

平成17年11月9日

資生堂 美容皮膚医療市場に参入

～美容皮膚医療機関向け化粧品「NAVISION」、ならびに専用の皮膚計測機器を開発～

資生堂は1872年(明治5年)の創業以来133年にわたり培ってきた最先端の研究開発技術を更に推し進め、お客さまの美しさに対するニーズにより深く対応していくために、新たに美容皮膚医療分野へと参入します。

具体的には、美容皮膚医療機関向け商品とアフターケア用ホームユース化粧品を「NAVISION(ナビジョン)」の統一ブランド名称にて開発し2005年11月より販売を開始するとともに、併せて美容皮膚医療機関向け専用の皮膚計測機器の提供を開始します。

資生堂は、2005年度より「一瞬も 一生も美しく」をコーポレートメッセージに掲げ、お客さまが「一瞬も 一生も美しく」あり続けていただけるような商品やサービスの提供を目指し、事業の革新に取り組んでいます。今回、美容市場で脚光を浴びている美容皮膚医療という事業分野へ新たに参入することによって、お客さまのいつまでも美しくありたいという願いにお応えし、更なる顧客満足向上を図っていきます。また、化粧品ビジネスを通じて蓄積してきたノウハウを活用して事業領域を拡大するとともに、そこで得た新たな知見を、化粧品をはじめとする既存の分野にも生かしていくことで相乗効果を発揮し、更なる企業価値の向上を目指していきます。

美容皮膚医療市場参入の背景

美容医療とは、医師が医薬品や医療用具を用い、健やかで美しい素肌および容姿づくりを行う医療行為のことをいい、大きくは、外科的手術を要する「美容外科」と、それらを伴わない「美容皮膚科」に区別されます。そのなかでも近年特に脚光を浴びているのが美容皮膚医療です。その手法はケミカルピーリング※1)やレーザー光線による脱毛・シミ除去、コラーゲンやヒアルロン酸などの注入と幅広く、日本国内の施術患者数は05年で約480万人、02年約170万人であったのに対し3年間でおよそ2.8倍と大きく伸長しています。(資生堂推計)

※1)ケミカルピーリング:酸を肌に塗ることによって古くなった角質層を除去し、肌の再生を促す施術。

美容皮膚医療は90年代前半に米国を中心に拡がり、90年代後半から2000年前後にかけて日本でも拡大をはじめ、近年では、女性誌を中心に多くの特集記事が組まれるなど注目を集めています。しかしながら当社の調査によると、7割の女性が興味・関心を持っているにもかかわらず、未だ施術経験者は1割にとどまっております。今後は、悩みのある皮膚状態を化粧品とは異なる方法にて改善できるものとして、女性たちの関心をますます集め、成長性が大きく期待できる分野と考えられます。

施術の普及に伴い、関連商品の市場規模も急伸長を続けています。医療機関との関連を持って開発・提供されている化粧品が「ドクターズコスメ」と総称され話題を集めており、これら商品のうち医療機関向け(院内施術用商品ならびにアフターケア用のホームユース化粧品)の市場規模は2005年で約100億円、これに一般ルートにて市販されているものを加えると約230億円とも見込まれ、この5年で約2倍に急伸長する有望市場となっています。

資生堂は今回、外科的手術を伴わない美容皮膚医療分野に参入し、長年培ってきた研究開発力に裏打ちされた確かな商品や美容ソフを積極的に提供していきます。これにより、①美容業界におけるリーダーシップの発揮、②成長性の確保と既存のビジネスとのシナジー効果の発揮、③地域医療への貢献と先進性・安全性のアピールなどを通じ、企業価値の向上を図っていきます。

美容皮膚医療機関向け化粧品「NAVISION(ナビジョン)」と専用皮膚計測機器を開発

今回の事業参入にあたっての大きな柱は、美容皮膚医療機関向け化粧品「NAVISION(ナビジョン)」ならびに専用の皮膚測定機器を開発し医療機関に提供することであり、具体的には以下のとおりです。

これら事業で、3年後の2008年には取扱施設数800ヶ所、売上10億円(卸ベース)を目指します。特に「NAVISION」のホームユース用化粧品に関しては、将来的には、「ドクターズコスメ」市場に幅広く対応していくため、医療機関だけでなく一般の市販ルートの開拓も視野に入れ、育成に取り組んでいきます。

① 美容皮膚医療機関向け化粧品「NAVISION(ナビジョン)」の開発

美容皮膚医療機関向け化粧品「NAVISION(ナビジョン)」を、医療機関向け商品と、施術後の毎日のスキンケアのためのホームユース用商品の2ラインにて展開します。

「NAVISION」は、医療機関で使用していただくことを前提に、実際に疾患肌への安全性と有用性を確認のうえ開発した商品で、「本来、人が持っている肌再生能力を促す」ことをコンセプトとしています。

