



クロスサポート株式会社 代表取締役社長 吉野 有美

卸先ゼロの逆境から デジタルマーケティングに 取り組み成功

●事業内容：化粧品の製造開発・販売／コンサルティングサポート ●創業：2018年2月 ●資本金：300万円 ●住所：東京都千代田区一番町6番地 相模屋本社ビル7階



HP : <https://youthsecret.jp/>

YouTube : <https://www.youtube.com/@youthsecret7036>

ナノプラチナと生コラーゲンを配合したブースター美容液「奇蹟のソリューション」。多くの賞を受賞し、展示会の体験コーナーでは行列ができるほどの人気だった。



Q 貴社の事業について教えてください。

A 当社はフェイスラインを引き締める美容液「奇蹟のソリューション」を開発・販売しています。

美容業界の展示会に参加した際、「ナノプラチナ」成分に国内外でのニーズを感じ、メーカーと協力してこの製品を開発しました。

当初は、インバウンド需要を見込んで、免税店やドラッグストアへの卸販売を考えていました。

Q デジタルマーケティングの必要性を感じた経緯について教えてください。

A 2020年1月の製品完成直後、コロナ禍で海外からの旅行者が激減し、免税店やドラッグストアへの卸販売ができなくなり、卸先がゼロの状況になりました。インバウンド需要が回復するまでは一般ユーザー向けのEC事業を展開することにして大手ECモールに出店しました。同じ頃エステサロンから「お客様がサロンに通えない間のケア用品としてこの商品を販売したい」というオファーがありました。こうしたニーズにデジタルの力でアプローチできないかと考えたのです。

また、2022年には美容業界の展示会にも出展しました。連日ブースに行列ができ、約400人と名刺交換をしましたが、当社や商品の知名度が低いことで、卸販売契約には至りませんでした。商品のブランディングと知名度の向上を図るために、デジタルの活用が必要だと強く感じました。

Q 専任アドバイザーによるハンズオン支援は、どのようなものでしたか？

A 会社には、以前から越境EC支援でお世話になっていましたが、オンライン活用型販路開拓支援事業もあると知り、すぐに申請しました。ご相談した内容はWebサイトのリニューアル、自社ECサイトの立ち上げ、SNSの活用などです。

まずは経営状況や製品の特長、受賞実績などをヒアリングしてもらいました。当社の商品は有名美容雑誌が主催するアワードなどで金賞を受賞しています。アドバイザーには「商品力が高いので売上改善のための方法はたくさんあります。

諦めずにやってみましょう」と勇気づけていただきました。Webサイトについては、アクセス解析をすると一般ユーザーからのアクセスがほとんどないことが明らかになりました。まずは商品のブランディングを進め、ビジュアルイメージを決めてからリニューアルすることにしました。

利用するECサイトは、コストの低い大手サービスを勧めていただき、SNSはターゲット層を見直して投稿する内容も変更するようアドバイスを受けました。

Q デジタルマーケティングへの取り組みについて教えてください。

A まずは商品のブランディングに取り組みました。この事業の利用者が活用できる専門家派遣でお願いしたコピーライターの方に相談し、新しいキャッチコピー「10秒ケアで憧れのフェイスラインへ」に決めました。それまでのコピーは「たった10秒で小顔美人」「小顔美人の秘密」でしたが、メインターゲットとなる40代以上の女性は「小顔」よりも「ハリ・ツヤ・引き締め」に興味があるとの助言を受け、ビジュアルとともに刷新しました。

Webサイトにおいては、一般ユーザーをターゲットに想定しリニューアルしました。ゴールは卸先や販売代理店との契約ですが、そのためには一般的な知名度が必要だと感じていたからです。商品の魅力を伝えるコンテンツを増やし、販売ページへの導線も改善しています。

SNSはインフルエンサーによる商品の感想を投稿していました。アドバイザーから「ターゲットを明確にして、交流できるコンテンツを」とのアドバイスを受け、最近は季節ごとのスキンケアやお肌に関する情報などを発信しています。無料のデザインツールも活用し、おしゃれで目を引くアートワークを自社内で制作できるようになりました。

Q デジタルマーケティングの成果について教えてください。

A 自社ECサイトの売上は、まだ大手ECモールほどはありませんが、シンプルで買いやすいインターフェイスが魅力で、徐々に効果が出ており手応えを感じています。デジタルマーケティングに取り組んでから、新規の販



専門家派遣のコピーライターのアドバイスによりキャッチコピーを刷新。



デジタルマーケティングの知識は全くなかったが、アドバイザーの指導により、Webサイトの検証やSNSの投稿を行うまでになっている。

売代理店が3件増えました。うち2件はWebサイトやECサイトを見てご連絡をいただき、1件は知人の紹介ですが、Webサイトもご覧になって決めたとのことでした。直接的な効果だけでなく、対面営業や紹介での成約の後押しにもなっていると感じています。

Q 今後の展開について教えてください。

A 今年度も展示会に出展します。ブースでの販売も行う予定ですし、契約につなげられるよう名刺をいただいた後のフォローにも尽力します。

デジタルマーケティングは、企業向けのWebサイトを別途作成するほか、一般ユーザー向けにはランディングページも制作するなど、今後もアドバイザーからいただいた助言をベースに、積極的に取り組んでいくつもりです。SNSの投稿も続け、フォロワーを増やしていくとともに、社内でWebサイトやSNSをブラッシュアップできる体制をつくっていきたいと考えています。

私自身の肌で効果を実感し、愛用している美容液です。塗って10秒で分かるリフトアップ効果を、デジタルの力でもっと多くの人に知っていただきたいですね。

