

运用复合技术， 成功实现洁面后高保湿成分“银耳多糖”在肌肤上的留存 ~ 面向全球布局，实现快速、可持续的产品开发 ~

本文为译文，原文来源于 FineToday Holdings 官网：

《コンプレックス技術により、高保湿成分「シロキクラゲ多糖体」を洗顔後も肌に留めることに成功
~ グローバル展開を見据えたスピーディーでサステナブルな製品開発の実現へ ~》

(<https://www.finetoday.com/jp/news/newsrelease/2026040901/>)

Fine Today Holdings Co., Ltd. (总部：东京都港区；董事长兼 CEO：小森哲郎)、运用将多种成分进行复合处理的复合※1 技术，成功实现将配合在洁面产品中的保湿成分“银耳多糖”于洁面后仍留存在肌肤上。

本次的研究成果已于日本农艺化学会 2026 年度大会（2026 年 3 月 9 日～12 日，京都府）上发表。

■化妆品市场的课题和复合技术

在日本的化妆品市场，随着产品投入数的增加和新企业的加入，流通的商品数量正不断增多。并且，在通过利用 OEM 和 ODM 提高了开发与投入市场速度的背景下，产品生命周期呈现短期化趋势，市场要求企业能快速捕捉消费者需求与趋势变化加速产品开发。此外，随着消费者可持续意识的提高，除了产品的功效外，重视环保和成分安全性的倾向也在增强。※2

另一方面，新成分的开发需要安全性评估、量产化验证、对应各类合规等多方面的流程，而在全球展开时，还需遵从各国或地区的法律法规，由此引发了商品化周期易被拉长的问题。

因此，我司着眼于使用已确认安全性的现有原料来构建复合成分。与开发新成分相比，复合技术具有可缩短开发周期、更易适配各国法律法规等优点，同时还能减少开发所需的水、电等资源的使用量，降低开发带来的环境负荷。我司将复合技术定位为研发的重点领域，以全球布局为目标，通过快速且可持续的研发，致力于创造能够催生新功效和新价值的创新活动。

■研究背景

洁面产品有着洗后不紧绷的诉求，但即使配合了高性能的保湿成分，因其结构也会存在成分被洗去

的问题。银耳多糖具有与透明质酸钠相当的保湿力，常用于化妆水、乳液等护肤产品中，但由于它与肌肤表面同样携带负电荷，因电性排斥而难以吸附，很难在洁面后留存在肌肤上。

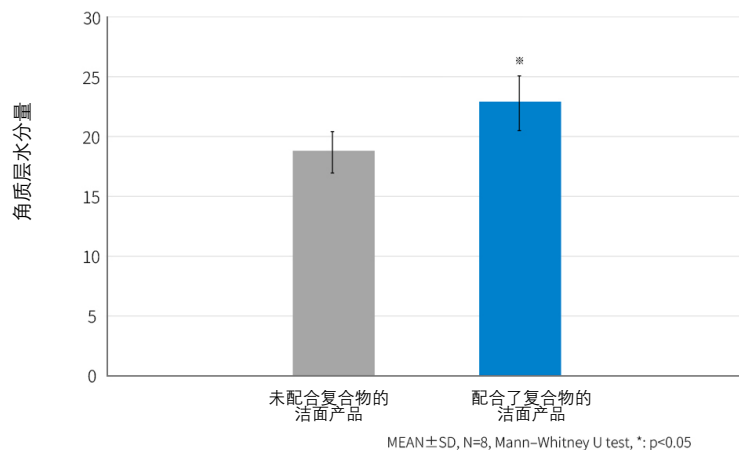
因此，我们将带有正电荷、可提升肌肤吸附性与泡沫质感的瓜儿豆来源成分（瓜儿胶羟丙基三甲基氯化铵）与银耳多糖通过离子的力量进行复合处理，验证能否使保湿成分在洁面后仍留存于肌肤上。

