

【アントレプレナー誌 記事内容】

国際通貨基金によると、2020年の世界同時不況からの日本の力強い経済回復は個人消費と投資が主導しており、2023年には日本の経常収支が2.9%の黒字に達すると予想されている。

同基金は、2022年夏に「鉱工業生産は力強く回復した」と指摘したが、製造業はこの国を世界第3位の経済大国の地位に押し上げる重要な要素であるため、非常に重要である。

化粧品メーカーのアンズ コーポレーションは、この分野の誇り高き旗手であり、日本メーカーのイノベーション、消費者重視、厳格な製品テストのモデルを体現しています。

「私たちは独自の最高品質のスキンケア技術を持っています」とアンズコーポレーションの代表取締役社長 山田昌良氏は言います。「6年前、私たちは高機能製品を販売する企業として生き残るためには、それを証明できる必要があると判断しました。私たち独自の評価試験によりスキンケアの機能性を相対評価することが可能で、私たちの処方化技術は実証されており、それが競争力を高めています。」

同社は処方開発から行う受託がコア事業ですが、現在は2つのプライベートブランド製品も自社で製造し販売しています。また、Ands Corporation 独自の3D皮膚モデルは業界の画期的なものであり、製品の機能性評価のベンチマークを可能にします。パートナー/クライアントが求める機能性をテストするために使用できます。

12年前まで、アンズは安定していながらもやや内向きな路線を描いていました。しかしその後、同社は顧客価値創造を原点とし、企業を考え方をよりダイナミックな長期的成長に向けて転換し始めました。

これには、顧客と従業員に改めて重点を置くとともに、マーケティング戦略とテクノロジーを強化する必要があり、後者は顧客にとって最も重要です。重要なのは、よりグローバルな考え方への移行も受け入れたことです。

Ands は証拠に基づいたアプローチにより世界的な競争力を強化し、国際的なパートナーに対してオープンな立場にあります。同社は、戦略的適合性に基づいて将来のパートナーシップを構築することに前向きです。

「私たちは自分たちの技術を証明し、ブランドを提供できるユニークな立場にあります」。「私たちはブランドコンセプトを作ることができるため、コンセプトから一貫性のある処方開発ができます。パートナーシップを形成するにはさまざまな方法があります。私たちは、独自のODMを行い、処方の機能性を定量的に確認し、ベンチマークと相対比較をしたい企業にアプローチできるユニークな立場にあります。私たちは高機能な処方を証明するノウハウを持っており、それが私たちを素晴らしいパートナーにします。」

Ands Corporation は、世界的に見てその製造能力に多額の投資を行ってきました。 スキンケア商品は「機能性」「安全性」「使用感」の3つの基準で判断されるという。 それぞれにおいて、Ands は力強いパフォーマンスを発揮します。 同社は消費者が何を望んでいるのかを深く理解しており、機能性と品質、そして中価格帯以上の高質なスキンケアであることを満たすことに重点を置いています。 またリップクリームは日本でトップクラスの生産数量を誇ります。

日本ではスキンケア技術が特に進んでおり、日本企業はこの分野で複数の賞を受賞しています。 これらの成功は、この国のビジネスへのアプローチを強調しています。

「日本のパートナーとのビジネスは非常に簡単です」と山田氏は言います。「日本の技術は非常に質が高く、ビジネスマンは誠実です。 当社には独自の価値提案があります。」