

# 特集

## OEM業界

### 事業構造改革急ピッチ ピカソ美化学研究所 八木伸夫 社長

# 多角的な取り組みで 苦境に立ち向かい 成長につなげる

機能性化粧品品の先行申請が奏功  
スピード感ある商談が実現

——新型コロナのパンデミックにより、化粧品市場も大きな影響を受けましたが、貴社にとって2020年はどのような年になりましたか。

**八木** 化粧品業界にとって影響も変化も大きい1年となりましたが、ピカソ美化学研究所の20年3月期の売り上げは、おかげさまで、昨年対比で大きく伸長する見込みです。20年前半は指定医薬部外品のハンドジェルを中心とした手指消毒剤が、後半はそれに加えてハンドクリームタイプの指定医

薬部外品などの受注が目立ちましたね。それ以外にも、茶葉エキスが入ったマウスウォッシュ、シワ改善化粧品などの機能性化粧品なども好調で、これまでの先行した取り組みがトータルで実を結んだ結果だと思えます。ただ、新型コロナウイルス対策品はあくまで一過性のもので、今後地道に機能性

化粧品などで新奇性の高い商品を作っていくところが当社の本分だと、気を引き締めて取り組んでいます。

——医薬部外品の化粧品の申請などに積極的に取り組んで来ました。

**八木** 20年、日本国内で新型コロナウイルスの第一波が広がったときに、お客さまの勤務体制が在宅勤務になったことで、商談もリモートが多くなりました。多くのお客さまが新型コロナウイルスに対応した新たな取り組みをされる中、商品開発やお取引が保留となるケースも多かったため、われわれはその間に、医薬部外品の申請承認を進めてきました。その中には、話題の成分を使った商品も多数あります。お客さまが必要と思ったときにしっかりと提供できるよう、われわれは独自にその準備を整えていた。これが奏功して、21年1月13日から行われた化粧品開発展でも、多くの来場者に興味をもってもらうことができました。

——化粧品開発展では、どのようなものを紹介したのでしょうか。

——まだまだリアルな展示会出展には慎重な姿勢の企業も多い中、出展を決断した目的はどこにあるのでしょうか。

**八木** 今回もそうですが、20年に開催した大阪での化粧品展に出展してみて、来場者は、今後どんな商品がマーケットに出てくるかという情報収集に積極的だと感じました。業界全体、さまざまなチャネルごとの状況など、情報交流することで今後のマーケットの方向性やトレンドとなりそうな商品を実感的に知ることができそうです。一方でわれわれも多くのお客さまとのお話を通して今後求められる商品はどのようなものか、新型コロナウイルス禍でお客さまが感じている新たな課題など今後の化粧品市場の動向を左右するであろうさまざまな情報を得ることができそうです。開発展は、お客さまと直接お話をし、商品をご提案するきっかけになるとともに、情報交流の場となります。そこから得た情報を、商品や素材を通じて発信することもまたわれわれの使命だと考えました。今までお付き合いいた

**八木** 展示内容としては、今年もいろいろなものを用意しました。コロナ対策の消毒ハンドジェル、消毒ハンドミルクの他、マスク着用が常態化したため、マスクブルーフアンデーション、マスクプルーフリップコートなど、新型コロナウイルスにより新しく生まれた需要に合わせたメイクアップ、スキンケアもそろえました。また、メインでもある機能性化粧品については、新美白成分「VCエチル」を使った美白化粧品、ナイアシニンアミドを主剤としたシワ改善スキ



強い使命感とともに臨んだ化粧品開発展

ンケアシリーズ、ヘアリン類似物質配合の保湿シリーズなど、多くの商品を提案するとともに、これらをスピード感を持って開発・供給できるということをお伝えしました。商談の中では、例えば新たなシワ改善化粧品を2〜3月で処方を決めて3月に商品申請出し、10月には発売できるように、といったお話も多かったですね。

