

徳島
経済人

決断 あのと

31

アプロサイエンス

岡部 慎司社長

〈タンパク質の構造分析のほか、タンパク質の研究を生かして製造した化粧品の販売を行っている。2011年8月、化粧品販売を、店頭からインターネット通販に切り替えた。当時、化粧品事業の責任者だった岡部が決断した〉

本業であるタンパク質の構造分析は、大学や研究機関の委託を受けて行う。しかし、04年の大学法人化で大学の研究費が減り、大学からの分析委託の減少が予想されたことから新たな収益源を求めて06年に化粧品事業に参入した。大手卸や小売りのバイヤーに営業をかけ、高級美容液「ラジカルサイファー」の販売を始める。タンパク質構造分析を手掛ける研究者が作る化粧品だからと、小売店が目立つ場所に置いてくれ、売り上げは伸びた。



2011年 化粧品をネット直販

スマホ普及を契機に

くれるのは最初だけ。他社との競争の中で、次第に隅に追いやられ、商品は売れなくなった。大手のように新たな目玉商品を出す余力もなく、自社サイトで販売することにした。

〈店頭からネット通販に切り替える決断を促したのはスマートフォン台頭のた〉

当時、営業で東京を訪れると電車でも公園でもみんなスマホを触っている。以前はネット通販の商品を閲覧するときに使うのはパソコンが主流だったが、スマホなら個人がいつでも好きな時に商品を選べる。スマホがネット通販を変えようと思った。

またネット通販なら、小売店の意向に左右されず、商品企画から販売まで全て自分たちで手掛けられるこ

とも魅力だった。小売店で加え、美容液やローション販売していたところ、価格が高くない化粧品を小さなサイズで売ってみよう、資金がないので、社員にバイヤーに提案したところ化粧品のパッケージを作っても売りが大きく伸びた。広告を打てず売り上げがピークの8分の1に落ちた。ネット販売では購入者の年齢や地域、購入履歴などさまざまな情報がデータとして得られる。これを活用すると、ターゲットを絞って効果的に広告を打てるようになり、売り上げ、利益とも飛躍的に伸びた。

〈自社のホームページに、化粧品の紹介ページをくれた。こうした顧客に支

えられ、割引がある定期配送コースを設けるなどして売り上げを徐々に伸ばし、商品数も増やしていった。

15年に、ある広告セミナーで、データを基に顧客を選別して資料などを送る「ダイレクトマーケティング」という考え方を知った。ネット販売では購入者の年齢や地域、購入履歴などさまざまな情報がデータとして得られる。これを活用すると、ターゲットを絞って効果的に広告を打てるようになり、売り上げ、利益とも飛躍的に伸びた。

現在、年商は約3億6千万円で、うち化粧品事業は約1億円と3割近くを占める事業に成長した。最近、海陽町のコメ農家が漢方生薬を使って栽培したコメのぬかが肌にいいことに着目し、この成分を使った美容液の販売を始めるなど、少しばかりの地域貢献もできるようになった。我慢して続けてきた化粧品事業が実を結びつつある。

インターネットなどで申し込みを受けた化粧品の梱包作業をする従業員—鳴門市のアプロサイエンス本社



インターネットなどで申し込みを受けた化粧品の梱包作業をする従業員—鳴門市のアプロサイエンス本社

（敬称略、河野大樹）
毎月第2木曜掲載

人事

徳島県関長（徳島支彦）徳島支課長 池田

【紙面

ラシューニ

業担当）

（同担当）

同日付の

決めた。昨

取締役と職

役は退任し

カピア、

メリカ北平

担当社長が

品事業北

き、同担当

する。平白

員生産本

バル生産

バルサ

ンプロジ

縮役生産

した。兼

部品質管

役員から

波壽夫執

ライアン

ローバル

応プロジ

）が常勤

いた。