

創造的破壊テクノロジー

「貴女にー世界にーつだけのスキンケア」

私たちが世界を変えるゲームチェンジャー



CONFIDENTIAL

Q3/2020

「第四次産業革命におけるイノベーションテクノロジー と世界初の真のパーソナライズドスキンケア」

世界のスキンケアの大手ブランド企業が存在する限り、既存の同一商品による大量生産システムが変わることはありません。スキンケア市場が拡大し、潜在的な顧客数が増加するにつれて、多くのビジネス機会が生まれましたが、スキンケアの大手ブランド企業群は、サブブランドやニッチブランドの構築や、同業他社の買収に終始し、抜本的な市場への対応を怠ってきました。

近年、(個人のニーズに応じた)パーソナライゼーション志向が、世界のスキンケア市場でもメガトレンドになっています。ただスキンケアの製造工程におきましては、パーソナライゼーションを実現させるための変化はまったく見られていません。それどころかスキンケアの大手ブランド企業は、表向きはパーソナライゼーションを謳いながら、マーケティングにおいてはトリックを使っているに過ぎません。

例えば、スマホに代表されるモバイルアプリやVRミラー等を使って、顧客の個別ニーズに答えているように見えますが、この手法は既存の生産ラインをフル稼働してスキンケア商品を大量生産し、既存のシステムを再利用しているように過ぎません。

絶好の機会

真のパーソナライゼーションは私たちの手で

既存のスキンケアの大手ブランド企業のパーソナライゼーションへの進出は、どうやら見せかけのようです。真のパーソナライゼーションのスキンケアを消費者に提供するには、既存の生産ラインでは決して達成できないでしょう。

顧客の個別ニーズに答えるには、莫大な既存の生産ラインを廃棄し、新しい生産ライン(例えば個人一人一人に唯一無二のスキンケアを提供できる生産ライン)を再構築する必要があります。そのためには新しい独自の製造プロセスを構築する事とロボット・オートメーション化(第四次産業革命)を導入する必要があります。

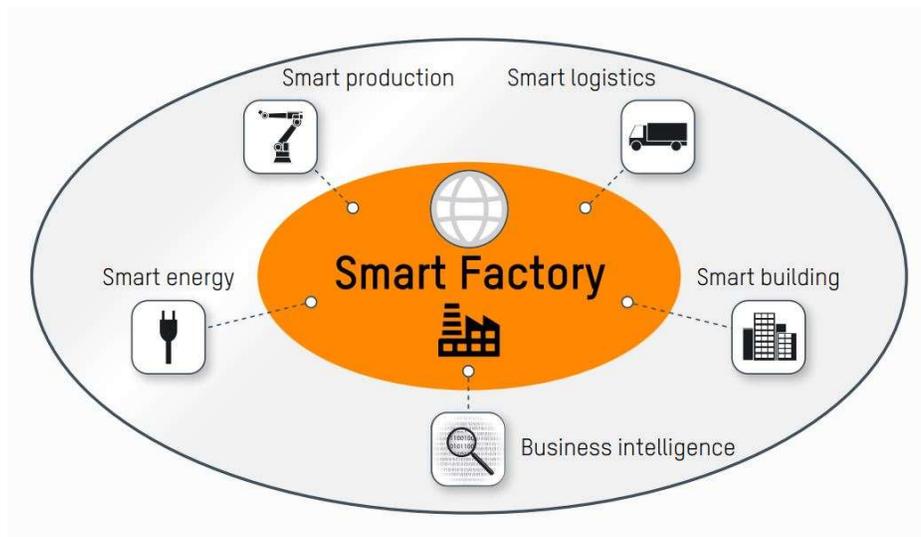
私たちは独自の商品製造プロセスを通じて、一人一人個別のニーズに合ったスキンケアの成分を配合・製造し、完成したスキンケア商品が、生産地から消費者に直接、配送されるシステムを世界の主要国に構築することができます。私たちが世界初の「真のパーソナライゼーション」を提供するスキンケア企業となる可能性を秘めています。

この真のパーソナライゼーション改革が必要な市場規模は7000億ドルという広大なものであり、その市場で私たちのブランド「フィールズ・ナチュラル(Feels Natural)」が活躍することになるのです。

