

オージオ、国内売上8年連続1位*¹の「ビューティーオープナー」 スペシャルイベント開催——ご愛用者24名様と過ごした一日と、 アンケートから見えた3つの発見

卵殻膜*²成分配合『ビューティーオープナー』シリーズ累計1,100万個*³を支えてくださったお客様をご招待。
当日の対話と事前・終了後アンケートの結果をご報告いたします。

化粧品・サプリメントの専門通販を手がける株式会社オージオ（本社：埼玉県上尾市、代表取締役：安野明子、以下：当社）は、日頃ご愛用いただいているお客様24名様をお招きした「ビューティーオープナースペシャルイベント」を、東京・銀座のルーフトップレストラン「BEEF STEAK CLUB KIYO GINZA」にて開催いたしました。



ご応募いただいた当社会員クラスの最上位ステージである「プラチナ会員」のお客様の中から抽選で選出させていただきました。

通信販売という業態のオージオにとって、お客様と直接お会いできる機会は多くありません。だからこそ実現したこの一日の対話と、事前・終了後に実施したアンケートからは、ロングセラーを支えてくださっているお客様の姿——そして当社がこれから向き合うべきことが見えてまいりました。

本リリースでは、当日の様子とあわせてご報告いたします。

*¹ 卵殻膜エキス90%以上配合美容液シリーズ販売売上（東京商工リサーチ調べ2017年～2024年）

*² 加水分解卵殻膜：保湿・ハリを与える成分として配合

*³ 2026年7月末時点シリーズ累計販売実績

開催の背景



『ビューティーオープナー』シリーズの累計販売個数は、2026年7月末時点で1,100万個^{*1}を突破いたしました。お客様お一人おひとりが「使い続けたい」と選んでくださった、その積み重ねが10年をかけて形になったものです。

普段、当社とお客様との接点は、お電話やおハガキ、メールが中心です。

どんな方が、どんな毎日の中で商品を使い続けてくださっているのか——数字の「向こう側」にあるお客様の姿を、もっと深く知りたい。お顔の見えない業態だからこそ、その想いは年々強くなっています。

だからこそ、10年目の節目に、お客様と直接お会いする場を設けました。

日頃の感謝をお伝えすること。

そして、データからは見えない生の声を、これからの10年の指針として受け取るために開催いたしました。

^{*1} 2026年7月末時点シリーズ累計販売実績

会場となったのは、銀座グランベルスクエア内の緑に囲まれた「BEEF STEAK CLUB KIYO GINZA」。

銀座の空を望む開放的な空間で、お越しくださった皆様がゆっくりとくつろぎ、この日を心から楽しんでいただけるよう、スタッフ一同で準備を重ねてまいりました。

メインプログラムは、卵殻膜研究・開発の第一人者である長谷部由紀夫先生と、東京大学名誉教授の跡見順子先生による特別講義です。



研究者が語った「57年の物語」——長谷部由紀夫先生の講義

長谷部先生の卵殻膜研究の原点は、6歳の夏にさかのぼります。

疎開先で虫に刺されたとき、祖母が貼ってくれた卵の薄皮が卵殻膜でした。

「この卵の薄皮は、必ず世のため人のためになる」。

幼心に抱いたその直感から57年。



卵殻膜はもともと、水にも油にも溶けない硬い膜で、身体に取り入れても消化できず、研究材料にすることさえ難しい素材でした。

長谷部先生は独学で修めた粉体工学を頼りに、粉碎の細かさや熱のかけ方を試行錯誤し、この卵殻膜を世界で初めて「食べて消化吸収できる」素材にすることに成功します。

誰も扱えなかった素材が、研究できる素材になった——この突破が出発点となり、東京大学をはじめとする研究機関との共同研究が進み、多数の特許取得と18報の学術論文*1へと結実しました。

商品化を実現してもなお、長谷部先生の研究は終わっていません。現在も複数の大学との共同研究を続け、卵殻膜が細胞に働きかける様子を映像で「見て分かる」形にする可視化研究に、新たに取り組んでいるといいます。

「卵殻膜の可能性は、まだ始まったばかりです」——半世紀を超えて一つの素材を追い続け、89歳の今も次の研究を語る。その尽きない探究心に、会場から大きな拍手が送られました。

