

セミナー

【2名同時申込で1名無料】対象セミナー

テレワーク応援キャンペーン【オンライン配信セミナー1名受講限定】

【研修パック】対象セミナー（3名以上で1人あたり19,800円）

【ライブ配信受講者特典】アーカイブ配信付

化粧品開発のための 有用性評価の進め方と試験デザイン作成の注意点

～経皮吸収の基礎から失敗しない試験デザイン設計、結果のデータ活用まで～
～中国NMPA申請などグローバル展開を視野に入れた試験設計～

受講可能な形式：【ライブ配信（アーカイブ配信付）】or【アーカイブ配信】のみ

本セミナーでは、25年以上の研究開発経験を持つ講師が、経皮吸収のメカニズムや各種試験メニューなどの基礎知識から、訴求に繋がる試験デザインの設計手法までを徹底解説。さらに、試験受託機関の選定・実務、統計データの読み解き方、大手企業の事例に学ぶマーケティング・グローバル展開への活用法、よくある失敗対策などを講師の経験事例をふまえて解説致します。

「試験を依頼・活用する研究者」の視点から明日から実務で使えるノウハウを凝縮してお届けしますので、確実な製品差別化を目指す方はぜひご参加ください。

こんなことが学べます

- 有用性評価の基礎理解
- 試験デザイン設計の実践スキル
- 試験委託の実務ノウハウ
- 主要試験メニューの理解
- 試験結果の読み解きと活用戦略
- エビデンスマーケティングの実践
- グローバル展開の基礎知識
- 失敗を避けるためのチェックリスト
- 費用対効果の最大化

日時 【ライブ配信】 2026年10月27日（火） 13:00～16:30

【アーカイブ配信】 2026年11月12日（木） まで受付（配信期間：11/12～11/26）

受講料(税込) 49,500円  S&T会員登録とE-Mail案内登録特典について

各種割引特典 定価：本体45,000円＋税4,500円

2名で49,500円 (2名ともS&T会員登録必須／1名あたり定価半額24,750円)

1名申込みの場合：受講料(定価 39,600円／E-Mail案内登録価格 37,840円)

定価：本体36,000円＋税3,600円

E-Mail案内登録価格：本体34,400円＋税3,440円

※1名様でオンライン配信セミナーを受講する場合、上記特別価格になります。

※お申込みフォームで【テレワーク応援キャンペーン】を選択のうえお申込みください。

※他の割引は併用できません。

本体18,000円＋税1,800円(一人あたり)

※受講者全員のE-Mail案内登録が必須です。

※お申込みフォームで【研修パック】を選択のうえお申込みください。

※他の割引は併用できません。

※当社Webサイトからの直接申込み限定です。

特典

●ライブ配信受講者には、特典(無料)として「アーカイブ配信」の閲覧権が付与されます。
聞き逃しや振り返り学習に活用ください。
(アーカイブ配信については、「オンライン配信」項目を参照)

配布資料

ライブ配信：PDFテキスト(印刷可・編集不可)

アーカイブ配信：PDFテキスト(印刷可・編集不可)

※開催2日前を目安に、弊社HPのマイページよりダウンロード可となります。

なお、アーカイブ配信受講の場合は、配信日になります。

オンライン配信

ライブ配信 ▶受講方法・接続確認 (申込み前に必ずご確認ください)

アーカイブ配信 ▶受講方法・視聴環境確認 (申込み前に必ずご確認ください)

セミナー視聴はマイページから

お申し込み後、マイページの「セミナー資料ダウンロード／映像視聴ページ」に

お申込み済みのセミナー一覧が表示されますので、該当セミナーをクリックしてください。

(アーカイブ配信は、配信日に表示されます。)

備考

※講義中の録音・撮影はご遠慮ください。

セミナー講師

be oneself 代表

市川 裕康氏 理学(修士) >> [【講師紹介】](#)

【ご経歴】

博士後期課程を経て、京都のベンチャー企業にてインクジェットプリンター用インクの研究開発に従事。その後、化成品メーカーや素材メーカーにおいて研究開発、品質管理、生産技術など幅広い業務を経験する。前職では、大阪の石けん・化粧品メーカーにて10年以上にわたり、固形石けん、ボディソープ、洗顔料やスキンケア製品、薬用化粧品の処方設計や開発を担当。ドラッグストアやホームセンターで販売される多数の製品やOEM案件に携わり、薬事申請や評価試験も自ら実施するなど、実務に基づく豊富な知識を培った。2024年に独立し「be oneself」を創業。奈良県産のイチゴやスイカなど自然素材を活かしたオリジナル化粧品を展開するとともに、個人向けスキンケアコンサルティングや事業者向け開発支援を行っている。現在では、研究開発歴25年以上の経験を基に、原料特性・安定性評価・薬機法対応まで一貫したアドバイスを提供している。

【主なご専門 / 取得資格】

化粧品科学、皮膚科学、有機化学

所属学会：日本化粧品技術者会 (SCCJ)

取得資格：日本化粧品検定特級コスメコンシェルジュ (日本化粧品検定協会) / 日本化粧品検定1級・2級 (日本化粧品検定協会) / AJESTE美肌エキスパート (日本エステテック協会) / コスメ薬機法管理者 (薬事法有識者会議) / 化粧品成分上級スペシャリスト (化粧品検定協会) / 認定スキンケアコーチ (スキンケアコーチング協会)