唯一無二のスキンケアを製造

個人のニーズに応じて成分配合が行われ、個別に製造されるスキンケア商品や、ロボット・オートメーション化を通じて個人向けのスキンケア商品が製造されるのは、スキンケア業界の世界でも初めての試みです。

こういった個人向けの生産ラインの構築は、他の業界でも稀です。



顧客にとっての利点は非常に明確です。それは顧客の置かれている環境に沿って、100%顧客に適合したスキンケア商品が提供されるということです。顧客の皮膚の状態や体質はもちろんのこと、生活環境(湿気、乾燥、暑さ、寒さ)、先祖代々からの遺伝等の要因を分析して生産された「パーソナルスキンケア商品」であり、スマートファクトリーから直接配送されます。

生産から消費まで(プロセス)

スキンケアの大手グローバル企業が大量生産しているスキンケアの使用期限は、たいてい6か月から1年です。大量の在庫が倉庫に積まれ、消費者の手元に渡るまでにかかなりの時間を要しています。そして最近の研究では、時間の経過とともにスキンケアの品質の劣化が比例することが明らかにされています。それではスキンケア商品の劣化を未然に防ぐためにはどうしたらいいのでしょうか。

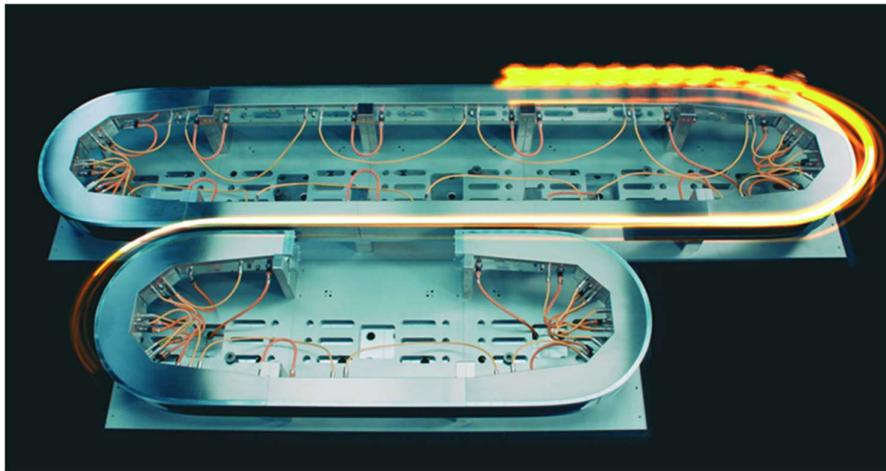
第四次産業革命 4.0 – 研究開発 (R&D)



現実の世界では最適化された工場の様々な機械設備が、パーソナル・スキンケアの製造や梱包においてスマートファクトリーの機能を果たします。
新世代のスマートファクトリーは、よりパーソナライズされた商品に対する顧客のコストパフォーマンスを確実に上げていきます。

独自の製造テクノロジー

弊社の主要事業は、現存する最新テクノロジーの可能な限りの統合と、同様に自前のリサーチに焦点を当てることによって、スキンケア業界及び、不特定多数のスキンケア商品の「完全なフルオートメーション(完全自動化)」と「スキンケア製品一つ分(バッチオブワン)」の製造設備を継続的に構築していくことです。
今日、オートメーションの技術は、現実の世界の製造と梱包においてスマートファクトリーの機能は既に商業ベース化されています。



この新世代のスマートファクトリーの構築は、顧客が求める唯一無二の商品、生産者から顧客への素早さ、そしてオンライン上での購入というコストパフォーマンスの点で消費者の大きな期待に応えるには必要不可欠です。
弊社のこの製造プロセスは、顧客ニーズによって変わる製造設備に対して、新世代のオートメーション(流れ作業)を実現します。
そしてこれらの独立したオートメーションは、コンピューター制御によって、あらゆる障害を未然に防ぐことができます。

このようなイノベーション(技術革新)には、最新のソフトウェアを用いて、生産ラインの各セクションを適切なタイミング及び、正確な温度(および他の変数)で成分を配合できる弊社の組織化されたオートメーションシステムに接続します。

スキンケア一人のためのフォーミュレーション (成分配合)

