

スノーデン株式会社：「健康・長寿・美」を求めて、最高の自然をエキスに。



スノーデン株式会社は 1977 年の設立以来、「健康・長寿・美」をコンセプトに、プラセンタ、乳酸菌、高麗紅蔘の 3 つの素材をベースにして、自然の力を最大限に引き出した革新的な製品を開発してきました。

私達はスノーデン (株) 社長の中川泰男氏にお会いし、これらのパワフルな素材について学び、そして、海外での展開を含む同社の成長戦略について理解を深めたいと思います。

Q)茨城県つくば市で開催された先の G20 サミットでは、「これからの未来は、より便利で健康に、そして、より長生きすることになるだろう」ということでしたが、御社はどのようなかたちで、健康で美しく、そしてより長生きする社会への貢献を目指していますか？

A)はい、まさに世界の人々が健康で美しく長生き出来る未来を目指すことこそが我々のモットーです。当社は、自然の力を活かした「健康・長寿・美に関する独創的な商品」を開発することで、社会への貢献を目指したいと考えています。

特に、ここでのキーワードは「長寿」です。我々はすべての製品を通じて、お客様に長寿をお届けするために全力を注いでおります。我々が培った経験と技術を駆使して、当社最大の特徴と言える、天然の有機素材を使い、豊かで健やかな生活のお役に立てられる、より良い製品を送り出しながら、

誰もが健康で長生きできる未来をお客様と共に享受したいと考えております。

Q)世界の製薬業界は、特に、北米や東南アジア市場に牽引され、2023年までに1兆5,000億ドルの市場規模に達すると予想されていますが、この成長を活かして、どのように世界市場へ挑まれるのかを教えてください。

A)このコロナ禍で、一部の活動は控えざるを得ず、ご質問に率直にお答えするならば、私たちの海外展開は、現在、足踏み状態と言えます。しかし、当社の製品は天然由来として、免疫システムに良い働きをしますと言えます。言い換えれば、将来起こり得る病気に立ち向かえるようにするのを助けるわけです。

日本国内市場に関しては、とても厳しく、人口が1億2,500万人に対して、75歳以上の方達の人口が約1,800万人に達します。年金や健康保険など、日本の経済への財政的負担の大きさを容易に想像できることでしょう。

これらは全てリンクしていて、国は国民をサポートし、製薬業界はそれを下支えする製品を造らなければなりません。高齢化の問題は国の経済に悪影響を及ぼし、グローバル競争の中の日本にとっては、決して良い状況とは言えないでしょう。要するに、将来はそれほど楽観的ではないということです。

医薬品・健康食品・化粧品・原料などを製造するスノーデンの社長として、高齢化がもたらす様々な課題について考察することは避けられないと私は思います。対応策としては、国が海外からの移住を促して人口構造を安定させたり、製薬企業が病気を予防するための製品、または、長寿に役立つ製品を送り出すことが考えられるのではないのでしょうか。

Q)貴社と貴社の製品に関する軌跡をアピールするならば?

A)まず一番にお伝えしたいのは、当社の原点とも言える、プラセンタです。当社の創業者でもある会長の明壁義蔵は、1971年に胎盤の研究を始め、これが、医薬品、化粧品、健康食品に活用できる「万能薬」であることを発見し、1977年、数人の医療技術者たちと共に、プラセンタを軸とした会社を設立しました。

次に導入したのが韓国人参公社を通じて展開している高麗紅蔘です。

三番目が東海大学との共同研究で12年の歳月を要し発見したLJ88乳酸菌です。

これら3つの素材(プラセンタ、高麗紅蔘、乳酸菌)を、私たちは『スノーデン3つの鼎(かなえ)』と呼んでいます。

Q)今日のこのコロナ禍で、健康で美しいということは、今まで以上に重視されだし、製薬業界もこの状況下で注目されてきているという印象がありますが、御社はこのコロナ禍をどのように捉え、健康を維持するためにどのようなソリューションを顧客に提供したいと考えていますか?

