

NEWS & TOPICS

新たな試み、イベント情報など新着トピックスを発信します！

第23回インターフェックス講演会

松葉取締役がインターフェックス Week 東京にて講演会に登壇

東京営業部の今立です。
2021年12月8日(水)から3日間、幕張メッセにて開催された「第23回インターフェックスWeek 東京」のセミナーに当社取締役東京営業部長の松葉さんが講演されました。
この展示会は医薬品・化粧品の研究・製造に関わるあらゆる製品・技術・サービスが一堂に出展する日本最大の専門技術展です。化粧品生産 さらなる革新への挑戦と題して、コスモビューティーが今後取り組む新たな生産工場と生産技術に加え、EC流通で成功するためのコスト削減の秘訣をお話しされました。講演会には約90人



当社の各工場の生産キャパシティについて詳しく説明

の聴講者が来場。当社の工場の説明をはじめ生産能力や、ご提供できる処方まで幅広く紹介。

Interphex Week Tokyo 2021 [8th-10th December]

今後もお客様に喜んでいただけるモノづくりを提供できるよう、日々品質の向上に努めて参ります。
(東京本社 国内営業部・今立 潤)



コロナ禍にもかかわらず、多くの方がブースにお越しくださいました。

内定者イベント

1月11日に2022年度新卒者の内定者イベントが開催されました！

本来であれば10月に行われる内定式にて初の顔合わせになるはずでしたが、今年もコロナウイルスの影響で実施ができておりませんでした。今回皆さんの思いが通じようやく対面で集まることができました。
内容としては、自己紹介や職場見学、内定者期待の先輩座談会です。先輩社員の方にもご参加いただき、約2時間弱無事に終了することができました！短い時間ではありましたが、内定者の人柄が分かる懇親会になりました。
そんな内定者懇親会の様子をレポート致します！
今回は24名の内定者の皆さんにお集まりいただきました。内定者の皆さんは初顔合わせということもあり、部屋中に緊張感が走っておりました…。本当にカチコチと音が聞こえてくるぐらいです。

そのような中で、まずは自己紹介！
今回は、東京本社とセントラルオフィスの拠点に集合のため、テレビ会議をつないでの実施です。24名という大人数、ましてテレビ越しの人もいる…ということなかなかお互いの印象が残りにくいので、事前に自己紹介シートを作成しました。
皆さんとても個性溢れる自己紹介シートです。短い時間ではありましたが、同じ趣味の方を発見されたりもして、お互いのことをまず1歩知ることができた時間だったのではないかと思います。
続いては、オフィス見学と座談会です。オフィスに初めて来社される方もおり、ラボやオフィスの雰囲気を実際に見ていただきました。その後は先輩社員との座談会。いよいよ社員になる目の前皆さんには、面接では聞きづらかった質問ができる初めての機会なので、緊張もほぐれた笑い声

2022 New employee event [11th January]

もちろん飛び交っていました。ご協力いただいた先輩社員の方、ありがとうございました！
今回の懇親会で少しでも内定者の皆さんの不安やドキドキがワクワクに変わっていただければと思っています！
(大阪工場 人事部・柴田久美子)



先輩社員との座談会では和気あいあいな雰囲気に。

有用性評価チーム発足

多様化する化粧品のニーズに対応。エビデンスデータで新たな付加価値を提供します。

大阪技術センター研究部の矢野です。さて、大阪研究部化粧品チームがセントラルオフィスから技術センター2階に移転して半年と少しが経過しましたが、同じ研究室内に新たに有用性評価チームが発足いたします。
有用性とは一般的に「役に立つこと」という意味ですが、今後進める有用性評価とは抗老化、シワ、たるみ、肌荒れ、美白、保湿などに対する効能のエビデンスを提供することです。効能の評価データは細胞培養に



クリーンベンチ

より行うため、これまでの製剤開発を行う研究室に併設して細胞培養室を設置し、新たにクリーンベンチ、CO2インキュベーター、オートクレーブ、液体窒素保管容器、倒立顕微鏡などの設備導入が必要になるため、技術コンサルタントさんのご指導を受けながら進めているところです。
これまで私は化粧品を中心に製剤開発を行ってきた