既存のスキンケアの大手ブランド企業との差別化は、真のパーソナライゼーションを実現することです。そのためには次の3つのデータソースが必要になります。



フェイスマッピング・モバイルアプリ (iOS/And)

スキンマッピングモバイルアプリは、皮膚の毛穴、赤み、かぶれ、きめ細かさ、ほくろ、しわなどを識別します。このアプリはまた、時間の経過とともにスキンケア製品の成分配合の有効性を継続的に更新していくのに役立ちます。



AI オンライン・アンケート

短い(3分)アンケートで、顧客の皮膚の種類を分類し、皮膚全体の健康のより深い理解と素肌全体に悪影響を及ぼす消費者のライフスタイル(食べる/睡眠/仕事)をよりよく把握するのに役立ちます。



リアルタイム GEO 位置情報

顧客が居住している地理的な位置情報(外部のデータベース)は、顧客の居住地の天候、太陽からの紫外線、および大気汚染要因等に従ってスキンケアの成分配合の有効性を最大化することを可能にします。

フォーミュレーション（成分配合）から生産工程へ

弊社のスキンケアにおける成分配合と独自の生産工程との連携においては、IoT やシステムオートメーション、そしてロボット工学を含む多くの最新技術を駆使します。

イノベーション



素肌の分析



AI に基づいたフォーミュレーション



1 人分のスキンケア製造

1

スマホを使ったモバイルアプリによる皮膚スキャンと、人工知能(AI)を使った3分間アンケートによる消費者の皮膚情報の収集。最先端のマシンラーニング(ML)による継続的なフォローアップで正確な皮膚データをベースにして消費者のアルゴリズムを改善していきます。そしてスキンケアの成分配合の専門家(フォーミュレーター)と、皮膚専門の科学者がその過程を精査し、監督します。

2

皮膚分析データ(ステージ1で作成)に裏付けされて、一人一人個別に製造される真の「パーソナライズド・スキンケア商品」の詳細な情報(IoT)は、個別のデータとして生産工場に直接提供されます。スキンケアが完成するまでのバリエーション数は、80,000 通り以上になります。

3

製造工程 弊社は独創的かつ革新的なテクノロジーで、「パーソナライズド・スキンケア商品」を製造することが出来ます。そしてスキンケア商品は大量生産プラットフォームで生産でき、かつ現代の最高のスピードと正確性で生産することが出来ます。そして半製品は弊社が構築するオートメーションシステムによって、製造工程から次の製造工程へシステムによって自動的に移動していきます。



私たちのスキンケアシステム

私たちはみんな人それぞれです。



世界最初の
真のスキンケアシステム

妥協なき
パーソナライズド・スキンケアの追求

個人特化のスキンケア成分配合が
可能になりました



旧態依然とした
マスマーケティングの打破

- 個人の素肌分析
- 真のスキンケア（唯一無二）の成分配合

ナタリーのスキンケア・システム



- 80,000 通り以上の成分配合の組み合わせ
- 研究所から直接ご自宅へ
- 100%新鮮なスキンケア成分
(スキンケアの使用期限の心配はありません)
- 全ての消費者に共通して適用できる万能スキンケア商品はありません。
(各々の消費者に適したスキンケアはそれぞれ違ってきます)
- 私共自慢のパッケージをお受け取り下さい。

ビジネス戦略



B2C (Business to Consumer)

FEELS NATURAL(フィールズ・ナチュラル: 私たちの B2C ブランド)は、世界に創造的破壊イノベーションをもたらす私たちの B2C ブランドです。



私共は、大量生産、天然成分配合、オンラインパーソナル成分配合を提供し、完成した商品を製造工場から顧客のご自宅へ直接お届けします。そこには複雑な流通システムは不要です。-個性、パーソナライゼーション、天然成分配合、環境に配慮した商品、そして個人への直接配送。これが新しい贅沢です。

パーソナライゼーションに妥協はありません。

このブランドのスキンケア商品は、2021 年第 2 四半期までに米国や日本を含むいくつかの主要市場でのオンライン販売開始を予定しています。



B2B2C (Business to Business to Consumer)

