

成為臺灣保養品市場的品牌尖兵

森田生醫堅持創新與品質安全

不僅在臺灣市佔第二，在香港、新加坡更站上市佔第一的寶座。讓森田生醫面膜產品在海外市場快速竄起，並且成為亞洲市場知名品牌，開發出具醫學概念的醫美保養品，再加上堅持「品質至上」的態度，臺灣美妝保養品品牌森田生醫大力投入創新研發，

臺灣美妝保養品製造廠超過一千家，絕大多數以代工為主，很少廠商能成功走向自有品牌之路，更遑論與歐美日美妝保養品品牌抗衡。然而，近年來森田藥粧透過成立森田生醫，並由具備專業醫美醫師資格的森田藥粧研發執行長周俊旭領軍，將原體系事業集團全部整合，並且透過與大葉大學緊密的產學合作，不斷開發獨特成份的新產品，再加上堅持對品質進行嚴格控管，成功在亞洲保養品品牌競爭上，異軍突起。

緊密產學合作 強化研發量能

2004年，臺灣著名日用品零售批發商森田百貨因應生物科技浪潮，順勢從貿易商轉型做自有品牌，並更名為森田藥粧，積極開發各種美妝保養品，其中面膜為其主力產品，2010年臺灣因為食安風暴，消費者對各種產品的健康安全訴求大幅提升，保養品也不例外，森田藥粧為滿足消費者對安全的高度需求，進一步成立森田生醫，積極創新產品並強化商品的專業度與安全度，希望能以「安全、安心、有效」的產品，贏得更多消費者的信賴。

「提升化妝品的有效性，必須同時就成份、配方、面膜材質等不斷進行研發。」周俊旭說，我是醫生出身，習慣甚麼事情都自己來，所以森田對於產品品質提升的研發，都不假手外人，通通自己來，但是近年來市場競爭愈來愈激烈，消費者不斷追求產品的多元性，以及人們對於產品的安全性有更高的追求，

森田藥粧為讓消費者安心，更積極在品質檢驗上進行更多的驗證。

產品多元化與對品質的高規格檢驗，都必須有更大的研發能量，周俊旭說，為加快產品研發、提升產品的有效性以及發展更安全的產品，森田生醫在2011年進駐大葉大學育成中心，開始透過與大葉大學進行技術合作，共同開發獨特成份、新產品與品質控管，全面強化森田在保養品領域的專業深度及優勢，期望更進一步提昇品牌實力。

透過緊密的產學合作，森田藥粧在大葉大學

育成中心建立一個專有的產品研發與保養品品管實驗室，緊密與大葉大學生物科技暨資源學院院長謝昌衛帶領的研發團隊合作，透過整合森田藥粧研發部與大葉大學學校充沛的研發能量，不僅為森田藥粧加速新產品成份開發，提高產品安全檢驗機制，更進一步強化專利技術的布局。

同時，育成中心也為森田生醫培育出保養品研發與檢驗人才，更定期協助該公司舉辦教育訓練，提升其員工的保養品研發技術及檢驗技術操作，增進員工對於保養品領域的專業度。



▲森田藥粧研發執行長周俊旭

森田生醫



類別	生物科技
負責人	周俊旭
成立時間	2012年
主要業務	森田藥粧個人清潔保養品、面眼膜 DR. JOU 保養品、面眼膜
員工人數	約 200 人
育成中心	大葉大學創新育成中心

「與大葉大學合作之後，我才發現以前甚麼都自己來，研發速度太慢。」周俊旭指出，現在利用大葉大學教授與碩博士學生的資源，森田很快地創新研發出具備市場潛力的產品，例如 2012 年雙方合作研發出「臺灣產餘甘子萃取美白抗皺成份」，更大幅提高森田藥粧產品多樣性。

成為亞洲知名保養品品牌

森田生醫透過與大葉大學緊密的研發合作，再搭配該公司在製造方面的良好生產技術與穩定的衛星代工廠，過去幾年受到消費者更大的信任，持續擴大知名度進而成為國際品牌，2014 年森田藥粧不僅成為國內第二大面膜品牌，在新加坡與香港更登上寶座，成為銷售量最好的第一品牌，目前在日本、上海、香港設立分公司，亞洲各國主要華人圈連鎖通路，都



