

# 資生堂の 白斑カバー用ファンデーションの 秘密を解き明かす



特集1

掛川工場から世界へ。  
生産現場の想いをレポート

特集2

研究員に聞く。  
「パーフェクトカバー ファンデーション VC n」開発秘話



資生堂 ライフクオリティー メイクアップ専用商品 パーフェクトカバーシリーズ

資生堂 ライフクオリティー メイクアップはあざや白斑、やけど跡や傷跡、病気や治療による見た目の変化など、肌に深いお悩みのある方々を「化粧のちから」で支援する社会活動です。

専用商品「パーフェクトカバー」ブランドの開発をはじめ、一人ひとりが自分らしく過ごせる選択肢を広げてきました。

2006年には、パーフェクトカバーシリーズより資生堂初の白斑カバー用ファンデーションを発売。進化を重ね、2025年に「パーフェクトカバー ファンデーション VC n(以降、ファンデーション VC n)」としてリニューアル。その価値とともに生産・研究開発に携わる人の想いをお届けします。

- 白斑:皮膚の色素が失われることで皮膚の一部が白くなる疾患です。性別や年齢を問わず誰にでも発症する可能性があり、治療には、外用療法、光線療法、外科療法など複数の選択肢があります。症状や経過には個人差がありますが、見た目の変化が心理的負担につながる場合もあり、QOL(生活の質)への影響が指摘されています。
- 「パーフェクトカバー ファンデーション VC n」:メラニン色調を補い、白斑をしっかりカバーする部分用リキッドファンデーション。みずみずしく軽やかな使い心地で、仕上がりが一日中持続。水や汗、皮脂に強いウォータープルーフタイプ。ブラシ付き。
- 資生堂 ライフクオリティー メイクアップ [☑https://corp.shiseido.com/slqm/jp/](https://corp.shiseido.com/slqm/jp/)
- パーフェクトカバー シリーズ [☑https://corp.shiseido.com/slqm/jp/products/](https://corp.shiseido.com/slqm/jp/products/)



WORLD  
VITILIGO  
DAY

資生堂の白斑カバー用ファンデーションの秘密を解き明かす

## INDEX

特集1 | 掛川工場から世界へ。生産現場の想いをレポート

特集2 | 研究員に聞く。  
「パーフェクトカバー ファンデーション VC n」開発秘話

# 掛川工場から世界へ。生産現場の想いをレポート

白斑カバー用商品である「ファンデーション VC n」を生産する資生堂 掛川工場。  
 工場で働く社員たちの声を通して、製品に込められた想いや生産現場の様子をお届けします。



## 「カバーする／しない」を選べる安心感。 この製品を多くの方に届けたい

資生堂 掛川工場には、白斑と向き合いながら働く従業員もいます。自身も白斑の症状を持ちながら、メイク製品の生産技術に携わる木原 恵。モノづくりに関わる一方で、「ファンデーション VC n」の愛用者でもある木原に、カバーメイクとの向き合い方や製品への想いについて話を聞きました。

— ご自身の白斑についてお聞かせください。

**木原** 20代前半に、右あご下に突然白斑が現れました。唇にも少しかかっているため、肌の色がまだらに見えてしまい、人にどう思われているのが気になることもありました。また、当初は白斑という病名も知らず、原因が分からないことに不安を感じていました。

皮膚科へ行ったところ、「尋常性白斑」と診断され、いくつかの治療を試しましたが、大きな改善には至りませんでした。

— パーフェクトカバーを知ったきっかけや、ファンデーション VC nを使っでの感想を教えてください。

**木原** 資生堂に勤めていることもあり「パーフェクトカバー」というブランドがあることを知りました。治療では改善しませんでした。カバーすることで白斑がほとんど分からないほど自然に仕上がることに安心感を覚え、それ以来ずっと愛用しています。

使用感についてはリキッドタイプのため濃



メイク製品の生産技術に携わる **木原 恵**

「ファンデーション VC n」による白斑のカバー



**BEFORE**  
素颜（白斑）



**AFTER**  
ファンデーション VC n でカバーした仕上がり

\*メイクアップ効果によるイメージ。仕上がりには個人差があります。

さを調整しやすい点が魅力ですね。白斑の境目や周囲の肌の色に合わせて、調整しながら塗ることができる点も使いやすと感じています。また、時間が経っても崩れにくく、マスクへの付着がほとんどない点も気に入っています。

