

COSMO LETTER

COSMOBEAUTY MONTHLY ISSUE

COSMOBEAUTY

株式会社コスモビューティー
http://www.cosmobeauty.co.jp

We are Cosmo Beauty Co., Ltd. for OEM manufacturing of cosmetics or others. We manufacture cosmetic and quasi-drug products in great varieties from industrial use to personal use.

Vol.
24
MAR. 2023
2月・3月合併号

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！

中国化粧品市場について

Chinese cosmetics market

中国化粧品市場を取り巻く状況について 傳専務に伺いました。



Q:傳専務は2022年の4月~2023年1月末まで中国出張されていました。中国の状況や、アジア圏の化粧品市場などについてどんな印象をもたれていますか？

化粧品産業は世界中で急速に発展し、中国と日本、そして韓国を中心とした東アジア地域は、世界の化粧品市場で大きな割合を占めてきています。コロナ禍の影響を受けた日本、中国の化粧品市場でしたが、コロナ収束後、世界経済が徐々に回復していく中で、化粧品産業はますます発展すると予測されています。

中国の化粧品産業は中国経済の中で最も急成長している分野の一つであると言えます。2019年（コロナ禍の前年）、中国の化粧品市場はすでに世界の化粧品市場の14%を占め、規模は約690億ドル、世界の2位に至ります。その潜在的な能力、発展に期待し、多くの海外企業が中国企業に投資し、また中国の化粧品企業が先進科学技術を獲得、化粧品製造分野の競争力を高めていくとされています。現在、中国化粧品メーカーのうち、私営企業は約58%、外資系企業は約32%、国営企業は約10%を占めており、これらの企業が市場シェアを争っているとのこと（不完全統計より）。しかし客観的に分析すると、中国の化粧品企業のスタートは遅く、資本、技術、経営、チャネル、政策など多方面の制約が多く、中小企業が大半を占めているため、先進国とのギャップはまだ大きく感じています。そんな中、中小化粧品企業の急速な発展に伴い、海外企業は彼らへ合併、M&A、技術提供、さまざまな提携スタイルを通じ、資

金力、技術力、開発力などの統合に介して、独自の市場競争力を高めている状況です。

一方、アジア太平洋地域において、日本の化粧品産業は重要な位置を占めており、その市場シェアはアジア太平洋地域の化粧品市場全体の半分にも及び、2019年（コロナ禍の前年）、世界の化粧品市場の8%を占め、規模は約390億ドル、世界の3位に至るとされています。

Q:日本の化粧品メーカーの世界での立ち位置はどうでしょうか？また当社が中国の化粧品ブランドメーカーから支持されている理由を教えてください。

日本は国際的な化粧品市場の中で、美白の研究開発に於いてもっとも進んだ国の一つとして認識されています。ここ数年で、肌の光老化の研究により、色素沈着のメカニズムが解明され、それに対応した有効成分の開発が進んでいると思います。

当社も化粧品製造だけでなく、エイジングケアに特化した様々な処方や原料開発に取り組んでいます。当社が開発したオリジナル原料の抗糖化・抗カルボニル化原料OG5、抗老化原料発酵エキスを、また自社でのリボソーム製法等々、中国消費者の関心が高く、多くのブランドメーカーの需要に応じて、人気ブランドの定番アンチエイジング製品を創り出しています。また機能性化粧品処方の開発も注目され、植物由来の新しい成分の研究にも取り組み、中国化粧品にも採用していただいております。

製剤の処方や品質に於いてだけでなく、こういったオリジナル原料の提案も中国化粧品企業から求められていることであり、支持されている要因のひとつだと考えます。

Q:中国と日本の化粧品販売チャネルについて、また今後の展開についてどうお考えでしょうか？

現在、従来からの一般店舗のオフライン販売と比べ、デジタル時代の到来により、化粧品オンラインマーケティングは、中国の化粧品市場の最も急成長している小売チャネルの一つとなっています。中国化粧品市場はTmall、TikTok、Tencentなどの販売プラットフォームにより、大きな販売実績を上げてきました。



同様に日本の化粧品市場においてもオンライン販売方法の浸透により、オンライン販売チャネルでの売上げも大きく伸びています。デジタル時代に入り、中国と日本の化粧品市場はオンラインマーケティングモデルの影響を受け、オンラインとオフラインの戦略で成長しています。

また、経済のグローバル化に伴う中国化粧品市場の急成長により、多くの国際化粧品メーカーが中国化粧品市場に参入してきています。それにより中国ローカル化粧品へ影響を与え、市場での競争激化につながっていると感じます。中国国内メーカーは市場での競争力を高め、市場投資を増やし、消費者の需要に応じる新製品を開発するために、日本との技術連携は不可欠であると思います。日本の製造メーカーであるわが社は中国市場でもますます飛躍できると考えています。

新型コロナウイルスの終結、海外渡航制限の解消により、日本化粧品は再度ブームに乗ると確信しています。景気が回復する過程では、業績は右肩上がりに上昇しやすいものです。実力以上の過信は危険です。中国市場で確固たる安定した地位を確立するために、お客様（中国企業）と当社の関係をよりよくし、緊密に連携して信頼しあい協業していくことが必要だと考えます。（代表取締役専務：傳 兼）

KOL is a source of cosmetics

人気KOL来社

東京本社・大阪本社(セントラルオフィス)に中国の人気KOLが来社されました。



セントラルオフィス会議室にて山添社長と。

KOL(Key Opinion Leader)とは、中国のSNS(Weibo、WeChat、小紅書など)でフォロワー数が非常に多く影響力の強いインフルエンサーのことを指します。

中国では、企業からの広告やメッセージよりも直接的なユーザーの評価(口コミ)が重視される傾向があります。「本物志向」「情報の信頼性」を重視する中国ユーザーは、自分が信頼できる人やあこがれている人からの情報を重視するため、それぞれのジャンルで高い信頼性のある



