化粧品受託製造産業欄

コロナ対策品供給に全力

コスモビューティー社長語る

売上高は252億円 3月期決算

トイレタリー主体に 中国国内販売が伸長

化粧品・医薬部外品OEM／ODM業界大手のコスモビューティーの山添隆社長は5月12日（火）、大阪・内本町のセントラルオフィス（大阪本社）で本紙とのWEBインタビューに応じ、2020年の業界状況や2021年の展望、同社の方針や今後の展開について縦横に語った（聞き手は川口副編集長）。

代表取締役社長
山添 隆氏

しわ改善（ナイアシンアミド）部外品が胎動

――新型コロナウイルスによる化粧品OEM需要への影響をどうみるか。

「本格的な影響からまだ日が浅く、また、OEM商品は通常2―3ヶ月前の受注生産を行っているため、マーケティング的にコロナの影響を加味したものがまだ明らかではない。ただ、感覚的には昨対80％くらいの売上になっていくのではないか。今まで訪日観光客需要や輸出関係で売れた商品が低迷し、加えて外出自粛で買い物機会そのものが減っている。売り場の減少も当然影響がある。通販は一方で、当社はコロナ対策商品としてアルコールジェルやエタノールミストなど、手指の消毒を謳える指定医薬部外品アルコール商材を現在までにおよそ500万本受注生産している。これが上乗せとなり、4月の売上げは昨対100％。今後の受注動向を見ても、4―6月の第1四半期は昨対比同等で推移するとみている」

――貴社は10年ほど前からアルコールジェル等の手指消毒剤の処方開発に取り組んできた。

「ちょうど10年前、新型インフルエンザの流行があった当時、たまたま自社でジェルタイプのアルコール製剤を1アイテムだけ保有していた。時流も相まって当時は最終的に約2000万本以上を生産。インフルエンザの終息で翌年の受注はゼロになったが、その時に将来への投資として様々なパターンの除菌製剤の医薬部外品申請を行い、現在は10承認以上ストックしている。この時の経験と蓄積が今回のコロナ禍においても活かすことができたと考えている」

――10年前は一過性で終わった消毒関連製品が、今後は一つの市場として定着しそうな気配がある。

「コロナのワクチンであったり、罹患後の特効薬であったりが確立されない限りは、いわゆる〝自衛〟が習慣化すると思う。10年前とは異なり、清潔・清浄に関する意識は今回大きく変化した。消毒製品の需要はある一定の使用習慣・消費量のもと継続的なマーケットを形成し、その規模はコロナ以前の数十倍になる可能性もあるとみている。また、アルコールジェルに付随してハンドソープの引き合いも増えている。これも感染症対策として手洗いの認知が深まったために、数十万本単位のお話をかなり多く頂いている。なお、当社ではこうしたコロナ対策商品を製造するにあたり、安定的な供給を続けていくことが使命と考えており、そのためには必要に応じて土日出勤による生産など、関係監督署への届け出をしっかり行いながら全力で対応したい」

――前期3月期決算の状況は。

「売上高は252億円、前の期の221億円から14％強伸び利益も確保、増収増益を確保した。中国の現地企業との取引が活発化し、比率的にも中国国内での販売は約25％でグループ全体の売上を押し上げた。中国売上げの大部分は当社の中国工場で生産したメイドインチャイナの商品で、シャンプーなどのトイレタリー製品が主体。一方、日本国内に関しては前年並みだった」

――持続的な成長に向けた中長期的な経営計画は。

「まず現状はコロナの影響で従来のような営業活動が全く行えていない。市場の購買ムードの減退やお客様のテレワークなどで対面でのやり取りが出来ず、特に新商品開発に遅れが生じている。ただ、そうした中でも我々にできることはあり、コロナ対策のハンドソープやエタノールジェルをはじめとする商品を市場のニーズにいかにマッチさせ提供していくかという目前の課題に注力することと、そして秋に向け、シワ改善を標榜できるナイアシンアミド主剤の製品をクローシングしていくこと。加えて、マーケットの状況に左右されにくい通販に向けた提案も強化していく」

――コロナ問題を機に、通販の存在感が高まっているようだが。

「アフターコロナのさらに先を考えると、消費者の皆さんもやはりキャッシュの不安をすごく お持ちだと思う。通販といえども安泰ではないかもしれない。安泰な路線で言えばむしろ必ず使うもの。衛生を含めたトイレタリー商品については今後改めて対応強化を検討している」

――今後の投資計画は。

「安全性や目の前の効率化に関する以外の部分では、進行中の計画は全てペンディングした。当面は老朽化して手狭になったベトナムの倉庫を日本円で3億円ぐらいをかけ新設する計画がある。一方で、投資という意味では今はある意味チャンスでもあるので、研究員の増員など人的投資は積極的に行いたい。なお昨年、大阪の中央区内本町1―11―1という地番に取得したセントラルオフィス（大阪本社）内に、このほど研究所を移設した。これにより営業、研究、総務・管理部門全てが集結。地下鉄の駅からわずか10分の好立地にあるので、リクルーティング的にも魅力に感じてもらえればと考えている」

――新しい期に注力していくこと、市場や業界に向けPRしたいことは。

「今はやはり、コロナの収束というものが経済においても日本の実態的な医療崩壊を防ぐという意味においても、最優先で重視しなければならないことだと考えている。そうした中、我々がなんとか製造する製品がそこにマッチするという事実はビジネス的にも当然嬉しいが、それ以上に我々が作る製品が社会に貢献し、かつ皆様に喜んで頂けるということにこれほど有難い仕事はないと感謝している。今後も引き続き、手指消毒剤やハンドソープ等を全力で生産していきたいと考えている。大変な時期が続いているが、当社の製品が少しでもお役に立つことを願い、皆様と共にこの難局を乗り越えて行きたいと考えている」