特集　新規参入サポート企業

天真堂
4P重視のモノづくりや物流などWeb通販をワンストップでサポート

薬用化粧品・機能性表示食品OEM受託製造メーカーの天真堂は、今年1月に企業ビジョンとして新たに「アジアをつなぐ美と健康の企画マーケティングカンパニー」を掲げ、Web通販をワンストップで支援する強みを活かし、業界参入を目指す新規クライアントのサポートに注力している。

通販をメインとした新規参入にあたっては、商品の企画開発から製造、物流・コールセンターとの連携、市場調査や広告運用、LP設計など煩雑な作業が発生し、新規参入を目指す企業にとっては非常にハードルが高い。

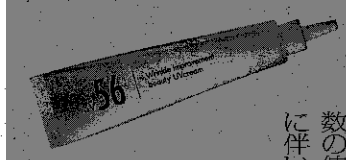
これに対し同社では、4P（プロダクト・プライス・プレイス・プロモーション）を重視したWeb通販向けのモノづくりにとどまらず、ロジスティクス・コールセンター、販促支援や海外進出支援といった通販に必要な各種サービスをワンストップで展開し、新規参入を目指す企業をサポートしている。

「コロナ禍でこれまで当社が展開してきた通販特化型のサポート体制が改めて注目され、物流センターに関しては出荷件数の伸びに伴い、今年4月に月間出荷数量のレコードを更新した。受注増と物流の精度向上により、お客様からの信頼も高まるといった好循環が生まれている」（同社）

OEMでは、薬用化粧品（医薬部外品）として既に承認済みの自社製品「ソヴールシリーズ」のストック処方数が着実に拡充し、既に60種類を超えた。

同シリーズでは、新規参入を目指す企業が市場でのチャンスを逃さずスピーディに商品化できるよう、市場優位性のある人気の高い処方をストック化し、中でも「シワ改善」を訴求できるナイアシンアミド配合の美容液とクリーム2品への引き合いが高まっているという。

「ナイアシンアミド配合品は、7月に新たな多機能型UVクリーム（写真）をリリースする。今後もソヴールシリーズのストック処方を拡充し、より小回りのあるスピーディな新規参入を支援していく。また、問い合わせが増加傾向にあるD2CやメンズD2C化粧品の商品開発にも注力している。D2Cではヒアリングの段階から世界観をしっかりと醸成し、メンズ化粧品では単品リピートで培った育毛剤のノウハウを活かし、商品化したスキンケアが好評を得ている」（同社）



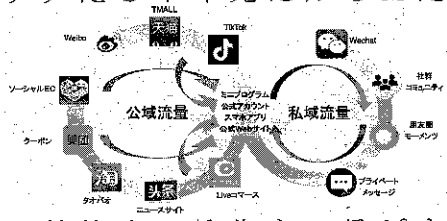
キレイコム
中国越境EC参入が低コストで叶うサービス好調、ベトナム展開も推進

中国向け越境ECの支援事業を手掛けるキレイコムは、従来と比べ低コストで売上が見込めるサービスが好調に推移している。成長市場として注目が集まるベトナム向け支援では、現地の小売店とECでの2軸販売を推進しており、市場に先駆けた参入支援で市場優位性の獲得を目指していく。

中国展開にはこれまで、多大な予算が必要とされ、参入障壁が課題となっていた。市場に商品が溢れ「消費者は商品を7回見ないと買わない」（同社）ため、T—Mall等のECモールや配信中に商品を販売できるライブコマース、SNSを活用した多角的なアプローチ「公域流量」が主流だったという。

こうした中20年からのトレンドとして、低コストで顧客を囲い込む「私域流量」が広がり、同社もこれに即したサービスを提供している。

「私域流量」とは、中国で広く普及するSNS「Wechat」を用いて複数の接点を創出し、ユーザーを長期的に囲い込む方法だ。SNS機能でフォロワーを獲得し、直接的なコミュニケーションで信頼を醸成するほか、フォロワー間でディスカッションを図れる「社群（コミュニティ）」の形成でつながりを強化する。複数のプラットフォームが不要なためコストが低く、高いリピート率が見込めるという。



