

権 英淑社長インタビュー

コスメディ製薬

創業から25年、さらなる飛躍目指す



権 英淑代表取締役社長／薬学博士

2001年、経皮吸収治療(TTS)の研究成果を社会に実装することを目的に、京都薬科大学薬剤学教室に所属していた2人の研究者が創業したコスメディ製薬(京都市／当時は(有)コスメディ)は現在、京都市内に4事業拠点を持つ社員数193名(25年5月1日現在)の企業へと成長している。

創業以来、TTS研究開発で創薬を目指してきた同社が持つコア技術の一つが、「注射に代わる新技術」としてその安全性や簡便性などから医療・医薬分野で注

目を高めている「溶解型マイクロニードル」。ヒアルロン酸やコラーゲンなど皮膚に含まれる水溶性高分子成分をマイクロニードル(針)の基剤にしたもので、皮膚に貼るとニードルが溶ける独自の設計が特長だ。

「従来から研究されている金属やシリコン製ニードルから大胆に発想を転換して大きく技術を進歩させ、当社は世界で初めてこの溶解型マイクロニードルの工業的製法を確立しました。現在も様々な医薬品、医療機器への製品化に向けた研究開発を進めています」と

PB受託の新規開拓と自社ブランドが伸長

認知拡大へ万博、海外展示会で発信強化

2001年、経皮吸収治療(TTS)の研究成果を社会に実装することを目的に、京都薬科大学薬剤学教室に所属していた2人の研究者

が構えだ。自身も研究者である権 英淑社長は26年の展望を聞いた。

2001年、経皮吸収治療(TTS)の研究成果を社会に実装することを目的に、京都薬科大学薬剤学教室に所属していた2人の研究者

が構えだ。自身も研究者である権 英淑社長は26年の展望を聞いた。

日本発「溶解型マイクロニードル」のバイオニア

技術深化と新ブランド上市で成長加速へ

認知拡大へ万博、海外展示会で発信強化

PB受託の新規開拓と自社ブランドが伸長

溶解型マイクロニードル

化粧品

<h4



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。



ドラッグストアなどの店頭販売を強化していく。第一弾として2月2日に発売（メーカー出荷）するのが、フェイスマスク「ポジティブスキンマスク」（2種（潤い白玉・濃密保湿）、各1枚・330円、4包入・1320円）。続いて3月2日には、美容液「ポジティブスキンセラム」（28ml・2970円）と、クリーム「ポジティブスキンクリーム」（30g・2750円）の2品を発売する。

同時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200万本以上、クリームが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月末には美容アプリLIPSのイベ

創業から25周年を迎える
2026年について権社長
は「バスやバリュについてしっかりと社内で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、医療機器技術を応用し
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

「溶解型マイクロ二ードル」が、「世界を進化させる目的のアワード「第6回知財番付」のファイナリストに選出。コスマディイ型薬のターニングポイントとなり、新たな技術が、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。

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溶解型マイクロニードルを表し、英語の「メルト」(溶解する)と「ニードル」(針)から名付けた。同社の自社ブランドとしては初めて20代を主要ターゲットに据え、商品特長やパッケージにいたるまで、従来のブランドとは一線を画したターゲット

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」と特徴となる技術は、「草薬粧」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P.D.R.N」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

ントに出展し、来場者へ行サンプリングを行ない題化の醸成を図った。また、「マルニー」の上だけではなく、「既存ブランドの「クオニス」や「京葉粧品」なども潤いについてもリランディングやリニューアルなどを実施し、市場で高価値を發揮するブランドへとプラッシュアップさせいく計画です」と積極的事業展開をすると述べた。

A photograph of two black electric toothbrushes with white, rounded bristles. The toothbrushes are positioned vertically, with their heads pointing towards the bottom left of the frame. The background is a plain, light color.

いつも使っている日用品
ネットで話題の新商品 +
身近な場所で、

新ブランド「メルニー」で新たに20代からのユースー獲得

「医薬・医療品開発は長身痛み止めテープ剤の開発を推進中だ。」
貼付剤を中心、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・ポックス（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・ポックス（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）、肥満症などに対する全身治療

期的に取り組むテーマ。今年は1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そらに進め、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の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、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みます。口腔内はお薬を塗ると流れてしまいがちですが、二ードラッグで貼つて投薬すれば、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、これまで技術起点の企画が多くつたのですが、昨年1月に販売企画部を発足して、販売員も順次図つており、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。



「クオニス」(右上)、
「千の潤い」(左上)、「京葉粧」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/>

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



広く遍く

消費者流通の情報インフラで