

株式会社ローザ特殊化粧品

化粧品づくりも知財もこの街や
明日のすべてにつながっていく

東京・多摩地域の自然素材から、地産地消で原料を抽出し化粧品に配合する「エシカル&保湿エコ化粧品」の製造を行っている。また、さまざまな企業や大学などと連携する「ローザ式ローカルコミュニティ」を形成しながら地域とともに成長。檜原村のヒノキを使ったコスメシリーズを生み出すなど、常に新しいアイデアを形にし、明日への挑戦を続けている。

主な権利

2014年：意匠登録 第1492251号
2014年：商標登録 第5682391号
2014年：商標登録 第5693608号
2014年：商標登録 第5710329号
2016年：商標登録 第5848094号

会社概要

所在地：東京都昭島市昭町 3-10-14
電話：042-546-0600
URL：https://www.eco-cosmejp.com
業種：化粧品及び医薬部外品に係る新製品の製造・販売
設立：1958年(昭和33年) 資本金：2,400万円



代表取締役：角屋 正雄さん(左)
専務取締役：角屋 由華さん(右)

化粧品の原点である「水」と
自然素材に恵まれた多摩地域

「その昔、母が庭先にヘチマを植えていて、コロンを作っていたんです。こういうものからできるんだ!と思ったのが、天然資源からの化粧品づくりのきっかけだったと思います。いろいろな本を読んで勉強もしました。他にもフルーツや、木や草からでもできる。これは面白い、ぜひ商売にしたいと思いましたね」そう語るのは角屋正雄社長。戦後の混乱期に各地を転々とし、人との縁、巡り合いを大切にしながらこの地にたどり着いた。

株式会社ローザ特殊化粧品がその営みを育んでいるのは、多摩地域。同エリアの檜原村や青梅市、羽村市、昭島市、立川市、日野市などで生産される野菜、果物、ハーブ、そして樹木の間伐材などからエキスを抽出し、化粧品づくりを行っている。

化粧品の原点は「水」だ。多摩・昭島の深層地下水はミネラルが豊富で、肌に潤いをもたらす。さらに、自然素材から抽

出した化粧品は、人の肌に優しい。だからこそ多くの人々に支持されている。

知財センターを利用している
友達からも薦められた

そんな同社が最初に知財センターの多摩支援室を訪れたのは、海外案件における相談だった。角屋由華専務は「友達の会社が知財センターを利用していたんです。同じ製造業でも私たちがとは業種が違うのですが、知財に関してはストイックな会社でした。私は何の知識もないので訪問をためらっていましたが、その友達から『知財センターはちゃんとレベルに合わせて教えてくれるから大丈夫』と言われて背中を押され、ドアをノックするのも失礼なんじゃないかとドキドキしながら訪ねましたね」と当時を振り返る。

それから知財センターとの関係が構築され、まずは基本的なところからスタート。2014年に社名が商標登録される。さらに2015年からはニッチトップ育成支援事業を利用。社歴60年に及ぶ会社におい

て、知財という新たな扉が開かれることになった。

「つくる喜び」をサポートし
「美の広がり」へと展開する

意匠登録を行ったのは「二二三(ふじさん)石鹸」。22種類の原料を3層に分けた石鹸で、縁起の良い富士山のシルエットがきれいに浮かび上がっている。

公社の事業化チャレンジ道場から生まれた「男眼(DANGAN)」というロールオンタイプの美容液も面白い。男性に向けて開発されたコスメで、眼の周りに付けるとメントールによってスッキリ爽やかに眼元が冴える。

また、同社の化粧品には、自然由来であることのほかに特徴的なことがもう一つある。それは既製品の製造・販売だけではなく、法人客の個別ニーズに合わせて注文生産・OEM生産を行っていることだ。この内容はさらに進化し「Cosmeting®(コスメティング)」と呼ばれる、自分好みにカスタマイズする化粧品づくりの提



檜原村の檜チップを抽出したヒノキ水を配合するなど、檜原村が村民参加型で原材料の調達から販売まで実践する「檜原コスメシリーズ」。



羽村市の観光資源であるチュリップの花びらからエキスを抽出して製造した「二二三(ふじさん)石鹸」。

案へと発展している。「一人ひとり、想いのこもったモノを作っていただきたい。そんな気持ちから、世界でいちばん小さなOEMをスタートさせました」と由華専務は語る。こうした一連の画期的な取り組みにより、たくさんの人々の「つくる喜び」をサポートしながら、より楽しく創造性の高い「美の広がり」に貢献しようとしている。

話題の本を教材にしながら
無理なく知財に触れ親しむ

知財センターのアドバイザーによるサポートは分かりやすく、楽しかったという。「『下町ロケット』の本を教材にして、知財の勉強を飽きないようにしながら教えてもらったことも、その一つ。『このところは、どう思いましたか?』などの問いかけもあり、自分のこととして、よく考えることができました」と、由華専務。基本から知財の知識のレベルアップを図った。契約の機密情報についても、「試作の段階からケアするべきだと教わ



働く男性を応援する目元美容液「男眼(DANGAN)」。同社が抽出したミントエキスを配合している。



OEMでは、オリジナル化粧品の小ロット生産から量産までに対応している。

りました」と、各種契約書のひな形の作成や整理などを行い、契約への意識向上と強化が行われた。

また、知財に関する社員教育にも力を入れており、知財担当者が知財検定の3級と2級を取得するなど、継続して人材の育成を図っている。

商標一つを取ってもそこに
付加価値があるから面白い

改めて知財に対する考え方について聞いてみると、「この土地、この街を大切にしたい」という想いが強く伝わってきた。「例えば商標一つを取っても、そこには付加価値というものが付いてくる。それが、街おこしにつながるケースもあると思います。また、地元の特産を使った化

粧品がギフトになれば、それがブランドにもなる。地元の企業である私たちのことをよく知ってもらえるようになれば、地元を愛する人たちも雇用できる。学生さんやインターン生と一緒に取り組めば、人を育てながら私たちが育つ。もちろん知財も、常に何か、誰かにつながっていると思います。そうしたことを『ローザ式ローカルイノベーション』としてこれからも広げたいですね。化粧品づくりが、すべてにつながっていくと思うんです」と、由華専務は微笑みながら力強く語った。

正雄社長は、こう続ける。「東京でいちばん認知度の高い化粧品ブランドになれるといいですね。『東京土産と言えばローザ』と言われる会社になるのが私の夢です」と瞳を輝かせた。

知財
センター
から

自社で出願や維持管理を行えるように人材を育成

知財センターのサポート以降は、特に商標を中心に出願するようになりました。知財担当者を育成しながら、自社で出願手続きや中間処理、維持管理を行うことにより、コストも削減できるようになったと思います。また、外部との契約においても、しっかりと契約書の中味をチェックできるように支援しました。 担当：多摩支援室 荻原アドバイザー