

# ベトナム・中国新工場稼働へ

## 山添隆・コスモビューティー社長語る

# 一般受託製造産業欄

## 生産力を大幅に増強

### 国内通販・中国市場に注力 3月期決算は192億円超に

化粧品OEM大手のコスモビューティーの山添隆社長は2月20日(火)、東京・丸の内内のグラントウキョウサウスタワーで本紙のインタビューに応じ、同社の3月期決算の見通しや今後の方針および今後の市況展望について縦横に語った(聞き手は小林本社社長)。



「中国市場における早い段階でグローバルに展開する」  
山添隆社長

## 産学連携の基礎研究推進

3月期末決算の見通しは、

「今期は、前期の売上高182億円から10億円アップの192億円を目標にしている。192億円を達成するには、191億円を達成する必要がある。数字的にはほぼ計画通りだが、『中国を伸ばし、通販を伸ばす』という当初の計画の達成度は、100%未満で60点。

中国の受注に何ら問題はなかったが、計画的にプレキをかけるを得ない状況があり、売上げが伸び切らなかった。国内はマニキュア商品が好調なほか、大手通販企業が社の受注を獲得したことが業績に寄与した。

「素材開発など基礎研究については産学連携で複数の研究並行して進めており、今回出展した内容につ

いてはクライアントからのリアクションが非常に良かった。当社は、今後も通販マーケットをターゲットにした製品開発を推進していく方針で、今回発表した基礎研究についても、学術寄りの表現はしないよう、伝え方や伝わり方といった部分に注意した。特に素材については、ネーミングにもこだわった。

「ネーミングが面白いとお褒め頂いたものに、当社が新しく開発した『呼吸酵母』と名付けた商標登録も出願済みの素材がある。これは呼吸する酵母に含まれる成分に美肌効果があることに着目したもの。一般的に、酵母というものは密閉させることによって工業的な役割を果たしてきた素材。それを密閉せず、呼吸

させてみたところ、前述のような面白い素材が完成した。おかげさまでクライアントからは、すぐに製品企画に取り入れたい等のリアクションを頂いている」

「当社の卸外品開発に対する取り組みは長く、毎年10件以上追加してきた結果が、現在の、医薬部外品処方ストック200件、という成果に繋がった。その中でも今年開発したヘパリン類似物質配合製剤は、医薬品発想の薬用スキンケアシリーズの汎用処方として乳液タイプとクリームの2タイプで承認を取得。展示会でも前面にアピールしたが、引き合いが非常に多い」

「昨今の化粧品OEM業界では人手不足が深刻化している。今年も中国で第2工場もオープンする。中国では、最大25フィート設置可能な第2工場が7月～8月にオープンする。中国工場はベトナム工場のように、日本市場に向けた労働集約工場ではなく、中国国内需のための工場。そのため、営業と直結する必要があり、時間をかけて少しずつラインを増やして行く。年内にはライン前後が稼働できればと考えている」

「当社は以前から海外の資材をメインに採用していたこともあり、資材については潤沢に確保している。そのため、現在の国内資材の納期事情はフレキシブルでなかった」

「海外の資材は品質的に問題が多いとの見方もあるが、『確かに我々も、以前は海外資材に頼って少くない授業料を払った。ただ結局のところ、海外製だから品質が悪いというところではなく、海外のどのメーカーの資材を仕入れるかということや、どのような検査体制やスペックを要求するのかなど、自社で設計段階からしっかりとコントロールすることで対応できる。海外と日本では要求されるスペックに差があるため、日本に必要なスペックはココというところを、設計段階や商談の中できっちり取り決めることが重要だろう」

