



化粧品OEM業界特集。ピカソ美化学研究所

開発力と提案型ODMでグローバルに攻める

円安は輸出のチャンス 中国ビジネスを加速

国内にとどまらず、グローバルビジネスを拡大しているピカソ美化学研究所。同社の八木伸夫社長は「私たちが最も重視しているのは、どれだけお客さまと信頼関係を築けるかどうか。そのためには、しっかりとした研究開発と提案型ODMで、お客さまに合った価値のある売れる商品を絶えず提供していくこと」と話す。

それは中国ビジネスでも同様である。中国では、上海工場で現地メーカーの製品を製造、日本で製造した製品をメーカーを通して輸出、中国のメーカーから直接依頼

を受けて日本で製造と、三つのパターンで展開。「ここ1年で全体的にかなり動きが活発になってい

クシオンを立ち上げ、原料メーカーと協力しながら、データベースを構築。早くから入念に準備を行い、万全な体制を整えてきた。

る。特に円安は輸出にとって大きなチャンス」（八木社長）との考えのもと、一気呵成に攻めの姿勢だ。

八木社長は「上海工場を設立してから、現地のリアルな情報が入るようになり、中国市場の視界は良好になっていきます。規制は厳しいですが、ハードルが高くなればなるほど、私たちのビジネスの強みは際立つと感じています。その厳しさを乗り越えるノウハウがありますし、多様なお客さまからの信頼が積み上げられています」と自信を見せる。

同社の中国ビジネスのカギを握るのが、2013年に設立した上海工場だ。それまでは日本ですべての処方開発を行っていたが、中国のスピード感に対応するため、同工場を設立。以来、日本の固定観念に捉われない、中国市場向けの研究開発をどんどん充実させていった。中国では化粧品NMPA登録備案（届出）申請が厳格化される

。今後は一般的な化粧品だけでなく、UVや美白関係を中心とする特殊化粧品の製造を見据え、鋭意準備を進めているという。

SEAN、北米と、同社のグローバル戦略は加速度的に進化している。

新大阪に本社・中央研究所を移転 魅せる研究所として改装

グローバルビジネスを加速する一方、国内の研究開発体制も強化している。22年11月に東京・銀座の研究室を移転・増設。銀座というアクセスのしやすい場所で、製剤開発から基礎研究まで行うと

もに、営業が持ち帰った取引先のニーズに基づいて、短期間でサンプルを試作。首都圏の取引先が増える中、よりスピード感を高めた対応を可能にしている。

一方、兵庫県西宮市にある本社・中央研究所を23年2月に新大阪に移転。施設の規模を約1・8倍に拡大し、研究開発機能の増強を実現。有効性評価、安全性、安定性、品質保証などの基礎研究を含め、原料開発から製剤開発まで

経営の方向性を現場と共有しながら、会社全体の一体感を生み出している。

すべてを行える体制を整えた。さらにKOLの訪問や動画撮影にも対応した、「魅せる研究所」に改装したことも特徴だ。「日本の信頼のある研究所・工場で作られた化粧品をPRできるので、お客さまの販売促進にも役立てていただきたいですね」（八木社長）。

研究開発で目指しているのは、ピカソ美化学研究所のR&Dとしてのベストフォーミュレーション（配合技術）の提供だ。研究者一人ひとりに帰属している配合技術の経験値やノウハウを、データベイスとして構築・整理。研究者によるレベルの差をなくし、同社として最適な配合技術の提供を目指す。「特にスキンケア、ベースメイク、ヘアカラートリートメントの配合のバリエーションは、業界でもトップレベルと自負しています。最適な配合技術をいつでも提供できる体制が実現すれば、よりスピード感をもってお客さまにサンプルの提供が可能になりますし、研究開発全体の総合力もレベルアップが期待できます」（八木社長）。

東西の研究所の情報交流とともに、人材交流も頻繁に行っている。例えば本社・中央研究所のある新大阪に、横浜工場のスタッフ約100人全員を招待。西

また、OEM業界全体で人手不足が懸念されている中、同社ではタイ工場の社員が企業内転勤で、日本の工場で即戦力として対応。さまざまな国の外国人も採用し、人材のグローバル化を進めている。さらに化粧品製造においては、機械保全などで外国人技能実習生を受け入れられる一方、包装作業は職種認定がされていないため、外国人技能実習生を受け入れられない。将来的に化粧品包装作業の人手不足が懸念されている。そこで同社が主体となり、日本化粧品工業会のプロジェクトとして、化粧品包装作業の職種認定取得を目指している。「化粧品業界全体の問題として、お役に立ちたいという思いで、ずっと取り組んでいきます」（八木社長）。



「魅せる研究所」として改装した新本社・中央研究所

約100人全員を招待。西

また、OEM業界全体で人手不足が懸念されている中、同社ではタイ工場の社員が企業内転勤で、日本の工場で即戦力として対応。さまざまな国の外国人も採用し、人材のグローバル化を進めている。さらに化粧品製造においては、機械保全などで外国人技能実習生を受け入れられる一方、包装作業は職種認定がされていないため、外国人技能実習生を受け入れられない。将来的に化粧品包装作業の人手不足が懸念されている。そこで同社が主体となり、日本化粧品工業会のプロジェクトとして、化粧品包装作業の職種認定取得を目指している。「化粧品業界全体の問題として、お役に立ちたいという思いで、ずっと取り組んでいきます」（八木社長）。

もう一つの重点地域であるタイでは、スマートフォンの普及率が高いため、リアル店舗に加えて、ECチャネルの開拓を推進。給与水準が上昇している中、同社の強みである高付加価値アイテムの販売を目指す。



上海工場を設立してから中国市場のニーズを迅速に把握できるようになった