

小林製薬

小林製薬はこのほど、2023年秋の新製品を発表した。今秋の新製品は、「医薬品」「口腔衛生品(オーラルケア)」「衛生雑貨品(スキンケア)」の3品目。

売上目標の合計は36億円に設定されている。今回同社が注力製品として位置付けているのは、「ケアナボンひたし洗い液(化粧品)」「Sawaday@Sleep」「コエキュア(第2類医薬品)」の3品目。

「家庭雑貨品(住居用洗剤)」「桐灰カイロ・温熱」——などのカテゴリーから計17品目を発売。これらの初年度

「ケアナボンひたし洗い液」と同様に、洗剤を専用カップに入れて、鼻に押し当て「ひたし洗い」という肌を負担をかけない

新発想の毛穴ケアの方法を提案する製品。300円以上1200円(税抜)。9月28日発売。



コエキュア(第2類医薬品)は、声が出にくい「声がれ」を声帯

息のしやすい新感覚不織布マスク

サンロード「LIKE AIR」新発売

衛生帽子や異物除去フィルターなど衛生対策用品の企画・開発・製造を手掛けるサンロード(奈良県橿原市・高見敏明社長)は、アフターコロナの時代に



向けた息のしやすい新感覚の不織布マスク「LIKE AIR」を今春に自社ECで発売し、好評を博している。(写真)

同品は「捕集性能の高さ」と「呼吸がラク」という相反しやすい機能の両立を実現した高性能マスク。東レ・フ

さらに口元保護層を加えた3層構造で外気からの微粒子の侵入を最小限に抑えながら、通期性能は一般的な不織布マスクに比べて圧倒的に高いのが特長となっている。

また、マスクの形状には独自の立体構造を採用。フェイスラインから鼻筋・あご下にフィットして呼吸洩れを抑えながらも口元空間は広く確保しており、唇が触れにくく、衛生的で口紅も付きにくい。

今年5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行して以来、生活者の外出意欲が高まるととも

に、訪日外国人観光客も劇的に増えており、フィジカルディスタンスが取りにくい状況が増えている。また、連日酷暑が続き、マスクの着用を苦に感じるシーンも多くなってきた。

同社では、こうした背景のもと、マスクユーザーのニーズを精密に調査し、アフターコロナ、脱コロナ時代における「快適なマスク生活とは何か」を検討した結果、通気性能と捕集性能を両立した「ライクエア」を開発・発売するに至った。白色・フリーサイズ7枚入993円。