化粧品受託製造産業欄

国内ＥＣ企業向けが好調

ピカソ美化学研究所社長語る

3月期売上高は220億円 前年比12％増

最新鋭研究所がオープン 中国向け輸出品も伸長

化粧品ODM大手のピカソ美化学研究所の本神奈川県横浜市の本社・中央研究所で本紙のインタビューに応じ、今後の計画について展望を語った（聞き手は小林本社長）。

代表取締役社長
八木伸夫氏

売れる商品の開発提案さらに

――新本社・研究所のPRポイントは。

「新しい本社・中央研究所は次の3点。1つ目は、従来の新たな技術者の採用・育成面にも対応できると考えている。現在、当社は約100人の研究員を抱えているが、新しい中央研究所を通じてあらゆる技術意欲に応えられる技術者の集団としてさらにレベルアップする」

――最近の国内化粧品市場の動向をどう見ているか。

「コロナ禍を経て市場は活況にあるが、引き続きECマーケットが好調。一方で、CPO（顧客獲得単価）が上昇傾向にあることなどから販売戦略は様々に変わり、進化している。新たな商品の開発提案が非常に重要になっている。

――中国市場の状況は。

「中国マーケットについては現在、規制の強化に関する情報への対応や、国産品の台頭、広告費用の上昇などの要因が重なり、これまでの販売が難しくなっている状況がある。しかしながら中国の消費者の所得水準は間違いなく上昇の途にあり、特に中間層の増加は続いていることで中価格帯の化粧品の動きが非常に活発化している。当社の上海工場も稼働率に関して稼働している。当社の中国向けOEMについては、現地のニーズを捉えた商品開発に加え、数年前から先駆的な法規制対応がサービス拡充につながっている。なお、中国向けに加え、当社が製造技術を活かした肌や髪の悩みに対応した化粧品の開発、さらに、『備蓄』対応済みの様々な処方バリエーションの提案準備を進めている」

――前期3月期決算の状況は。

「国内EC向けおよび中央研究所の新たな設備投資などの影響もあり、売上高は前期の売上高を上回る着地の220億円を見込んでいる。一方で、原料価格の値上げをはじめとする昨今の諸経費の高騰が利益を圧迫した。前期について従来上位の増収と薬務の変化、物価高の影響し、組織体制の見直しなどにより、二桁の利益確保したものの、値上げ効果が思いほど収益の改善が見えない中で社内的な販売戦略の見直しが必要になっている。今後、年前に起きた諸々の投資を行い、市場へ売れ続ける高付加価値化粧品の開発提供するハートトーンを続けていきたい。

――今後の成長戦略の中で重視していくことは。

「今後もお得意先様と信頼関係を築き、お得意先様の効率