実際に製品を取り、処方やテクチャーについての勉強会を開催。



研究室の見学でも熱心に質問されていました。



研究室から配信も。

KOLからの情報発信が大切です。

2月中旬に、東京本社・大阪セントラルオフィスに、中国人気KOL9名が来社されました。当社が製造させていただいているスキンケアブランドについて知識を得るため、実際に研究所を見学し、ブランドや処方についての勉強会を開催いたしました。商品について「調べてから買う」という習慣のある中国の方に向けて、どんどん商品のよさを発信していただく機会となったと思います。（セントラルオフィス 海外営業部：範 天歌）

セントラルオフィス8階が研究プラットにリニューアル。化成品&有用性評価チームが移転。

大阪研究部の矢野です。

さて、大阪研究部の化成品チームとして2021年5月末にセントラルオフィスから技術センター2階へと移転してきた我々ですが、2023年3月中旬に再びセントラルオフィスに引っ越しいたします。

技術センターで発足した有用性評価チームについては、線維芽細胞に続きケラチノサイトと一つつつ扱える細胞を増やしております。スティックなまでに細胞実験一筋の横山さんに加え、説得力および訴求力の高いプレゼンテーションが頼もしい森口さんを迎え、試験系の確立に余念のない日々を過ごしております。

評価チームの設備機器たちもチームの成長と共にみるみるうちに増えてゆき、今ではパーテーションで仕切

られた細胞培養室中央部の貴重なスペースを大きな紫外線照射機が占領するという、かなり手狭な状況の中で手技習得に動しんでおります。このため引っ越し先のセントラルオフィス8階に移設する細胞培養室は、大きな紫外線照射機も余裕で設置できる現在の約2倍のスペースをいただいております。クリーンベンチも1台から2台に拡充しての運用予定となっております。

処方チームの松本さんはトイレットリ・スキンケアからペット商材までを担当しながらチャレンジテストの管理者としても活躍するオールラウンダー、櫻井さんは化成品処方の新たな担い手として日々研鑽を積んでおり、セントラルオフィスへ戻ることで他の研究員の方々をはじめ、他部署の方との交流による相乗効果に期待しております。

このように仕事内容が多岐にわたる「多様性チーム」が再びセントラルオフィスに戻りますので、皆様どうぞよろしくお願いたします！

(セントラルオフィス 研究部：矢野 貴史)

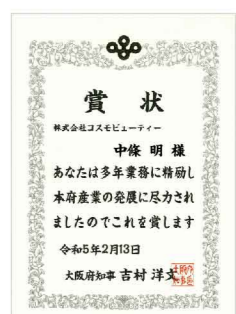


セントラルオフィス8階に新設されたプラット(引っ越し前)

大阪府知事表彰

令和4年度の大阪府知事表彰に コスモビューティーより15名が表彰されました。

2023年2月13日商工関係者を対象とした大阪府知事表彰の表彰式が中之島の中央公会堂で執り行われました。コスモビューティーからは15名の社員が、長年にわたる商工業における振興発展に貢献があったとして従業員表彰を受けました。3年ぶりの表彰式に代理で出席させていただきましたが、とても厳かな雰囲気の中、大阪府副知事の挨拶から始まり、各団体・個人の表彰がありました。



表彰された方

おめでとうございます。

中條 明さん、矢野 貴史さん、近藤 拓也さん
 湖上 敦司さん、柴山 明彦さん、塚田 綾さん
 石川 裕志さん、黒須 健一郎さん、東 緩奈さん
 脇坂 豊さん、森 慶 大さん、石坂 海渡さん
 徳井 未来さん、千島 香織さん、助川 桜さん



コスモビューティー子ども食堂活動報告

2022年4月9日に子ども食堂を開設してからもうすぐで1年経ちます。ゼロからのスタートでしたが、芦屋市社協さん、民生委員さん、チラシを見ていただいた方の口コミなど皆様のご協力のおかげで徐々に認知され、今では多くのご家族が取りに来られるようになりました。お弁当作りは地元の主婦、芦屋学園の先生と生徒さんがボランティアとしてお手伝いしてくださり、毎回とてもおいしいというお声をいただいております。

開設当初から、兵庫県湾岸開発株式会社の代表取締役 社長 山田博輔様から栄養が豊富で、色が黒く、肉厚で美味しいと評判の「須磨海苔」を定期的にご提供いただいております。子どもたちにも大好評です。いつもありがとうございます。



今後の形態

現在新型コロナウイルス感染症対策のためお弁当のテイクアウトを実施しておりますが、3月から第4土曜日は開設当初計画していた施設内での会食を開催する事になりました。子どもの居場所づくりとして、また親御さんも一緒に来ていただいで色々な方との交流の場になればいいと思います。

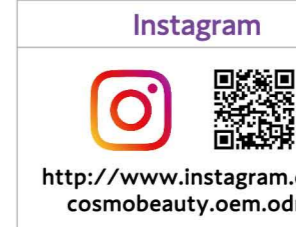
馬便り 2023 ヒロシゲゴールド引退

ヒロシゲゴールドが2023年2月をもちまして引退しました。これまで応援してくださった皆様ありがとうございます。これからは種牡馬としてセカンドキャリアを歩みます。ヒロシゲゴールドは私たちに夢と楽しみを与えてくれました。お疲れ様でした。ありがとう。



出走日	馬名	競馬場	レース名	順位
2月4日	トラストエムシー	中京5R	3歳未勝利	3
2月5日	ビューティーコスモ	中京6R	3歳新馬	5

instagramとfacebookを始めました



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



http://www.facebook.com/cosmobeautyjapan

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。