日本商業新聞　平成16年(2004年)7月26日　月曜日

5千年ぶりに蘇る

アーユルヴェーダ ⑦

時代にマッチする「アーユルヴェーダ」

バイオリンク　辻大作社長

当社は、今年の秋ごろを目処に「アーユルヴェーダ化粧品」を発売することになっています。

「アーユルヴェーダ」の基本になっているものは、「毒素排泄」であり、スキンケアの中に「毒素排泄」の考え方をテーマにしたものです。

つまり従来の化粧品のコンセプトは「うるおす」そして「おぎなう」でした。当社が開発した化粧品は、毒素を「排泄」させる化粧品ということです。

例えば、シミができるとか、肥るとか、たるむとか、セルライトとかがあったとした場合、ボディメイクやフェイシャルリフティングする場合に必要な化粧品が不可欠になってきます。

最終的には、お客様が使ってみて評価してもらえればいいのではないでしょうか。

これまで「アーユルヴェーダ」に着目した人はたくさんいました。それがなかなか実現できなかったということは、かなり難しかったのでしょう。

まず原料自体の調達が難しかったことです。実際、すべての人に合致する原料が入手できなかったこともあります。「インドエステ」の場合の、胡麻油にしてもトラブルが起こりました。

それと「アーユルヴェーダ」の考え方自体が十分に浸透していませんでした。だから「インドのもの」という懸念がかなりありました。

「アーユルヴェーダ」でも、誰にでも結果が得られる成分はあることはあります。しかし、それを探しきれていなかったのです。

それを当社は解決できたのです。それは簡単なものではなく、エキス抽出の技術やもろもろのものがあり、原料をそのまま使ったとしても無理なんです。

私は今後「アーユルヴェーダ化粧品」が主流になるとは考えていません。ただ特殊な考え方のもとで販売を行う、いわゆるクローズドマーケットでは楽しみが出てくるのではないでしょうか。

こういう化粧品は、大手メーカーの販売戦略を駆使して何十億、何百億というビジネスではありません。

今日の消費者は、動物性由来の原料使用の化粧品よりも、植物性由来の原料を使った化粧品の方が求められている時代でもあり、「アーユルヴェーダ化粧品」は時代にもマッチしているのではないでしょうか。

それと同時に私は『従来の「アーユルヴェーダ」イコール「インドエステ」から一日も早く脱却したい』と考えているのです。真の意味の「アーユルヴェーダ」を理解していただきたいということに尽きますね。

当社は、二十年前から「アーユルヴェーダ」に基づいたサプリメント開発を行っており、現在でも他の追随を許していないと自負しており、さらに積極的な開発を進めて「アーユルヴェーダ」の啓蒙に努力して行きたいと考えております。

（完）