

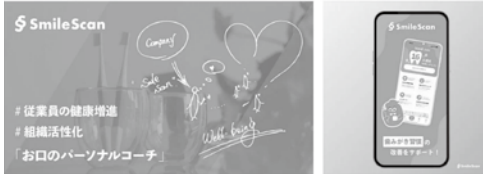
法人向けに新サービスを提供開始

サンスター

サンスターは、Doctorbookとともに、企業の健康経営を支援する革新的なサービスとして「SmileScan（スマイルスキャン）」の提供を開始する。

近年、経済産業省が健康長寿社会の実現に向けた取り組みの1つとして健康経営を推進していることから、多くの企業がこれを重要な戦略として捉え、取り組みを始めている。

サンスターでは、健康産業に従事する社員がまず健康であるべきとの考えから、人間ドックと同等レベルの内科健診や歯科健診実施のほか、社員向け福利厚生施設「サンスター心身健康道場」における宿泊型健康指導プログラムの提供など、社員の健康の維持・増進のためさまざまな支



援を行ってきた。今回、お口の健康から全身の健康に関する研究にいち早く取り組みできたサンスターは、オールケアを通じた長年の知見とDoctorbookの医療従事者向けメデア運営やデジタルテクノロジのナレッジを融合し、歯科保健支援サービス「SmileScan」の提供を開始するに至った。

新サービスでは、歯科衛生士による「オーラルケアセミナー（啓発講演）」の提供を通して、口と全身の健康に関する理解促進やオールケア

それのお口の状態に応じたオールケアに関する動画やeラーニングにより、知識やノウハウを提供する。さらに正しいオールケアを継続しやすい仕掛けが組み込まれた3カ月間のセルフケア習慣化プログラム「スマイルケアコーチング」により習慣化を促す。

プログラムでは、直接歯科衛生士と接することにより適切なセルフケア

藻類を活用したスキンケア

化粧品のプロトタイプを公開

資生堂

資生堂は、ちとせグループが主導するMATSURIPROジェクトの一員として2025年大阪・関西万博の日本館に、生命美の循環をテーマとした藻類由来のプロトタイプのスキンケア化粧品（ビジョンプロダクト）を初公開する。

同社は化石資源に変わった研究開発を続けている。未来へのアプローチとして、太古の時代からこの星で生き続ける藻類と、NAの1つであるアミノ酸の組み合わせが、プレミアムとサステナビリティが両立する化粧品への力強いインスピレーションをもたらしてきた。大阪・関西万博で展示するビジョンプロダクトの原点には、社名の由来である「至哉坤元万物資生」が息づいている。人々に美を届けるだけでなく、大地や自然をも美しくする化粧品でありたいという願いを込め、「美の玉」と名づけたビジョンプロダクト2品を展示する。



ば、過去に高価格帯の商品を頻繁に購入しているユーザーに対しては、「多少高くても購入する可能性が高い」とアルゴリズムが判断し、やや高め

記者の窓

近年、オンラインショッピングなどでは「パーソナライズドプライシング」という手法が用いられていることがあると知った。これは、消費者一人ひとりの購買履歴や閲覧行動、居住地域などのデータに基づいて、同じ商品でも人によって異なる価格を表示するという手法である。例え

パーソナライズドプライシング

し、やや高めの商品が提示されることがある。逆に、頻繁に割引商品ばかりを検索しているような価格志向の強いユーザーには、低

の方法や定期メンテナンスの重要性について理解が深められるサービスを提供する。アプリによる「スマイルケアコーチング」前に、歯周病リスクレベルに応じた歯科衛生士によるオンライン、オフラインの歯科保健指導が選択できる。またオフラインではお口の状態を3D画像化する「お口スキャン」も用意している。さらに習慣化プログラムを実施している間にも、直接歯科衛生士に個別相談ができる「お口のお悩み相談」や歯科衛生士からハブラシや歯間清掃具の使い方について指導が受けられる「オンラインTBI」等さまざまなサポートメニューを用意している。このようなサポートメニューとともに、歯科医院での定期的な健診の重要性もプログラム全体を通じて伝えていく。

「美の玉まがたま」は、日本古来の美意識をインスピレーションに開発した3色の玉のクリー

ム。昆布などの褐藻類が進化の過程で得たゼリー状多糖類を、膜形成技術の応用により成型した。手のひらでやさしくつぶすと、クリームのようなエッセンスがあらた。 「美の玉しずく」は、藻類の美しさを海色の小さなビーズで表現した美容液。資生堂が開発したリビッドシェル技術により、藻類由来のオイルをビーズ状の殻（固型油分シェル）で包んだ。