注目の美容成分 今年はこれで美しくなりたい！ ＡＣ−11編

ＤＮＡ修復という斬新な切り口の素材 〃新製品に配合したい！〃250社を超える企業が導入を検討

ＡＣ−11は、南米アマゾンで発見されたキャッツクローというハーブの樹皮を独自製法によって抽出した新しい健康食品・化粧品素材である。国内ではニュートリション・アクトのみが販売代理店の権利をもっている。昨年四月から販売を開始し、現在では世界的な大手化粧品メーカーや国内有数の化粧品メーカーを含めおよそ数十社が素材として導入し、商品化している。また導入を検討している企業は二百五十社にのぼるという。それだけ化粧品業界、健食業界ともに今年最も注目している美容・健康素材といっても過言ではないだろう。そのＡＣ−11の特性、製品として配合したメーカーの声を集め、素材としての魅力に迫った。

インカ帝国の万能薬キャックローを特殊抽出した原料に世界中が注目

ＡＣ−11は、「ＤＮＡを示す十一番目の染色体の修復に関わる遺伝情報を活性化させる」（Ａｃｔｉｖａｔｅ Ｃｈｒｏｍｏｓｏｍｅ 11）という意味をこめて命名された。

もともと、南米アマゾンに自生するキャッツクローというハーブの樹皮を特殊な方法で抽出した原料である。キャッツクローは二千年以上の長い歴史を持つ。樹皮を煎じたキャッツクローのお茶は、ペルーの原住民であるカンパ族によって、万病薬として健康維持や病気予防の目的で飲まれてきた。さらに、世界的な文明国であったインカ帝国において、数あるハーブの中でも最も貴重な植物とされていた。その健康維持のハーブに目を付けたのが、スウェーデンＬＵＮＤ大学のペロー教授であった。

アマゾンの奥地に自生するキャッツクロー

ペロー教授はＤＮＡ修復機構の分子生物学的研究を専門分野としている。その傍ら、研究の一環としてＤＮＡの修復に働く天然素材を探し求めていた。アマゾン河流域は未知なる植物が豊富に現存し、新たな成分の発掘地帯として注目されている。中でもペロー教授が目をつけたのが、南米の現住民であるカンパ族のシャーマンが供する伝統的なお茶であった。

このお茶を分析したところ、体内のＤＮＡ修復機能を促す作用が発見された。

キャッツクローの抽出エキスは、国内でも数多く取り扱われてきたが、ＡＣ−11は熱水抽出、限外ろ過などの独自製法によって副作用の原因であったアルカロイドやタニンの除去を可能としている（ＵＳ特許）。現在、世界的に注目される素材の一つとして脚光を浴びている。

ニュートリション・アクト　素材

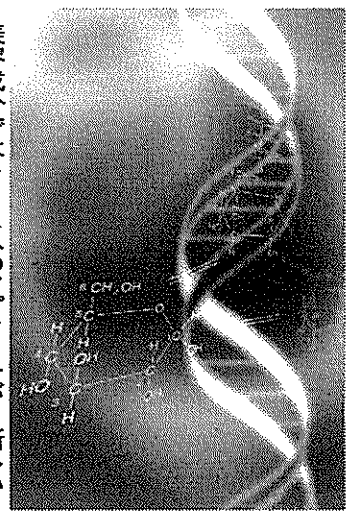
国内唯一のＡＣ−11供給元 化粧品・機能性食品の原料として存在感増す

ニュートリション・アクト（港区高輪、石川雅仁代表取締役ＣＥＯ）は、機能性食品・栄養補助食品の製造受託開発、国内外の機能性食品素材の輸入販売事業を行っている。国内で唯一のＡＣ−11販売代理店である。

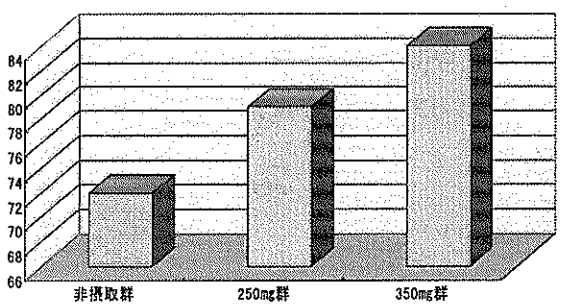
「白金ナノコロイドやコエンザイムＱ10などアンチエイジング素材が隆盛し、原料として飽和状態にある中、新しい切り口の素材を求めていた。素材の神秘的なストーリー性だけでなく、エビデンスもしっかり取れていたことから、魅力的な素材だと感じた」（山内健取締役開発部長）

