

# 化学工業日報

## 2020年2月18日

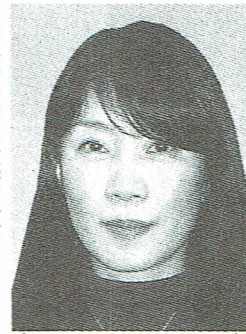
ユニークな化粧品原料でブランドの知名度が拡大  
 「どのお客様にもニーズに沿ったオリジナル製品をお届けしている。コピー製品はひとつもない」と、語るDOC Japan(東京都墨田区)の大川彰子社長。創業して9年目に入りますが、化粧品業界に名が広がり始めている。

パーリン

DOC Japanは、パーソナルケアおよび、ホームケア用途の原料を開発するメーカーで、その社名の由来はDがdelivering、Oがoptimizing、Cがcare、hemist

ryの略。大川社長が外資系企業での勤務経験から企業理念を社名へと結びつけたもので、製品すべてに社名の「DOC」名が入っている。製品数も拡大し、DOCブランドが徐々に認知され、日本のほか、米国、中国でも特許取得を果たしている」と、その力を存分に発揮する。

製品カタログをみるとDの製品なら天然素材を主と



DOC Japan社長  
大川 彰子 氏

### 成長めざし研究開発を強化

した製品群が多い。このほか、同社は墨田区から優れた技術や就労環境の整備などにおいて先進的な取り組みを行うものづくり企業に選定され、「すみだリーディングファクトリー」として表彰された。SDGsの取り組みが評価された」と、製品開発に注ぐ姿勢が信頼構築へとつながる。

また、「当社が成長するには、研究開発や分析能力の充実が不可欠」と、新たにR&D部門を発足させ、世界市場に対応するマトリックス組織の築き上げを目指す。