「細胞をサボらせない」——跡見順子先生の講義

続く跡見先生は、長年の運動科学研究を経て、62歳から卵殻膜研究に取り組んできた歩みを紹介。素材としての卵殻膜に関する研究知見*1を、ユーモアを交えて解説くださいました。

印象的だったのは「細胞をサボらせてはいけない。細胞にやさしく働きかけると、細胞が頑張って私たちが元気にしてくれる」という言葉。

卵殻膜研究の成果を体現されているかのような、80代とは思えない若々しいお姿が、会場の何よりの関心を集めていました。



*1 記載はいずれも素材としての卵殻膜に関する研究知見であり、特定商品の効能・効果を示すものではありません。

お客様からのご感想

講義のあとは、お客様からご感想やご質問をお伺いする時間を設けました。



原料についてのご質問には、長谷部先生が、水に溶けるタイプは化粧品に、食べて消化吸収できるタイプはサプリメントにと、用途に合わせて複数の原料を開発していることを説明。

「卵がひよこになるまでに、約300億個の細胞を卵殻膜が作るんです。すごいですよね」——さらりと語られたその一言が、卵殻膜という素材の力を何より物語っていました。

研究の当事者に直接問い、その場で答えが返ってくる——通信販売では実現できない双方向の時間となりました。

体験ブース、撮影会 スタッフとお客様の距離

会場にはランチの他にも、肌診断・メイク体験・フォトブースの各ブースをご用意。

フォトブースでは当社代表取締役の安野と一緒に記念撮影をされるお客様の姿も見られました。



終了後アンケートには、

「長谷部先生、跡見先生のご講演は実証に基づく説得力のある、素晴らしい内容でした」
「お迎えから各テーブルへのお声がけまで、スタッフの皆様のホスピタリティに感謝いたします」
「卵殻膜パワーに改めて魅了されました」

といったお言葉とともに、「たまたまご縁で一緒できた方とのおしゃべりが楽しかった」「同じ化粧品を使っている方とお話ができて楽しかった」という声が多く寄せられました。

テーブルを囲み、お客様同士、そしてスタッフとお客様が語り合う——その対話の中にこそ新たな発見がありました。

発見① 愛用者が聞きたいのは、商品ではなく「素材の物語」だった

終了後アンケートで参加理由をお聞きしたところ、最も多かったのは「『卵殻膜について』の話を聞きたかったから」でした。

また、事前アンケートでは登壇するお二人への質問を募集したところ、「卵殻膜エキスはどのように抽出されるのか」「他社の卵殻膜化粧品との違いは何か」「塗ることと飲むことの相乗効果はどの程度あるのか」「研究は次の段階に入っているというが、まだ可能性があるのか」など、20件もの質問が寄せられました。



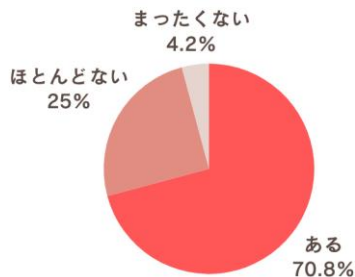
長くご愛用くださるお客様は、商品の使い心地だけでなく、その背景にある素材の来歴や研究の裏付けまで理解したいと考えている——ロングセラーを支えているのは、こうした「探究心のあるお客様」であることが、あらためて確認できました。

