



2017年5月30日
MDVコンシューマー・ヘルスケア株式会社
TEL : 03-5656-7430 (代表)

皮膚科に通う150万人^{※1}のデータから生まれた 乾燥性敏感肌用スキンケア

私の輝きを奏でる、高保湿プレミアムスキンケアシリーズ

KISOU

2017年7月1日、発売開始

MDVコンシューマー・ヘルスケア株式会社（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：本多 功征 以下、当社）は、2017年7月1日（土）より、デリケートな乾燥性敏感肌^{※2}にも、確かな潤いをあたえてくれるプレミアムスキンケアシリーズ「KISOU」を新発売いたします。



「KISOU」は、女性が抱える乾燥性敏感肌に着目し開発したプレミアムスキンケアシリーズです。
診療データ^{※3}を活用した当社の独自調査において近年、乾燥性敏感肌の内的原因となる疾患群が増加傾向にあり、特に30代～40代女性はこの傾向が顕著であることが観察されています。
このたび、当社は、肌のバリア機能を高め、保湿力のすぐれたしっとりリッチな肌へ導く乾燥性敏感肌向け基礎化粧品「KISOU」の販売を開始します。

※1：診療データ抽出定義条件における基礎条件該当患者数1,567,584人を指す。（出所：MDV診療データ 2010年4月～2016年12月 L00-L99皮膚及び皮下組織の疾患（ICD10コード））

※2：乾燥性敏感肌とは、皮膚のバリア機能が損なわれ、乾燥し角層細胞があらえてしまっている状態。

※3：メディカル・データ・ビジョン株式会社（東証1：3902）が保有する診療データベースは、病院からデータの二次利用許諾をいただいた、DPC データレセプトデータをもとに構築しています。当該データベースでは、収集が難しく実態を把握することが困難とされていた、病院における薬剤処方実態や疾患規模の実態などを明らかにすることが可能です。なお、取り扱っているデータは全て、個人情報保護の観点から匿名化処理をしています。





発売背景

乾燥性敏感肌の内的原因に着目 診療データにより肌悩みの実態※4（肌に関する皮膚の疾患群）を洞察

乾燥性敏感肌とは、
皮膚のバリア機能が損なわれ乾燥し、
角層細胞があらえてしまっている状態。

内的原因

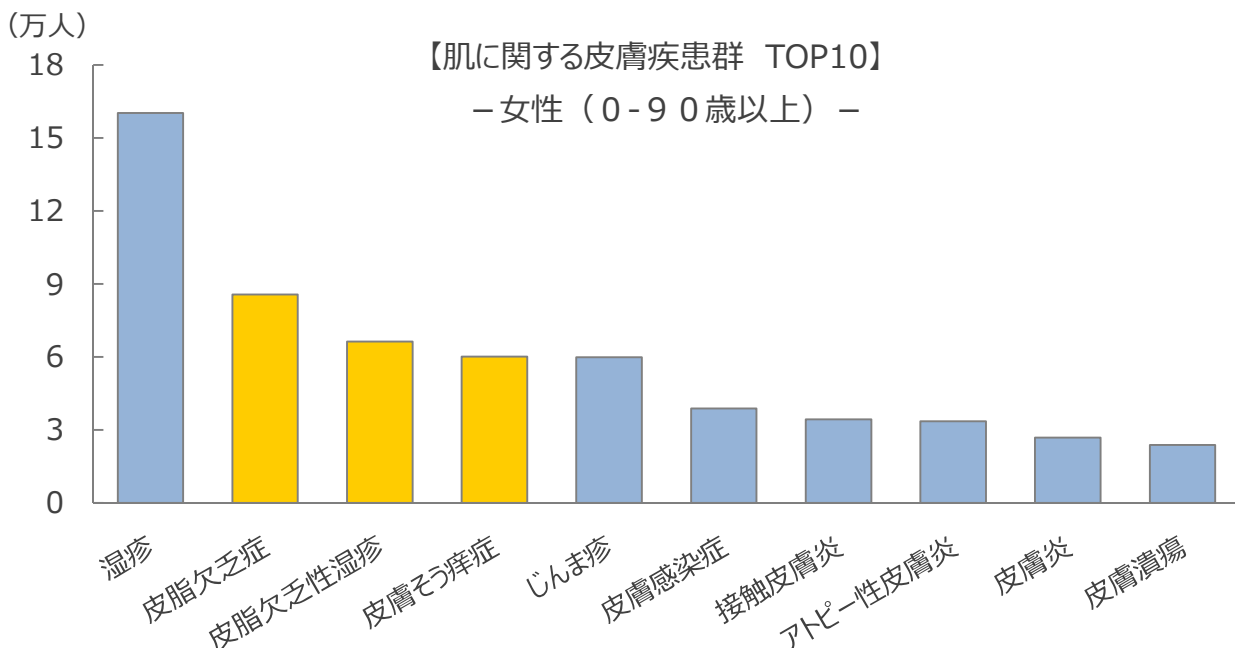
- ・乾燥肌
- ・皮脂や細胞間脂質(セラミド等)
天然保湿因子の分泌低下
- ・アレルギー体質