いずれも、資生堂が主旨に賛同し設立資金を寄附した医療法人財団「花椿会」が運営する皮膚科診療所「南青山皮膚科 スキンビククリニック」に提供するとともに、販売代理店「岩城製薬」を通じて首都圏20ヶ所の医療機関から販売を開始し、今後販路を拡大していきます。

※NAVISION(ナビジョン): 将来の理想の状態(VISION)へ導く(NAVI)という意味を込めた造語

「NAVISION」～医療機関向け商品

美容皮膚医療にて最も一般的に施術されている「ケミカルピーリング向け商品」を第一次品として開発。第二次品として、「イオン導入向け商品」を開発し、11月末に発売予定(詳細は別紙1参照)。



「NAVISION」～アフターケア用ホームユース化粧品

主にケミカルピーリング後のデリケート肌をケアする低刺激性の基礎化粧品ラインでクレンジングや化粧水・美容液など全6品(詳細は別紙1参照)。



② 皮膚計測機器の開発

資生堂が長年培ってきた皮膚計測技術を応用したオリジナルの計測機器2種を開発し、製造元「モリテック」社を通じ販売します。まずは「スキンビククリニック」から提供を開始します。

全顔用計測機器「スキンメーリアライザー」

顔全体のシミ、シワの状態を一度で計測し、施術前後の肌状態の比較を行う。



部分用計測機器「スキンマイクロアナライザー」

きめ、色素沈着、皮脂、肌色など肌の患部を部分的に計測する。



別紙1：「NAVISION(ナビジョン)」商品一覧<05年11月発売>

販売代理店「岩城製薬」を通じ、首都圏20ヶ所の医療機関から販売を開始。徐々に販路を拡大予定。

① 医療機関向け商品(全6品種10品目)

	商品名	容量	商品特長
ケミカルピーリング 向け商品	ナビジョン シーバムオフ <除去化粧水>	100ml	皮脂や汚れを除去しピーリング効果を高める脱脂化粧水
	ナビジョン GAジェル (20、30、40、40S、40SS) <除去マスク>	100ml	施術に適した濃度・pHを追求し生まれた、操作性と安定性に優れたグリコール酸配合ジェル
	ナビジョン ニュートライザー <除去化粧水>	100ml	ピーリング後、酸性に傾いた肌のpHをすばやく整える中和剤
	ナビジョン クールダウンマスク <パック>	35g×20包	ピーリング後のほてった肌をすばやくクールダウンする冷却マスク
イオン導入向け 商品 ※完全防腐剤 フリー	ナビジョン IP エッセンス(TA) (医薬部外品) 美容液	18ml×10本	美白効果と肌あれ改善効果をあわせもったトラネキサム酸配合エッセンス
	ナビジョン IP エッセンス(C) <美容液>	18ml・1.1g 各10本	保湿しながら美白効果を高めていく2剤式ビタミンCエッセンス

② アfterケア用ホームユース化粧品(全5品種6品目)

商品名	容量・価格	商品特長
ナビジョン メーククレンジングオイル <メーク落とし>	110ml 2,500円 (税込2,625円)	肌に負担をかけずにファンデーション、ポイントマーク、サンスクリーンなどの汚れを取り去り、ニキビも防ぐ、洗い流し専用のクレンジングオイル。
ナビジョン クレンジングフォーム <洗顔料>	120g 2,500円 (税込2,625円)	肌に負担をかけずに汚れだけを取り去り、ニキビも防ぐ、なめらかな洗い上がりの洗顔フォーム。
ナビジョン TAローション(S)(医薬部外品) TAローション(R)(医薬部外品) 化粧水	110ml 4,000円 (税込4,200円)	肌に水分をたっぷりと補給して肌あれを改善しなめらかな肌に整える薬用化粧水。トラネキサム酸(肌あれ改善成分)配合。 (S)さらっとしたみずみずしいタイプ (R)こくのあるしっとりタイプ
ナビジョン TAエッセンス(医薬部外品) 美容液	25g 5,000円 (税込5,250円)	たっぷりとしたうるおいで肌あれを改善し、なめらかでみずみずしい肌を保ち続ける薬用美容液。トラネキサム酸(肌あれ改善成分)配合。
ナビジョン マイルドサンスクリーン <日やけ止め乳液>	40ml 4,000円 (税込4,200円)	うるおいを補給しながら、強い日ざしから肌を守る、肌にやさしい低刺激・無添加設計のマイルドなサンスクリーン。紫外線吸収剤無配合。 SPF31・PA++

○無香料、無着色設計。

○ニキビのもとになりにくい処方 ノンcomedogenicテスト済み。

○アレルギーテスト済み(全ての方がニキビ・アレルギーにならないというわけではありません)。

○防腐剤(パラベン)無添加。全品、ケミカルピーリング後の肌への使用試験を実施しました。

※メーククレンジングオイル、クレンジングフォームを除く。