**八木** 今年、ビッグサイトと

——昨年までの展示会と比べ、会場の雰囲気に変化がありましたか。

——昨年までの展示会と比べ、会場の雰囲気に変化がありましたか。今年、ビッグサイトと

——昨年までの展示会と比べ、会場の雰囲気に変化がありましたか。今年、ビッグサイトと

だいているお客さまにとって、よりわれわれを選んでよかつたと思っただけだ。この時期であってもやる必要があると考へ、社員の安全を確保した上で、今回の出展に踏み切りました。今年5月に開催予定のサイトジャパンについても、開催されれば積極的に出展したいと思っていますし、また新たな開発原料をご提案できるよう準備を進めています。商談を一義的に考えていたらこうした状況下では出展できませんよね。

## 新たな研究を進め 世界規模の危機に対応する

——20年にはハンドジェルなどの迅速な取り組みが話題になりました。

**八木** ピカソ美化学研究所では、日本国内で新型コロナウイルス感染が拡大するよりも早い20年2月末から、指定医薬部外品の消毒用ハンドジェルの製造に着手しました。兵庫県内の自治体に寄贈したほか、店頭ルートだけではなく、通

信販売会社での販売および取引先の顧客へのインセンティブ商品など、約80社から1500万本を受注しました。秋からは、コロナ対応した指定医薬部外品のハンドクリームといった付加価値の高い製品も生産しています。手指だけでなく、口腔環境の観点からマウスウォッシュも展開。スピーディにこうした衛生商材を提供することで、お客さまとのつながりがさらに強固に、また新しいお客さまとの出会いにもつながりました。この出会いにもつながりました。こうした商品の生産を引き続き進めていくとともに、今は新たな研究にも着手しています。

——具体的にどういったものでしょう。

**八木** 東京理科大学の村上康文教授と、新型コロナウイルスの感染拡大抑止に貢献できないかという思いのもと共同研究に取り組んでいます。村上教授は、インフルエンザ診断用抗体や抗体医薬の研究開発に携わっており、今回



新型コロナウイルスワクチンについて村上康文教授が解説した動画

の新型コロナウイルス禍でも活躍しているバイオエニア的存在です。現在、医薬品分野では新型コロナウイルスに対応したワクチンの開発が進んでいますが、全世界で完全に普及できるようになるまでに時間がかかります。そこで、その前段階での有効策として、これまでの殺菌・滅菌とは異なる考え方で新型コロナウイルス拡大抑制にアプローチできる商品開発につながれないかと考えています。例えばマウスミストなど、広く、手軽に使用できる剤型の商品を生み出すことができれば、日本だけでなくインドやアフリカなどの開発途上国でも貢献できるのではないかと期待しています。このパンデミックがおさまるのであれば、役に立つ可能性があるものは一つでも多く研究する意義があると思うので、積極的に取り組んでいきます。

## 中国市場の嗜好性を理解し 新たな価値提案につなげる

——早くからグローバルな取り組みを進めていますが、海外の状

つは、海外渡航が制限されている中で、海南島の免税店市場が大きくなっていることです。国内の免税店市場が浸透することで、新型コロナウイルスが終息して、日本に旅行に來られるようになって、以前と同じような訪日中国人旅行者の消費を期待できないかもしれない。また、ここに来て中国の現地ブランドが台頭してきていることも逆風です。売上高のみに注目した販促ではなく、しっかりと商品・ブランドを育成していくための投資に力を入れるようになっていいます。これは日本の化粧品品にとって脅威だと思っています。

——メイドインジャパンの価値のアップデートが必要になりそうだと。

**八木** でも過去を振り返ると舶来品から国産品へと意識が変わったように、ゆくゆくは中国人のメイドインチャイナの商品に対する見方が変わり、中国ブランドで売れる物が増えていく時代が訪れると想定はしていました。しかし、新型コロナウイルス禍でそのスピードが速まったと思います。中国のお客さ

まに対しても、高品質で、売れる商品作りを提案していかなくてはならない。そのためには、中国のマーケットの特性や、嗜好性をきちんと理解する必要があります。われわれは、早期から原料や容器だけでなく、生産拠点、そして人材のグローバル化に取り組んできましたし、上海工場には既に中国市場をよく理解した営業担当が多く在籍しています。この強みを生かして、ピカソ美化学研究所ならではの価値を提供していきます。