外的原因

- ・皮膚からうるおいを奪う洗浄剤などへの接触
- ・紙など皮膚に物理的刺激を与えたり、
皮脂を吸い取る物質への接触
- ・空気の乾燥など環境的要因

当社独自調査

女性が抱える肌の悩みには乾燥性敏感肌の内的因子である 皮膚疾患群が上位を占めている



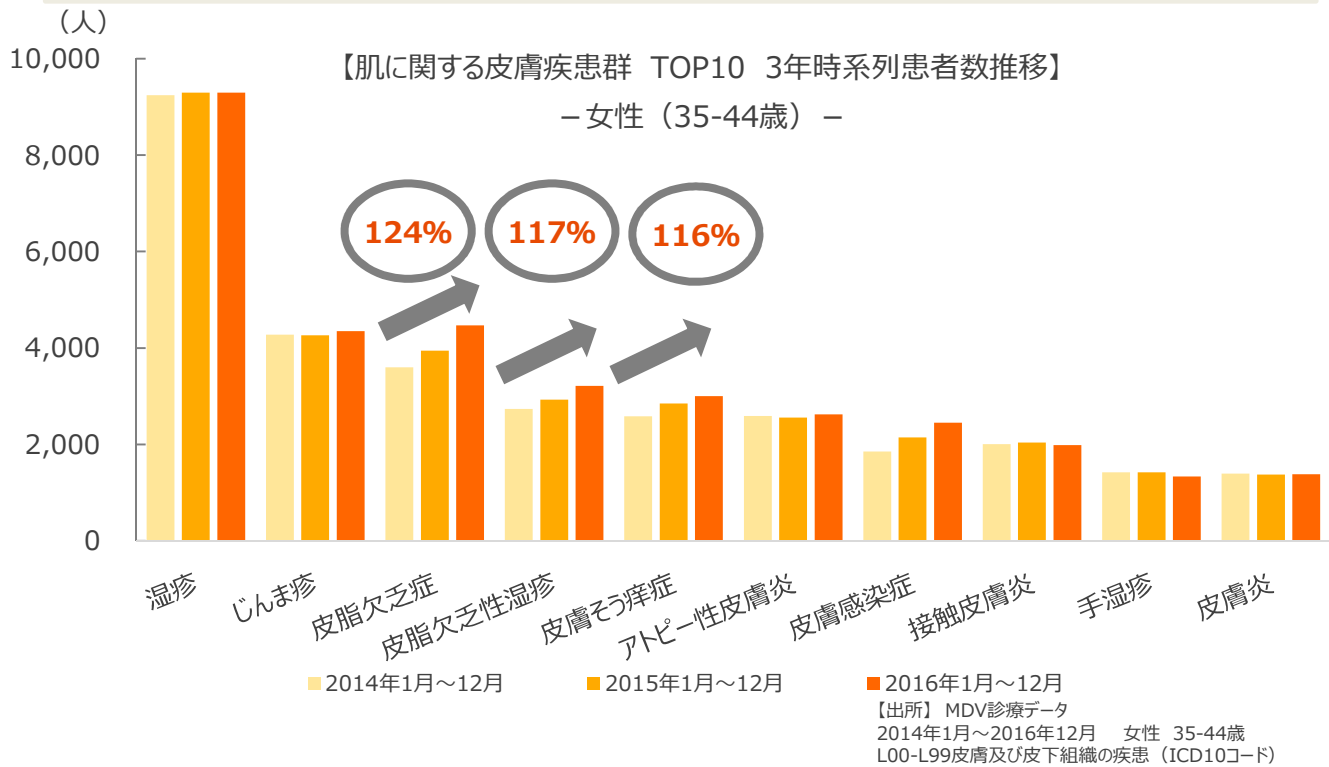
※4：肌トラブルを引き起こすきっかけとなる原因は、花粉や紫外線、ダニなどの外的因子と乾燥肌や皮脂分泌異常などの内的因子に分類されます。当社は、肌トラブルの内的因子に着目し、診療データによる肌悩みの実態（肌に関する皮膚の疾患群）を観察しました。