セミナー趣旨

化粧品開発において、消費者の科学的思考の高まりとともに、有用性評価のエビデンスは製品差別化の重要な要素となっています。本講演では、25年以上の研究開発経験を持つ講師が、「試験を依頼・活用する研究者の立場」から、有用性評価の基礎知識、試験デザインの設計方法、試験委託機関の選定と実務、結果の読み解き方、そしてエビデンスを製品開発・マーケティングに活かす戦略まで、実践的に解説します。大手企業の成功事例分析、経皮吸収の科学的理解、試験受託機関の具体的なサービス内容、さらには中国NMPA申請など グローバル展開も視野に入れ、失敗事例から学ぶ注意点も含めた、明日から使える実務ノウハウを提供します。

セミナー講演内容

1. なぜ今、化粧品に有用性評価が求められるのか

- 1-1. 消費者の科学的思考の高まりと機能性化粧品への期待
- 1-2. 大手メーカーの研究発表とマーケティング戦略
- 1-3. 薬機法の規制と表現できる効能効果の範囲
- 1-4. エビデンスマーケティングの時代：根拠ある訴求の重要性

2. 化粧品の作用部位と求められる評価の種類

- 2-1. 皮膚の構造理解：角層・表皮・真皮・付属器官
- 2-2. 作用部位別の化粧品分類（保湿・美白・抗シワ・UV等）
- 2-3. 作用部位に応じた評価項目の選定
- 2-4. 「表面で働く」vs「浸透が必要」の見極め方

3. 有用性評価の基礎知識：経皮吸収を中心に

- 3-1. 経皮吸収のメカニズムとFickの拡散則
- 3-2. 500ダルトンルール：分子量と皮膚透過性
- 3-3. 分配係数と親油性・親水性バランス
- 3-4. 角層バリアと細胞間脂質の役割

4. 試験方法の選択：in vitro、in vivo、ex vivoの使い分け

- 4-1. in vitro試験の特徴：迅速・低コスト・機序解明
- 4-2. in vivo試験（ヒト試験）の特徴：実使用感・最終評価
- 4-3. ex vivo試験の特徴：ヒト皮膚を用いた新しいアプローチ
- 4-4. 試験方法の組み合わせ戦略（段階的評価の考え方）

5. 主要な有用性試験メニューの理解

- 5-1. 【美白】チロシナーゼ阻害試験／メラニン量測定／色素沈着抑制試験
- 5-2. 【抗シワ】コラーゲン・エラスターゼ活性試験／皮膚弾力性測定／画像解析
- 5-3. 【保湿・バリア改善】角層水分量／TEWL測定／角層解析
- 5-4. 【抗炎症・抗酸化】SOD様活性／DPPHラジカル消去／抗糖化活性
- 5-5. 【血流促進】レーザードップラー血流計／サーモグラフィー
- 5-6. 【育毛】毛乳頭細胞試験／頭皮血流測定

6. 安全性評価と有用性評価の両輪

- 6-1. 安全性試験の種類（パッチテスト・アレルギーテスト・スティンギングテスト）
- 6-2. クリニック併設型試験施設のメリット
- 6-3. 有用性と安全性を同時に評価する意義

7. 試験デザイン設計の実践ステップ

- 7-1. 製品コンセプトから評価項目への落とし込み
- 7-2. 訴求したい効能から逆算する試験設計
- 7-3. 対照群の設定：プラセボ、無添加、競合品
- 7-4. 被験者数の設定と統計的有意性の確保
- 7-5. 試験期間の設定：即効性評価 vs 継続使用効果評価
- 7-6. 測定ポイント（時点）の適切な設定

8. 試験委託の実務：依頼から報告まで

- 8-1. 試験受託機関の選定基準（専門性・設備・実績）
- 8-2. 見積依頼時に確認すべき項目とコスト感
- 8-3. 試験プロトコル作成時のポイント
- 8-4. 倫理審査とインフォームドコンセント
- 8-5. 恒温恒湿環境試験室など設備要件の理解
- 8-6. オーダーメイド試験の依頼プロセス

9. 試験結果の読み解き方と活用戦略

- 9-1. 試験報告書の構成要素と読み方
- 9-2. 統計解析結果の解釈（p値、標準偏差、有意差）
- 9-3. 「統計的有意差」と「実用的な差」の違い
- 9-4. ポジティブデータの見せ方・グラフ化のコツ

9-5. ネガティブデータへの対処法と再試験の判断

10. エビデンスを製品開発・マーケティングに活かす

- 10-1. 大手企業の事例分析：ロート製薬（ヒアルロン酸×UV保護）
- 10-2. 大手企業の事例分析：花王（炭酸×浸透促進、セラミド×バリア）
- 10-3. ニュースリリースと製品訴求の効果的な紐づけ
- 10-4. 広告・パッケージでの表現可能範囲と注意点
- 10-5. BtoB展開での技術資料・エビデンスシート作成

11. グローバル展開を視野に入れた試験設計

- 11-1. 中国NMPA申請用試験の要件
- 11-2. 海外展開時に求められるエビデンスの違い
- 11-3. 国際標準化された試験方法の活用

12. よくある失敗事例とその対策

- 12-1. 試験デザインの不備で「測定できない」ケース
- 12-2. サンプル数不足で統計的有意差が得られない
- 12-3. 試験条件と実使用条件の乖離問題
- 12-4. コストオーバーと納期遅延への対応

13. まとめ：有用性評価を成功させるために

- 13-1. 試験依頼前のチェックリスト
- 13-2. 受託機関との効果的なコミュニケーション
- 13-3. 費用対効果を最大化する戦略的アプローチ
- 13-4. 今後の化粧品開発におけるエビデンスの重要性

☐ 質疑応答 ☐