— 木原さんにとってカバーメイクはどんな存在でしょうか？

木原 カバーしなければならぬという義務のような気持ちはありません。

「今日はカバーする」「今日はカバーしない」といった、選択を自分で決められること自体が、心の支えになっています。

例えば、子どもの入学式など、家族で記念写真を撮る場面では欠かさず使用しています。10年以上前になりますが、自分の結婚式の際に持参したところ、式場のメイク担当の方もパーフェクトカバーのカバー力に驚いていました。

人と会う日や、少し背中を押してほしいときには、パーフェクトカバーがそっと寄り添って

くれるように感じます。私にとっては、お守りのような存在です。

— 自身が愛用している化粧品が、勤務先で生産されていることへの想いはありますか？

木原 掛川工場の製品が白斑で悩む方に届いていると思うと、素直に嬉しくなります。

白斑で悩んでいても、この製品をご存じない方はまだ多いと思うので、一人でも多くの人に「ファンデーション VC n」が届いてほしいと願っています。



## 初公開！ 「ファンデーション VC n」の生産現場に密着

これまで公開されることのなかった「ファンデーション VC n」の充填工程。  
その現場に迫るとともに、生産ラインを率いる鈴木 唯那に、  
モノものづくりの現場で大切にしている視点を聞きました。

— 生産現場での役割について教えてください。

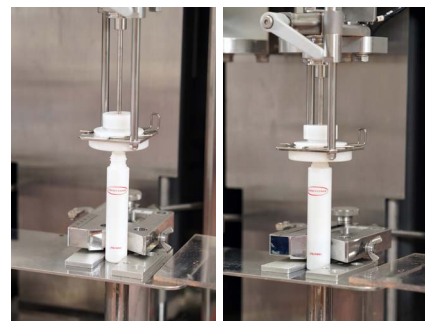
**鈴木** 生産ラインの管理が主な役割です。各工程の作業担当者にそれぞれの作業内容を伝え、生産ラインがスムーズかつ正確に動くよう調整しています。

また、製品の検品も行っています。最終的なパッケージの状態から工程をさかのぼり、完成した製品を部品ごとの状態にまで分解し

て各工程を一つひとつ確認しています。工程ごとに問題がないかを確認するためにこうした確認を行っています。

— 生産工程で注意していることはありますか？

**鈴木** お客様に確かな品質の製品をお届けするために、各工程での作業と製品チェッ



「ファンデーション VC n」の生産は完全な自動化ではなく、一部の工程は人の手で行われる



すずき ゆいな  
生産ライン現場のリーダー 鈴木 唯那



生産ラインでの検品の様子。一つひとつ丁寧に製品を確認

クを確実にしています。安全性・安定性・使い心地の全てにおいて妥協しないモノづくりを徹底するためです。

— ファンデーション VC nを世界中の方に届けていることへの想いについて聞かせてください。

**鈴木** このような社会的な製品に携わることを誇りに感じています。

必要とされている方のもとへ製品をお届けできること、パーフェクトカバーを手に取り信頼して使っていただけることを嬉しく思いますね。

## 「Made by Kakegawa」の品質を体現する、想いを込めたモノづくり

1975年の設立以来、半世紀にわたり資生堂のメイクアップ製品を支え続けてきた掛川工場。  
製品は、生産技術があっこそ安定してお客さまにお届けできる。  
その想いを大切にする工場長の長谷川 修嗣に話を聞きました。

— 掛川工場は半世紀にわたり世界中に製品をお届けしてきました。それを支えてきた品質管理、量産技術について教えてください。

**長谷川** 掛川工場では主力のメイクアップ製品を中心に、医薬品など、時代とともに多様なモノづくりを担ってきました。長年培われた技術と、先人たちのモノづくりへの想いが脈々と受け継がれて、「Made by Kakegawa」の品質が体現されてきたのだと思います。

