

中途半端ながらももつべき信念



度会悦子

花王(株)スキンケア研究所
[250-0002] 小田原市寿町5-3-28
研究員
専門は高分子化学。
watarai.etsuko@kao.co.jp

この執筆の依頼を私のような中途半端な人間が受けてしまっているのか、いまだにわかりませんが、少しでも企業でのありのままの研究が伝わるのができればと思っています。とくに転職することもなく、わずかばかりの異動はあるものの、入社以来、商品開発者として働き、かれこれ13年ほど経ちました。この歳になって、やっと、少しばかり、企業での研究員および社会人としての酸いも甘いもわかってきました。が、想像(入社以前は、商品開発、とくに化粧品開発が華やかに見えている部分があったのです)以上に企業での研究や商品開発は、楽しいことばかりではなかったかなと振り返ります。

入社当時からずっと、広く言えば、化粧品(メイクアップやスキンケア製品)の商品開発研究に携わっています。商品開発は、新製品の開発と既存製品の改良の2種に大きく分けられます。ほとんど多くの仕事は既存製品の改良になりますが、私の場合、改めて振り返ると、新ブランドの立ち上げにかかわる新製品の開発しかやったことがありません。おそらく、私の性格上、既存製品の改良よりも、0から作り上げるほうが向いていると思われたのでしょう。年次が経つほど、製品を出すことの重要性を感じ、責任も加わり、そのプレッシャーに押しつぶされそうになり、新技術の開発や特許出願・学会発表など、雁字搦めのスケジュールに振り回されています。商品開発においては、研究技術はもちろん重要ですが、それだけでは決してうまくいかず、ブランド立ち上げの初期段階から、提供価値まで含めたブランド構想がないといけません。製品開発において、技術は、構想を実現するための手段に過ぎないわけです。この歳になってようやく、企業の製品開発における構想の重要性に気づきました。構想がない製品はストーリーだけで、決してお客様に良さも伝わらない、通り一遍のものになります。悪く言えば、市場のさまざまな製品の中で、大した特徴もなく、埋もれてしまうわけです。その構想を作り上げるために、私のような研

究開発者だけでなく、事業部の方々も一丸となっています。それゆえに製品が出て少しでもお客様の喜ぶ声が聞けた際には、達成感と開発者冥利に尽きます。他社にはない構想を作り上げるために、お客様の日常で困っているちょっとした潜在的なニーズに気づくことが非常に重要で、いわゆる‘感性’が非常に重要になります。それは大学での研究とも変わらないことかなと思います。執筆をさせていただきながら、大学の恩師の「葉っぱがなぜ水をはじくのか」という日常の周りの現象に疑問をもつ、気づくことができる感性が大事だ」という言葉を思い出しました。

私の感性はまだ未熟ですが、主人の仕事の関係で、シンガポールで1年ほど生活をした際に、少しばかり感性を磨けたかなと思っています。中華、インド、マレー系などが共存した多民族国家ゆえ、異文化に触れあうことができる非常に良い機会でした。化粧品という狭い世界にしかいなかった自分が少し開けたような気もしました。主人はその後、ミャンマーなどにも滞在していたのですが、私だけ子供と帰国し復職しました。そのため一時的にですがワンオペ育児をしていたのですが、女性として、子育てと仕事を両立することは並大抵のことではないなとつくづく思っています。どちらも中途半端になってしまいます。正直、何度も仕事を辞めることを考えました。ただ、そのたびに、仕事をとったら何が残るのだろう、苦難を超えた後の達成感を思い出して躊躇しています。

コロナで未曾有の時代である今こそ、道半ばではありますが、製品開発者として、世界中の人々のQOLの向上へ繋げられるような製品を作り、社会貢献できればと思います。そのためにも、身の回りのちょっとした現象に気づけるように、感性を伸ばしていきたいなと思います。

私なりに中途半端でありつつも、自分の信念を少しは見いだせた気がします。