

ジャパンビューティプロダクツ

コーポレートブランディングを強化し 顧客接点を拡大

メルマガで提案処方を配信 ノンケミカルUVに反響

ジャパンビューティプロダクツのコーポレートブランディングが着実に成果を上げている。

同社は銀座の本社に研究所を併設しており、顧客は実際に香りやテクスチャーを確かめながら高付加価値商品をつくることができる。営業は経験豊富なメンバーがそろい、専門知識を生かした高い提案力を提供。生産拠点の福島工場では多品種少量生産が可能で、小ロットの生産を効率的に行っている。同社の高木正好社長は「当社の最大の強みは総合力です。この総合力を業界に広く知ってもらおうと、近年は情報発信を強化しており、OEMの受注が増加しています」と語る。

例えば2023年から開始したメールマガジンでは、独自の

提案処方を週1回の頻度で配信している。メールの閲覧数やホームページへのアクセス数、サンプルの依頼数が一目瞭然で分かるため、テストマーケティングとしても活用。登録者の反応を生かして、処方ブラッシュアップにつなげている。

同社はUV、目周り、ヘアケアの3カテゴリーを得意としており、それぞれを強みとして発信しているが、メルマガジンでは特にノンケミカルUVの反響が大きい。同社は15年以上前から、製品の安全・安心や環境への意識が高い顧客層を持つ生協との取引を開始。それをきっかけにノンケミカルUVが人気となった。さらに22年12月に日本化粧品工業会（粧工会）自主基準として「耐水性」が導入されると、いち早く研究開発に着手。23年1月には、耐水性星二つ、SPF50+を両立したノンケミカルUVの開発に成功し

た。安全・安心なノンケミカルと耐水性の両立は難易度が高く、市場には少ないため、オフアールが継続している。

最近では、ウォーターリークリームの新たに配信した。「ウォーターリークリームは肌の上に塗り広げると水分が出てくる剤型として、かつて流行しましたが。流行は繰り返すことがあるので、蓄積していたノウハウをリメイクし、若年層向けの処方として発信しました」（ジャパンビューティプロダクツ第一事業部企画営業課の谷澤万美子係長）。ウォーターリークリームの処方は、ウォーターレスの化粧品や水分感たつぶりのオールインワンジェル、化粧水より肌に塗布しやすいクリームローションを想定して提案。クリームから出てくる水分は、発酵コラーゲン水やプラセンタ水、ローズ水など、お客のニーズに合わせた展開もできる。ウォーターリーク

ルームを初めて知る人も多く、新しい処方として新鮮な反応があったという。

24年4月からは新たにコラムの配信をスタートした。これまでに紫外線散乱剤・吸収剤、UV耐水性、毛髪のうちねり、まぶたのお悩みをテーマに掲載し、提案処方により関心を持ってもらうための情報を提供。ホームページのアクセス数が増加している。

会社をアピールする場として、24年1月には8年ぶりに化粧品開発展にも出展した。ノンケミカルUVや目周り処方に加え、キッズ向けのスキンケアや

フェムケアの商材を展示。全部で50に及ぶ幅広い処方を紹介した。想定を上回る来場者がブースを訪問し、同社を知らない顧客との接点を創出。大きな手応えがあったため、来年の化粧品開発展にも出展する予定という。

部門を超えた交流で 品質や技術を向上

ジャパンビューティプロダクツはその総合力を生かすために、部門を超えた交流にも取り組んでいる。高木社長は「事業部の垣根を超えて、従業員同士が情報交換することを大事にしています。それがリードタイムの短縮にもつながっています」と話す。

例えば営業と開発が同じフロアにいるため、両者のコミュニケーションは活発だ。それがマーケティングの情報を迅速に取り入れた研究開発につながって

いる。さらに今年からは外部でキャリアを積んだ人材を確保し、その豊富な知識と経験に触れることで、社内の開発意欲がこれまで以上に刺激されている。

開発と製造の間では、23年に福島工場で働く製造の中堅メンバーが銀座の本社に出向いて研修を実施。製造と開発が製剤をつくる時間と体験を共有することで、互いの五感を擦り合わせることで、求められる品質や技術の向上に気づききっかけになった。

また、本生産が始まる前には、開発担当者が福島工場に出向き、製造担当者といっしょに実機生産に立ち会うことを決めている。開発担当者が実機のスケール感を体験することで、ラボでの開発改善や問題点の洗い出しにつながっている。

ジャパンビューティプロダクツが進めている交流は社外にも広がりをみせている。同社は地

域交流・地域貢献をテーマの一つに掲げており、その一環で工場のある福島県田村市では積極的な取り組みを行っている。24年7月には新たに、市内の社会福祉法人の女性部30人を対象にメイク教室を開催した。「コロナでなかなか開催できなかったのですが、やっと実現しました。基礎化粧の話をもっといただき、すごく勉強になったと非常に評判がよかった。地域の皆さんにとってプラスになれば、会社の存在意義も高まると思います」（高木社長）。9月には県内の公民館でメイク教室を開催予定。地域との交流を深めて会社の認知を高め、将来の人材確保にもつなげていきたい考えだ。

企画開発から生産まで、総合力を発揮しているジャパンビューティプロダクツ。現在はノンケミカルUVの新剤型に挑戦中で、新たな価値づくりに日々邁進している。★



福島県田村市の社会福祉法人の女性部を対象に、初めてメイク教室を開催した