——成長鈍化が指摘されるようになってきました。中国市場を持つポテンシャルは大きいですね。

**八木** 中間所得層が増加傾向にあり、幅広い年齢層で購買力が高まっています。また、欧米諸国と比べ、スキンケア志向が強いのも、中国市場の特徴です。機能性化粧品など価値あるものを値ごろ感のある価格で提供していけば、売り上げを伸ばせると思います。中国のお客さまは価格についてシビアに求められることも多いですが、

注文ロット数が多いので工夫の余地も多く、やりがいがあります。今後はわれわれのなかでも、中国のお客さまの比率はより大きくなるとも想定しています。

——グローバル展開を進めるうえで、SDGsの視点がより重要になります。

**八木** 製造業として、非常に重要な考えであり、改善するべき点だと感じています。日本・海外全体の拠点を今年で行った今年の年頭朝礼でも、その話題を取り上げました。化粧品原料、パッケージなどあらゆる生産の現場において、物質・エネルギーの無駄を少なくするために努力しなければいけない。また、環境だけでなく、原料調達において貧困の問題がなかなか、SDGsに則った企業に変えていくという命題を持つて取り組んでいきたいと思っています。

——引き続き難しい舵取りが求められる状況が続きます。

**八木** 阪神淡路大震災の時、ピカソ美化学研究所の生産拠点は西宮の1カ所だけでした。そこが被災し、生産が危ぶまれる状況に陥

況はいかがですか。

**八木** タイ、中国ともに順調です。日本の人口動態を考えると、国内市場だけの展開では企業としての価値と強さが継続できないと考えていますので、早期から積極的にグローバル化に取り組んできました。特にタイは潜在的な成長力が期待できます。私自身、タイに20年間行き続けてきましたが、中間所得層が増加し、購買力が上がってきていることを肌身で感じます。また、インドネシア、ベトナムなど、ASEAN諸国の人口と購買力には大いに期待していますので、今後も戦略的にしっかりと見極めながら日本企業の受け皿として貢献度を高められる取り組みを進めていきたいと考えています。

——中国についてはいかがですか。

**八木** 上海工場を拠点にする中国市場については、日本以上の伸長となる見込みです。中国市場はコロナ禍からの回復が早く、化粧品の売り上げも堅調です。ただ、懸念事項はいくつかあります。一

りました。危機的な状況だからと諦めれば、お客さまの機会ロスにつながり大変なご迷惑になる。われわれも信用を失い、その後の再起も難しくなります。何とかこの困難を打開しようと考え、化粧品の製造に必要な水を確保。毎日20トンを大阪から運び込み、私を含め社員全員が苦しい中でもお客さまのために製造を続けました。困難な状況にあるからこそ、よりお客さまの役に立ちたいという思い、社会に対する責任感は強くなりまします。そのDNAは今でも息づいていますよ。全てはお客さまに貢献するため。そこは新型コロナウイルス禍でも変わることはありません。その礎になるのはやはり人材です。機能性の高い化粧品にかかわる研究開発、技術力をベースにした営業の提案などは人材育成があつてのもの。それがきちんとできているからこそ中国、ASEAN、日本のそれぞれで強みを発揮できているのだと思います。今後もしっかりと人材を育成し、技術を磨き上げ、お客さまの売り上げ拡大に貢献して参ります。★

The Magazine for Cosmetic, Toiletry, Drug & Allied Industries

2021年3月1日発行  
毎月1回1日発行  
第54巻3号通巻634号

# 国際商業

[特集 化粧品OEM業界]

## 事業構造改革急ピッチ

コロナが引き上げた企業力と競争のハードル

トップインタビュー

- 日本色材工業研究所 ● 日本コルマー ● 東洋ビューティ ● トキワ
- 東色ピグメント ● アサヌマコーポレーション ● 東洋新薬 ● コスメテックジャパン
- ピカソ美化学研究所 ● パラエルモサ ● エア・ウォーター・ゾル

# 3

2021

Vol.54 No.634