【出所】 MDV診療データ
2014年1月～2016年12月 女性 0-90歳以上
L00-L99皮膚及び皮下組織の疾患（ICD10コード）

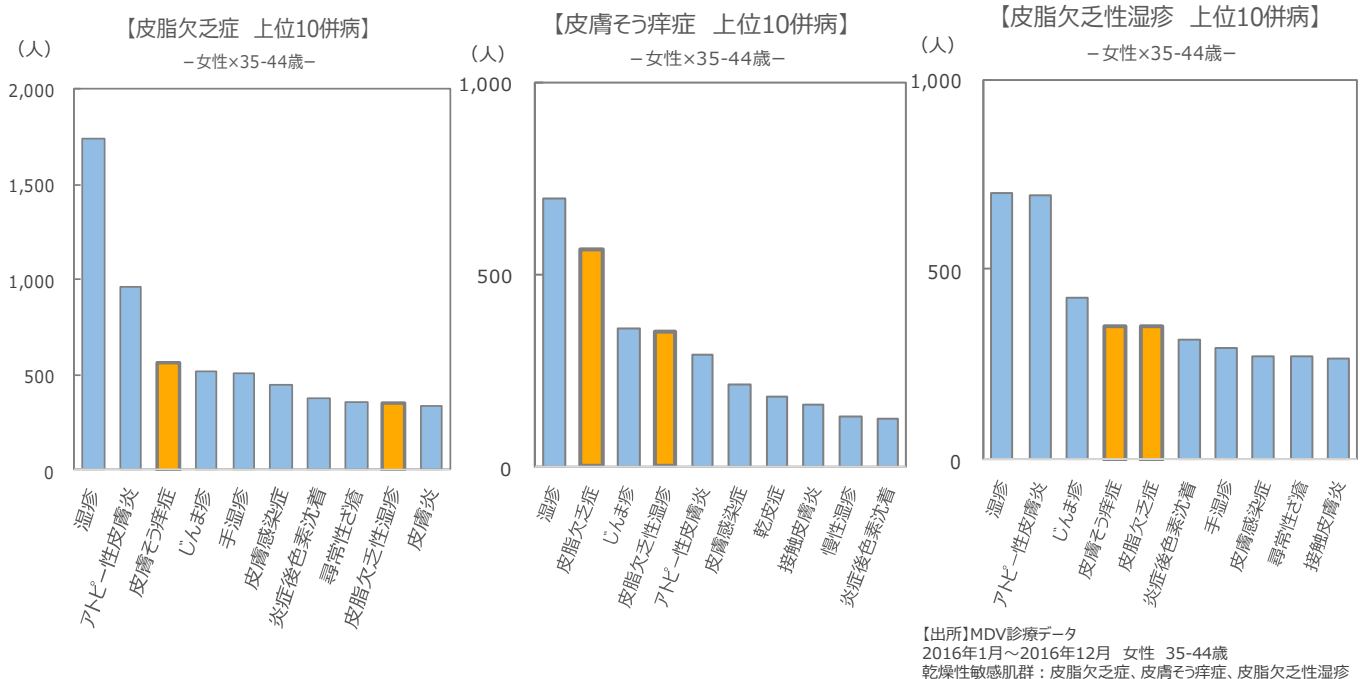




中でも30代、40代女性が直近3年で120%前後の伸長傾向



乾燥性敏感肌に悩む方は、乾燥性敏感肌の内的因子である 皮膚疾患群での肌悩みを同時に抱えている





商品コンセプト

私の輝きを奏でる、高保湿プレミアムスキンケアシリーズ

KISOU

肌のバリア機能を高め、保湿力のすぐれた
しっとりリッチな肌へ導く
乾燥性敏感肌向け基礎化粧品

【敏感肌にも使える肌想い処方】

- ・全品無香料、無着色、アルコールフリー（エタノールフリー）
- ・全品アレルギーテスト済み ※5
- ・敏感肌者による連用テスト済み ※6

【トライアングルアプローチ】 3つの保湿成分が角層深部まで浸透

- ・ SC Repairing Veil（角層表面）
- ・ Penetrating Ceramide Capsule（角層内部）
- ・ Royal Jelly Peptide（角層深部） ※7