世界中の何千もの独立系のスキンケア・ブランド企業にとって、弊社のパーソナライゼーションの製造ラインは非常に魅力的に映ると思います。スキンケアの大手ブランド企業の旧態依然とした製造ラインよりも、弊社の製造ライン(オートメーション)の方が「真のパーソナライゼーション・スキンケア」を実現させることが出来ることは明白です。

メガトレンドの一環として急速に増え続ける「パーソナライズド」を謳った大手ブランド企業の独立したブランド名は、既存の大量生産ラインで「パーソナライズド・スキンケア」を大量生産されているに過ぎません。

(スキンケアの大手ブランド企業の)独立系ブランドは現在、少数の種類のスキンケアのみが大量生産され、高級志向の消費者向けにのみマニュアル通りの製造・販売が行われています。(e.g. <https://www.codageparis.com/en/sur-mesure/>)

あるいは大手ブランド企業は自社の既存の商品のバリエーションを加えて、数多く提供しているだけです。これはフェイク(偽物)のパーソナライゼーションです。

(e.g. <https://prose.com/>) パーソナライゼーション商品に対するクレームの多さと実際に提供されている製品との間のこの不一致は、「バッチ・オブ・ワン(一人分用の商品)」の生産設備が十分に整っていない証拠です。

最新のデータによると、小さなスキンケア・ブランド(独立ブランド)は現在、スキンケアの市場規模約 6,000 億ドル市場の約 25%を占めています。この傾向は、小規模なブランドがミレニアル世代(80 年代から 2000 年代に生まれた世代)に受けていることに由来します。

この世代の人達はより個性的で、「唯一無二」をエンジョイしています。

(2020 Wall Street Journal <https://www.wsj.com/amp/articles/small-cosmetics-brands-make-over-the-beauty-market-by-targeting-millennials-11556296365>)

オペレーションプラン (附属書Iの詳細図)

オペレーション計画では、18ヶ月(2020年第4四半期~2022年第2四半期)で、パーソナライズド・スキンケアの工場の設計・デザイン、建設に向けて、行動計画をスタートします。