実際、キャッツクローの樹皮をアンチエイジング素材として発見したペロー教授は、ＤＮＡ修復の試験を行い、その効果を明らかにしている。

十二人の男女を対象とした臨床試験では、八週間に渡ってＡＣ−11（二五〇㎎と三五〇㎎）を摂取させた。摂取前後で血液サンプルを採取し、リンパ球中のＤＮＡに人為的なＤＮＡ損傷を生じさせたところ、ＡＣ−11摂取群においてはその後の修復能力が有意に上昇した（図−1参照）。



美容成分ではＤＮＡへのアプローチが目新しい



図−１ 損傷したＤＮＡ修復後のＤＮＡ保護率（％）

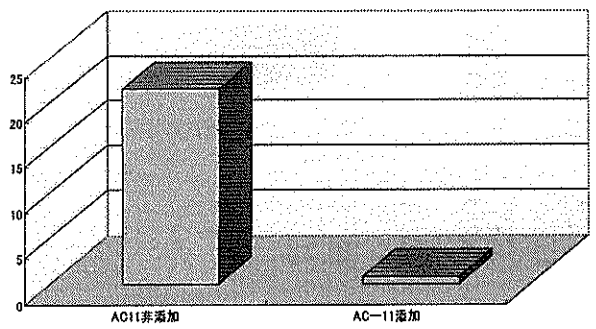
経口摂取においては、体内に備わっているＤＮＡ修復機能を高めることで、免疫力を飛躍的に向上させる臨床エビデンスも取れている。

「我々は、日常生活を過ごす中で、絶えずストレスや飲酒、喫煙、過労などＤＮＡを損傷させる環境にさらされている。これによって免疫力が低下する。つまり悪性腫瘍や生活習慣病などの原因となりうる要素に取り囲まれている。この原因に直接作用するのがＤＮＡ修復の機能であり、一連のエビデンスから、免疫力の向上だけでなく、人間本来の生命力を高める機能まで有していると考えられた」（山内開発部長）

ＡＣ−11は、機能性食品素材として用いられる経口摂取のエビデンスだけでなく、化粧品用素材としても優れた研究報告がなされている。

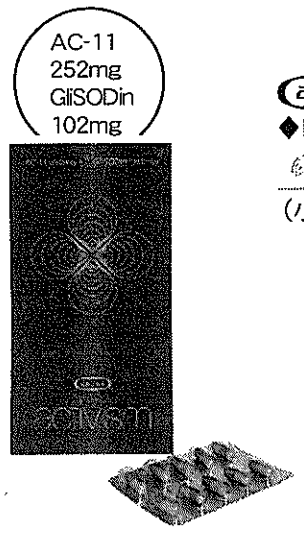
紫外線を浴びると、皮膚細胞ではチミンダイマーという異常を通してＤＮＡ損傷が生じる。この異常に対する抑制効果を検証するために、ペロー教授とエスティローダー社が共同で試験を行った。ヒトの皮膚組織に対して紫外線を照射、ＡＣ−11の添加群と非添加群を比較した。いずれの群も同等の損傷が発生したのに対して、二十四時間後には非添加群のチミンダイマー発現細胞の減少率が一〇〜五〇％であったのに対し、添加群では減少率が七〇％を超えた。その差は二〇％を上回る。更に、紫外線で壊死した細胞（サンバーン細胞）の量はＡＣ−11の添加によって九五％抑制された。（図−2参照）

「紫外線による肌の角化、しわ、シミ、たるみといった皮膚の衰えを防ぐ効果の検証として見て取れた。これにより化粧品メーカーから多数の契約、契約検討の話が来ている。その数は、販売一年で二百五十社あまりにのぼる。今後は、飲料や食品メーカーなども協力して、消費者に一般的な素材として認知されるように努めていきたい」（山内開発部長）



