



MBT NEWS LETTER

第391号
'26/03/23

医学的エビデンスを必要とする新製品開発ニーズは増えてきています
あらゆる商品分野で**医学的エビデンスは“信頼を売るための武器”**です

*なぜ医学的エビデンスニーズが増えてきているのか・・・

- 1) 「なんとなく良い」では売れなくなってきていること
 - ・健康、美容、ウェルネス関連、等の商品市場が成熟してきた
 - ・消費者がエビデンスを重要視するようになってきた
- 2) 規制・制度の影響が大きくなっていること
 - ・機能性表示食品制度、医療機器認証、ヘルスケアガイドライン、等の縛りでエビデンスが無いと売れない、表示できない
- 3) 類似商品が多い中での企業間の差別化競争が激化していること
 - ・医師の監修、大学との共同研究、臨床試験データ、等がマーケティング手段の強味に

*特に、医学的エビデンスが強く求められる具体商品分野の事例

- 1) ヘルスケア・予防医療 : 例) 睡眠改善、フレイル対策、認知機能サポート
- 2) 美容・ウェルネス : 例) スキンケア、アンチエイジング、インナービューティ
- 3) デバイス装置・IoT : 例) ウェアラブル、リハビリ機器、姿勢・歩行解析装置
- 4) 食品・サプリ : 例) 機能性表示対応品

奈良医大とMBTコンソーシアムがお手伝いをします！
医学的エビデンス取得の医学相談をお待ちします！
気軽に声掛けください



MBTロゴマーク

★MBTコンソーシアム会員企業のメリットは、奈良医大と連携して医学的エビデンスを取得する新製品開発活動に参加できることです。

★MBTコンソーシアムは、医学的エビデンスを取得した開発品に対し、審査委員会を経てMBTロゴマークを付与しています。

★現在、MBTロゴマークを付与した開発品事例は20点です。その一部を紹介します。

MBTロゴマーク付与開発品事例

No	開発品名	企業名	医学的エビデンス概要
開発品①	手指機能強化手袋	株三笠	一定期間装着で、手指のつまみ力や握力が改善
開発品②	銅合金蒸着マスク	やまと真空工業(株)	付着した新型コロナウイルスが短時間で不活化
開発品③	浮腫用ふくらはぎサポーター	株タカギ	浮腫患者自身で装着して、各種姿勢や動きにも必要圧力が維持



発行