「最後に、現在の中国パブルのような状況がいつまで続くかを考える。『結局のところ、現在の日本の化粧品産業の人手不足や、容器資材が逼迫している原因を辿ると、メイド・イン・ジャパン化粧品の人気を背景にした中国需要に行き着く。中国需要がいつまで続くかは、個人的な見解であるが、案外、長くはないと考えている。先日も中国の得意先を訪問してきたが、中国の化粧品メーカーがいま何をしようとしているかというところ、日本の化粧品技術者の確保に積極的になっている。この動きを非常に強く感じた。事実、ほとんどの中国の化粧品企業が、日本の研究員にアプローチを行っており、既に顧問のような形で自社に招き入れている企業も多い。家電業界やIT業界で現実には起きた技術移転が、化粧品業界においても比較的早期に起こるのではないかと。おそらく、近い将来には日本と変わらないものが出来る公算が高く、中国のユーザーの『メイド・イン・ジャパンが良い』から『メイド・イン・チャイナが良い』というパラダイムシフトは比較的早い段階で起こるのではないかと感じている。そうなった時、我々の業界でも、一気に過剰投資という事態になりかねない。そういう意味で、人手不足以上の大きな危機感を抱いている。いずれにしても、これからは『メイド・イン・ジャパン』というだけで戦うのではなく、グローバルで戦いそして勝つという体制づくり、そこに集約されるのではないかと」

「当社の卸外品開発に対する取り組みは長く、毎年10件以上追加してきた結果が、現在の、医薬部外品処方ストック200件、という成果に繋がった。その中でも今年開発したヘパリン類似物質配合製剤は、医薬品発想の薬用スキンケアシリーズの汎用処方として乳液タイプとクリームの2タイプで承認を取得。展示会でも前面にアピールしたが、引き合いが非常に多い」

「昨今の化粧品OEM業界では人手不足が深刻化している。今年も中国で第2工場もオープンする。中国では、最大25フィート設置可能な第2工場が7月～8月にオープンする。中国工場はベトナム工場のように、日本市場に向けた労働集約工場ではなく、中国国内需のための工場。そのため、営業と直結する必要があり、時間をかけて少しずつラインを増やして行く。年内にはライン前後が稼働できればと考えている」

「当社は以前から海外の資材をメインに採用していたこともあり、資材については潤沢に確保している。そのため、現在の国内資材の納期事情はフレキシブルでなかった」

「海外の資材は品質的に問題が多いとの見方もあるが、『確かに我々も、以前は海外資材に頼って少くない授業料を払った。ただ結局のところ、海外製だから品質が悪いというところではなく、海外のどのメーカーの資材を仕入れるかということや、どのような検査体制やスペックを要求するのかなど、自社で設計段階からしっかりとコントロールすることで対応できる。海外と日本では要求されるスペックに差があるため、日本に必要なスペックはココというところを、設計段階や商談の中できっちり取り決めることが重要だろう」

「最後に、現在の中国パブルのような状況がいつまで続くかを考える。『結局のところ、現在の日本の化粧品産業の人手不足や、容器資材が逼迫している原因を辿ると、メイド・イン・ジャパン化粧品の人気を背景にした中国需要に行き着く。中国需要がいつまで続くかは、個人的な見解であるが、案外、長くはないと考えている。先日も中国の得意先を訪問してきたが、中国の化粧品メーカーがいま何をしようとしているかというところ、日本の化粧品技術者の確保に積極的になっている。この動きを非常に強く感じた。事実、ほとんどの中国の化粧品企業が、日本の研究員にアプローチを行っており、既に顧問のような形で自社に招き入れている企業も多い。家電業界やIT業界で現実には起きた技術移転が、化粧品業界においても比較的早期に起こるのではないかと。おそらく、近い将来には日本と変わらないものが出来る公算が高く、中国のユーザーの『メイド・イン・ジャパンが良い』から『メイド・イン・チャイナが良い』というパラダイムシフトは比較的早い段階で起こるのではないかと感じている。そうなった時、我々の業界でも、一気に過剰投資という事態になりかねない。そういう意味で、人手不足以上の大きな危機感を抱いている。いずれにしても、これからは『メイド・イン・ジャパン』というだけで戦うのではなく、グローバルで戦いそして勝つという体制づくり、そこに集約されるのではないかと」