— 環境対応にも力を入られているかと思いますが、具体的な取り組みはありますか？

**長谷川** 工場内のエネルギー使用状況を「見える化」するシステムを導入するなど、全社員が省エネ活動に参加しています。その取り組みが評価され、2022年度に省エネ大賞「資源エネルギー庁長官賞」を受賞しました。

工場内のエネルギー使用状況を「見える化」するシステムを導入し、全社員が省エネ活動に参加しています。

— 日本のみならず、世界中のお客さまに製品を届けています。その想いを聞かせてください。

**長谷川** 掛川工場は、国内生産拠点の中で唯一のメイクアップ製品工場として、グローバルなモノづくりをリードしています。

私たちの使命は、世界中のお客さまに高品質で安心・安全な製品を安定的に届け続ける



はせがわ しゅうじ  
掛川工場 工場長 長谷川 修嗣

ことです。

そのため、大量生産であっても、使う方一人ひとりにとっては大切な一本。特に「パーフェクトカバー」は、肌に深いお悩みのある方々に寄り添う社会的な意義の大きいブランドだと感じています。長くご愛用いただいているお客さまの期待にお応えできるよう、これからも一つひとつの製品に真摯に向き合い、丁寧なモノづくりを続けていきたいですね。



工場敷地内のソーラーパネル

# 研究員に聞く。

## 「パーフェクトカバー ファンデーション VC n」開発秘話

メラニン色調を補い、白斑を自然にカバーする「ファンデーション VC n」。

この製品の2025年のリニューアルは、資生堂グローバルイノベーションセンター\*で研究開発に携わる研究員にとって大きなチャレンジでした。

リニューアルに携わった研究員に、その背景や工夫、今後の展望について聞きました。

\*資生堂グローバルイノベーションセンター：資生堂の研究開発拠点。都市型オープンラボとして開かれた研究機関を目指し、新たな価値を創出している。



### 長くご愛用いただくために。 お客さまの期待に応えたリニューアル

製品全体のコンセプトづくりから、製品の技術や魅力をお客さまへどう伝えるかまでを担う田中 博子に、リニューアルの背景やこだわりについて話を聞きました。

—リニューアル時の役割について教えてください。

**田中** ブランドが目指す価値をお客さまに伝えるために、製品の技術や特長を分かりやすい言葉に整理しています。パーフェクトカバーのように世界各地のお客さまに向けた情報発信がある場合は特に、それぞれの国の規制に合っているかを細かくチェックしながら、製品の魅力を最大限に発信できるよう情報を整えています。

また、ブランド全体を見渡しながら、個々の

製品の技術的な工夫と合致した情報を提供しています。

—「ファンデーション VC n」の製品としての価値は何でしょうか？

**田中** 「塗った部分にピタッとすばやくフィットして、白斑を自然にカバーする」というのがこの製品の最大の価値です。

これを実現するために、多くの試作を重ね、速乾性と肌へのフィット感の高い処方構築しました。



パーフェクトカバーの研究開発を統括する  
たなかひろこ  
**田中 博子**（研究員）

さらに、配合している成分を気にされる方もいらっしゃることから、安心して選択いただくために、配合する成分についても厳選しています。

機能はもちろんのこと、お客さまの気持ち



初代白斑用ファンデーション（左）と現在の製品（右）



グローバルなスキントーンに対応

にも寄り添って製品をつくり上げることが、ブランドの価値設計の一つですね。

—ファンデーション VC nは海外でも展開しています。グローバルでの製品開発の難しさはありますか？

田中 それぞれの国で各国の規制に合っているか細かくチェックするなど、グローバルで展開することでルールが一気に複雑になります。グローバルとローカル、両方の視点の両方を持ちながら、どの国や地域でもこの製品の良さを最大限に伝えられることを心がけています。

—これまで様々な製品の研究開発に携わってきたかと思いますが、研究開発の中で「ファンデーション VC n」と一般的な化粧品の違いはありましたか？

田中 他のメイクアップ製品はトレンドが大きく影響すると思います。トレンドの中でいろいろなブランドの製品を試したいというお客さまもいらっしゃいますが、この製品は長く使って

いただくことも想定する必要がある製品だと思っています。

—長く使っていただくことを想定とのことですが、意識されたきっかけは？

田中 旧製品（2006年発売 ファンデーション VV）から愛用されているというお客さまから、旧製品とリニューアル品の違いについてご質問いただいたことがあります。リニューアルによるわずかな違いにも気づいていただけたことに本当に驚きました。そうしたお客さまの期待を裏切れないと感じました。長く愛用いただく製品だからこそ、リニューアルには細心の注意が必要だと身が引き締まりました。