※5：全品アレルギーテスト済み（全ての人にアレルギーがおきないというわけではありません。）

※6：敏感肌者による連用テスト済み（全ての人肌に合うというわけではありません。）

※7：SC Repairing Veil：ポリメタクリロイルリン、Penetrating Ceramide Capsule：セラミド2、Royal Jelly Peptide：加水分解ローヤルゼリータンパク

【メインビジュアルイメージ】

診療データを活用したコスメであるという信頼性と、プレミアムスキンケアシリーズであることの品質感を感じさせるデザインをイメージ。また、パッケージ、ロゴの紫を基調に、気品ある世界観をつくります。

■ KISOU ブランドサイト <https://www.kisou.ne.jp>

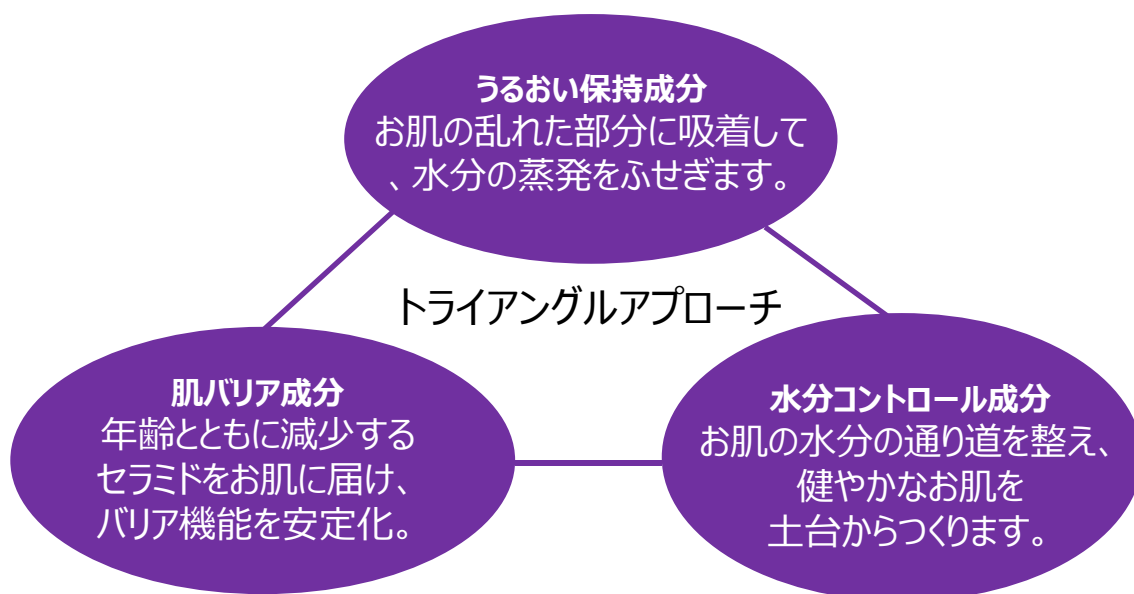




商品特長

3つの保湿成分による角層へのトライアングルアプローチ 肌にやさしく※8、潤い弾力のある肌に

3つの保湿成分（SC Repairing Veil、Penetrating Ceramide Capsule、Royal Jelly Peptide）※9が使いつづけるほどに潤い、弾力のある肌へ導きます。



