



新ブランド「メルニー」。
2月2日発売の「ポジティブスキンマスク 潤い白玉」(上段右)、「同 濃密保湿」(同左)。
3月2日には「ポジティブスキン セラム」(下段右)、「同 クリーム」(同左)も発売する。



創業から25周年を迎える2026年について権社長は「パーパスやバリューについてしっかりと社内でのコミュニケーションをとり、マイクロニードルのリーディングカンパニーとしていかに力を発揮して世の中に役立つ製品を提案していくか。それが私達が社会に一番貢献できることです」と意気込みを語る。

1月14日・16日には「第16

回 化粧品開発展 東京」に出展。基幹技術「溶解型マイクロニードル」では、「貼る」「塗る」形態に加え、医療機器技術を活用した「注入型」マイクロニードルを来場者に初披露し、医療・医薬品研究に裏打ちされた同社の高い技術力を改めてアピール、ブースを訪れた来場者に積極的な提案を行なった。

また昨年末には、同社の

「溶解型マイクロニードル」が、「世界を進化させる知財」を広く世の中に周知する目的のアワード「第6回知財番付」のファイナリストに選出。コスメディ製薬のターニングポイントとなった技術が、再度フォーカスされている。

一方、自社ブランドにおいては、26年度の目玉となる新ブランドの発売を控えている。

日本の技術「マイクロニードル」認知度をより向上へ

貼付剤を中心に、抗がん剤治療における吐き気や嘔吐を防ぐ持続性の高い制吐剤や、エムボックス(サル痘)のパンデミックに対応するワクチン製剤投与ツール(貼るワクチン)、肥満症にも有効な糖尿病治療薬を持続的に経皮から投与する製剤、腰痛症などに対する全身痛み止めテープ剤の開発を推進中だ。

「医薬・医療品開発は長

期的に取り組むテーマ。今年は一つは前臨床(非臨床試験)に入れるように進め、そこから臨床試験へとさらに進め、実用化を目指していきたいと考えています。また先行しているものとしては、23年10月に発売した、マイクロニードル技術を歯科表面麻酔に応用した医療機器「アネスパッチ」があります。歯科治療での麻酔注射は大人でも苦手な

もの。患者さんと歯科医師双方の負担を軽減する製品として、多くの歯科医師から高い関心が寄せられています。今年は長崎大学と連携した歯周病の臨床研究にも取り組めます。口腔内はお薬を塗ると流れてしまいがちですが、ニードルパッチで貼って投薬すればより治療効果が期待できます。歯科領域における応用にも注力していきます」

「研究開発企業として、これまでは技術起点の企画が多かったのですが、昨年1月に販売企画部を発足して増員も順次図っており、より市場に近い視点で自社技術とニーズを合致させた製品の開発、販売を強化してきました」と権社長。

新体制下で企画

開発し、今回ローンチするのが「京薬粧」の姉妹ブランドと位置付けられた、2月から発売する新ブランド「melnee(メルニー)」だ。

ブランド名は強みである

「肌に大きな悩みを持たない20代でも肌不調を感じる要因は様々にあります。そうした方々に次世代型マイクロニードル技術で解決のご提案をしていきたい」特徴となる技術は、「京薬粧」にも搭載されている、タウリン結晶マイクロニードルで、そこに「ローズPDRN」をはじめとする美容成分を内包させた同社独自の製法。塗るだけでタウリンニードルが肌に刺さって肌の水分で全て溶け、同時に内包している美容成分が角層に直接浸透するため、「痛くないニードル」で効果実感が高いのが特長だ。配合したニードルの本数は、フェイスマスクが1億本以上、セラムが2000万本以上、クリームは1350万本以上と、他社のニードル化粧品とは文字通り桁違いの本数。こうした特長を鮮明に打ち出し、他社との明確な差別化を図っていく。1月末には美容口コミアプリLIPSのイベ

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」も

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」も

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」も

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」も

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」も

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」も

「クオニス」(右上)、「千の潤い」(左上)、「京薬粧」もブラッシュアップし訴求力を一層高める。



株式会社 **プラネット**

<https://www.planet-van.co.jp/>





あたりまえの 日常生活を 支える 仕事

いつも使っている日用品も、ネットでは話題の新商品も、身近な場所で、手にすることができ。環境やライフスタイルが大きく様変わりした時代だからこそ、そんな日常のあたりまえを支えたい。プラネットは、これから、**広く** あまね **遍く** 消費者流通の情報インフラであり続けます。

