

in-cosmetics Asia 2026、フレグランスの未来に焦点

新設「Fragrance Zone(フレグランスゾーン)」が、アジア太平洋地域の香りのイノベーションとトレンドを日本のメーカーに示す

2026年9月16日: 香りが感情への訴求、ストーリーづくり、製品差別化のための強力な手段となるなか、RX主催の in-cosmetics Asia は 2026年11月3日～5日にタイ・バンコクの BITEC で再び開催され、新設の Fragrance Zone(フレグランスゾーン)が初登場します。

アジア太平洋地域で新たな事業機会が生まれている今、メーカーには、消費者の期待、原料、製品形態が国内市場の外でどのように変化しているのかを把握することも求められています。日本の化粧品メーカーにとって Fragrance Zone は、中国・韓国から東南アジア、インドに至る市場をのぞく窓となり、自社の研究開発を地域全体の香りの潮流と照らし合わせるうえで役立ちます。

本展には、アジア太平洋、欧州、その他の地域から 770 社を超える出展者が集まります。2026年に新たな技術や原料の調達先を探し、比較検討したい日本の研究開発・製品開発チームにとっては、新しい機能性成分やデリバリーシステム、天然・サステナブル原料、感覚・香りに関する技術、処方コンセプト、試験・法規制対応のソリューションを一か所で比較できる機会となります。

Innovation Zone、Formulation Lab、Technical Seminars、Marketing Trends セッション、Spotlight On Multisensory を通じて、来場者は注目原料と消費者トレンドを、処方や感覚体験へとつながる形で追うことができます。また、本展は COSMEX(化粧品の製造・包装分野の展示会)と併催されるため、製造設備、包装、OEM/ODM のソリューションも合わせて見て回ることができ、製品開発の流れをより広い視野でとらえられます。

次世代のフレグランスに出会う

かつては主に機能的な配合成分とみなされていた香りは、アジア太平洋地域において、製品のアイデンティティ、グルーミング、個性の表現にとってますます重要な要素となっています。日本のメーカーにとって Fragrance Zone は、地域で支持を広げている香り、感覚体験、製品形態を知る場となります。

Great Nation はパーソナルケア、ホームケア、ウェルネス向けの処方を紹介し、Kanha Nature Oils は植物由来の香りソリューションへの需要に応える植物抽出物、精油、ハイドロゾルを出展します。

Scent Bar, The Evolution of Fragrance, Creators' Forum

Fragrance Zone には 50 社を超える海外サプライヤーが参加します。Scent Bar では、来場者がフレグランスのプロトタイプを実際に嗅いで比較でき、初開催となる Fragrance Awards では最も革新的なコンセプトが表彰されます。応募作品は国際審査員団と来場者投票によって評価され、受賞者は in-cosmetics Asia Awards の場で発表されます。

さらに来場者は、香りの起源、現代のビューティにおける役割、その未来を形づくるイノベーションをたどるインタラクティブな企画「The Evolution of Fragrance」を体験し、自分だけの Fragrance DNA を知ることができます。この企画は、30 年以上にわたり国際的に香りのキャリアを積んできた Yves Dombrowsky 氏が監修します。Creators' Forum のセッションでも、香りのトレンド、処方、製品開発についての実践的な知見が提供されます。

in-cosmetics Asia のイベントディレクター、Sarah Gibson 氏は次のように述べています。「日本からの来場者にとって Fragrance Zone は、アジア太平洋地域におけるフレグランスのベンチマークとなる場です。国際的なトレンドがアジア各市場でどのように解釈されているのか、そして国内市場向け・アジア域内向けの製品にとって次のチャンスがどこにあるのかを示します。サプライヤー、コンセプト、専門知識を一か所に集めることで、研究開発チームが異なるアプローチを比較し、今後の処方に向けたアイデアを見つける助けになるはずです。」

来場者登録の受付を開始しています。登録は[こちらのウェブサイト](#)から。

本リリースは in-cosmetics Asia が発表した英文プレスリリースを『Cosmetic Science』編集部が和訳したものです。原文(英語)は併載の PDF をご参照ください。内容に相違がある場合は、原文が優先します。