図−２ 炎症（壊死）細胞数の比較（ＡＣ−11添加・非添加％）

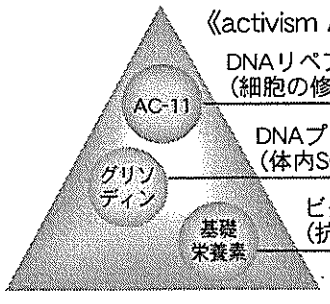
注目の2大素材 ac-11 GliSODin で体の内からアンチエイジング！
健康な体の基は60兆以上の細胞代謝をコントロールするDNAを正常に保つこと。



activism AC-11（90カプセル）
￥15,750（税込）

ac-11 はアンチエイジング素材として初めてFDAに
◆DNA修復過程を亢進する◆自然免疫力の向上を助けるというヘルスクレームを認められました。
GliSODin はフランス・アヴィニョン地方の特種なメロン（ヴォーグルシアン種）から抽出したSODをグリアディン（小麦抽出物）でコーティングした、今までのSOD様物質とは全く違ったメカニズムと効果を持つ抗酸化素材です。

《activism AC-11含有素材の働き》



DNAリペア
（細胞の修復・再生を助け、自然免疫力を高める）
DNAプロテクト
（体内SODを高め、メラニンの生成を抑制）
ビタミン＆ミネラル
（抗酸化作用に相乗効果のある栄養素）

→
・アンチエイジング
・美容・美肌
・生活習慣対策
・活性酸素対策
・ストレス対策
・ふしぶし対策

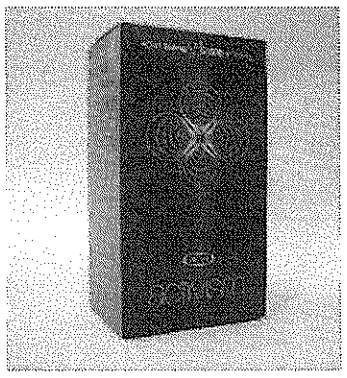
〈販売〉株式会社リビング通信　〒164-0012 東京都中野区本町5-6-10 tel. 03-5342-1871　fax. 03-5342-1872　www.vitaminbible.co.jp info@vitaminbible.co.jp

リビング通信　製品

"修復"と"防御"健食最強のタッグ
身体の根源から美しくなるサプリメント

リビング通信は、十八年前から健康食品の輸入販売を中心に事業を拡大し、現在では約二百種類もの商品を扱っている。特徴や機能面で独自性を持つ商品を扱い、年々確実に顧客を増加させ続けている。

今年最も販売に力を入れる商品がAC−11を配合した「アクティヴィズム（activism）AC−11」（九〇カプセル一万五千七百五十円）という健康食品である。



「従来の美容サプリメントは美白系など見た目に関わるものが多かったが、身体の根源から美しくなれるような商品を開発したかった」（中野典子代表取締役）

同品は、主にグリソディン（ニュートリションアクト原料供給）とAC−11の二つの素材を配合している。

グリソディンはフランスのアヴィニヨン地方の特殊なメロン抽出物で体内の酸化と抗酸化を調整し、体内の活性酸素除去機能を高める。さらに、紫外線により体内で過剰に発生した活性酸素を抑えることにより、メラニンの生成を抑制する。

このグリソディンとAC−11を配合することで商品の独自性が格段に向上した。

「傷がついたDNAをAC−11で修復し、体内の酸化ストレス防御機能をグリソディンで高める。修復と防御という体内の根源的な健康維持には究極の取り合わせと考えている。健康食品でAC−11を扱っている商品は少なく、二つの素材の配合でオンリーワンの商品が作り出せた。キャッツクローを導入した健康食品は数多くあるが、AC−11のように特殊な抽出方法で安全性とエビデンスがしっかり取れているものは他にない。何としても商品の素材として導入したかった」（中野代表取締役）

発売は六月中旬からスタートしたが、すでにリピーターが集まっている。

「疲れない」「熟睡できる」「集中力や記憶力がよくなった」「目覚めがよくなった」といった声が数多く集まり、商品機能性とクオリティーの高さを実感できる。

美健　製品

"若々しい肌になった"と喜ぶ消費者が増加
究極のアンチエイジングボディケアシリーズ登場

美健はアロマエッセンシャルオイルやハーブ、入浴剤などの企画製造事業を拡大し今年二十五年目を迎える。とりわけユニークなアロマエッセンス商品や入浴剤が雑貨店やバラエティショップなどで知名度を上げている。

