ウィズダム

中国KOLを活用したライブコマースイベント開催

薬用化粧品・機能性表示食品のOEM事業を展開する天真堂と資本・業務提携し、中国を中心に化粧品OEM事業などを展開するウィズダム（本社＝東京都江東区）は、1億3000万人以上が登録する中国のライブチャットアプリ「蘑菇街（モグジエ）」と合同で、人気KOLを招いたライブコマースイベントを9月4日に銀座三越8階のJapan Duty Free GINZAで開催した。

丹羽氏（右）と黄氏

熊黛林

イベント当日は、ウィズダムの丹羽正也代表取締役とモグジエの黄昭洁（ファン・シャオジェ）副社長が主催社挨拶を行ったほか、俳優の李晨（リー・チェン）とモデルの熊黛林（リン・ホン）が登壇し、イベントを盛り上げた。

丹羽氏は、今回のイベントの狙いについて「中国への進出を目指す日本企業をさらに支援するため、NB商品のMY（メモリーヤング）をグローバルに展開し、販売チャネルの開拓を進めていく。OEMに関しては今後、中国だけでなく、日本のお客様からも化粧品や医薬部外品の受注を広げていきたい」と語った。

黄氏は、「美容・ファッションのカテゴリーでライブコマースが注目を集める中、今後も様々な企業とコラボレーションし、ライブコマースを広めていきたい」と挨拶した。

イベント終了後には、リー・チェン氏とリン・ホン氏が人気KOLのライブ配信に参加し、中国の視聴者に向けてウィズダムが展開する美容液「MYシリーズ」（MYHLエッセンス（1・3mL×90包、1万5980円））を紹介した。

5日18時時点でのライブコマース販売数が14万3mL×90包、1万820円）／MY PLエッセンス（1・3mL×90包、1万5980円）を紹介した。

5日18時時点でのライブコマース販売数が14万包を記録し、同社では今回のイベントを皮切りに、独身の日（11月11日）に向けて中国でのプロモーションを積極的に進めていくという。

アートネイチャー

中国向け越境ECサイトに旗艦店を出店

アートネイチャーはこのほど、アリババグループが運営する中国向け越境ECサイト「天猫国際（Tmall Global）」にARTNATURE海外旗艦店を出店した。

今回の天猫国際への旗艦店出店を機に、さらに中国のユーザーが気軽に同社商品を購入できる環境を整えることで、ブランドの認知拡大を図っていく。

取扱商品は、主にスキンケア・ヘアケア・ボディケア製品で、LABOMO（ラボモ）スカルプアロマヘアカラートリートメント ヌーボー、LABOMOアートブラックシリーズ（シャンプー・コンディショナー・ローション・オールインワンジェル・フェイスウォッシュ・ボディウォッシュ）、LABOMOシルキーソフトシリーズ（シャンプー・コンディショナー・ローション・ハンドクリーム）、LABOMOクールキューブシリーズ（エクストラクールシャンプー・ソフトクールシャンプー・モイストクールコンディショナー）、アートミクロン プラビ、アートミクロン（パウダーのみ）、アートミクロン マイスターシャンプーとなっている。

「SUQQU」が天猫国際に旗艦店を出店

エキップ

カネボウ化粧品グループのエキップは9月9日、中国最大級の越境ECプラットフォーム「天猫国際（Tmall Global）」SUQQU旗艦店をオープンした。

天猫国際（Tmall Global）SUQQU旗艦店では、圧倒的なインバウンド人気を誇る「エクストラリッチグロウ クリームファンデーション」をはじめ、なめらかなテクスチャーと高純度発色が人気の4色アイシャドウパレット「デザイニング カラー アイズ」など、スキンケア製品とメークアップ製品合わせて約150SKUを販売する。

2003年に誕生したSUQQUは、2006年6月に進出したタイを皮切りに、UK（2006年）、台湾（2015年）、韓国（2017年）へと進出。日本発ブランドとしての製品クオリティとコンセプト、オリエンタルな切り口が好評を得て、各国で順調にビジネスを拡大している。

とりわけ、国内のインバウンド需要が急拡大し、2017年1月には中国SNSの微博（Weibo）に公式アカウントを開設。本格展開を前に、49万人のフォロワー（2019年9月時点）へ向け、情報発信を続けてきた。

現在展開中の5つの国と地域でのビジネスに加え、新たに越境EC事業のスタートで中国本土に初めて公式な販売チャネルを確立することにより、グローバル展開をさらに加速させていく。

「RMK」が天猫国際に旗艦店

エキップは8月25日、中国最大級の越境ECプラットフォーム「天猫国際（Tmall global）」に、メークアップアーティストブランド「RMK」の旗艦店をオープンした。

RMKを代表するベストセラー商品「リクイドファンデーション」をはじめ、今秋新発売となったRMKの理想をつめ込んだブランド最高峰のクリーミィファンデーション「クリーミィファンデーション EX」などの主力のベースメーク製品を中心に、メークアップ製品、スキンケア製品からセレクトしたラインアップ178SKUを展開している。

1997年に誕生したRMKは、国内129店（セミセルフ店31店含む、2019年9月13日現在）で展開している。海外においては、1999年3月に進出した台湾を皮切りに、同年11月に香港、2003年9月に韓国へと進出。海外では現在、台湾14店、香港6店、韓国16店（免税店9店含む）の計36店を展開しており、日本発のメークアップアーティストブランドとしての確立を目指す。

韓国に加え、アジア最大の市場である中国にブランド初の公式販売チャネルをオープンしたことにより、さらなるブランドのグローバル化とアジアNo.1のメークアップアーティストブランドとしての確立を目指す。

◆ダリヤ、新社長に野々川純一氏が就任

ダリヤでは、8月4日に死去した元社長の野々川大介氏の後任として、野々川純一氏が新社長に就任した。野々川純一氏は日本メナード化粧品の社長と兼務する。