研究の物語こそが、お客様の納得をつくる。

この気づきは、今後の当社の情報発信のあり方を考えるうえで、大きな指針になりました。

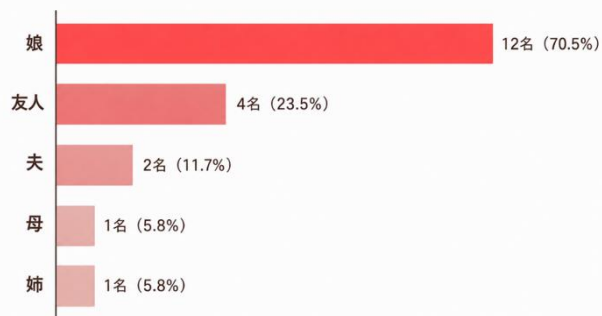
発見② お気に入りのものは、大切な人と分かち合われていく

Q.美容アイテムをご家族やご友人と一緒に使ったり、おすすめし合ったりすることはありますか？



当日ご参加のお客様への事前アンケート（2026年7月実施・回答24名）より「ある」：「よくある」「時々ある」と回答した方の合計。

一緒に使う・すすめ合う相手は？



当日ご参加のお客様への事前アンケート（2026年7月実施、「ある」と回答した17名）より（複数回答可）

事前アンケートで「ご自身が使用している化粧品や美容アイテムを、ご家族やご友人と一緒に使ったり、おすすめし合ったりすることはありますか？」とお聞きしたところ、「ある」は約70%*¹、おすすめする相手の過半数以上が「娘」*²でした。

また、「オージオの商品について、ご家族やご友人とのエピソードがあれば教えてください」という問いの自由回答には、

「90代の母に、簡単にできるお手入れをと思い商品を贈った」
「孫のバレエ発表会のメイク落としにクレンジングをあげた」
「いろんなお友だちにビューティーオープナーシリーズを紹介している」

といったお声が寄せられました。

贈る相手も、すすめる理由もさまざまですが、共通しているのは「自分が気に入ったものを、大切な人にも届けたい」という気持ちでした。

自分が使ってよかったものだからこそ、娘へ、母へ、孫へ、友人へー「これ、いいよ」という一言とともに、身近な人へ自然と広がっていきます。



この結果は、お客様とのつながり方を考えるヒントにもなっています。

これまで当社は、お使いいただくご本人に向けて商品の良さをお伝えしてきましたが、「大切な人にも届けたい」という気持ちに寄り添い、商品を分かち合いやすいきっかけや仕組みをつくっていくことも、これからの大切なテーマだと気づかされました。

*¹ 「よくある」「時々ある」と回答した方の合計。当日ご参加のお客様への事前アンケート（2026年7月実施・回答24名）より

*² 「ある」と回答した方のうち、すすめる相手として「娘」を挙げた方の割合が約70%

発見③ インナーケアに残る「認知の伸びしろ」

一方で、課題も見えました。当日、複数のお客様から「卵殻膜のサプリメントがあること自体、知らなかった」というお声をいただいたのです。

閉会のご挨拶で、安野はこの点に率直に触れました。



「サプリメントの存在をご存じなかったお客様がいらっしやったことを大変反省しております。これからさらに、卵殻膜の良さをたくさんの方に知っていただけるよう努力してまいります」

長年のご愛用者であっても、スキンケアとインナーケアの間には情報の届き方に差がある

——この「認知の伸びしろ」は、当社の今後の重要なテーマです。

こうしたお声は、これからの取り組みに活かしてまいります。

インナーケアを含めた情報発信を強化するとともに、モニター会や体験型イベントなど、お客様が実際に手に取り、学んでいただける機会づくりを検討してまいります。

開催概要

イベント名：ビューティーオープンースペシャルイベント

日時：2026年7月29日（水）11:30～15:00

会場：BEEF STEAK CLUB KIYO GINZA

（東京都中央区銀座7丁目2番18号 グランベルスクエア10F）

参加者：24名様（オージオ「プラチナ会員」のお客様より抽選でご招待）

内容：代表挨拶、卵殻膜特別講義（長谷部由紀夫先生・跡見順子先生）、質疑応答、ランチ、肌診断・メイク体験・記念撮影会、新商品先行紹介

会社概要

■社名：株式会社オージオ

■代表取締役：安野明子

■所在地：東京都中央区銀座2-14-5

■会社設立：2000年3月23日

■公式HP：<https://ozio.jp>

■事業内容：化粧品・サプリメントの
専門通販



公式HP



公式Instagram



公式X

【リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社オージオ 成田・武藤（撮影用商品・画像データもご用意しております）

TEL:048-740-5070 FAX:048-774-8624 E-mail: nobuko-narita@ozio.co.jp

【お客様からのお問い合わせ先】株式会社オージオ TEL: 0120-0210-10（受付時間 月～土9:00～21:00/日・祝9:00～17:00）