A)まず、プラセンタ製品をご愛用いただいている5万人を超える方々にアンケートを送り、多くの方々から回答を頂きました。肌や体への良い結果に関する数多くの情報が集まっております。特にホルモンバランスを安定させることで、肝臓、心臓、免疫系に良い効果をもたらしているようです。また、プラセンタは化粧品の原料として美容液にも広く使用されています。

次の製品は乳酸菌 LJ88 です。LJ88 は胃の中から発見された、胃と腸の両方に有益な、革新的でユニークな乳酸菌です。現在、主に日本とアジア市場で販売しておりますが、他の国々でも発売する予定です。

Q)どの国で販売を計画していますか？

A)一例として、4年前にシンガポールでLJ88を発売したのですが、4年で1.2倍に増加するなど、とても好調です。東アジアでは、すでに台湾、韓国で実績があり、中国本土でもトライアル中で、大きな販売が予定されています。アメリカやベトナムでは、当社の完成品ではありませんが、販売されている製品の中に当社のLJ88が使用されています。胃酸コントロールに関心の高い国々が第一候補となります。

Q)今、社長はこれらの国々へ製品を紹介したいと言いましたが、どのような計画、または戦略をお持ちですか？

A)一つには、それらの国々で販売チャンネルを有する、スイスに本社を置く大手の商社と計画を進めています。コロナ禍のため、それらの国で直接販売活動を行うことはできませんが、2020年夏には、我々の製品に関心のある中国のクライアントとのオンライン説明会を開催し大変好評でした。私どもの側からは、薬学博士号を持つ研究者がオンラインで当社製品の長所を説明いたしました。

Q)色々な分野へ新製品の投入を進めたいとのことですが、今日、多くの日本企業は新製品をグローバル市場へ投入するべく、多額の投資を行っています。貴社はどのような計画をお持ちか教えてください。また、お話しいただける範囲で、近い将来、新製品の予定はございますか？

A)血中のガストリンを低下させ、胃酸の分泌を抑える「乳酸菌 LJ88」が既にありますことを、今一度強調させていただきます。加えて、優れた機能性を有するプラセンタもございます。

今、当社が注力していることは、これらの素材と何をどのようにブレンドするかです。例えば、プラセンタと他の有効な素材を組み合わせるなどです。社内のみならず、他の学術機関とのコラボレーションを検討することもあります。

Q)このインタビューの中で、美容、健康、そして医薬品での成功談をお話しいただきました。では、貴社の将来に目を向けて、今後の中期戦略はどのようなものでしょうか？

A)すぐに大きく成長するとは考えておりません。しかし、少しずつではありますが着実に売上は伸びるでしょう。今進めている計画や新製品の展開は、ここぞと言えるタイミングで当社にチャンスをもたらすでしょう。

今は、このコロナ禍がどこへ向かって行くのかを見極めたいと思います。先が見えだし、状況が落ち着きだしたら、我々は新しい商品を展開し、また、いつもの日常を取り戻すでしょう。

Q)あなたは新たな国でディストリビューターを探していると言いましたが、更なる海外戦略を推し進めるのでしょうか？

A)一部の地域では、既に強力な流通・販売チャンネルがありますが、欧州、ロシア、中東などの他の国々でのグローバル展開でも、今までと同じ原則で拡大したいと考えています。つまり、各地域でしっかりと役目を果たす販売代理店または販売会社があってほしいのです。それが確立してこそ、その販売代理店または販売会社を起点に、その地域で拡大を図ることができると思うからです。ある地域での事業が大きくなれば、また次の地域への拡大も考えるでしょう。そこではインターネットがとても有効なツールとして活躍しています。先にイギリスからのアプローチがあり、現在トライアル中です。今後、この地域での拡大も検討中です。

Q)私たちは様々なビジネスについて話してきましたが、勿論、OEM ビジネスについてもお聞かせください。クライアントへはどのようなソリューションを提案されていますか？

A)オンライン説明会などを通じて、オンラインショップ、原材料メーカー、化粧品会社など、様々な分野のお客様が参加できるようにしております。そして、OEM 事業で主に行っているのは、OEM に特化した提案で、製品を紹介するだけでなく、企業としてのスノーデンがクライアント企業のニーズに応えながら提案するものです。

Q)プラセンタの主なユーザーはどのような方達ですか？ 何か特別なターゲットを定めているのですか？

A) 当社の製品は、より健康な社会への貢献を目指していますので、世界のすべての人に愛用していただけたら本望です。