企業である。
- ・芦屋町の生産者・役場・商工会などと農商工連携し、地元で栽培された赤紫蘇の精油を使用した自然由来100%の化粧品「SHIZOOJU（シズージュ）」を商品化した。赤紫蘇は、無農薬で生産されており、成分抽出後の残渣は農地へ肥料として還元される。また、地元の漁業者と連携し、“粗塩”を活用したシーソルトなどの商品開発にも取り組んでいる。芦屋町の海水を煮詰めたうえで低温乾燥し塩を抽出する。燃料には海岸に流れ着く流木を使用、環境美化にも貢献している。
- ・地元芦屋産の農産物を活かした商品作りで、地産地消・地方創生に貢献している。さらに、化粧品の製造販売だけでなく、美容食を提案するカフェや商品作りにも取り組み、食・ライフスタイルの提案による地域経済の活性化を目指している。
- ・本事業は、順調に拡大している。農家さんからの仕入れも年々増加しており、初年度は30kg程度の仕入れ数量が4年目で1トン近くに仕入数量が増加した。化粧品の開発も4年目で4ブランドに増え新規取引先も確実に増加。インターネットや既存の商社に取扱いを依頼、展示会にも積極的に出展し、新規顧客を獲得している。

芦屋町産の赤紫蘇とスキンケアブランド「SHIZOOJU（シズージュ）」



芦屋町の海岸線と海水から抽出されるシーソルト



15. パルセイユ株式会社／美容薬理株式会社 (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- 創業者である金井氏は大学卒業後、石油系合成洗剤メーカーに就職した。金井氏はアトピー性皮膚炎の症状を持っていたが、後に無添加石けんメーカーに転職した際、石油系の化学製品が肌に合わなかったことを自身で体感した。これをきっかけに、石油系合成洗剤が人や環境に与える影響や、対処方法について独学で研究を開始した。
- 研究を深めるにつれ、自分で納得できる商品作りへの想いが強まり、当社の設立に至った。

ポイント 独学での研究による独自製法の確立

⇒植物由来の成分抽出について、パッケージ化されたノウハウを教わるのではなく、ゼロから独学で研究を進めたことで、後に基礎技術を応用する際に必要な知見を蓄積することができた。

② 事業化

- 設立当初、自社ブランドを複数立ち上げた。製作した商品を、前職時代に付き合いのあった知人に送ったところ、この知人はブランド名がとある音楽楽曲と同じことを指摘、楽曲のミュージシャンとともにプロモーションを手伝った。こうして東京で注目を浴びるようになった。
- 注目を浴びた結果、引き合いは増えたが、連携相手に関するトラブルも発生した。浅い考えで良いところ取りをしようとする人が近づいてくる。そこで、資格制度などを活用して連携相手の「本気度」を精査して付き合うようになった。

ポイント 資格取得および資格制度の確立

⇒自社で「ナチュラルコスメマスター」という資格制度を確立、パートナー企業に資格の取得を促している。オーガニックコスメの啓蒙・普及に繋がるだけでなく、連携相手の本気度判断にも役立っている。

③ 地域循環共生圏の醸成

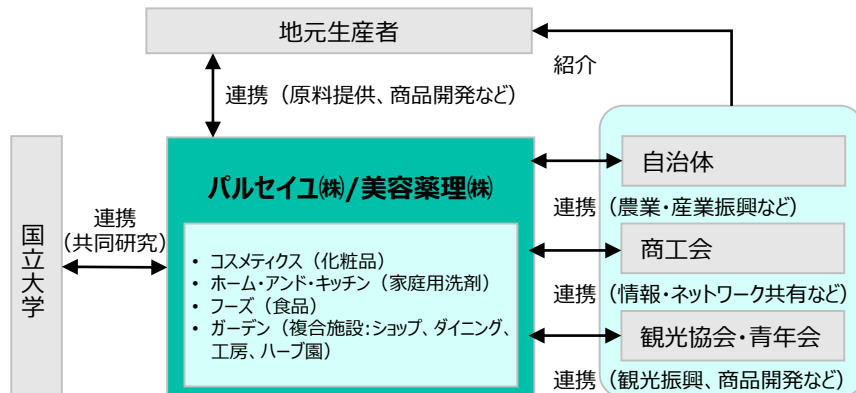
- 農商工連携を目指し、役場を通して、赤紫蘇を栽培する地元生産者の安高氏を紹介された。その後、塩を活かした商品開発の際にも、商工会を通じて地元漁師である吉田氏を紹介された。両者ともに地元産業の中心人物であったため、最初に繋がることで、その後に地元生産者との連携をスムーズに進めることができた。
- 農産物を化粧品の原料とするメリットとして、保存がきくため生産者の収入安定にも繋がる点がある。まずは自社で実践し、その取り組みを地域に広げることで地域の収益安定に貢献する。現在は、自社有機JAS認証農園保有し運営している。

ポイント 保存が効く商品に転換することで農業安定に貢献

⇒地元農産物を化粧品にしたり、農園で栽培・収穫体験をサービス化したり、食と組み合わせるなどして、生産者の利益となるポイントを増加・安定化する仕組みを構築、農業との連携を加速する。

B. 運営体制／役割分担

- 下記の団体等に加えて、関東の展示会をきっかけに繋がった大企業と組み、自社製品を全国的に広めている。
- また、植物由来の成分抽出について大学と連携し、研究を深めている。



C. 目指す将来像

【食やライフスタイルを提案する総合BIOカンパニー】

- 多様化するニーズへ柔軟に対応し、化粧品だけでなく食の分野へも自然本来の力を活かしていく。

【芦屋ハーブバレー構想】

- 芦屋町は第一次産業が中心だが、産地としての意識は低い。ハーブの生産とそれを活かしたカフェや店舗など、地産地消および産業振興に繋げるため、まずは自社から拠点づくりを進めている。2019年11月に農業法人を取得し本格的な農業にも関わることになる。

【研究の推進】

- 国立大学と連携。赤紫蘇からの成分抽出技術を研究することで、他の植物での応用に繋がるため、更なる研究を進めている。

