

## 開発と企画の連動が生む 独自技術と差別化製品

### エビデンス×表現力で 処方の魅力を可視化

ジャパンビューティプロダクツでは、開発と企画の両部門が密に連携し、ノンケミカルUVやまつ毛美容液といった得意分野の提案が奏功。企業からの引き合いが増加している。

開発部には経験豊富な技術者がそろっており、月に1度の情報共有会では、気になる原料や最新トレンド、注目イベントなどについて意見交換を行っている。こうした継続的な共有により、技術や市場の変化を逃さず、成果へとつながる開発体制を構築している。

開発部の細川欣哉部長は「化粧品に高い関心を持つ技術者が多く、自主的に手を動かす文化が根付いています。そこから新たな刺激や着想が生まれていきます」と語る。

直近では、7月中旬に上市し

たノンケミカルUVバームが好評だ。唇・肌・髪に使用でき、日焼け止め効果と保湿力を兼ね備えている。天然由来成分100%、15種の成分フリー、SPF13・PA++といった特徴に加え、マルチバームという形状も競合との差別化に寄与している。

また、まつげ美容液や二重のり（二重まぶた形成剤）といった目元製品への引き合いも高まっている。なかでも、アイシャドウと二重まぶた形成を同時にかなえる「色付き二重まぶた形成剤」は注目の処方であり、まつ毛美容液については、モニターテストを通じて継続使用によるまつ毛の長さやボリュームの増加が確認されるなど、高機能性を裏付けるエビデンスも得られている。

こうした処方開発の成果を世に届ける役割を担うのが企画だ。自社Webサイトでの情報

発信に加え、エビデンスや使用前後の写真を活用し、視覚的に訴求する工夫を凝らしている。

また、2023年2月より毎週配信しているメールマガジンは、曜日・時間帯・件名などを分析しながら改善を重ね、開封率やクリック率を高めている。特に「No.1」などのワードを盛り込んだタイトルは関心を集めやすいという。

第一事業部企画営業課の谷澤万美子係長は、「件名ひとつで開封率が大きく変わります。簡潔で伝わる言葉選びにこだわり、2年以上にわたり継続してきたことで、配信のノウハウも蓄積され、反響も増えてきています」と語る。

開発と企画は同じフロアに席を構えており、日常的に情報共有が可能。こうした距離感が、マーケティングの成果をスピーディーに開発へフィードバックできる強みとなっている。試作

も即座に行えるため、取引先への提案までのリードタイムも大幅に短縮。トレンドの移り変わりが激しい化粧品業界において、大きな競争優位性となっている。

さらに現在は、蓄積された研究開発の知見やノウハウをより活用しやすくするため、社内の情報基盤の整備にも着手する予定だ。これまで閲覧に手間がかっていた処方データについて、ユーザーインターフェースを見直し、必要な情報に迅速にアクセスできる仕組みへとアップデートする計画だ。こうしたDXの取り組みにより、開発のスピードと精度をともに高めることが期待されている。

## クリーンビューティーの視点で差別化を強化

社外への提案としては、環境配慮型の処方開発にも注力。欧州を起点に広がるクリーンビュー



取引先の優位差別性をかなえる製品開発を進める

ティーの潮流に対応し、海洋環境やサンゴ礁に配慮したノンケミカルUV処方、ヴィーガン対応、クルエルティフリー、マイクロプラスチックフリーなど、安心・安全に加え、サステナビリティーを意識した、持続可能な処方の拡充を進めている。

例えば、天然由来成分100%で15種の成分フリー、クルエルティフリー、ヴィーガン対応の「ノンケミカルUVミスト」や、同じく天然由来成分100%、クルエルティフリー処方の「ノンケミカルUV下地」、自然由来指数100%に準拠した「スキんケア」や「クレンジングオイル」、さらには赤ちゃんのデリケートな肌にも使える「天然由来成分100%のボディミルク」など、多様な処方を展開している。

クリーンビューティーという視点での差別化はもろろんのこと、ミストタイプやせっけん型で落とせる処方、白浮きしないノンケミカルUVなど、使用感や利便性にも徹底的にこだわり、提案の幅を広げている。

また、過去の処方を現代的な視点で再定義することにも積極的だ。ファッションのライブパル現象と同様に、化粧品の世界でも既存処方が「新しい」と映ることがある。訴求軸や見せ方の工夫によって、斬新さや独自性を持つ製品に生まれ変わらせることができる。

「トレンドももちろん重要ですが、最も大切なのは「ユーザーが本当に求めていること」を見極めることです。『キレイになりたい』という欲求の背景には、千差万別の理由があります。そこを理解したうえで、新規性とバランスを意識しています」

(細川部長)

高い開発力と柔軟な発信力を両輪に、着実に成果を積み上げているジャパンビューティープロダクツ。トレンドとユーザー心理を的確に捉え、取引先への提案力を今後さらに強化していく。

★