

コスメディ製薬

独自の“タウリン結晶マイクロニードル”配合

自社「京薬粧」が国内外で好発進

貼る注射の開発目指す医療品技術を応用 高い効果感の“痛くない”ニードルコスメ

経皮吸収治療の基礎研究を行なう製薬ベンチャーとして創業したコスメディ製薬(京都市・権英淑社長)が展開する自社ブランド「京薬粧薬用ニードルスキンケアシリーズ」(医薬部外品)が、昨年4月の発売から国内外で好調な推移を見せている。ニードルコスメの認知が定着した国内市場では独自のニードル素材で差別化を図り、一方の海外では既に台湾で好実績を収めるとともに、東南アジア、中東などへの展開拡大を進める。「京薬粧」の特長や今後の展開について、営業部営業課の野中正美課長に聞いた。



野中正美課長

同社の事業は、薬効成分を皮膚から吸収させる経皮吸収治療技術(TTS技術)を基盤に受託研究や共同開発を手掛ける「医薬品事業」と、経皮医薬品開発から生まれたオリジナル浸透型化粧品を開発・製造・販売を行なう「化粧品事業」の2つ。化粧品事業では2008年に世界初のマイクロニードル化粧品を上市し、数多くのODM実績で高い国内シェアを誇るとともに、複数のオリジナルブランドをEC中心に展開してきた。昨年、「痛いコスメ」というワードも注目されてニードルコスメの認知度がさらに向上し、痛いと効果感が高いというイメージを持つ人も少なくないようだが

「当社は創業以来、注射で泣く子をゼロにしたいという想いから注射に代わる医療技術の開発に取り組んでいます。その技術を応用した当社のマイクロニードル化粧品は、ヒアルロン酸など皮膚本来の物質を素材とする針で作られた「痛くない」ニードルコスメで、針が刺さると皮膚内で溶解・浸透し、それ自身が保湿などの働きをします」と野中課長は説明する。市場の製品にはスピキユールと呼ばれる海綿成分やシリカでできた針を配合したものも多く、これらの針は天然由来物ではあるが皮膚本来の物質ではないため、針が溶解・浸透して保湿などの働きをすることはなく、皮膚のターンオーバーとともに肌から剥離する仕組みとなっている。同社のマイクロニードルには、ヒアルロン酸でできたものに加え、23年9月に開発したコラーゲンとヒアルロン酸をニードルに共存させた「コラーゲンニードル」や、アミノ酸の一種である水溶性のタウリンを微細な針状に結晶化し、さらにその針の中にヒアルロン酸などの高分子成分を内包させる技術も確立した「タウリン結晶マイクロニードル」がある。タウリン結晶マイクロニードルは、ODMでは扱わず自社製品のみで配合する成分で、国内初の医薬部外品マイクロニードルで差別化を図る。唯一無二のニードルで差別化を図る



昨年11月のコスモプロフ(香港)では「京薬粧」はじめ高い関心が。



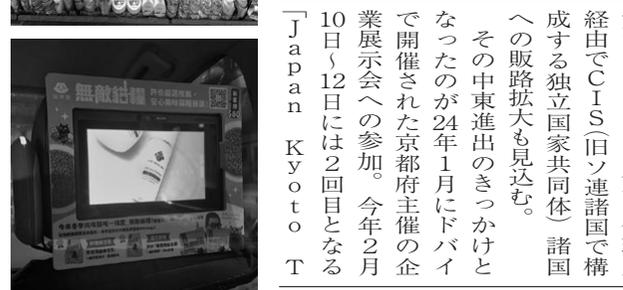
「京薬粧 薬用ニードルクリーム」(左)、「同 薬用ニードル美容液」

と、野中課長も手応えを。発売と同時に、首都圏でのトレインチャンネルや美容雑誌の広告掲載を行ない、同時に祇園祭での団扇配布や京都地下鉄(烏丸線)での車両広告も展開し地元での認知向上も図った。加えてドラッグストアへの配荷を始めた昨秋からは、インフルエンサー施策をより本格化し、ブランドの知名度アップに向けた取り組みを加速させている。「京薬粧」ではデイリーケアのマイクロニードル製品として、パッチ型ではなく塗るタイプの商品を開発。野中課長は「タウリン結晶マイクロニードルの開発成功によってそれが、しかも医薬部外品として実現しました」と述べ、他にはない成分によるマイクロニードル、かつ国内初の医薬部外品マイクロニードル製品という強みを強調する。



好調な販売が続く台湾。

一方の海外展開で、最たる成功地域となる台湾では、現地ローカルの最大手ドラッグストア「Cosmed(康是美)」の全460店で販売し、TVショッピングやライブコマースなども展開している。「台湾のお客様は日本製の化粧品が大好きで、日本の医薬部外品についても理解されている方が多い」そう、TV



タクシー車内広告なども展開。

「当社がプロジェクト型の組織で、かつ社長の権が開発者のため意思決定も早く、製品の開発・改良スピードの速さには自信があります。自社ブランドを積極的に拡大し、ODMとの両輪へと成長させていきたい」(野中課長)。マイクロニードル化粧品のバイオニアとしてコスメディ製薬のさらなる飛躍に期待したい。

「美容感度が高く知識量も多い」と、塗りだけでは浸透しにくい成分をニードルが直接角質層まで届け、高い効果感をもたらす。

「台湾では1時間で5000個を完売 アジア、中東でニードル市場創造へ」 ショッピングでは、1時間で「薬用ニードルクリーム」5000個が完売したというから驚きだ。マイクロニードル化粧品はまだあまり浸透していない台湾市場での販売では、オフライン/オンライン両軸での販売と、バスラッピング広告やタクシーの社内広告などの宣伝を全て同時に展開し、生活者との接点を多方面で一気に創出した。また昨年11月に香港で開催

されたコスモプロフ(Cosmoprof Asia Hong Kong 2024)では、JETROブース内で出展。「京薬粧」の評判も高く、現在は現地代理店との取引を開始したところだ。タイやマレーシア、シンガポールなどの東南アジア、および中東でも、各国・地域のレギュレーション審査が通り次第、順次販売を開始する予定で、さらには中東の代理店経由でCIS(旧ソ連諸国で構成する独立国家共同体)諸国への販路拡大も見込む。その中東進出のきっかけとなったのが24年1月にドバイで開催された京都府主催の企業展示会への参加。今年2月10日〜12日には2回目となるJapan Kyoto T