化粧品受託製造産業欄

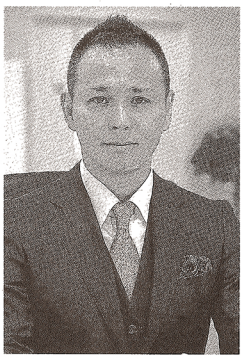
衛生・消毒商材上乗せに

コスモビューティー社長語る

ドラッグストア向けが好調

通期売上高2ケタ増視野に　人的投資を加速化

化粧品OEMメーカー大手のコスモビューティーの山添隆社長は10月20日、大阪・内本町のセントラルオフィス（大阪市北区）で本紙のインタビューに応じ、同社の近況や今後の方針・計画について縦横に語った（聞き手は小林本社長）。



代表取締役社長
山添　隆　氏

タイに新工場設置を計画

―9月中間期の実績見通しは。

「昨年の売上高は約353億円で、今期はこのままの推移が続けば通期12～13％の増収。利益も前年度をさらに上回る公算が高い。当社は現状、ドラッグストアルートで販売される商品の供給が比較的多いが、ドラッグストアはコロナ禍でも基本的なインフラとして営業していたこともあり、当社の出荷も好調だったと、そしてやはり、アルコール使ったハンドミストやジェル、ハンドソープといった衛生・消毒関連商材の特需に対応したことが上乗せとなり、業績に寄与した。また、外出自粛の影響で、宅配ルートに供給する化粧品や雑貨も好調だった。なお、ハンドソープを除いたアルコール関連商品だけで今回約30億円を売り上げた。ただ、この特需分を差し引けば、前年実績を少し下回っていたなろう。何も手を打っていなかったら、おそらく前年比0～95％で推移していたと思う」

―アルコール製剤は国内で原料の入手が困難となる存在も目立ち始めている。こうした新しいビジネスの生まれていたが。

「当社が供給したアルコール製品は、当社のベトナム工場で生産した。そのため、現地で潤沢にアルコールを入手することができ、供給責任を果たすことができた」

―貴社は中国に工場を設け、現地ブランド企業に向けたOEMを行っているが、現在の中国市場の状況は。

「中国では当初、コロナ禍の影響で3～4月頃までは商品の動きが鈍かった。5月頃からはほとんど正常化したと感じている。特に、KOLと呼ばれる、いわゆるSNS上のインフルエンサーを使ったビジネスに関してはコロナ前よりも良いぐらいだと捉えている。また、中国ではスタートアップの企業が多く、そうした資金がまだ潤沢ではない複数の企業からB2B商品の受注を取りまとめ供給する卸業者のような会社の存在も目立ち始めている。こうした新しいビジネスの勃興を含め、中国市場は好調だと思う」

―今後の中国市場における展開計画は。

「当社はOEMメーカーとしての中国市場参入が後発だったので、参入当初は競合する韓国のOEM企業が得意とする基礎化粧品ではなく、トイレタリーやクレンジング・洗顔製品から展開を進めた。おかげさまで現在、中国本土での売上高は約45億円となり、この分野における一定の成功モデルを作れたと考えている。一方で中国はいま、コロナ禍が一段落し、日本と違いマスクをしている市民がほぼほとんどいない。そのため、ファンデーションなどのベースメイクや基礎化粧品に対する需要が高まっている。現在、それらをキーワードにした商品開発に注力し、そのベースとなる材採用を積極的に進めており、今後改めて基礎化粧品やベースメイクでの中国向けの営業活動を強化していこうと考えている」

―生産体制における新たな対応は。

「埼玉県で関東第二工場を稼働し、日本側の工場投資としては一段落した。なお、工場とは別に、品質管理と分析業務に特化した大阪技術センターを大阪工場のすぐそばに設立している。一方、海外では、25年前に進出したベトナムで第一工場を現在建て替え中。ベトナムには第一～第三工場まであるが、現地の容器の品質グレードなども日増しに向上しており、日本で中身を作り、ベトナムで充填するという流れは今後さらに増えると考えている。また、構想中ではあるが、ほぼ決定しているのがタイでの工場建設。ベトナム工場は安定稼働を続けており頭在化した問題は今のところ無いが、やはり1国に偏り過ぎるのはカントリーリスクになると考えている。タイ工場は内需への期待もあるが、アセアンの各国市場に向けた当社のハブ工場としての役割を視野に入れている。現在、タイ、ベトナムには第一～第三工場という様々な国籍やバックグラウンドを持った営業マンが採用を進めており、今後はタイ工場やベトナム工場からアジア全域に営業活動を進めていきたいと考えている」

―そのほか、将来に向けた投資計画は。

「OEMメーカーとして、意味では、やはり人への投資が最も重要だと考えている。工場の増設は稼働率の問題がついて回るので、色々とシビアなものがある。そうしたことに一層注力していく。後者については例えば、当社ではヘパリン類似物質配合クリーム等でOEMメーカーの中でいち早く具現化したという実績がある。あとは基礎化粧品の商品化による素材開発。近々、新しい発表ができると思うが、こうしたOEMメーカーとしての基本に今後も真面目に取り組んでいきたい。「次に繋がる投資というのは、やはり人への投資。開発力や営業力を高めたほうが競争力になると考えている。マーケットは海外にあるし、工場も海外に作ればよい。今後はそういう発想になっていくのではないか」

―最後に、業界や市場に向けてPRしたいことは。

「DEMOMEMOの中で、いかに面白い処方バリエーションを作るかという基本的なこと、そして、世の中にまだ一般化されていないことを具現化していくことに、一層注力していく。後者については例えば、当社ではヘパリン類似物質配合クリーム等でOEMメーカーの中でいち早く具現化したという実績がある。あとは基礎化粧品の商品化による素材開発。近々、新しい発表ができると思うが、こうしたOEMメーカーとしての基本に今後も真面目に取り組んでいきたい」

COSMOBEAUTY

人と社会を綺麗にする®

LIFE with BEAUTY®

www.cosmobeauty.co.jp

株式会社 コスモビューティー

【大阪本社・大阪研究所】大阪市中央区内本町1-1-1 OCTビル8F / TEL:06-7639-5361
【東京本社・東京研究所】東京都板橋区成増1-30-13 成増トーセイビル11F / TEL:03-6631-6910