

アイ・ティー・オー メデイカルコスメを本格的に普及 地方クリニックの経営をサポート

アイ・ティー・オーはメデイカルコスメと原料開発やOEM受託、原料供給により、医療機関に特化したビジネススキームを構築している。さらにセミナー開催や学会での研究発表などによって、美容医療の普及に取り組んできた。日本では医師を介した化粧品(医療機関専売化粧品)の普及が遅れている。メデイカルコスメを目指す医師をサポートすることにより、市場の拡大に寄与する。さらに、地方の保険診療にも寄り添い、スタッフ向けスキンケア研修などを通してクリニックの経営をサポートしていく。

クリニック専売化粧品に力点を 院内製剤が進展しOEM製造へ

2月15日付で伊東忠代代表取締役CEO、永田武代表取締役COOが就任し、新体制がスタートした。伊東CEOは生化学が専門(再生医療分野で医学博士)で、メデイカルコスメの中でもパーソナルコスメを重視する。永田COOは研究一筋の技術者で、主に美白原料を専門とする。この2名を経営のトップとして、「従来の医療機関への貢献を踏襲し、製品開発をはじめ、より一層医療機関に寄り添って信賴される企業を目指したい」と語る。

伊東CEOは化粧品市場の伸びが鈍化する中、ドクターコスメ、メデイカルコ



伊東CEO(右)と永田COO

「地方の医師にも、健康維持のための化粧品やサプリの役割を学んでいただく、一般クリニックからも美容情報を提供できるようなりたい。例えば農村や山岳エリアであれば、紫外線B波のダメージケアに重点を置く美容法や化粧品などを紹介

医師が化粧品を学ぶ土壌を形成 医師との接点を広げ、事業拡大へ

今後、国内外で事業を拡大していくうえで、ハブとなるホームドクターの育成を目指す。中でも地方の保険医療の皮膚科、形成外科の役割に期待する。

「地方の医師にも、健康維持のための化粧品やサプリの役割を学んでいただく、一般クリニックからも美容情報を提供できるようなりたい。例えば農村や山岳エリアであれば、紫外線B波のダメージケアに重点を置く美容法や化粧品などを紹介

「このようにドクターコスメのインキュベーションをメデイカルコスメのニーズにも対応するため、医療スタッフや看護士にスキンケアの研修を行っている。

「研究では実際に原料を混ぜて化粧品を作り、化粧品原料に対する理解を深めてもらうプログラムも用意している。

「日本は化粧品流通の1部も、こうしたドクターコスメメーカーを買収し、子会社化する動きが活発化している。

「さらに、その進化版の環境応答性ナノマシンを慶応大学薬学部と共同開発し特許も取得した。環境変化を認識しカプセルの身をターゲット組織で自動放出する機能をもたせた。26年の発売を予定している。

品にふれてもらい、次の段階で「保湿性をより強化したい」など、個々の医師の依頼に基づきOEM事業につなげ、さらにそれぞれの医師が目指すパーソナライズされた化粧品の開発が始まる。

「このように医師が化粧品に興味をもつと、医師のニーズが反映された今までのないドクターコスメの開発につながっていく」と伊東CEO。

また、クリニックの中には調剤室を持つ所もあり、ここで化粧品を院内製剤する医師もいる。これらのケースには、原料やレシピ情報などを提供し、これがさらに発展すると、OEM製造するケースも出てくる。

「このようにドクターコスメのインキュベーションをメデイカルコスメのニーズにも対応するため、医療スタッフや看護士にスキンケアの研修を行っている。

「研究では実際に原料を混ぜて化粧品を作り、化粧品原料に対する理解を深めてもらうプログラムも用意している。

「日本は化粧品流通の1部も、こうしたドクターコスメメーカーを買収し、子会社化する動きが活発化している。

「さらに、その進化版の環境応答性ナノマシンを慶応大学薬学部と共同開発し特許も取得した。環境変化を認識しカプセルの身をターゲット組織で自動放出する機能をもたせた。26年の発売を予定している。

JAPAN2021)にてアワード技術部門賞を受賞した。