シリーズ

新進気鋭

新興企業の挑戦
イントロン・スペース

装着するだけで漏れず汚れず 革新的な尿ケアアイテム誕生

イントロン・スペース社が開発した男性用尿ケア製品「タイムシフト（TIMESHIFT）」は、簡単に装着できる上に柔らかく、安心して使える〝外付けの人工膀胱〟として2024年に発売。介護・医療業界からはもちろん、一般市場でも独自の存在感を放ち始めている。

革新的な尿ケアアイテムの誕生

「タイムシフト」は、その名の通り「（排尿）時間をずらす」という発想で、尿トラブルを抱える人の悩みを解決し、暮らしを豊かにする目的でつくられた、これまでにない新しい尿ケアアイテム。

男性器に直接装着するのだが、超軟伸性素材（熱可塑性エラストマー）で肌に優しく、硬度計で測定できないほど柔らかい。適切な装着と専用アンダーウエアがあれば漏れたり逆流したりせず、途中で外れることもない。また、おむつのように尿が肌に触れることもない。外出時でも問題なく2回分の尿が溜められ、溜まった尿は装着したまま普通に用を足すようにして小便器で捨てられる。専用のアンダーウエアと合わせて使用する仕組みで、これまで紙おむつや尿取りパッドが主な解決方法だった尿ケア市場の〝革命児〟として、新たな価値を提供している。

男性器に直接装着して使うため尿が肌に触れない。医療介護やゴルフ、長距離運転など日常での使用シーンも訴求する

開発の経緯について

開発の背景には、イントロン・スペースの今井茂雄社長の実体験に基づく苦い思いがある。今井社長は、大手トイレメーカーに開発者として長年勤務し世界中で衛生改善プロジェクトを推進、最先端のトイレシステムを開発し続けてきた経歴の持ち主。ある時、父親が老人ホームからターミナルケアに移り、おむつ姿の父親を見た。

「その施設は万事行き届いた施設で、トイレも新品の最新型でした。しかし、父はおむつを履かされトイレを使うことはありませんでした。人生の最後がおむつであることや、若い介護士の方々がおむつ交換に苦労していることを初めて知り、無力感を味わった」（今井社長）という。

おむつ以外の選択肢

この体験が基となり、後期高齢者が人口の4分の1を占める社会が到来する〝2025年問題〟が目前に迫る2019年に、定年間近の58歳で会社を退社し起業した。「近い将来、尿漏れが特別なことではない時代になり、そういう人がバリバリに仕事をする時代が来るはず。こうした社会を迎えるとすれば、それはおむつでもパッドでもない全く新しい尿ケアデバイスを開発し、シニア世代の現役時代を延ばす手助けをしたいと思い起業した。2025年問題に間に合わせるためには、定年を待っていられなかった」と当時を振り返る。

製品として高い評価

それから研究開発と大学病院での実証実験を重ね、ようやく2024年に商品化に漕ぎつけた。そして2025年1月に東京・台東区、荒川区、葛飾区の3区が主催する「暮らしを豊かに、より便利にする新しい生活雑貨・日用品」をテーマにしたBtoC向けの優れた新製品を対象としたコンテスト「東京TASKものづくりアワード2024」で優秀賞を受賞し「令和6年度モノづくりブランドharu!kawa」にも認定された他、同年3月には「荒川区新製品・新技術大賞」で優秀賞を受賞するなど高い評価を得た。現在、オンラインショップのほか、ドラッグストアや調剤薬局などリアル店舗での販路開拓にも力を入れている。

「タイムシフト」で尿トラブル解消に挑む今井茂雄社長

人間の尊厳と介助者の負担軽減、環境問題にも貢献できる

昨年8月にメディアに取り上げられたことがきっかけとなり、多くの消費者から問い合わせがあったという。

「皆さん、尿漏れや夜間頻尿で心底悩まれています。だからこそ『タイムシフト』をもっと多くの人に知ってもらい、そして届けたい。使用者にとっては、人としての尊厳を守り行動の自由と自信を保つアイテムであり、介護者にとっては、おむつ交換や清拭の負担を軽減するアイテムでもある。また社会的には、紙おむつのごみ問題とごみ焼却によるCO²の削減に寄与することができる」（今井社長）とその価値を力説する。

専用のアンダーウエアを着用。尿は立ったまま用を足すように小便器で捨てられるので活動の幅が広がる

今後の展望を問うと

「今、女性用を開発中です。近い将来、世界中の人の様々なシーンでの尿トラブルを解消したい」と返ってきた。今井社長の尽きない情熱の先に「タイムシフト」がつくる未来はすぐそこまで来ている。