■研究内容

【实验①】连续使用配合复合物的洁面产品对肌肤的效果

以 8 名 31~59 岁的日本男性、女性为对象，连续 4 周使用配合了银耳多糖和瓜儿豆来源成分复合物（以下简称“复合物”）的洁面产品以及未配合该复合物的洁面产品，验证了复合物对肌肤的效果。对比连续使用洁面产品 4 周后的角质层水分量的结果显示，使用配合复合物的洁面产品时，与连续使用未配合复合物的洁面产品相比，角质层含水量明显更高。该结果表明，通过将银耳多糖复合处理后，能够使其在洁面后更容易留存在肌肤上，发挥保湿功效的可能性。

图 1 连续 4 周使用配合了复合物的洁面产品后角质层含水量



【实验②】配合复合物的洁面产品对泡沫弹性的效果

我们验证了复合处理后的瓜儿豆来源成分是否可维持改善泡沫质感的功效。在相同条件下，对空白对照洁面产品（未添加各类成分的洁面产品）、配合瓜儿豆来源成分的洁面产品、配合银耳多糖的洁面产品、配合复合物的洁面产品进行起泡，测量泡沫的弹性。结果显示，配合复合物的洁面产品与配合瓜儿豆来源成分时一样，具有改善泡沫弹性的效果。

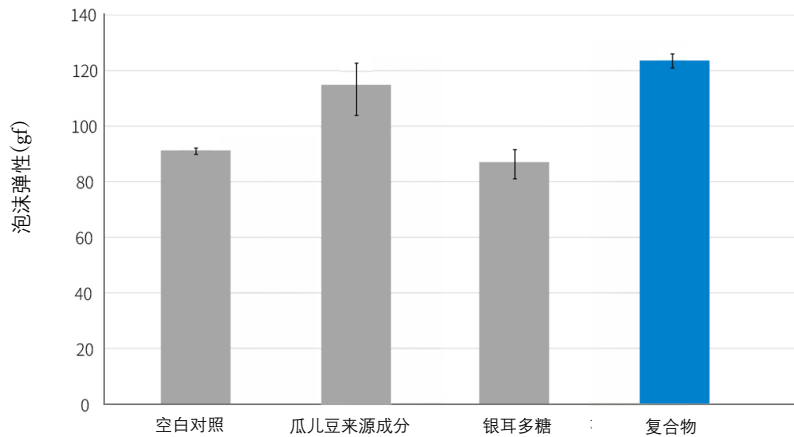


图 2 泡沫弹性对比

以上实验结果明确了银耳多糖与瓜儿豆来源成分的复合物在清洁后仍能留存在肌肤上并发挥保湿功效，同时能强化泡沫弹性。由此确认，这是一种可以保留双重成分功效、适配洁面产品的有效复合物。

■未来展望

我司基于“让世界上的每一个人，都能够享受美好的一天，拥有永远美好而充实的人生”的企业宗旨（存在意义），为响应多样化、高度化的消费者需求，在活用现有原料的同时，将进一步扩大能创造出新功效的复合技术的应用领域。此外，通过本技术提升开发效率，将节省的时间与资源投入新价值的创造，迅速地向全世界的顾客提供高品质的产品。

※1 复合是指将多种成分组合而成的化学复合体。

※2 参考 Grand View Research [Clean Beauty Market (2024 - 2030)]

-完-

■关于 FineToday 集团

FineToday 集团于 2021 年正式继承了原资生堂集团旗下的全球个人护理业务，重新扬帆起航。

我们以“让世界上的每一个人，都能够享受美好的一天，拥有永远美好而充实的人生”为企业宗旨，为实现这一目标，将地球环境与社会的可持续发展与收益性增长有机结合，协同推进。

源于品牌 DNA 的美意识，融入我们精进的运营体系、独特的价值主张以及“全球本土化 (Glocal)” 实践之中。

我们致力于通过传递心动瞬间，为全球人们带来身心健康的美好生活，目标是成为亚洲 No.1 的日用品制造企业。