



## 【800～1200万円】 Product Manager

アイ・エル・ジャパン株式会社での募集です。 プロダクトマネージャー・ブランドマ...

### Job Information

**Recruiter**

JAC Recruitment Co., Ltd.

**Hiring Company**

アイ・エル・ジャパン株式会社

**Job ID**

1568375

**Industry**

Medical Device

**Company Type**

International Company

**Job Type**

Permanent Full-time

**Location**

Tokyo - 23 Wards

**Salary**

8 million yen ~ 12 million yen

**Work Hours**

09:00 ~ 18:00

**Holidays**

【有給休暇】入社7ヶ月目には最低10日以上 【休日】完全週休二日制 有給休暇 初年度 20 日 （入社月により按分） 完全...

**Refreshed**

December 11th, 2025 16:56

### General Requirements

**Career Level**

Mid Career

**Minimum English Level**

Business Level

**Minimum Japanese Level**

Native

**Minimum Education Level**

Bachelor's Degree

**Visa Status**

Permission to work in Japan required

### Job Description

【求人No NJB2306302】

Build the product marketing strategy tailored to the Japan market needs and realize the key sales/ profit target for one or several of the Transfusion + Transplant product portfolio.

Role will consist of upstream marketing and downstream marketing in alignment with the Strategic Business Unit (US) 's strategy as well as tailoring towards the Japan intrinsic market environment. Upstream marketing to build the launch strategy including but not limited to regulatory pricing targeting product positioning and educational/training programs.

Downstream marketing to build a strategy to drive the sales team which includes but not limited to identify target segments build key messages and promotion material identify KPIs to drive the sales performance.  
The role will require close engagement with KOLs and customer to understand the market needs global stakeholders to prioritize Japan requirements and the internal sales/ procurement and regulatory team to realize the successful launch/operation of Transfusion+ Transplant products

日本市場のニーズに合わせた製品マーケティング戦略を構築し、輸血・移植製品ポートフォリオの一つまたは複数に対して、主要な売上・利益目標を達成する役割です。この役割には、上流マーケティングと下流マーケティングが含まれ、戦略ビジネスユニット（米国）の戦略に沿った形で、日本の市場環境に適応します。  
上流マーケティング: 規制、価格設定、ターゲティング、製品ポジショニング、教育・トレーニングプログラムを含むがこれに限らない、ローンチ戦略を構築。  
下流マーケティング: 売上チームを推進する戦略を構築し、ターゲットセグメントの特定、主要メッセージとプロモーション資料の作成、売上パフォーマンスを向上させるためのKPIの特定を行います。  
この役割では、KOL（主要意見リーダー）や顧客と密接に連携し、市場ニーズを理解し、グローバルステークホルダーと協力して日本の要件を優先し、社内の営業・調達・規制チームと連携して、輸血・移植製品の成功裏のローンチおよび運用を実現します。

#### Key Accountabilities

- Deliver the Annual Budget of the responsible product (s) in Topline and Bottom line.
- Construct the annual budget/forecast and 5year strategic plan including Japan market insights investment plans to drive the product (s) growth in Japan
- Develop relationship with key customers and stakeholders in Japan.
- Communicates with strategic business unit (U.S.) and respective Regional function (APAC) to align the Japan strategy and execution of responsible product (s) .
- Lead the collaboration with other Japan internal functions such as (but not limited to) Customer Service Technical Service RA QA

People Function to drive the business as One Team.

- Nurture and strengthen a culture of “One Team” “Integrity” “Accountability” and “Transparency” within the team and Werfen Japan
- Define and track performance indicators for marketing initiatives and ensure continuous improvement based on market feedback and sales data Leverage customer insights to shape messaging solution design and marketing ampaigns that address unmet clinical and operational needs

#### Networking/Key relationships

- Engage with Key Physicians and Lab Technicians who act as advocates within the industry and academia societies to gain insights of customer trend and collaboratively shape the industry to serve customers/ patients.
- Build relationship with Sales Mgrs to align on product strategy / KPIs and direction.
- Collaborate with RA/QA to determine registration strategy for responsible product (s) and ensure Werfen quality.
- Work closely with Technical Service Customer Service and Supply Chain to ensure a seamless operation for the products and solve any complexity.
- Network with Key Marketing members in the Strategic Business Unit (US) to align strategy and communicate Japan business needs and solve conflict of interests.
- Familiarity with Japanese market entry regulations hospital sales cycles and pricing systems is highly recommended.

担当製品の年間予算をトップラインとボトムラインの両方で達成する。

日本市場のインサイト、投資計画を含む年間予算/予測と5年間の戦略計画を構築し、製品の成長を推進する。

日本の主要顧客およびステークホルダーとの関係を構築する。

戦略ビジネスユニット（米国）および地域機能（アジア太平洋地域）とコミュニケーションを取り、日本の戦略と担当製品の実行を調整する。

顧客サービス、技術サービス、RA、QA、ヒューマンファクションなど、他の日本の内部機能との協力をリードし、ビジネスを「ワンチーム」として推進する。

チーム内で「ワンチーム」、「誠実」、「責任」、「透明性」の文化を育成し強化する。

マーケティング施策のパフォーマンス指標を定義し、継続的な改善を市場からのフィードバックと売上データに基づいて行う。

#### Travel requirements:

- Domestic Travel: Average 10% of week
- International Travel: 1 2 times a year

## Required Skills

Minimum Knowledge Experience required for the position:

- Education: University Degree (preferably in science) . MBA preferable.
- Expertise Experience: Strong Marketing background including product launch planning and execution. (preferably in IVD or Medical Device Pharmaceutical or Life Science but not mandatory)
- Language: Japanese (fluent) English (Business Level)
- Cross cultural Sensitivity

#### Skills Capabilities:

- Critical Thinking
- Strategic Marketing
- Relationship Building
- Flexible Communication
- Team Leadership Mindset
- Resilience
- Humility
- Integrity

必要な知識・経験

教育: 大学卒（理系が望ましい）。MBAが望ましい。

専門経験: 製品ローンチの計画と実行を含む強力なマーケティングのバックグラウンド（IVD、医療機器、製薬、ライフサイエンスでの経験が

望ましいが必須ではない）。

言語: 日本語（流暢）、英語（ビジネスレベル）。

文化的感受性:

クリティカルシンキング

戦略的マーケティング

関係構築

柔軟なコミュニケーション

チームリーダーシップマインドセット

レジリエンス

謙虚さ

誠実さ

---

## Company Description

医薬品（体外診断用医薬品を含む）の輸出入販売医療機器の輸出入販売、賃貸、保守点検及び修理医療用消耗品の輸出入販売医療用試薬の輸出入販売