



# PROSPECTOR®による定期的な情報発信で、 海外市場での更なる認知度向上を目指す

新規参入が特に難しい海外化粧品市場に、少数精鋭で挑む協和ファーマケミカル株式会社の事業開発部。高品質なリポソーム技術を応用した「パナソーム®ルテイン」や、高安定ビタミンB6誘導体の「パナドキシン®P」などの挑戦的な製品を携えて市場と向き合うスタッフに、PROSPECTOR®をどのように活用されているかを伺った。

### 課題

- 限られたリソースでの海外市場への効率的な販促活動方法の構築
- 海外市場での自社および自社開発品の認知度向上
- アメリカ市場への参入方法及び現地代理店の活性化

### 解決

- PROSPECTORへの会社紹介や製品情報の掲載による営業活動の効率化
- メール配信型広告の併用による認知度獲得
- PROSPECTORで得られるお客様からのコンタクトを代理店活動の活性化に利用

## 利用前の課題

### 限られた人数で効率的かつ効果的に認知度を向上させたかった

協和ファーマケミカル株式会社の化粧品原料の専任担当者は、今回お話を伺った、事業開発部 マネジャーの大内 栄子氏及びパース 紀子氏のお二方。少数精鋭で海外市場展開のチャレンジを続けている。製品の販売地域が全世界に及ぶため、より効率的で効果的な販路拡大の必要があった。

「まずは認知度を上げることが最優先だった」、「自社開発品の認知度の向上と競合品との差別化が必要だった」と、化粧品原料としての自社開発品の世界展開という、同社にとって新しい領域へ踏み込んだ当時は振り返った。

市場認知の途上にある開発品を販売するには、製品認知の初期段階として展示会への出展、広告掲載などの投資が必要になる。「世界中のお客様を一軒一軒訪問するのは困難だが、継続的な情報発信でプレゼンスを維持する必要がある。加えて、化粧品原料としてのB6誘導体の特長と自社製品への市場認知を深める必要がある。そのための仕掛けづくりが必要だった」と語る。

## 導入の経緯と利用機能

### アメリカの販社から紹介された新情報発信ツール

協和ファーマケミカルの子会社 協和発酵バイオの販売拠点の一つである Kyowa HAKKO U.S.A.では医薬品用途、健康食品及び工業用のアミノ酸を販売しており、アメリカの化粧品業界参入を考えていた。同社は親会社と共にPROSPECTOR®を利用しており、サービスの紹介を受けたとのこと。

「2013年9月の導入当初はマニュアル等が全て英語、またULの担当者とのコミュニケーションも英語での電話が中心で、利用方法を理解しづらいこともあったが、現在は日本国内にいる担当者が窓口となり以前より利用し易くなった。最近ではルーテイン®化して使っている」と語り、日本でのサポートの充実が定常的な利用の一助となっているようだ。



## 協和ファーマケミカル株式会社

1946年の創業以来厳格な品質保証体制の下、独自の製品を提供し“技術力をもって、お客さまに望まれるもの、他にはない価値”を創出し続けている。また、世界中の人々のために「かけがえのない技術に磨きをかけ、かけがえのない製品を生み出し、かけがえのない生命を守る」ことを使命とし、“かけがえのない企業”であるため、今後も事業の発展・拡大に力を注ぎ続ける。

