化粧品受託製造産業欄

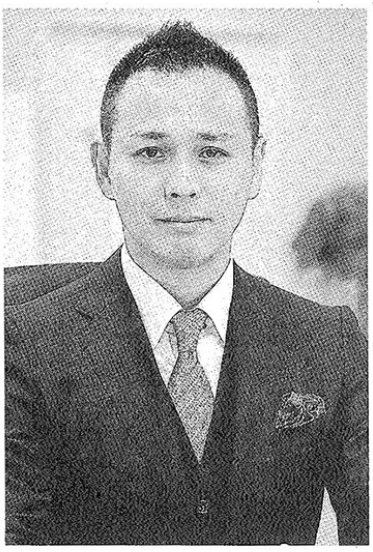
高付加価値市場の開拓加速

コスモビューティー社長語る

売上高325億円 3月期決算

特需沈静化も成長持続 神戸に大型工場建設へ

コスモビューティー（大阪・東京の2本社制）の山添隆社長は3月3日（木）、本紙のインタビューに応じ、3月期決算の見込みや今後の事業計画・経営方針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

女性のキャリア支援策強化

——今期の3月期末決算の見通しは。

「まず、前期については売上高300億円のうち約40億円を新型コロナ禍の衛生商品の特需分（アルコール製剤32億円、ハンドソープ8億円）が占めていたが、今期はこの特需はほぼゼロになった。しかしながら、国内通販市場向け商品の受注が著しく伸長し、今期3月期末決算の売上高は前期比約8％増の325億円前後になる見通し。『巣ごもり』の影響に加え、当社が発信する様々なオンリーワンのアイデア商材が、タイムリーな商品を求める通販市場のニーズに合致したことが奏功したと思う」

——中国市場向けの受注状況は。

「中国も通販およびSNSマーケット向けがいぜん好調で、『独身の日』にカテゴリーナンバーワンとなる商品も手がけさせて頂いた。来期も引き続き安定推移すると見ている。中国市場での売上高は現状75—80億円で、売上高の20数％を占めている」

——先月15日に経産省が発表した昨年の化粧品出荷統計を見ると、コロナ禍からの回復度合が品目によって分かれる結果となった。

「当社は清浄・清潔・美化に関わる商品OEMを多面的に行っており、かつ近年ではプライスゾーンの奥行きも低価格から高価格帯まで多岐にわたっている。また、商品を供給する販路についても、通販、ドラッグ、バラエティ、業務用、宅配ルートなど広範で、かつ各クライアントの売上比率をできる限り分散させるという経営ポリシーをコロナ禍よりも前から徹底させてきた。そのため、コロナ禍のような環境変化で特定の商品や市場・販路が不振でも、構造的にその落ち込みを吸収しやすい仕組みになっている」

——コロナ禍をきっかけに化粧品OEM業界でもそうした分散型経営が注目を集め始めている。

「実は10年以上前から当社の会長に、とにかく多面的な事業展開を行うことを教えられてきた。供給する商品のプライスゾーンは多段階にし、マーケットも様々な階層をカバー、かつ小ロットの仕事を決して疎かにしないこと。大ロットの誘惑に目がくらみ、適切なリスク評価を行わずに膨張産業的に大きくなると会社は破裂する。膨張ではなく成長しなければならないという会社作りの指針や経営理論を叩き込まれたことが、近年の当社の売上増の大きな礎になっている」

——コロナ禍からの需要回復が期待されるなか、資材価格など諸経費の高騰が懸念材料になっている。

「今回の原料やインフラ関係の価格高騰は当社にとっても大きな痛手だ。特に当社は海外とのやり取りが多いので船運賃の高騰が痛い。シリコン、脂肪酸、グリセリン等の原料価格の上昇もかなりきつく、売上ベースで見た時に原価増でおよそ10億円規模に達した。やむを得ずお客様1社ずつにご協力をお願いし、有難いことに認めて頂いた。今後も資材、原料、インフラ関係すべてにおいて一層の値上がりがあると考えており、当社としても今後の成長を目指す上では高付加価値のマーケット開拓をさらに進めていくことが大前提になろう。もちろん、価格競争は重要なファクターで、今後も努力していくが、それだけではなく付加価値の追求を強く行っていかないと厳しい状況になっていくと思う」

——新しい投資計画は。

「5月末に神戸のポートアイランドに新しい充填工場をオープンするが、このほどその真隣の土地を購入、新たに製造工場を建設する。建坪にして2万3000㎡（7000坪）ほどの工場で、製造や充填、付帯設備を含めると総投資額は100億円前後を想定している。2025年の6月完成予定で、生産ラインは20ライン、100億円前後のアウトプットができる工場を計画している。当初予定していた関東の新工場計画については、設計も確認申請もほぼ終わっている状態なので、神戸で新工場が稼働した後にいつでも再開できる準備を整えている」

——今後の持続的な成長戦略の中で取り組み強化したいことは。

「新期がスタートする4月以降、世の中から化粧品OEM業界がすごく良い業界だと思われるよう、特に社内の就業規則や福利厚生、待遇面などの抜本的改革を進めたい。研究員は業界内でのポジションを上げるために報酬面でのメリハリを付け、営業マンはチーム構成を強くする。そうした取り組みを行う会社が増えれば、業界も盛り上がっていくし、化粧品OEM業界はもっと良い業界になると確信している。来期中にこうした構想を具現化し、ロールモデルになってくれる社員を沢山増やしていきたい」

——営業におけるチーム構成とは。

「営業のチームづくりは女性のキャリア支援と深く関係している。実は当社で採用活動を行うと、応募してきてくれるのは8割が女性だ。女性に力を発揮してもらうことこそが、将来の本当の成功のカギだと考えている。一方で、そうした女性達の想いに応えたい半面、現状の営業のやり方では結婚、出産、子育て等のライフイベントとキャリアの両立ハードルが高い。我々は提案型営業と言いながらも、OEM業である以上はクライアントに合わせるのが基本のスタイルだ。そうした中でもキャリアを継続するには、時間的、ノウハウ的、そして心理的にも仕事を分担し、互いが有機的にサポートしあえるチーム作りが必要だ。また、女性の活躍を期する上では、併せて役職登用も進めたいと考えている。それにより、女性が活躍しているロールモデルと、女性が活躍しやすいワークスタイル・チーム構成を我々コスモビューティーが一気に確立したい。さらにこの先の10年を見据える中では男性の積極的な育休取得にもチャレンジしていく。おかげさまで業績については今のところ堅調に推移しているので、社内の基盤・仕組みづくりをしっかりと行っていきたい」