

# 修士論文要旨

論文タイトル：「医療美容業界における日中のビジネス協力の可能性-----経口美容市場に着目して-」

学籍番号：AM20013

氏名：WANG SAICHAO

指導教授：後藤 康浩 教授

## 【論文の構成】

はじめに

第1章 序論

第2章 先行研究

第3章 仮説の設定

第4章 事例研究

第5章 結論

参考文献

## 【論文の内容】

### 1 問題意識と研究目的

近年、顔面偏差値経済（美しく見せるための消費）は医療美容市場を駆動し、急速に発展している。しかし、先進国に比べて、中国の経口美容製品の浸透率、顧客維持率と一人当たりの消費額はいずれも低位にある。

本研究では、日本の経口医療美容市場と中国を比較し、中国の経口医療美容市場の問題点を把握し、それを改善する方法と中日両国企業の経口医療美容市場での協力の可能性を探るものである。

### 2 研究方法

第1に、文献調査及びネット調査法。経口類の医療美容製品に関する理論動向を明らかにし、中国の経口美容製品の浸透率、顧客維持率と一人当たりの消費額が低位に原因を分析する。

第2に、対照分析法を行う。中日の経口美容市場を比較して分析し、中国の経口美容製品の浸透率、顧客維持率と一人当たりの消費額が低位にあることを改善する対策を提出し、中日の経口美容市場での協力の可能性を探る。

第3に、事例に基づいて仮説を実証する。

### 3 仮説の設定

そこで、先行研究に基づいて、本研究は3つの仮説を提案する。

仮説1：中国の経口美容市場で日本の良質ブランドを導入し、商業協力を行う。同時に、日本企業は中国企業に技術支援を提供することで、中国市場の経口美容製品の浸透率、顧客維持率が低いなどの現状を改善できる。

仮説2：経口美容市場では、中国企業が日本企業に越境 EC 市場を提供することで、日本の経口美容市場の浸透度を拡大し、販売チャネルの単一の現状を改善することができる。

仮説3：中国は日本企業にヒアルロン酸などの経口美容製品の原材料の供給を提供し、日本の経口美容ブランド製品の研究開発コストを下げ、収益を増加させることができる。

#### 4 事例研究

本研究では、日中経口美容市場の典型的な企業の関連事例を分析することによって、仮説の実行可能性を検証する。

1. 湯臣倍健(BY-HEALTH)のマーケティング戦略事例分析に基づいて、もし湯臣倍健が日本の有名なブランドの技術サポートと協力を得て、製品の研究開発上の欠陥を補うことができれば、未来は中国の経口美容業界のトップ企業になる見込みだ。

2. 華熙生物科学技術株式会社の推進四輪駆動戦略事例分析に基づいて、もし日本の経口美容業界の有名なブランドと協力して新製品を開発すれば、知名度を開き、トラフィックを導入し、超人気製品を作ることができる。同時に、日本の有名なブランドは原料コストを減らし、収益を増やし、ウィンウィンを達成することができる。

3. 中国市場におけるPOLAの発展状況の分析に基づいて、日中が協力すれば、販売モデルが単一の多くの日本の経口美容業界のブランドに、良好な市場を提供することができる。

#### 5 結論

本研究は中国の経口美容市場の浸透率、顧客維持率と一人当たりの消費額はいずれも低位原因を明らかにすると同時に、日本企業に対して深い分析を行っただけでなく、中国企業の核心戦略、戦略制定の効果、その効果と企業業績の関係などの問題に対して深い検討を行い、中日協力の可能性に新しい視点を提供した。中日経口美容業界の典型的な企業のケース分析を通じて、第3章で仮説を提示し、第4章で実証した。

- ① 湯臣倍健をはじめ、中国の経口美容市場の企業は現在、販売を重視し、研究開発を軽視する特徴が普遍的に現れている。これにより、製品の品質が顧客のニーズに達しない。その結果、日本の優良企業の導入と日本の先進的な技術支援により、製品の品質が向上し、中国の経口美容製品の浸透率、顧客維持率と一人当たりの消費額が低い現状を改善できることが明らかになった。
- ② ポーラ化成工業株式会社の発展状況を分析し比較することで、中国の経口美容市場は安定しているだけでなく、非常に大きな潜在力を持っているだけでなく、現在最も人気のある電子商取引プラットフォームも持っていることが明らかになった。その結果、日本の優良企業に中国の越境ECプラットフォームを提供し、日本の経口美容市場の浸透度を拡大し、日本の経口美容企業の販売チャネルの単一の現状を改善することができることが明らかになった。
- ③ 華熙生物科学技術株式会社の戦略と競争優位性の分析を通じて、華熙生物科学技術株式会社が生産した原材料の数が多く、品質がよく、価格が低いことが分かった。その結果、日本の大手企業と提携すれば、連名の製品を発売し、製品提携を行う。日本の大手企業にコストパフォーマンスが良い原料を提供することは、人気製品が不足している問題を解決するだけでなく、日本の経口美容ブランド製品の研究開発コストを下げ、収益を増加させることができることが明らかになった。双方が互惠・ウィンウィンの結果を達成することができる。

#### 【主要参考文献】

- (1) 史慧伦 (2021.3) 「2021 年中国口服美容行业概览」(日本語訳「2021 年中国経口服美容業界概要」) での内容を参考した。2021 年 10 月閲覧。
- (2) 艾瑞网 (2021) 『2020 中国跨境电商市场发展报告』(日本語訳「2020 中国越境電子商取引市場発展報告」) によるまとめる。<https://news.iresearch.cn/yx/2021/02/360563.shtml>、2021 年 9 月閲覧。
- (3) 黄一帆 (2021) 『汤臣倍健 2020 年业绩扭亏为盈至 15.24 亿 业务扩盘新三年规划开局』での内容を引用した、筆者による翻訳する。2021 年 10 月閲覧。
- (4) 腾讯网 (2021) 『2021 年功能性食品及美容食品行业研究报告』(日本語訳「2021 年機能性食品及び美容食品業界研究報告」) での内容を参考した。2021 年 10 月閲覧。
- (5) ポーラ POLA の『有価証券報告書 (2019)』。