創業当初から化粧品開発にも力を入れており現在、自社ブランド製品は二十五種にのぼる。

なかでもボディケアシリーズ「ナチュラルプレイス」（全三種各二〇〇mL千五百七十五円）は、五月より発売を開始し、好評な自社ブランドの一つとなっている。

「今まで力を入れてきた入浴剤は比較的低単価なものが多かった。そこで今回は、機能性のあるボディケア商品を開発することで少しでも単価の高い商品で勝負したかった」（同社）

機能強化において着眼したのがAC−11であった。検討した数多くの素材の中でもエビデンスがしっかりとしており、海外の大手化粧品メーカーが導入していることから信頼ができたという。

「従来のボディケア商品はエッセンシャルオイルのみの配合で香りの面の差別化だけであった。AC−11と出会ったとき、フェイス用の化粧品と一部の健康食品のみの導入であり、ボディケア用としては採用例がないことから独自性を明確に出せると考えた。ボディケア用としては非常に高価な素材であるが、フェイスだけでなくボディもしっかりお手入れをしたいという消費者に受け入れられると考えた」（同社）

配合した素材はAC−11のほかに、白金と銀をダブルで用いた「プラチナンルバーナノコロイド」を導入した。これにより、AC−11のパワーを格段に向上させ、ゴージャスなアンチエイジングボディケアシリーズとなった。

発売後、およそ二カ月が経過するが「細胞自体にみずみずしさが伝わってくる」「肌の弾力やはりが出て、若々しい肌になった」という声が多数でてきたという。

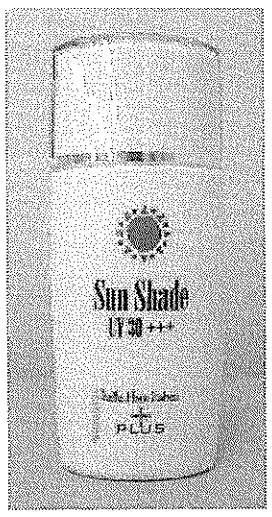
販路は、バラエティストアや雑貨店などとなっている。今期の販売計画は六万個を予定している。

啓未　製品

使用感・機能ともに極上と評判
アンチエイジングできる日焼け止め

啓未は、健康食品と化粧品の企画、製造、卸を中心に小売店への直接販売を中心に事業を広げ、今年で三十二年目となる。とりわけ、独自性のある化粧品と健康食品の商品企画から消費者の間で話題となる商品も誕生している。

今年四月より、化粧品の中でも力を注ぐ、日焼け止め乳液ヘルハオトハーベン・プラスシリーズの「サンシェードUV30」（四〇g三千七百八十円）をリニューアル発売した。



ウォータープルーフで汗に強く水にぬれても長持ちする。さらに、UVケア特有の白浮きがなくサラッとした使用感があるという特性を持っている。今回のリニューアルはさらなる機能性の強化を狙ったものだ。

「二年前よりこのシリーズを発売しているが、大変好評を頂いている。さらなる機能強化のために、AC−11を導入した。単なるサンスクリーン機能だけでなく"エイジングケアするサンスクリーン"としての機能を導入した」（営業部三浦生織部長）

同品にAC−11を配合することで、紫外線によって傷ついた肌をDNAレベルで修復することができる。さらに、抗酸化物質であるグルタチオンを配合、これによりアンチエイジング機能を強化させた。

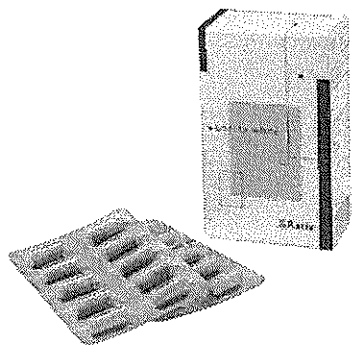
「AC−11という素材はDNAにアプローチするというまったく新しい切り口を持っている。これにより新たな顧客を獲得できる可能性がある。販路はエステサロンなど対面販売を中心にすることで、十分な成分機能の説明が可能となり、納得する消費者に使用してもらえる」（三浦部長）

