特集　海外進出支援企業

P&Dパートナーズ

長年の知見と迅速な情報提供で変化する中国規制への対応図る

P&Dパートナーズは、中国行政許認可（NMPA）取得サポートや情報提供を中心に、国内企業の中国進出を支援するサービスを展開している。8月4日には、来年より施行される中国の化粧品管理制度を解説するセミナーを実施するなど、最新情報の迅速な周知と対応を図っている。

2007年に設立された同社は、設立当初より築いてきたNMPA（国家薬品監督管理総局）との良好な関係のもと、ベテランのコンサルタントが低コストでの取得を実現している。

また、北京と上海に支店を構えるため、取得に際し必要な資料作成から試験レポートの提出まで迅速な対応を叶えている。

許認可取得のほか、中国は国情として自主規格がたびたび変更されるため、最新情報の継続的な把握が欠かせない。特に、中国国内の現場では、規制を運用する仕組みが整備されていないケースも多く、各社の柔軟な対応が求められる。

そこで同社は、長年のノウハウと現地に支店を持つ強みを生かし、日本企業向けに運営しているWebサイト「CRDB（中国規制データバンク）」で、最新情報を提供している。各情報は日本語に翻訳されており、許認可に関わる情報から進出に関する有益な情報まで多岐にわたるトピックを取り扱っている。

さらに、同社は毎年一回以上、最新情報を解説するセミナーを開催している。

今年8月には、来年1月1日から施行される「化粧品監督管理条例」のWebセミナーを実施。講師には、新条例の作成メンバーであるNMPAの専門家審議会委員を招き、主な内容の解説や、施行後の注意点・対応策等について解説した。

董培代表取締役社長は、専門家を招いたセミナーについて「中国の行政関係者と長年親睦を深めてきた強みを生かし、正確な情報提供を行っている」とした上で、新条例への対応について以下の見解を示した。

「NMPAの取得範囲が広がるなどクリアすべきハードルがこれまで以上に高くなっており、施行後の日本の化粧品メーカーへの影響も大きい。こうした変化に迅速な対応と的確な助言ができる当社を活用していただき、諦めることなく中国開拓を進めていただきたい」

ポリスター

日本メーカー向けの中国進出支援に注力 ワンストップでブランディング戦略を実行

松野代表

ポリスターは、日本メーカーの中国進出をワンストップでトータルサポートしている。ブランディングや販路開拓、リスク管理など包括的なサービスを提供することで、日本メーカーの想いや販売方針を考慮した販売戦略をオーダーメイドで策定。中国における一流ブランドとしての継続的な成功を目指す。

中国進出をサポートするうえで最も重要なことについて、ポリスターグループ代表兼CEOの松野健太郎氏は「日本のメーカーの戦略を正しく理解し、中国市場に翻訳していくことだ」と話す。

「日本メーカーと中国市場の翻訳精度を高めていくためには、必然的に市場全体を網羅していなければならない」（同氏）という観点から、同社はワンストップでのトータルサポートを展開。日本とは異なる文化や商習慣を持つ中国市場においても、精度の高い戦略実行を可能にしている。

さらに続けて、松野代表は中国市場への展開を成功させていくためには、「日本メーカーが主導権を持ち、コントロールしていくことが重要だ」と語る。長期的なブランディングを通じて、中国における信頼を獲得していくことが求められるという。

新型コロナウイルスの感染拡大も懸念される中、中国の実店舗にも徐々にお客が戻りつつあるという。また、これを機にEC化にもさらに拍車がかかり、中国メーカーや販売店がこれまで以上に力を入れたこともあり、ECの売上が例年以上に拡大している。

今後の中国市場で求められる製品を考えるうえで、「中国の方の生活変化を、日々捉えていかなければならない」と松野代表は語る。安心・安全・高品質から支持を集める日本製品だが、中国製品と比べると価格が高い。既に商品が溢れる中国市場においては、安全・安心・高品質に加え、独創性や付加価値によって、高くても選ばれる商品でなければならない。

そのためには、中国での市場調査はもちろん、今後懸念される社会問題や国民性も加味したうえで、戦略を立案する必要がある。

中国の杭州と厦門にも拠点を持つ同社では、常に中国国内の最新情報を把握できる体制を構築。市場環境や商品特性に合わせた、柔軟な提案を実現している。

キレイコム

中国ECモールへのショップ展開で小規模企業の出品をサポート

上田社長

キレイコムは今年9月、中国のECプラットフォームに国内企業の商品を集約する総合セレクトショップを展開し、越境ECを低コストで始められる環境を整える。

中国美容博覧会の総代理店を務める同社は、中国向けの越境EC支援サービスや商標登録、NMPA取得サポート、現地に即したマーケティング展開など、中国への進出を目指す企業を幅広く支援している。

上田直之代表取締役社長は中国市場の現況について、「国内企業の参入ニーズは高まっている一方、競争が激化しているため低コストでの展開が難しい」と分析する。

「商品が溢れ返っている中国市場では、ライブコマースやSNS等で『消費者と7回接触しないと購入につながらない』といわれており、衝動買いをされるケースが少ない。このため、現地に適したマーケティングを継続的に行う必要があり、コストを投資できない企業の商品は売れにくい傾向にある」

そこで同社は今秋、中国のECモール上に、複数企業の商品を集約する総合セレクトショップを展開する。化粧品のほか、美容雑貨やサプリメント、健康食品を取り扱うことで流入する間口を広げ、認知拡大を図るという。さらに、単独で掲載する場合と異なりSKU数が少なくても登録できるため、小規模な企業でも参入しやすい環境を整えている。

「中期的には50社程度の掲載を見込み、中国へ新規参入したい企業の活用を促していく」（上田社長）

このほか、同社はSNSの運用やライブコマースの実施サポートなど、商品と消費者の接点創出を図っている。

ライブコマースの支援サービスでは、商品を紹介するKOL（インフルエンサー）の選定や調整に加え、事前に商品の勉強会を開催。KOLの商品理解を深めることで、リアルな声が視聴者に伝わり、より効果的なライブコマースが実現できるという。

このサービスは、コロナ禍でインバウンド需要が減少しているリアル店舗からのニーズも高まっており、昨今は化粧品関連メーカーのほか、商業施設からの問い合わせも増えている。

「リアル店舗のオンライン化がますます加速する中、当社の様々なノウハウで日本企業の中国展開を支援していきたい」（上田社長）

粧業界の全容がこれ一冊で把握できる! 業界人必携の便覧

粧界ハンドブック®

2020年版 好評発売中

「粧界ハンドブック」とは

マーケティングやセールスの携わる方々の情報ソースとして、また研修用テキストとして、様々なビジネスシーンでご活用頂ける1965年より毎年発行のポケットサイズの粧業界産業年鑑です。

主な内容

1. 業界主要団体及び会員名簿
2. 業界関連の主要統計データ
3. 業界関連の主要法規及び通達
4. 業界主要企業便覧
（化粧品・日用品メーカー／代理店、受託メーカー、原材料・香料・容器・生産機器、卸業者、情報サービス業）
〈主な内容：企業プロフィール、流通機構、取扱品目ほか〉

2020
粧界ハンドブック
化粧品産業年鑑

化粧品産業年鑑
●定価 8,000円（税抜）〈送料800円〉●体裁 A６判 560頁

発売元　株式会社 週刊粧業
〒110-0005　東京都台東区上野１-１８-９（黒門平成ビル３階）
TEL 03(3836)2601　FAX 03(3836)2602　E-mail letter@syogyo.jp

申込書

2020年 粧界ハンドブック		数量	冊
住所	〒		
氏名			
電話		FAX	