【角層表面】

SC Repairing Veil (SCRV)

1 乱れた角層に結合しやすくなる分子設計なので、肌に吸着することで水分補給、水分蒸散を防ぎ肌に潤いを与える。ヒアルロン酸とほぼ同等の吸湿性があり、ヒアルロン酸よりも高い保水性がある。

角層の水分を保持して放さない

【角層内部】

Penetrating Ceramide Capsule (セラミド)

2 セラミドを角層中に届ける役割。角層のセラミドからなる脂質の層と水分子の層が交互に規則正しく何層も重なりあう層状構造「ラメラ構造」を安定化。

細胞間脂質をすみすみまで補い、角層本来の機能を取り戻す

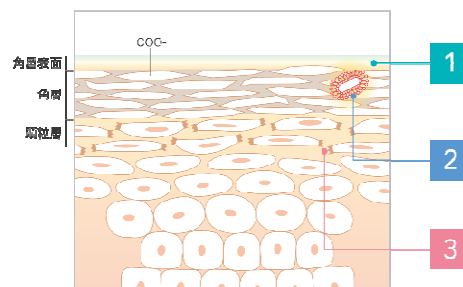
【角層深部】

Royal Jelly Peptide (ロイヤルゼリーペプチド)

3 タイトジャンクション※をコントロールし、バリア機能を修復。

※ 顆粒層の細胞同士の間にある水分の通り道のこと

タイトジャンクション（水分の通り道）をコントロールし、バリア機能を修復



※8：全品アレルギーテスト済み（全ての人にアレルギーがおきないというわけではありません。）
敏感肌者による連用テスト済み（全ての人の肌に合うというわけではありません。）

※9：

- ・SC Repairing Veil：ポリメタクリロイルリン
- ・Penetrating Ceramide Capsule：セラミド2
- ・Royal Jelly Peptide：加水分解ローヤルゼリータンパク



NewsRelease



MDV コンシューマー・ヘルスケア

商品一覧

肌に負担をかけずにやさしく洗い、肌を守る「Basic Line」と
しっとりリッチな使用感の「Moisturizing Line」の2ライン、6品目で展開します。



【 Basic Line 】

商品名	特長	分類	容量	メーカー希望 小売価格 (税抜)
① KISOU クリームクレンジング	肌への負担を軽くし、 メイクをきちんと落とす。	クレンジング クリーム	106g	3,500円
② KISOU フォーミングウォッシュ	きめ細やかな泡で、 肌をやさしく洗う。	洗浄料	150mL	3,500円
③ KISOU UVプロテクション	白浮きせずに、 紫外線から肌を守る。	日焼け止め クリーム	30g	4,000円

【 Moisturizing Line 】

商品名	特長	分類	容量	メーカー希望 小売価格 (税抜)
④ KISOU モイスチャライジングローション	高浸透性で、 肌をみずみずしく潤す。	化粧水	120mL	4,500円
⑤ KISOU モイスチャライジングエマルジョン	水分を保持し、 うるおいをキープ。	保湿乳液	49g	4,500円
⑥ KISOU モイスチャライジングクリーム	保護力に優れ、 肌をしっかり守る。	保湿クリーム	30g	4,000円



MDVCH すべての人が、「華やかに、強く、美しく」

Copyright © MDV Consumer Health Care Co.,Ltd. All Rights Reserved.

NewsRelease



MDV コンシューマー・ヘルスケア

当社について

- 【 設 立 】 2017年2月
- 【 代 表 者 】 本多 功征（代表取締役社長）
- 【 資 本 金 】 100,000千円
- 【 事 業 内 容 】 (1) 医薬品、医薬部外品、化粧品、食料品等の研究開発、製造、企画、販売、輸出入及び卸売業
(2) インターネット、カタログ等による通信販売業
(3) 各種医療データの分析、調査及びコンサルティング業務
(4) 各種医療データの運用及び提供サービス業務
(5) 前各号に附帯する一切の事業
- 【 所 在 地 】 〒101-0053 東京都千代田区神田美土代町7番地住友不動産神田ビル10階
- 【 T E L 】 03-5656-7430
- 【 F A X 】 03-5656-7431
- 【 株 主 】 メディカル・データ・ビジョン株式会社（証券コード：3902 東証第1部）100%