### 製品情報

**パナドキシン®P**：光と熱に安定なビタミンB6誘導体。毛穴、テカリ、乾燥をケアするオリジナル成分です。

**パナソーム®ルテイン**：マリーゴールドの花びらから抽出・精製したルテインを、独自の技術でリポソームに内包、化粧水、美容液への配合に適し、肌に様々なメリットが期待できます。

**リポソーム共同開発**：お客様のご要望に応じた高品質リポソーム製品の共同開発サービスを提供しています。

[本社工場]  
〒933-8511 富山県高岡市長慶寺530番地

[東京事務所]  
〒103-8503 東京都中央区日本橋箱崎町36-2  
リバーゲート10階

[代表者]  
代表取締役社長 大島 悦男

[設立]  
昭和21年10月1日

[URL]  
<http://www.kyowa-pharma.co.jp/>



協和ファーマケミカル株式会社  
事業開発部 事業推進担当  
マネジャー 医学博士  
大内 栄子氏



協和ファーマケミカル株式会社  
事業開発部 事業推進担当  
パース 紀子氏

### 二つの機能による情報発信と他社の最新情報/動向をチェック

現在は主に以下の2つのサービスを利用し、アジアと北米に販促注力地域を絞ったサービスを展開しているとのこと。

#### ① Lead Generationサービス

自社製品の閲覧及びコンタクト頂いたお客様の登録情報や使用用途などが分かるサービス

#### ② Targeted Emailサービス

PROSPECTORの登録者に対しエリア/ターゲットを選択しメール広告を配信するサービス

また、定期的にPROSPECTORから配信される電子ニュースレターで、他社の製品情報や動向など最新情報のチェックや、トレンドワード及び自社製品と類似製品の情報を調べるなど、市場調査としても活用しているという。

### 課題解決と導入効果

#### 会社紹介や製品案内のほかに定期的なメール配信型広告として利用

「現在、自社のホームページにある化粧品情報は限られている」。PROSPECTOR上に会社紹介や製品情報、取り扱い原料のデータシート、詳しい製品情報を掲載できることから、お客様にはPROSPECTORの製品ページを紹介することもある。続けて「また、PROSPECTORは世界中の化粧品会社が会員となっているので、様々な方に情報を見てもらうことができる」とも語られた。さらに、Lead Generationサービスにより、自社製品情報の検索・閲覧状況を把握することも役に立っているようだ。

Lead Generationと併せて定期的にTargeted Emailを“絞り込んだターゲット

層へ” “必要なタイミングで” 配信することでお客様の興味を惹きつけるなど配信方法も工夫されている。例えば、出展する展示会のエリアや開発及びマーケティング部門の方々を対象にした配信が可能となっている。また、HTMLメールでの配信のため、メール内に製品資料へのリンクを付加したりビジュアル的に魅せることも可能となっている。一方、配信元がPROSPECTORとなるため、迷惑メールになりにくいというメリットもある。協和ファーマケミカルではこれらを通常のマーケティング活動に取り入れているという。

さらに、「Targeted Email 配信後のサンプルリクエストや問い合わせへの対応についての現地代理店とのコミュニケーションが代理店活動の活性化に非常に役に立っている」とのことで、Targeted Emailの重要性を次のように語る。

「同じ製品であっても新しい情報を加えたり、トレンドを意識したイメージとして発信し続けることで企業の信頼感に繋がるので、配信し続けることが大切と認識している」。



また「PROSPECTORを通じて様々なお客様から直接コンタクトをいただけるのもメリット」であり、「ニーズのあるお客様からお声掛けいただくので、商談に結び付く可能性も高い」。さらに「コンタクトをきっかけにお客様を訪問できるのは、大きな目的であり、今後も期待している」とも語られた。

### 具体的な成功例

#### 日本からではアプローチが難しいお客様との成約

配信ターゲットを絞りその担当者へ直接メールが送れるのが大きなメリットであるTargeted Email。その成功例として以下を紹介してくれた。

「アメリカの化粧品会社は企業規模に関わらず新規サプライヤーとして新たにアカウントを増やしていただくことは大変。代理店は得意先を中心に活動するため、お客様側からの問い合わせでも来ない限り、新規ビジネスを増やしていくことは難しい」。しかし、「アメリカの代理店から原料採用の連絡があった際、どのようにアプローチしたのかをヒアリングしたところ、きっかけがPROSPECTORだった。アメリカ国内のみで展開しているお客様で、だからこそ日本からでは直接的なアプローチが難しかったはず」と振り返った。

### 貴社にとってのPROSPECTOR

#### 認知度向上に向けた“情報発信”ツール

大内氏・パース氏とも口を揃えて“情報発信”と語られ、やはり課題であった認知度向上の礎となったPROSPECTORの発信力にメリットを感じられている。最後に「今後は従来の営業方法に加えLead Generationサービスをより拡充させ、Targeted Emailのコンテンツも工夫することでアクセス数を増やし、更なる認知度向上を目指していく」と今後の展望を語った。

### 問い合わせ先

株式会社 UL Japan パフォーマンス マテリアルズ インダストリー  
E-mail: [prospector.jp@ul.com](mailto:prospector.jp@ul.com) Tel: 03-5293-6064

[ULProspector.com/ja](http://ULProspector.com/ja)