

bbbb

STRATEGY REPORT

国内ダーマコスメ & バイオベンチャー 市場参入戦略レポート

技術可視化の需要を捉え、成長段階のベンチャーを攻略

技術可視化の需要が集中する時点を狙います。

成長段階のダーマコスメ・バイオベンチャーは、重要イベントの時点で『技術可視化』需要が急増します。

01

資金調達 (IR)

MOA 映像で
投資家への説得力を強化

02

ブランド ローンチ

成分の効能を
消費者に可視化

03

グローバル展開

展示・パートナー会議用
インタラクティブコンテンツ

bbbb.beauty の MOA 映像・インタラクティブコンテンツは、この時点の中核コミュニケーションツールとして位置づけられます。

COMPANY & SERVICES

会社とサービス

主力サービス

科学は正確に、メッセージは分かりやすく — その間をつなぎます。

01

MOA 3D アニメーション

薬物/成分の作用機序を医学的正確性とプレミアムなビジュアルで (Soliris MOA 実績)

02

2D アニメーション & ブランドフィルム

ローンチ・教育・セールスチャネル向けコンテンツ

03

AR & インタラクティブ

展示・学会・デジタルチャネル向けの没入体験

04

科学技術のメッセージ翻訳

投資家・パートナー・消費者に伝わるビジュアルコミュニケーション

グローバル製薬 Soliris MOA 制作実績

TARGET MARKET & BUYER

ターゲット市場と買い手

市場背景

成分ベース・機能性製品への消費者・投資家の関心が急増しています。

01

ダーマコスメ市場の拡大

K-Beauty 輸出拡大とともに、成分ベース機能性製品への消費者/投資家の関心が急増

02

バイオベンチャーの

皮膚科学成分（ペプチド・エクソソーム・マイクロバイオーム）を持つスタートアップが増加

03

活発な資金調達・提携

これらのスタートアップはシリーズ A～C をにし、グローバルを

210 億ドル

主要ターゲットセグメント

セグメント別の特徴と bbbb.beauty の需要が生じる時点

ダーマコスメベンチャー

シリーズ A～C

独自成分/特許を保有、
グローバル展開を準備

ブランドローンチ・IR
海外パートナー会議

皮膚科学バイオテック

新素材 R&D

エクソソーム・ペプチド・
マイクロバイオーム素材を開発

技術移転（L/O）交渉
学会・資金調達

機能性化粧品 OEM/ODM

B2B 営業

自社 R&D を強化、
B2B 営業を拡大

効能の可視化
バイヤー説得資料

意思決定者プロフィール

誰が、どんな悩みで、どの予算で決めるか

役職	代表・CMO・マーケティング・BD（事業開発）
共通のペインポイント	「技術は良いが投資家/パートナーに説明しづらい」「競合との差別化を視覚的に示す手段がない」
予算構造	マーケティングまたは IR 準備予算から充当・代表または CMO が最終承認

SALES APPROACH

営業アプローチ

ポジショニング：「技術証明のパートナー」

単なる映像制作会社ではなく、技術を説得するコミュニケーション戦略パートナーへ。

「あなたの成分がどう作用するかを、3分で誰もが理解できるようにします。」

タイミング起点のアウトリーチ

成長段階のベンチャーは以下のイベント時点でコンテンツ需要が急増します。

- | | |
|-------------------------|---|
| › 資金調達ラウンド公表 (シリーズ A～C) | 「IR デックの MOA 映像一本が、投資家の説得力を3倍に。」 |
| <hr/> | |
| › 新製品ローンチ発表 | 「成分の作用原理を消費者に実際に『見せ』ましょう。」 |
| <hr/> | |
| › 海外展示・学会への参加予定 | 「CES / in-cosmetics ブースをインタラクティブコンテンツで差別化。」 |
| <hr/> | |
| › 技術移転・提携交渉 | 「パートナーに技術の本質的価値を視覚的に証明。」 |

チャンネル

直接・間接・ネットワーキング・紹介の4経路。

01

LinkedIn & スタートアップコミュニティ

ダーマ/バイオベンチャーの・CMO に直接アプローチ

02

VC・アクセラレーター

ポートフォリオ企業にサービスを紹介（間接チャンネル）

03

学会・展示ネットワーキング

皮膚科学会、in-cosmetics Korea、BIO Korea など

04

実績ベースの紹介

Soliris MOA 実績で信頼を構築

提案パッケージ

成長段階のベンチャー向け3種パッケージ

IR スターターパッケージ

- MOA 3D アニメーション 1本
- 投資家向け要約映像

シリーズ A～B バイオテック

ブランドローンチパッケージ

- 成分効能 2D アニメーション
- ブランドフィルム

新規ダーマコスメブランド

グローバル展示パッケージ

- インタラクティブコンテンツ
- AR 体験

海外展示に参加する企業

RISKS & CONSTRAINTS

リスクと制約

リスクは事前に定義し、対応する。

予算・意思決定サイクル・競争・認知ギャップを戦略で管理。

リスク	内容	対応策
予算制約	成長段階のベンチャーはマーケ予算が限られる	段階的な小規模パッケージを提供；実績確保後にアップセル
長い意思決定サイクル	代表の直接承認が必要、3～6か月かかることも	トリガーイベントのぞを
競争激化	国内の医療/ビューティ映像制作会社が多数	グローバル製薬実績（Soliris）と医学的正確性で差別化
認知ギャップ	ダーマコスメベンチャーの MOA 認知が低い場合も	教育型コンテンツマーケティングで需要を創出
単価の低いセグメント	ダーマコスメはバイオテックよりがい	バイオテック（IR/L/O）を優先1；ダーマコスメを数量優先2

「技術証明のパートナー」として位置づけ、
トリガー時点でバイオテックを最優先で攻略する。

bbbb