ラティアクリエイツ　製品

1カ月で1200箱を売上げるサプリメント
AC−11配合で新しい美白へのステップ

ラティアクリエイツは「ヒロキグループ」のグループ会社として、化粧品PBの研究開発、企画、製造、販売を中心に事業拡大を進めている。

五年前よりスタートさせた「アンドラティア」シリーズはオリジナルブランドとして好評となっている。このシリーズは「アンドラティア」という名称の自社で特許を取得した素材を使用している。米ぬか、グアバ、大豆をブレンドし独自技術で発酵させている。「細胞の一個一個のレベルで若々しく健康に過ごす」という概念のもとで研究、開発された高い抗酸化力を持つ素材だ。



昨年九月には「アンドラティア」をメイン素材として用いたサプリメント「ビューティホワイト」のリニューアルを行った。

「今回のリニューアルコンセプトは新たな切り口の素材を導入すること。さまざまな素材のリサーチをし、吟味したがその中でも惹かれたのがAC−11であった」（東千穂子商品開発部副主任）

「アンドラティア」が持っているアンチエイジング機能をさらに強化するため、「AC−11」だけでなく「グリソディン（ニュートリションアクト供給）」などの素材も追加した。これにより3ステップの新たな商品コンセプトが生まれた。

ステップ1は、「グリソディン」と「アンドラティア」によって紫外線による活性酸素を抑え、シミを防御し美肌を守る。ステップ2は、「ザクロエラグ酸」によってメラニン生成の抑制をし、しみやソバカスを作らせない。ステップ3は、「AC−11」によって細胞の再生をサポートし、ターンオーバーを正常にさせる。

「一連のステップを経ることで美肌に一段と近づく。販売は直営を含めたエステサロンによる対面販売が多い。五月には一カ月に千二百箱もの売上げとなった。消費者からも肌の改善効果の声が多数上がり、リニューアルに成功したと実感できた」（東副主任）

リニューアルの成功により、今後はAC−11を用いた美容ドリンクの開発も検討していくという。

フューチャーラボ　製品

枯れない人をつくる"飲むスキンケア"
あらゆる美肌素材を配合

フューチャーラボは、二〇〇六年九月二十九日付でポーラグループの傘下となり、本年一月一日に発足した持ち株会社ポーラ・オルビスホールディングスのグループとなった。

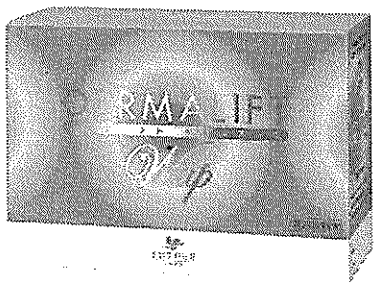
同社では「未来のキレイを手に入れる」をテーマに、新たな提案の商品や開発を推進し、独自性のある商品を開発することで新たな顧客を獲得し続けている。

発売から三年経過した美肌ドリンク「デルマリフト」シリーズをリニューアルし、「デルマリフトダブルアップ」（一本三〇mL×十本セット四千七百二十五円）を今年六月に発売した。このリニューアルに合わせてAC−11を導入した。

「DNAへのアプローチという新しい切り口に非常に魅力を感じた。昨年末、日経トレンディなどに取り上げられたことで新しいムーブメントが起きる予感もあった。加齢によって失われてしまう肌のうるおいや老化にしっかりと立ち向かうことのできる素材として、機能性向上における最大の武器となった」（石川克律取締役開発部長）

もともと、「デルマリフト」シリーズにはヒアルロン酸やターンオーバーを正常化させるデルマタン硫酸、保湿機能のコンドロイチン硫酸、大豆イソフラボン、コエンザイムQ10、アスタキサンチンなどを含み、一本飲むだけで美肌になるような多彩な成分を配合していた。これらの成分をさらに際立たせるために、今回のリニューアルでAC−11を配合した。これにより肌の再生をサポートする機能を強化させることができた。

「『枯れない人をつくる、飲むスキンケア』がこの商品のキャッチコピーだ。AC−11配合で飲むことでいつまでも若々しくいてもらいたいと願っている」（石川開発部長）



販路は主にQVCなどのテレビ通販で、番組においてもAC−11配合であることをPRのポイントとして消費者に訴えている。

特集　AC−11編