

## 研究・企画

# 技術イノベーションで美と健康における「不」の解消を実現します。

### 国民医療費の増加に立ち向かう

「高齢化に伴う医療費の増加」という社会問題に対し、健康寿命の伸長を実現することが、ファンケルの使命です。健康長寿社会の実現のためには、医療の発展も重要ですが、疾病者が増えれば医療費が必然的に増えてしまいます。そこで大切になるのが、病気にならない体づくり、「予防」に主眼を置いた健康維持です。

「予防」は、評価の測定などが難しいテーマです。これまで、効果がしっかりと検証された製品でも、機能性を表示することができなかったため、積極的に研究を推進する企業は多くありませんでした。

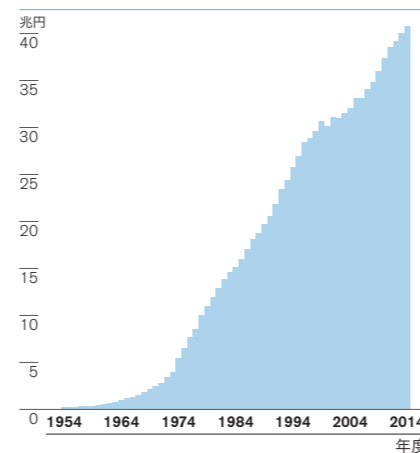
2015年4月、消費者庁による「機能性表示食品」制度の開始により、企業は製品の選択に活用できる情報を提供できるようになり、食品の機能性に関する研究の活発化が期待されています。研究方法などは、まだまだ未開拓な分野であるため、多くの研究者の力がが必要です。より積極的に大学などと共同研究を進め、研究開発力の向上を目指しています。

ファンケルでは引き続き、健康の維持増進に役立つ製品を開発し、健康長寿社会に貢献していきます。

### 確かな機能性と安全性「機能性表示食品」

健康食品の安全性と機能性について研究を積極的に推進してきたファンケルは、「機能性表示食品」制度がスタートしてから、他社に先駆け、いち早く「機能性表示食品」を発売しました。ファンケル独自の処方での臨床試験を重ね、研究開発を推進し、2017年3月末時点で14製品の消費者庁への届け出を完了しています。

国民医療費の年次推移



「平成26年度 国民医療費の概況」(厚生労働省) (www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-iryohi/14/)を加工して作成



機能性表示食品「内脂サポート」

### ファンケル独自設計「体内効率」

「体内効率技術」の開発にも取り組んでいます。吸収されにくい成分をしっかりと「届ける」。排出されやすい成分をじっくり「留める」。配合バランスでお互いの力をさらに「高める」。これら3つの「体内効率設計」でサプリメントが最大限に働きを発揮できるよう、研究開発を行っています。

こだわりの証「体内効率」マーク



機能性食品研究所 所長  
寺本 祐之



### 研究力を強化、第二研究所竣工

2016年5月、総合研究所の隣接地に第二研究所を竣工しました。第二研究所では最新設備を導入し、脳科学研究、皮膚科学研究、製剤研究など革新的なテーマで研究を進めていきます。

第二研究所



### 2016年度の主な成果・実績

#### 製品開発数

ファンケル化粧品	48品	アテニア化粧品	26品	サプリメント	17品	青汁関連製品	2品	発芽米関連製品	3品	食品	2品
----------	-----	---------	-----	--------	-----	--------	----	---------	----	----	----

#### 研究員(スタッフ含む) 特許出願 学会発表・論文発表

研究員(スタッフ含む)	193名	特許出願	55件	学会発表・論文発表	57件
-------------	------	------	-----	-----------	-----

#### 有資格者

博士号	19名	薬剤師	10名	管理栄養士・栄養士	8名
-----	-----	-----	-----	-----------	----

ファンケルの研究開発について  
[www.fancl.jp/laboratory/](http://www.fancl.jp/laboratory/)

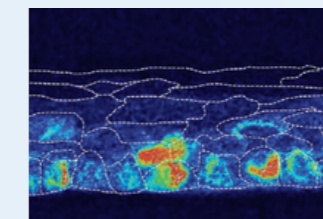
### 最先端の無添加アンチストレスサイエンス

#### 「皮膚ライブイメージング技術」による皮膚科学研究

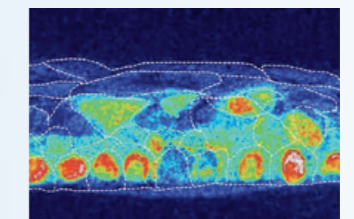
ファンケルでは、添加物が肌に与える影響についての研究を続け、化粧品に配合される微量の防腐剤であっても細胞にストレスを与え、老化を加速する可能性があることを見いだしてきました。また、肌のストレスやリスクに関わるタンパク質の研究と、個々の肌ストレス状態について測定技術の開発を進めてきました。さらに、皮膚内部の分子を視る「皮膚ライブイメージング技術」や「皮膚幹細胞技術」を応用し、皮膚再生・老化メカニズムの解明に取り組み、次なるアンチエイジング化粧品の開発に向けた技術開発を進めています。

#### 活性酸素発生のイメージング

「皮膚ライブイメージング技術」により、皮膚モデルを用いて、皮膚内部の活性酸素の観察に成功。防腐剤によって活性酸素の発生量が多くなり、老化リスクが高まることを見い出しました。



防腐剤なし



防腐剤あり

活性酸素  
多い  
少ない

### 新しい市場・ニーズを切り拓く製品開発

化粧品事業では、近年多様化するニーズに合わせて、さらなるお客様獲得を推進するため、2016年秋に手軽で使いやすく、効果実感の高い60代以降のマチュア世代向け化粧品「ビューティブーク」を発売しました。また、アットコスメで殿堂入りした人気の「マイルドクレンジング オイル」をはじめとした洗顔アイテムや、スキンケアアイテムをより多くのお客様がいつでも手にできるように、ドラッグストアやコンビニエンスストアへの取り扱い店舗の拡大を強化しました。引き続き新しい市場を開拓し、多様化したライフスタイルや年代に応える製品開発・サービスを提案していきます。



マイルドクレンジングオイル 洗顔パウダー