◀ 森田以面膜產品打開「醫美權威·面膜專家」知名度，首創將醫美配方及概念導入開架式面膜，並創造極佳的銷售業績，目前面膜銷售量排名已登上全球第三。

可以看到森田的產品。隨著國際知名度的大幅增加，森田生醫的外銷實績也大幅成長，成為國內少數以自有品牌在海外創造佳績的保養品廠商。

目前森田生醫的主力產品為「DR.MORITA 森田藥粧」及「DR.JOU」兩個品牌的面膜，而為擴大產品線，該公司已進一步針對面膜、

“ 美妝保養品銷售法門不外乎品質，只要有好品質，用過的人就會回過頭來購買，所以森田堅持做到原料來源沒有問題、製造過程符合標準、產品自我檢驗嚴格並且要有第三方公正單位的驗證，面面俱到才能獲得消費者的信賴與買單。

— 森田生醫 ”

眼膜及胸膜開發出結構創新的 3D 立體產品，另外也陸續開發出無添加系列的產品，此外，周俊旭也以其醫美醫師的專業，將醫學美容治療概念成功融入保養品配方與製程，開發出醫美術後修護面膜，發展出應用性更高的高階產品。

2015 年，森田與大葉大學又研究出「具有高抗氧化力高保濕力的新型化妝品原料雲芝寡醣肽」，將使森田的化妝品產品競爭力大幅提升。謝昌衛解釋，雲芝寡醣肽是全球第一個使用酵素工程水解雲芝多醣肽的研發成果，作為保養市場天然美妝原料，將可進一步開發出功能性眼霜及乳霜產品，此研發取得的兩項專利都技轉給森田生醫，可望為森田生醫在化妝品領域注入強大的能量。

積極擴張海外市場

儘管森田藥粧在亞洲市場已經打下品牌知名度，市場佔有率也不斷提升，但是面對保養品市場的激烈競爭，森田藥粧仍然沒有絲毫懈怠。「面對消費者對於品質與安全要求的不斷提高，森田藥粧保持高度戒慎恐懼的態度，就

算是別人發生問題，我們也要馬上回過頭來自我檢視，確保自己也沒問題才放心。」美妝保養品銷售法門不外乎品質，只要有好品質，用過的人就會回過頭來購買，所以森田堅持做到原料來源沒有問題、製造過程符合標準、產品自我檢驗嚴格並且要有第三方公正單位的驗證，面面俱到才能獲得消費者的信賴與買單。

對品質的堅持之外，森田藥粧也將持續擴大海外市場，除了中國大陸、香港、新加坡等已經具備高市佔率的市場之外，也將進一步擴大東協與日本市場的布局，周俊旭有信心地說，森田的產品水準與品質都已經能與國際大廠媲美，因此就算是最難搶進的日本市場，森田也是勢在必得。

從森田藥粧成功的品牌經營，可以看到臺灣絕對不是只能做代工，只要對創新與品質有高度的堅持，願意投入研發資源，絕對有機會在全球市場打出品牌知名度，就像森田藥粧一直以來就配方、成份、原料等進行的大量研發，並以「天然、無添加」的安全產品為核心價值，推出臺灣概念的保養品系列，成功走出自己的一條路。

育成觀點

以共享共利的精神攜手育成中心 創造雙贏

「臺灣中小企業資金有限，很少企業願意像森田生醫這樣投入大量的資源在研發之上，這樣的堅持是森田生醫可以走出今日品牌知名度的關鍵。」謝昌衛強調，周執行長是醫療用注射型玻尿酸針劑「種子教官」，高度的醫美專業背景，讓森田生醫對研發有高度的堅持，尤其對產品品質的高度要求，必須花費非常多的資金、人力與時間，在這部分他都非常堅持且肯投入資源。

另一方面，在與育成中心合作的過程中，森田生醫秉持「互贏共利」的精神，因此願意投入大筆經費將在育成中心建立實驗室，這樣的胸懷使得雙方可以緊密快速的進行創新研發，進而成為森田產品創新與品質提升的關鍵動能，並且也因此培育許多美妝保養品的相關技術人才。

大葉大學生物科技暨資源學院院長 謝昌衛