さらに同社は、ターゲティング広告も活用している。現地のターゲティング広告は精度が高く、先の施策と併せさらなる効果を図っていく。

『私域流量』は、安価かつ迅速に売上が立つ点から想定以上の成果が出ている。長期的に生き残るブランドへ育成するには『私域流域』で売上を作った後、『公域流域』でブランド力を高める方法が効果的で、双方の活用を推奨していく」（上田直之社長）

一方、ベトナム参入については、中国より業事認可の取得が容易な点から、現地の小売店とECの両軸展開でサービスを進めている。昨年のGDPがプラス成長で、さらなる人口増も見込まれるベトナムには国内外から注目が集まっており、同社は現地に法人を持つ強みを生かしいち早い参入サポートに注力していく。

ホシケミカルズ
需要増の承認済み医薬部外品に加えエモーショナルコスメで新規参入を支援

化粧品・医薬部外品・健康食品の提案型OEM／ODMを主軸とするホシケミカルズでは、コロナ禍で新規参入の問い合わせが増加傾向にあり、中でもデジタルチャネルで効果効能を訴求できる承認済み医薬部外品OEM・ODMへの引き合いが高まっている。

「薬用美白UVプロテクション」は、美白ケア・日やけ止め・化粧下地を兼ね備えた「マルチプロテクション」がポイントのUVカットクリーム。美白有効成分（アスコルビン酸2—グルコシド）とUVカット機能で、紫外線によるシミ・ソバカスを防ぐだけでなく、大気汚染物質などが肌へ直接触れることを物理的に防ぐ「アンチポリューション機能」も期待できる、SPF・PA値データ取得済み（図参照）のアイテムだ。

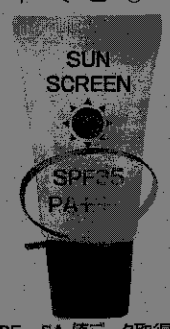
「昨今の肌への負担を抑えるニーズに対応するため、紫外線吸収剤不使用のノンケミカル処方としている。また、素肌を自然にトーンアップさせる肌色補正機能により、即座に透明感のある肌を演出し、マスク移りの心配もなく安心して使用できる」（企画開発室広報 平地祥子氏）

「薬用ヘアローションS」は、3つの有効成分（ピロクトンオラミン・トコフェロール酢酸エステル・グリチルリチン酸ジカリウム）を配合した低アルコールのローションタイプ育毛剤。嫌な匂いや強い清涼感を低減した処方で、エタノールが苦手な人でも使いやすいという。

「最近の育毛・養毛ジャンルの傾向としては、長引くコロナ禍でストレスが頭皮に現れている人も少なくないため、予防美容的な『将来薄毛にならないためのお手入れ』として、日常的に育毛剤を使う20～30代が増加していると予測される。薬用ヘアローションSは低刺激で使い続けやすく、ニューノーマルなニーズに訴求できるコンセプトの製品として、新規参入を目指す企業からの実績を積み重ねている」（平地氏）

承認済み医薬部外品以外では、ラベンダーなどの天然精油を配合した入浴剤をはじめとする、香りやテクスチャーにこだわった心が安らぐような「エモーショナルコスメ」のOEM・ODMが好調に推移しているという。

「新規参入の傾向としては、新規事業の一環として新たに立ち上げる企業のサポートのみならず、SNSで影響力のある個人（インフルエンサー）からの依頼も増加している。営業サイドではファーストコンタクトがオンラインというケースが多いことから、成分などの簡単な紹介動画を作成し、営業ツールとしての活用をスタートした。まずはペパリン類似物質に関する動画を作成し、今後は他の成分も順次用意していく予定だ」（平地氏）



SPF・PA値データ取得済み
パッケージに記載可

（禁無断転載）©R
本紙の全部または一部を無断で複写複製（コピー）することは、堅く禁じられております。
本紙からの複写を希望される場合は、出版者著作権管理機構（JCOPY）（03-3513-6969）まで必ずご連絡下さい。