

「ヒット商品創出が使命」

コスモビューティーの山添社長

化粧品開発で講演



講演する山添氏（＝1月26日、幕張メッセ）。

コスモビューティーの山添社長は1月26日(金)、化粧品開発展(主催・リードエグジビションジャパン)の専門セミナー「COSME-5」において、「ヒット商品創造の取組みと中

国市場開拓のヒント」と題した講演を行った。会社の紹介に続き、ヒット商品開発についての講演では、ノーブリー・ノーエラーを良しとしない、提案型営業を基本としたチャレ

ンジ精神を尊ぶ社風のもと、商品開発では「ニュー性」や「トレンドオフの解消」など5つのキーワードをベースに、特に「しみ・しわ・たるみ・薄毛・白髪・匂い」に特化した研究開発で、ヒットに繋がる商品づくりを推進する同社の方針などが紹介された。なお、同社では近年、営業部門と研究部門の垣根を取り払い、部門を超えたフラットな関係を構築。独自の「試作チケット制」や、営業研

究合同チームによる「プロジェクト110」など、顧客に「感動」を提供する取組みを進めている。また、200アイテムにおよぶ同社の医薬部外品処方ストックから、「医薬品発想」の「ヘアリン類似物質配合スキンケアシリーズ(乳液、クリーム)」を披露。基礎研究分野からは、自社開発の発酵エキス4種や生カラーゲン、近赤外線カット素材、自社で栽培から化粧品への配合までを管理する「コスモファーム」の取り組みも紹介された。

講演後半では、中国市場における同社の戦略が紹介され、その話題が「中国市場開拓のヒント」に及ぶと、静謐な雰囲気の中は聴講者の熱気に包まれた。「現在、当社では「イノベーション」をキーワードに、「知と知の融合」によるヒット商品開発に向けた取り組みを推進。また、当社の中国事業は、現地の取引先が50社となり、売上高は45億円に迫っている。今年には中国で第二工場を竣工し、25ラインを追加。今後、もグローバルな領域で何かしらのトピックを持って営業活動し、『コスモビューティー、やったな』と言って頂ける、化粧品業界におけるムーブメントメーカーを目指す」(山添社長)。