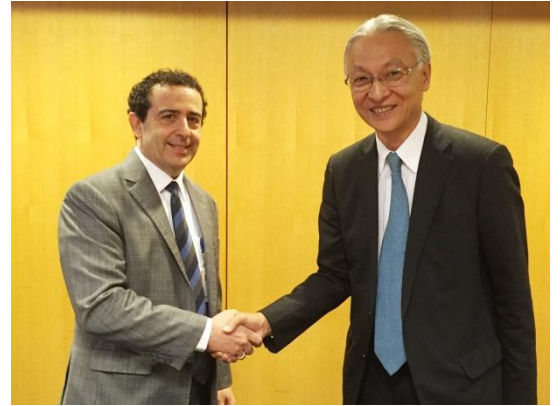


資生堂、米国の皮膚科学研究所と提携拡大に関する契約を締結 長期の共同研究を拡大し、皮膚科学研究を推進

資生堂は、米国・ボストンのマサチューセッツ総合病院/ハーバード^{シービーアールシー}医科大学附属皮膚科学研究所「CBRC^{※1}」と、本年7月1日(水)に新たな提携拡大に関する契約を締結しました。

新たな提携にあたり、研究の方向性を決定し進捗を監督する最高意思決定機関「Executive Leadership Committee^{※2}(ELC)」を設立し、7月9日(木)に開催した第1回ミーティングで共同研究テーマを決定しました。本契約では、これまで取り組んできた皮膚科学の共同研究を拡大するとともに、重要な皮膚科学の知見を広く世の中へ伝えていきます。今後は資生堂とCBRCが協力して、化粧品の製品開発や、紫外線・環境因子・加齢から肌を守る方法の啓発普及にも取り組んでいきます。



ELC 第1回ミーティングでのCBRC フィッシャー所長(左)と
資生堂 島谷研究開発本部長(右)

CBRC との新契約について

時代の変化と共に、世界中のモノやサービス、情報がつながり、多様な価値観・ライフスタイルが生まれ、お客さまはこれまで以上に主体的に行動する生活へとシフトしています。これまでの連携は研究開発に限られていましたが、このようなお客さまの変化に対応すべく、新たな契約では健康な肌を保つための啓発にも拡大します。具体的には大きく3つのプログラムを設けて推進していきます。

〈Program 1〉 資生堂の製品開発に関わる皮膚科学の共同研究

〈Program 2〉 エビデンスに基づいた皮膚科学のコミュニケーションに関わる共同活動

〈Program 3〉 先進の皮膚・毛髪科学に関する共同研究

Program 1 では、健やかな肌へ導く商品の開発につながるような皮膚科学テーマを探索していきます。Program 2 は、シンポジウムの企画・研究者教育プログラム・オンラインセミナー・プレスイベントなどを通じて広く社会へ有益な情報を伝える活動です。Program 3 では、将来の革新的な製品開発の基盤となるような戦略的な皮膚・毛髪科学の共同研究を推進します。

なお、中長期的な研究開発を行っていくために、契約期間は6年間(2015~2020年)としました。

CBRC のデイビッド・フィッシャー所長は、「我々の共同研究によって皮膚科学への理解が深まり、革新的な疾患治療法や肌の健康維持・増進に寄与する商品の開発につながるだろう。皆さまの健康に資するような素晴らしい成果を生み出していきたい」と述べています。

資生堂 執行役員常務 研究開発本部長の島谷庸一は、「資生堂とCBRCは1989年から長く共同研究を続けてきた。このたび新たに提携拡大に関する契約を結んだことで、より関係を強化できると確信している。CBRC との共同研究を資生堂のさらなるイノベーションに役立てたい」と述べています。

※1 CBRC: Cutaneous Biology Research Center。1989年に資生堂からのサポートにより、マサチューセッツ総合病院とハーバード医科大学が設立した、皮膚科学領域の先進的な研究開発をする総合研究所

※2 主なメンバー 資生堂: 島谷研究開発本部長ほか4名、CBRC: フィッシャー所長ほか3名

CBRC と資生堂の共同研究成果

CBRC は、気鋭の研究者を集めた先進の皮膚科学研究所として、1989 年、資生堂からのサポートにより米国マサチューセッツ州ボストンに設立されました。それ以来 CBRC と資生堂は皮膚科学領域における共同研究を進め、これまでに以下のような皮膚・毛髪科学の重要な研究成果を挙げてきました。

- ・ 神経と皮膚免疫細胞の相互作用の発見
- ・ 皮膚基底膜でのラミニン 5^{※3}の重要性の発見
- ・ 毛髪退行期の分子メカニズム解明
- ・ 血管新生関連因子と光老化の関係解明
- ・ 光老化と皮膚リンパ管機能の関係解明
- ・ 毛髪における色素細胞の活性化メカニズムの解明

※3 ラミニン 5: 発見当時の呼称で、現在ではラミニン 332 と呼ばれています。

イノベーションの実現に向けた変革

資生堂は昨年 12 月、2020 年をターゲットに、お客さまの期待に応え続ける会社になることを目指す、中長期戦略「VISION 2020」^{ビジョン}を発表しました。VISION 2020 では、マーケティング・R&D投資の拡大をはじめ、さまざまな改革に取り組み、トップライン成長と利益の拡大を目指します。成長エンジンとなるブランド強化に向けては、実行力の高い人材と組織で、研究・生産からお客さままで一貫通貫のマーケティングを展開していきます。R&Dでは、「Fusion & Innovation」^{フュージョン アンド イノベーション}⁴をコンセプトとし、多様なFusion(融合)^{フュージョン}をベースとして以下の 3 つを柱にイノベーションの実現に向け、研究の変革を図っています。

- お客さまのところに共鳴するコトづくり
- 基礎・基盤、新領域研究の強化による多様な知の融合
- グローバルR&Dネットワーク

同時に、イノベーションを通じ成長機会を創出することを目的にR&D投資を強化し、売上高R&D費率を現在の1.8%から、2020年には2.5%へと拡大します。また、新たな研究拠点として「グローバルイノベーションセンター(仮称)」^{※5}を2018年末に稼働させ、先進の基礎技術を基にした革新的な製品開発を推進し、マーケティングとの連動・融合を図っていきます。

※4 「Fusion with Partners」^{フュージョン ウィズ パートナーズ}の考え方にそって「多様な知の融合」を図り、国内外の外部機関とこれまでの枠に捉われない新たな共同研究のスタイルをつくりあげていきます。

※5 多様な人々との交流と知の融合によって、革新技術を創出し新しい価値を生み出す新研究所。横浜・みなとみらい21地区に設立し、2018年末稼働予定。