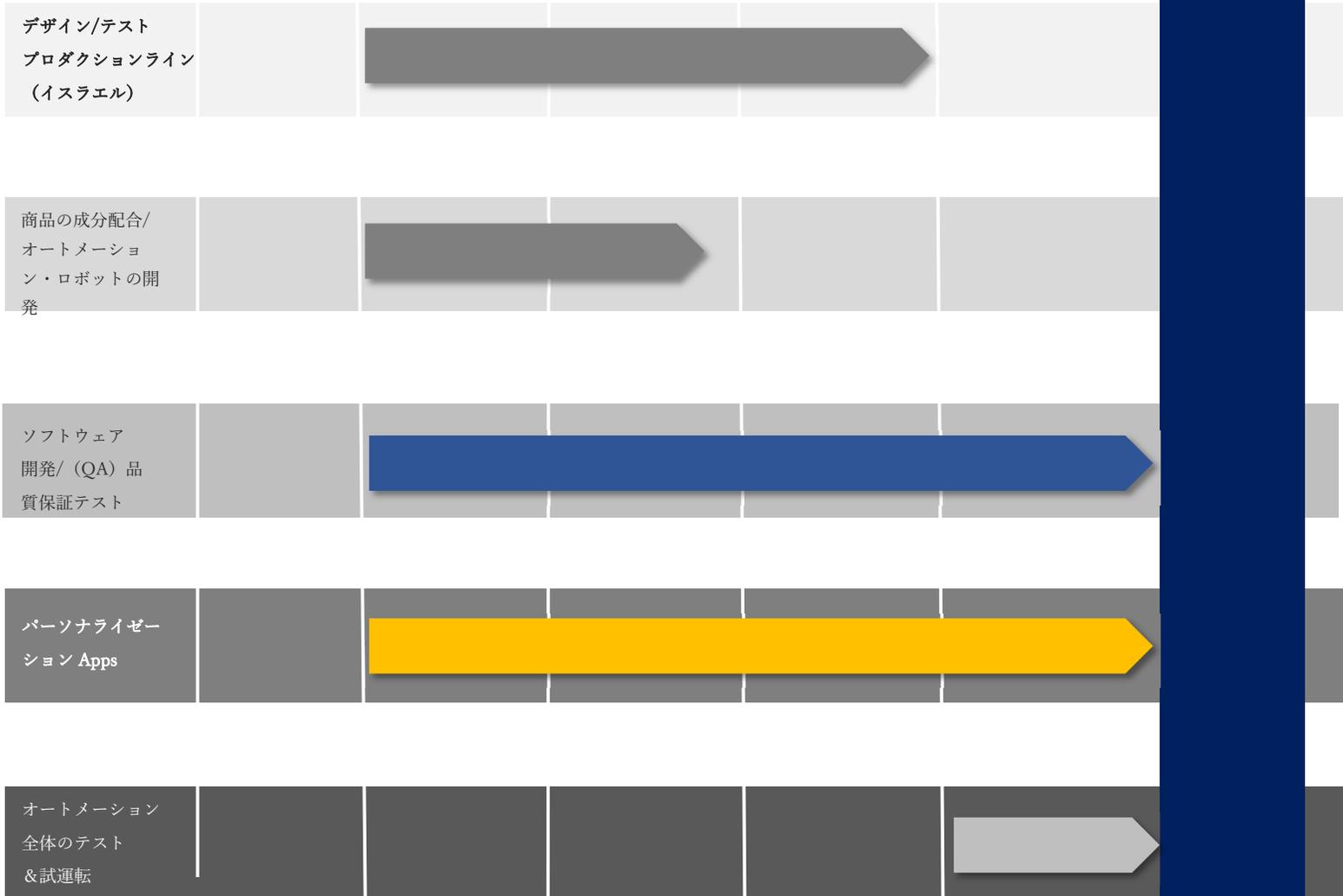
Q4/2020

Q1/2021

Q2/2021

Q3/2021

Q4/2021



工場建設予定地- カエサリア興業地域(イスラエルの北方)



資金調達計画 (アネックス1を参照)

2020年の前半に私たちは「第4次産業革命」(インダストリー4.0)に絡めて、かなりの時間、労力、コストを掛けて、『スキンケア業界におけるパーソナライゼーション』について研究に研究を重ねてきました。このメガトレンドにおける経済的採算性や近未来における可能性を研究してきました。具体的には、大手化粧品業界の経営陣、機械工学の優秀なエンジニア、工場運営におけるオートメーションの専門家、スキンケアの成分配合を専門としているフォーミュレーター、そして私たちのビジネスモデルにおけるリスクとリターンを深く理解してくれているシニア経営コンサルタント等とのコンサルティングを通じて、事業計画を立案しています。

	Q1-Q3/2020	Q4/2020
2020	リサーチ/ビジネスプラン/分析 競争相手の分析・研究とコンサルテーション	ロードショー 第1回目 資金調達募集 締め切り
	プレ・シード投資 SD400,000- ICG アクセラレート社	USD3,500,000-の資金調達後、18 か月以内にパーソナライゼーション 工場の設立と全ての事業計画がスタ ート出来る完全体制を整える。
	Q1/2021	Q2/2021
2021	工場建設前のエンジニアリング段階(ロード マップ/要件)	イスラエル政府のイノベーション庁への(返還の 必要のない)助成金の申請
	R&D で認められたアプリケーション設 備の準備	最大で USD1,000,000-の助成金の申請を行 います。製造業の雇用創出に注力するイスラ エル政府は研究・開発(R&D)面で製造業の支 援に非常に熱心です。
	Q3/2021	Q4/2021
2021	イノベーション庁からの返答	第2回資金調達
		1000万米ドルから1500万米ドルの資金調 達を開始。プライベートエクイティファンド等 の機関投資家からの資金調達。イスラエル にはリスク投資資金が日本の約4倍の資金 規模が存在しています。そしてより高度なイ ノベーション、よりB2C, B2B2Cのビジネス モデルを中心に事業拡大を推し進めます。

スキンケア業界におけるプライベートエクイティ 莫大な投資金額

スキンケア業界では投資や M&A(合併・吸収)の増加に伴い、金融面でもプライベートエクイティファンドやベンチャー・キャピタルファンド(VC ファンド)の設立が数百億円から数千億円単位で増加しています。大手化粧品会社のエスティローダーは、2016年に14億5000万米ドルで「トゥーフェイス・コスメティクス」を買収しました。これはエスティローダー社にとっては過去最大の買収となりました。