常盤薬品工業

看板商品10年振りに刷新

「エクセル」など新作を披露

常盤薬品工業は今春、「エクセル」「なめらか本舗」などをそろえる「SANA（サナ）」ブランドから新商品を発売するのに先立ち、12月10日、東京都港区のBENEFIT で「常盤薬品工業　2026SS　新製品タッチアップ会」を行った。当日は、新商品のプレゼンテーションと合わせて「エクセルトークセッション」も実施した。

「エクセル」は、ブランドを代表する看板アイテム「スキニーリッチシャドウ」を発売以来10年ぶりに「同N」（SK01～同07、1650円）としてリニューアル発売する。「スキニーリッチシャドウ」は、肌なじみの良いベージュやブラウンのみを配色したアイシャドウパレットで、誰でも簡単にグラデーションをつくれる。発売以来、各種ベストコスメを受賞し、2025年9月末時点での累計販売個数は1000万個を突破し、好評を博している。新商品は全7色。これまでの人気カラー4色は踏襲しつつ、新たに3色を追加。似合う人を選ばない絶妙なニュートラルカラーや、華やかなオレンジ系、上品なグレージュ系カラーが加わった。

また、美容液グロス「パンプフルドロップ」（FD01～同04、1760円）なども発売する。

今春発売する商品群

「なめらか本舗」からは、肌荒れ防止と毛穴ケアができる夜集中パック「薬用純白おやすみチャージパック」（60g1320円）と大人の毛穴対策に着目したうるおうクレンジングクリーム「薬用WRクレンジングクリーム　ホワイト」（130g1320円）を発売。また「サナ　ニューボーン」からは、自眉のようにリアルに仕上がる「シューティングリキッドアイブロウ」の新色「04（グレージュブラウン）」（1100円）を、「毛穴パテ職人」からは毛穴隠し特化型の部分用下地「毛穴隠しスティック」（1210円）をそれぞれ発売する。この他「グラスーン」は毛穴の奥まで洗浄するスクラブ酵素洗顔「グルタブライトVCハイドロポアクリーン」（130g2200円）、「リンクルターン　アドバンスト」は目元口元を集中ケアする「薬用シューティングエフェクター」（20g2200円）を、「エステニー」からは泡立つ塩スクラブ「ソルティスクラブ　エンリッチモイスト」（350g1320円）を発売する。

トークセッションでは、商品企画部統括責任役員の田島奏取締役と商品企画部「エクセル」担当の中村友梨佳氏、同担当の河本桃子氏の3人が登壇。初代「スキニーリッチシャドウ」の開発に携わった田島取締役はアイテム誕生のエピソードを披露。また、リニューアル商品の企画を担当した中村氏と河本氏は開発背景や商品概要を説明した。旧品の良さは引き継ぎつつ、約1200回の施策を行ったことや、色展開、ツヤ感、密着力をアップデートしたことなどをアピールした。

会場内では各ブランドのタッチアップコーナーの他、「眠眠打破」などのヘルスケアカテゴリー商品の試飲・試食コーナーも用意した。

店舗の制服をリニューアル

ディーエイチシー

ディーエイチシーは1月1日、全国の直営店で着用する店舗での制服を6年ぶりに全面リニューアルした。

制服は「軽やかなフェミニンレイヤードブラウス」や「年中快適なショート丈カーディガン」「温かみのあるウールライクなラウンドネックジャケット」「上品な広がりのキレイめフレアスカート」「ストレスフリーなデーパードパンツ」「機能性の2WAYポーチ」の6種で構成し、8パターンのコーディネートが可能。限られたアイテムでもオールシーズンで着用しやすく、素材や機能性においてもこだわっている。

6年ぶりに全面刷新

デザインではパーパスとして掲げる「しあわせを、ふつうに。」を表現し、ベーシックでありながらも魅力を感じるポイントを詰め込んだ。

開発に当たり、全国のビューティ&ヘルスアドバイザー（美容部員）を対象にアンケート調査を行い「気温に合わせて脱ぎ着しやすいアイテムがほしい」や「パンツスタイル希望」「スニーカーを履きたい」など、現場からの様々な声を踏まえ、店頭で働くスタッフがより一層自分らしく、かつ利用者に寄り添える装いを目指したという。

また性別や年代を問わず、誰もが入りやすい雰囲気づくりを心掛けた。

引き続き、スタッフ一人ひとりが自信と誇りを持って働ける環境づくりに取り組んでいく。