

化粧品事業 Cosmetic Business

ホソカワミクロン化粧品株式会社
Hosokawa Micron Cosmetics Corporation

ABSTRACT

Hosokawa Micron Cosmetics launched a new hair restorer, Co17 on July 17. Based on the latest hair growth research (Reduced generation of type 17 collagen is responsible for thinning hair), we have improved the performance of our PLGA nanoparticles as follows; 1. High concentration of nanoparticles (100 trillion particles → 120 trillion particles), 2. Extension of release time of the component included in the nanoparticles from 12 to 24 hours, 3. Three kinds of new ingredients such as burdock extract added (45 kinds in total). We will develop sales promotion that appeals to these.

Additionally, in the second year after appointing the former major leaguer Keiichi Yabu as an image character, we increase awareness for sports fans who would be interested in the hair growth agents.

In the cosmetics business, sales of the eyelash serum are strong as eyelash cosmetic solutions. Starting the information transmission using SNS such as Instagram from 2019, we are implementing measures to lock in customers hoping them to become our fans. We are planning to further expand sales promotion in the future, such as increasing the number of customers via WEB.

Overseas, we are currently developing a cosmetic business in Thailand. It is sold mainly in Bangkok, in drug stores such as Matsumoto Kiyoshi and high-end department stores such as Isetan. We are currently expanding to 50 stores.

By providing general consumers with the products that utilize the world-class nanoparticle technology of the Hosokawa Micron Group, we will continue to conduct research on a daily basis with the motto of being a company to improve the quality of life (QOL) in their social life.



2019年7月1日に発売したシリーズ最新の育毛剤「薬用ナノインパクト Co17 (シーオージュウナナ)」

2019年7月1日より、ホソカワミクロン化粧品の主力商品である育毛剤「ナノインパクトシリーズ」を刷新、今回で7代目となる最新作「薬用ナノインパクト Co17」を発売致しました。

加齢による体内の「17型コラーゲン」の減少に伴い、「毛包幹細胞（髪を作り出す大元の細胞）」が維持できなくなることが、薄毛の原因であると近年分かってきました。この新たな育毛研究に基づいて、ナノインパクトの性能を向上、PLGA ナノカプセルを120兆個（従来比1.2倍）まで高濃度に配合したことに加え、内包成分を供給し続ける持続力は24時間（従来比2倍）へと進化しました。更に先述の「17型コラーゲン」生成を促進する「ゴボウエキス」などの3種の成分を加え、合計45種類（従来比約1.1倍）へと成分力も強化され、大幅なパワーアップを果たしました。これらの性能向上と、新たな幹細胞ケアへのアプローチも加わった「次世代型の育毛力」を武器に、より訴求力の高い広告プロモーションを展開してまいります。

2017年秋から育毛剤のブランディング施策として開始した、元メジャーリーガーの藪恵一氏キャラクター起用はこの秋で満2年を迎えます。

藪恵一氏は、当社の基幹技術であるPLGA ナノカプセルの大きさを説明するに「毛穴の大きさを野球

場の広さに例えると、当社カプセルのサイズは野球ボール1個分」というフレーズをラジオ等で多用し、またスポーツ紙で広告展開し好評を得るなど、野球と親和性が高く、育毛剤ターゲット層と合致するスポーツファンへの認知を深化させるため起用致しました。

実際のプロモーションでは「毛根にストライク！」をキャッチコピーとし、スポーツ紙やWEBなどで広告展開。特にラジオのスポットCMはインパクトの強い内容で大きな反響を得ており、スポーツファンを取り込む多角的な販促を展開し、認知を拡大しています。この新商品「Co17」でも引き続きナノインパクトの顔としてプロモーションを実施してまいります。

化粧品事業では、2018年度から広告展開に力を入れている「ナノクリスフェア アイラッシュセラム（まつ毛美容液）」の販促が好調です。また目元用のクリームとして2018年秋に上市した「ナノクリスフェア アイクリーム」と併せ、ナノテクで美しい目元へ導くというコンセプトで、化粧品事業の主力商品として販促を展開中です。

また、ブランディング施策としてSNSを活用した「Instagram」と「Facebook」でナノクリスフェアブランドのオフィシャルアカウントを2019年に立



ホソカワミクロン化粧品の Instagram 関連記事の一部



バンコクではハイエンドドラッグストアの位置づけの「マツモトキヨシ」での取り扱い

ち上げ、商品情報や販促活動の内容を発信することで、顧客を囲い込み、ファン化を目的としたプロモーションを展開中です。ラジオなど各広告が順調な中、これらWEB経由の販売実績は昨対比（10月～翌年5月の累計比）で約209%の成長率を見せ、当ブランドینگSNS販促での影響も大きいと考えられ、今後の更なる広告展開が期待されます。

顧客ニーズをくみ取った商品開発、上市、販売へと繋ぐスピーディな流れはホソカワミクロンマテリアル事業部—ホソカワミクロン化粧品との製販一体の組織体でならではの当社の強みです。海外展開も3年目を迎え、タイでの本格進出、拡大を図るべく、ピュアクネスジェルのプロモーションを行い、店頭販売で取扱い拡大中。美意識高い国民性に、ナノテ

クで一石を投じました。育毛剤も販売を開始。タイ展開を皮切りに、ASEAN諸国への販促拡大へと事業を拡大して行くことが出来るよう、海外展開のノウハウを蓄積し、ローカライズ（現地に根ざした）された販促を実施して参ります。

このように当社製品が徐々に世界に広がりつつある様は、グループの標榜する世界展開になぞらえた、チャレンジの証に他なりません。ホソカワミクロングループの世界に誇るパウダーテクノロジー（ナノパーティクルテクノロジー）を活用成果品を一般消費者に身近な形で提供していくことで、皆様の社会生活におけるQOL（quality of life）の向上を果たす、ということを企業モットーに掲げ、日々研鑽を重ね活動して参ります。

〈連絡先〉

ホソカワミクロン化粧品(株) URL: <http://www.hosokawamicon-cosmetics.com/>

〒573-1132 大阪府枚方市招提田近1-9

TEL: 0120-191-890 FAX: 072-855-3221