

# 北尾化粧品部が牽引する「ビューティーの新潮流

サーシャ・ローチュアとバーナード・トンプソン

*株式会社北尾化粧品部が世界的な成功を収めた背景には、日本の伝統的な成分と革新的なスキンケア技術を融合させた独自のミニマルアプローチがある。*

代表取締役社長 川端 一弘

日本の伝統に深く根ざしながら、革新的なスキンケア製品で世界を席卷する北尾化粧品部。代表取締役社長兼 CEO の川端一弘氏が指揮を執る同社は、ミニマリズムと卓越した品質を追求し、厳選された少数の原料で最大限の効果を引き出すことに成功している。この哲学は、多段階のルーティンで知られる韓国発ビューティーブランドの潮流とは一線を画し、「ビューティーの独自性を鮮明に打ち出している。

同社の品質へのこだわりは、抹茶の採用にも如実に表れている。抹茶は、その健康増進効果で世界的に注目を集める日本の伝統食材だ。「最高品質の抹茶を確保するため、3年間無農薬で土壌を育成するなど、細部にわたる配慮を重ねてきた」と川端氏は言う。この徹底したサステイナビリティと天然素材へのコミットメントは、環境意識の高まる現代の消費者に共鳴し、ブランドの評価を一段と押し上げている。

グローバル市場において、北尾化粧品部は抹茶ブームの波に乗り、米国および欧州市場への浸透を果たした。同社の戦略は、インフルエンサーやマーケティング代理店との協働を軸に、自社製品と日本文化の融合を世界に発信する点に特徴がある。この取り組みにより、同社は強固なオンラインプレゼンスを構築し、インスタグラムでは 12,000 人を超えるフォロワーを獲得。さらに、多数のインフルエンサーとのパートナーシップを確立している。

川端氏は、今後の展望について、特に米欧市場における韓国ブランドとの競争激化を見据え、日本企業の結束の重要性を掲げる。北尾化粧品部の成功は、日本の伝統的価値観と先進的マーケティング戦略の融合が、グローバル市場での競争力強化につながることを実証している。同社の取り組みは、日本のビューティー産業全体に新たな指針を示すものといえるだろう。