め、細胞培養などの経験がありませんので、この大きなプロジェクトに抜擢していただいたことは大変光栄であると同時に、このチームを立ち上げて軌道に乗せなければならないという重責も感じています。知識・経験ともに豊富な2人のメンバーに牽引してもらいながら、一日も早く社内において有用性評価ができるよう努力してまいりますので、ご指導ご鞭撻のほどよろしくお願い致します。



細胞培養イメージ

(大阪技術センター研究部・矢野 貴史)

2022年 海外営業 新年の抱負

中国 範さん China

38期の総目標、中国国内では日系No.1のODMメーカーを目指そう！
(年間売上目標昨年対比108%)

1.中国国内スキンケア市場獲得
現在、当社は中国国内で洗顔・クレンジング関係に関しては、業界ではある程度知名度が高くなりましたが、スキンケア方面はまだ弱いです。中国ではコルマー、COSMAX、インターコスなど強い競争相手が多いので、スキンケアに関する研究力を強化し、今後本格的にスキンケア市場を参入しようと考えております。
研究部の協力のもとで、今年のスキンケアではUNISKIN スマイルアイクリームが中国アリババ(TAOBAO)2021年間アイクリームジャンルで1位になりました。ULUKA、

COCOCHIなどブランドも中国で相当人気ブランドになり、今後スキンケア市場獲得にいい土台を作りあげました。

2.売り上げ分散、中小新規得意先獲得
来年度営業活動としては、一部大手企業に限らず、近年創設したばかりの中小企業獲得に力を入れようと考えております。
リスクを分散し、新規中小企業の新商品を大量に開拓させ、分散型のカスタマーベースを注目し、さらに対応力とマーケティング力を上げ、見込みのあるお客様、特に受注確率が高い得意先を集中訪問し、新規獲得につなげるように努めます。

3.中国現地営業チーム強化
現在中国現地営業チームの人員は少なく、新型コロナの影響により、多くのお客様を獲得するという目標を達成するために、現地営業チームを充実させる必要があります。来期より、海外営業一部メンバーを中国現地営業に変え、得意先訪問を強化します。

4.日本サポートチーム効率アップ
CFDA申請は今年5月から更新になり、法的なルールももっと厳しくなり、旧CFDAシステムから新システムに変更する製品も多量であるので、日本のサポートチームは効率と専門知識を向上させ、中国国内営業をサポートしていきます。
また、売上高を分散によると、中小ブランドが増え、ワークロードが大きくなり、日本チームのサポートは今後非常に重要になります。

海外営業部チームは、中国および海外での売上高を増やし、より多くの事業を拡大するために、メンバーを拡充、新人教育を進め、日系No.1 ODMメーカーに向けて頑張ります！

ベトナム グエンさん Vietnam

2022年は目標達成するため、現在facebookの広告に力を入れています。今後はinstagramなどのSNSにも取り組んでいきます。
ほかに展示会情報に参加できるように準備を始めております。既存のお客様へはアイデアコンテストの商品を提案しており、サンプルの要望をいただいております。今後に期待をしております。
また、日本の人気商品を調べて、当社でできる処方ベトナム語企画書にして提案。
最近、マスクを利用する時間が多いため、マスクならではのアイテム、目元のシワ隠しやニキビ対策・汗を抑える商品に力を入れて営業活動を行ってまいります。

ミャンマー スワンさん Myanmar

2018年の8月にコスモビューティーに入社し、日本の営業を学びました。それから日本国内で営業の仕事やりながら2019年10月からミャンマーへの営業を開始。しかし、現在のミャンマーは現在軍事政権のクーデターを機に、デモや内戦等で大変な状況です。ですが、ずっとこのような状況が続くとは思いません。いつかは立ち直り通常の日々がくるようになると思っております。営業は掛け付けようと思っております。
ミャンマー人にはクオリティーの高い商品を使っていただきたいという思いで、facebookを通して日本の商品を紹介しております。工場直送のため、価格もお手頃という点も特徴ではないかと思っております。昔から日本の製品はミャンマーでは人気のため日本の化粧品もミャンマー人に愛用されると信じております。今後の活動としてはミャンマーだけでなくアジア各国にも英語を通して活動していきたいと思っております。