Our Way

人は、ひとりひとりが健やかでありたい、美しくありたいという普遍的な欲求を持っています。そして、美は人を鼓舞し、輝かせ、生きることのときめきや勇気さえ育みます。

当社は、人々の「華やかに、強く、美しく」ありたい思いを真摯に受けとめ、そして、誠実に応えるために独自性のあるマーケティングと「EBM：Evidence-Based Medicine（根拠に基づく医療）」に基づき、革新的な製品と人が輝く生活文化を創造し続けることを使命とします
すべての人が、「華やかに、強く、美しく」あるように。

「Our Way」を実現するため、当社および社員は、経営方針および事業方針に基づき、国の内外を問わず、人権を尊重するとともに、すべての法令、行動規範およびその精神を遵守し、高い倫理観をもって行動します。



MDVCH すべての人が、「華やかに、強く、美しく」

Copyright © MDV Consumer Health Care Co.,Ltd. All Rights Reserved.



マーケティングポリシー

- ・疫学的、統計的、科学的に立証された製品開発の実施。そのために、「EVIDENCE force」ポリシーに基づいたマーケティングの実践に努める。
- ・前例踏襲や先入観を排す自由で柔軟な思考を尊重し、涵養する。
- ・進取の気性を培い、涵養する。

EVIDENCE force

当社は、メディカル・データ・ビジョン株式会社が保有、運営する日本最大規模の診療データを活用しており、ヘルスケア産業向けに「MDVリアルインサイト」サービスを提供しています。

エビデンスフォースは、当社による、「EBM：Evidence-Based Medicine（根拠に基づく医療）」の観点でH&BC製品のマーケティングを実践するというマーケティングポリシーです。



当社は大規模診療データベースの活用について自主基準を満たしている製品には、お客様にメリットが確保された製品であるとして、『EVIDENCE force』を自主認定します。

H&BC製品分野においては、物販データやアンケートなどから生活者ニーズの汲み取りを試みているが、この手法では情報バイアスや購買者と使用者のギャップが発生するという課題が残ります。

その結果として、生活者に対して、真に満足できる商品が届けられていない事例が見受けられます。

一方、メディカル・データ・ビジョン株式会社が独自に保有する大規模診療データベースでは、特定の疾患における患者の数、性年代、併病状況、処方状況などが経年で明らかになるため、本質的なニーズを汲み取った、生活者視点に立った商品を生活者へ提供することが可能となります。

医療ビッグデータ分析のノウハウを保有する当社が製造販売を行うことで、その時々が必要とされている商品をスピーディに市場展開してまいります。

当社は大規模診療データベースを積極的に活用し、真に満足していただける安全で優れた商品の研究、開発、製造、販売に努めてまいります。

※10:MDVコンシューマー・ヘルスケア株式会社による、「EBM：Evidence-Based Medicine（根拠に基づく医療）」の観点でH&BC製品のマーケティングを補完するというマーケティングポリシーを表したものであり、製造・販売する製品の効能・効果及び、含有成分・添加物、製剤設計等を評価、保証するものではありません。





コーポレート・ステートメント

診療データにしか、叶えられない願いがある。

健やかに、美しく、人生を謳歌したい。
それは、すべての人の願いです。

わたしたちは、ヘルスケア領域で唯一無二の大規模診療データにもとづいた確かな発想。
すなわち「EVIDENCE force」から商品をうみだすことで、叶えていきます。

従来のマーケティング手法にはなかった、診療データというカラダからの声。
そこには、まだ顕在化していない人々の願いがありました。

表面的な欲求を満たすものと、本当に必要とされるものは同じではない。
そう考えるわたしたちは、化粧品、食品、医薬品など、
まだ本当の願いを叶えていない人がいるさまざまな場所に、商品をお届けします。

すべての人が、「華やかに、強く、美しく」あるように。

MDVコンシューマー・ヘルスケア