○ロレアル社は TSG コンシューマー・パートナーズから化粧品、及びスキンケアで著名な IT コスメティクス社を12億米ドルで買収しました。

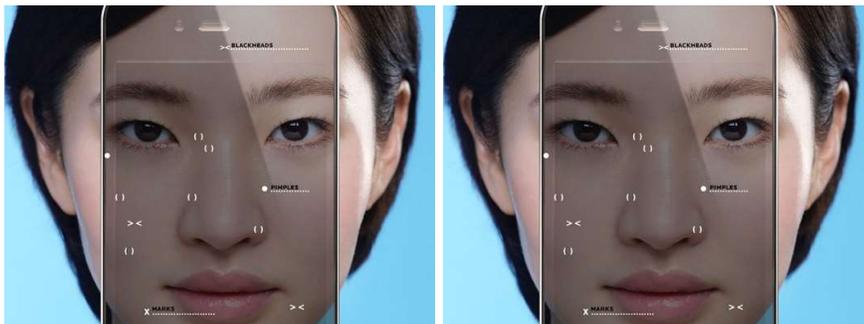
○米 P&G は、プレミアムスキンケア、及びメイクアップブランドのカスタネアパートナーズのファーストエイドビューティーを2億5000万米ドルで買収しました。

○L オキシタン・インターナショナルは、L チャッタートンのポートフォリオ企業であるスタイナーレジャー社から9億米ドルでイギリスの超高級スキンケアブランドのエレミスを買収しました。

スキンケアとパーソナルケア関連の大企業は、急速に発展するテクノロジーと顧客の嗜好の変化によって苦戦を強いられています。その反面、業界の障壁が崩れるにつれて、無名のインディブランドが勢力を拡大させつつあります。これらの無名ブランド企業を大手企業が戦略的に取り込んだり、買収したりするケースが活発になっています。

- オンラインマーケティング、SNS、インフルエンサー
- ネット価格の表示(配送料や消費税を含む)
- スキンケアの真のパーソナライゼーション
- 工場から直接消費者へ
- 清潔で、アフターケアを含む、継続性のある美の追求

弊社はこのトレンドのうちスキンケアの大手ブランド企業が手を付けていない2つの点に注力します。



マーケット

「パーソナライズド・スキンケア商品」の販売は世界で市場規模の大きい国々を中心に展開していきます。ユーロ圏ではドイツ、フランス、イタリア、イギリス、そしてアメリカ、日本がまず先に挙げられます。弊社独自の「パーソナライズド・スキンケア」の生産ラインを世界各国に持ち込むことも可能です。

独占販売権の行使

資本参加される日本籍のスキンケア企業様には、日本国内の独占販売権を付与させていただく予定でございます。株主として将来発生する利益を享受していただくだけでなく、日本国内の独占販売権を得ることによって、日本国内の販売におけるマージンを独占していただくことができます。

日本の少子高齢化社会に対応すべく、海外市場の開拓は急務です。弊社ではスキンケアにおける市場規模の大きいアメリカ、ドイツ、イギリス、フランス、日本を中心とした先進各国、そして今後数十年、人口増加の予想されているインドを含むアジア市場を開拓して、これらの国々の高度成長を自社に取り込んではいかががでしょうか？

将来的に日本国内に弊社のオートメーションシステムを日本国内に持ち込む際に、御社が現在、使用されている工場、機会設備、人的資源、販売ルート、既顧客等のファシリティを無駄にする必要も無くなります。

この投資案件につきまして、皆様とお話できる機会が持てることを楽しみにしております。

DISCLAIMER

本ビジネスプランは十分に注意深く編集しておりますが、内容の記載事項に完全に誤りがないことを保障するものではありません。本ビジネスプランはあくまで投資家の皆様の投資決定上のひとつの材料とお考えください。詳細につきましては、ICG アクセラレーターの経営陣とのミーティングにてご説明申し上げます。尚、本ビジネスプランに投資参加を決定された場合でも、投資金額は全額保証されるものではなく、可能性としまして全額損害を被ることがあることをご承知の上、投資決定をお願い申し上げます。何卒、ご理解の程、宜しくお願い申し上げます。