

顧客と長期的な信頼構築

ピカソ美化 八木 伸夫
学研究所社長

①前期3月期決算では売上高が前年比約8%減となったが、2025年4～6月の第1四半期では8%の増加と、前年分を取り戻すような好調なスタートを切っている。売上構成において特別な要因はなく、長年

取引のある信頼関係の厚い顧客による継続的な発注が主因である。市場動向としては、総合通販やEC主体の単品通販、オンラインとオフラインを組み合わせたマルチチャネル企業が伸長。一方、バリエティやドラッグストアなどの実店舗では韓国系チェーンをはじめとする海外ブランドとの競争が激化しており、差別化できる商品提案の重要性



が増している。

②人手不足への対応として、外国人技能実習制度における「化粧品包装作業」の対価職認定を自給し、化粧品工業会と連携した制度設計に取り組んでいる。2027年に開始される育成就労制度への移行も見据えており、業界全体で持続可能な人材確保を進めている。外国人材を単なる労働力ではなく、日本文化に触れながら働ける環境整備も重視している。

③南海トラフ地震などを

想定し、長野県駒ヶ根市に国内3番目の新工場を建設する。今年11月竣工予定で、工期は一年半から2年を見込む。新工場ではバルク製造を担い、既存の神戸・横浜工場との3拠点体制で生産のレジリエンスを高め、何があってもクライアントへの供給責任を全うする。

製品開発では、BOV(バック・オン・バルブ)を用いたエアゾールタイプのヘアカリートリートメントを開発。ワンフッシュで手を汚さず簡単に使用でき、染毛力・使いやすさを兼ね備えた独自処方好評を得ている。加えて、ノアルコール処方や顔や髪にも使えるスプレータイプのサンスクリン剤も提案。日本市場だけでなくタイや中国向けにも展開を見据えている。

④下期は、上期に種まき

した提案品の成果が徐々に結果としていくタイミングと捉えている。とくにBOV・機能性を備えた差別化製

品への評価が高まっており、案件の成約やリピート提案に注力する。今後も

売上拡大よりも、クライアントの継続販売を支える『売れる商品』の提供を重

視し、長期的な信頼関係に基づいたOEMビジネスを

展開。