また、わずかな違いにも気づいていただくほど日々の生活に溶け込んでいる、とも受け取りました。開発者として大きなやりがいを感じた瞬間でもありました。

また、お客さまの実際のお悩みすべてを完

全に理解することは難しいかもしれませんが、深い肌悩みだからこそ「メイクが落ちないこと」「簡単に塗れること」がより一層求められるのだと想像します。想像することで、「誰でも簡単にカバーできる」ということがファンデーション VC nの絶対に損なってはいけない価値だと考えるようになりました。

—「ファンデーション VC n」への想いや展望について聞かせてください。

田中 グローバルで展開している製品ならではの気づきなのですが、カバーメイクに対して各国での考え方の違いがあることが分かりました。例えば白斑の状態も人それぞれですし、「カバーしたい」「カバーしたくない」という気持ちもそれぞれということです。

当事者の方が自分らしくいられる選択肢の一つとなるよう、生活に寄り添う製品であり続けることを目指しています。

「ファンデーション VC n」による白斑のカバー



BEFORE



AFTER

※白斑部分と肌の色のコントラスト（色の差）があまり強くない場合、ファンデーション VC nの使用をおすすめします。  
※仕上がりには個人差があります。

## 生活者視点で進化したりニューアル、 日常に寄り添い続けるための製品づくり

ファンデーション VC nは、今回のリニューアルでどのように進化したのか。  
処方やパッケージの開発に携わった研究員に、こだわりのポイントを聞きました。



処方開発を担当した **高田 耕太郎** (研究員)

### 色みの再現性の工夫

白斑をカバーする製品なので毎回同じ仕上がりで色みを再現できることにこだわりました。開発する中で使い方によっても色の出方

### 使い心地と色みの再現性、両立への挑戦

が異なるなどの課題が発生しましたが、一貫した色みを出すための工夫を発見し、製品パッケージにもその使い方を記載しました。

### 皮脂や汗で崩れない化粧持ちの良さ

人の肌に似た構造をもつ人工皮革を用意し、ファンデーション VC nを塗った後に水を垂らして化粧持ちの良さを何度も検証しました。これは化粧が崩れないことが第一優先の製品ならではの検討でした。

また、カバー力が高いファンデーションだと時間が経つときしむことが多いのですが、ファンデーション VC nはカバー力とみずみずしさ

を両立しています。これは油と粉末が合わさることで生まれる2層タイプならではの使い心地ですね。



水をはじく化粧持ちの良さ(左)

1色のファンデーションで濃淡を調整可能(右)

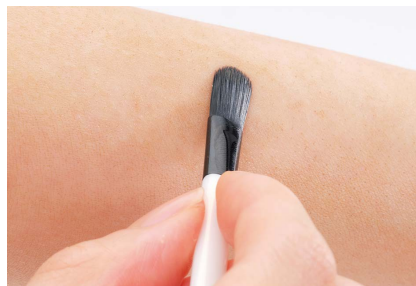


容器開発を担当した **大高 康佑** (研究員)

### ブラシの耐久性を何度も検証

処方のリニューアルにともない、付属されているブラシとの相性も入念に確認しました。処方開発担当の高田と連携し、液をつけて乾燥をさせた後など様々なシチュエーションで、ブラシの毛先が広がらないか、ブラシの毛が抜けかないなどの耐久性を検証しました。

### お客様の声に応えた容器開発。 ボトルの先端の改良による使いやすさ向上



中味と付属のブラシの相性を検討

### ボトルの先端の改良による、使いやすさ向上

お客さまより「冬場にキャップを開けた際に、液体が溢れてくる」というお声をいただいたことがありました。これは、気温の変化などにより容器内の圧力が変わることによって生じるリキッドタイプのファンデーションならではの課題



リニューアルしたボトルの先端

でしたが、ボトルの先端の形状を変更することで、キャップを開けたときに液体が溢れる現象が起きにくい形状にリニューアルしました。

ファンデーション VC nでは白斑の悩みに寄り添う、気持ちを前向きにするような製品であり続けることを願っています。

- ファンデーション VC nの詳細や使い方 <https://corp.shiseido.com/slqm/jp/products/vc.html>
- 資生堂 ライフクオリティ ビューティーセンター <https://corp.shiseido.com/slqm/jp/salon/>

\*このインタビューは、2026年4月に実施したものです。