イギリス ジェームズさん England

この2年間、コロナの影響で海外向けの営業はかなり落ち込みました。がワクチン及びコロナ対策などで、ようやく少しずつ国際ビジネスの機会が増えてきました。
2022年はシンガポール・フィリピン・アメリカの新規開拓に注力していきます。そのために展示会に出展し、ネットで新規顧客と新商品を企画してまいります。ピフオコロナと今の時代は大きく変化したため、新しい国際営業の方法を探し挑戦し成功させたいと思っております。
仲間と協力し、仕事の時間も家族との時間も充実させていきたいです。コロナが収束し、自由に海外へ出かけてビジネスができる、そして、海外に住む家族や友人に会える日が来ることを願っています。

タイ ゲルさん Thailand

新型コロナウイルス感染が世界中に拡大してから、海外営業に出かけることができなくなりました。現在、世界各国でワクチンの開発並びに接種が進んでおり、感染対策を行いながら徐々に日常を取り戻しているため、感染拡大に見舞われていたタイへも営業に出かけられるようになって信じています。今後のwithコロナ時代において海外営業も新たなスタイルを模索する必要がありますと考えており、私は次のことを2022年の抱負にします。
① オンライン・オフラインを含めた新規&既存顧客に当社製品の良さを積極的にPRすること
② 多言語を活かしながら日本国内をはじめ、タイ、東南アジア全域へ営業し新規顧客獲得に繋げること
③ ビジネス視点で課題を発見し、チームと協力しながら解決すること
楽しみながら仕事もプライベートも充実した2022年にしたいと思います！

バングラデシュ タンビルさん Bangladesh

私は南アジアに位置するバングラデシュ出身です。南アジアは、バングラデシュ、インド、ネパール、ブータン、ミャンマー、ネパールの約20億人。南アジアはいま発展途上にあります。メイド・イン・ジャパンの製品をバングラデシュを含む南アジアで販売することは今が絶好のタイミングだと思います。
今、南アジアの化粧品市場では、タイや韓国の製品がポピュラーですが、私は日本製品の品質が良いと実感していますので、これからコスモビューティーの化粧品を南アジアに広めていきたいと思っています。
私はまだ化粧品営業の初心者です。営業の仕事を通じて、日本のマナーを覚えて、お客様とコスモビューティーの利益のために貢献したいと思っています。お客様に満足していただけるサービスを提供し続けるように心がけてまいります。

ザンビア ロバートさん Zambia

コロナ禍において、多くの命が奪われ、私たちの生活にも影響が出ました。でも医学の進歩のおかげで、私たちは新たな希望を持つことができました。生きる希望です。この希望を胸に、私は熱意と信念を持って全力で仕事に取り組みたいと思っています。
私は化粧品の分野では初心者なので、もっと勉強してお客様の希望することをお伝えべく、高いレベルのサービスと製品をお届けし、しっかりと関係性を築いていきたいと思っています。
この会社が私の母国ザンビアだけでなく、アフリカやその他の国々でも知られるようになることを望んでいます。これは大変なことですが、当社の高いサービスレベルを考えれば、できないことではないと思っています。営業を通じて、お客様と有益な関係を築いていきたいと思っております。私たちのサービスで世界を美しくするために、一生懸命働き、チャンスをつかみたいと思っています。

馬便り 2022 ディープクイーン 誕生HISTORY

今回は2022年デビュー予定のディープクイーンを紹介します。ディープクイーンは母は米国で活躍していたアルズギヤル。父はあのディープインパクトです。アルズギヤルは2011年にアメリカで生まれ、競走馬として活

躍しました。アメリカではG1での優勝経験もある最良馬として知られています。その後、2018年に繁殖牝馬として当社が購入。購入価格は1億5000万円弱。アルズギヤルはその年にヒロシゲサファイヤを生みます。後に2021年5月3歳未勝利レースで4位の成績をおさめた牝馬です。そしてアルズギヤルは、2019年にディープインパクトとの間に牝馬を生みます。それが今年デビューを予定しているディープクイーンです！デビュー戦はまだ未定ですが、皆さん応援してください！



ディープクイーン

報告



2022年1月3日国田4歳以上特別でヒロシゲサライズが優勝いたしました！

instagramとfacebookを始めました

今後どんどん情報発信して参りますので、ぜひフォローして「いいね」をおねがいします。



Instagram
http://www.instagram.com/cosmobeauty.oem.odm/



facebook
http://www.facebook.com/cosmobeautyjapan