

## NEWS & TOPICS

新たな試み、イベント情報など新着トピックスを発信します！

### 建築NEWS

#### 関東第二工場 本格稼働はじまる!!

関東工場の荻野です。コスモレータ4号でも紹介しました関東第二工場ですが、設備が導入され現在ではタンク・充填ラインともに稼働開始しておりますので、その様子を紹介いたします。



ストレージタンク



タンク据えつけ後、製造フロア

本工場は大量生産型の工場で敷地面積950坪(大阪工場とほぼ同等)、年間の製造キャパは年間約15,000トンとコスモビューティーグループの中で第2位のバルク製造キャパシティを持つ拠点であり(第1位は関東工場)、製造→充填→包装→保管→出荷まで効率的な設計となっています。

新しい環境にも徐々に慣れてきたところかと思えますが、関東工場と関東第二工場の行き来で、製造部・品質管理部・商品管理部の皆様には苦労をおかけしています。

今後、さらに工場運営を拡大する為にはまだまだ人員が必要です。



移動包装ライン①



移動充填ライン

現段階で来期は関東工場・関東第二工場にて50名以上の採用を目標としています。当社には知り合いの紹介制度がありますので、社員の皆様には是非活用をお願いしたいと思います。

(関東工場 製造4課:荻野 高志)



移動包装ライン②

### SECOND FACTORY at KANTO

### 中国展示会出展報告

#### 世界最大規模の化粧品展示会 "中国美容博覧会"に出展しました。

2020年7/9~7/11、上海新国際博覧中心にて、中国美容博覧会CBEが40ヵ国から10,000社以上の出展社が参加して開催されました。27個の室内展示ホールと50個を超える室外ショーテントが出展した世界最大規模の化粧品業界イベントとなりました。

3日間で約521,300人を集客し、2億人を超える消費者がオンラインで参加しました。中国国内だけではなく、グローバルビューティーエキシビジョンの記録を今年も更新しました。



当社は今年で連続4年間出展し、3日間でチャットに追加された顧客の合計数は100社、300人を超え、低刺激スキンケア、美白スキンケア、ベビー用スキンケア、クレンジング製剤(ウォーター、ジェル、バーム)などのアイテムに、多くのお客様に興味を持っていただくことができました。

中でも、天然成分クレンジングバーム、ベビー用スキンケア、低刺激スキンケアについての問い合わせを多くいただいております。

一般市場でコスモビューティー製造の製品を見て、当社のブースに来場されるお客様も多くいらして、展示会を通じて当

### CHINA BEAUTY EXPO 2020 [9TH-11TH JULY]

社の中国での影響力が更に広がっていると感じました。

今年はコロナの影響により、日本の研究員、営業メンバーは参加することができず非常に残念でしたが、上海営業チームと島屋通商、南通工場の協力により、無事に終わることができました。

今回の展示会での成果を元に、新規開拓に繋がるよう営業活動に邁進してまいります。

(上海営業一同)



展示会参加メンバー

### 令和三年 干支型石鹸

東京営業部 大原です。恒例の干支石鹸のサンプルが出来上がりましたので、紹介させていただきます。

毎年、翌年の干支をモチーフにした石鹸を作成し、販売しております。来年の干支は「丑」です！例年は年男・年女が干支石鹸の担当をしておりますが、丑年がない！...とのことで、亥年生まれですが今年が私が担当させていただいております。

石鹸の形状を決めるところから始まります。12年前の形状とはできるだけ変更するように考えます。耳が折れてしまわないか、

白い石鹸なので竹肌だけでその動物に見えるのかなど課題がありました。形状が決定したら、化粧箱、チラシ等のデザインをデザイナーさんに作成していただき完成です。初めて担当させていただきましたが、皆さんのご協力のおかげでなんとサンプルが出来上がりました！

丑年が良い年になるように気持ちを入れて、作製に携わらせていただきました。これからたくさんの方の手元に届くのが楽しみです。



よるこびの干支(令和三年 丑)



https://on.lw/XDnjgZ  
チラシから干支石鹸  
チラシご覧になれます



### 東京本社 東京営業部編

Tokyo Sales Department.

#### 東京営業部ってどんなところ？

東京営業部は東京都板橋区にある成増トセビル11階ワンフロア全てをテナント借りしており、営業部は20名で日々切磋琢磨しんで業務に取り組んでいます。また、毎日新規得意さまからの問合せがあり、日々新しいお客様と新しい化粧品開発に取り組むことができ、同時に自信の器も大きく成長しているとても楽しい部署です。

営業部以外にも研究部も同じフロアにあり、お客様との商談内容を直ぐに研究へ伝え試作についてミーティングを行い、ユーザーの要望に沿った試作サンプルを提案

することができます。処方ベースが決まれば、次は商品企画部と商品コンセプトのミーティングを行い、提案書を作成、先方へ提案、製品化へ向けてブラッシュアップしていきます。

時には、他社OEMメーカーとのコンペになることもあります。この時はお客さまの要望を的確にヒヤリングを行い、要望通りのテクチャーに仕上げられるか、同時に見積価格、納期設定の調整など、お客さま喜んでいただけるように取り組んでいます。受注が決まればこれも営業ならではの最高の喜びと楽しさです!!



最終、製品として店頭やネットなどで商品が販売された時の達成感、これまでに培った動力を吹き飛ばしてくれるほどの喜びが味わえ、また、お客様から喜びの声を直接いただいたりできるのも営業部の特権だと思います。

過去には、一般消費者様と一緒に月一度の定例ミーティングを実施し、実際の使用者であるお客様にモニターをして頂き、生の声を生かした子ども用ハミガキジェルの商品開発をしたこともありました。

色んなシチュエーションで、常に新しい試みができるので本当にやりがいのある部署です！

(東京営業部:松永 良基)



### へパリン類似物質 × トラネキサム酸 × グリチルリチン酸ジカリウム

3種類の有効成分の組み合わせ 医薬部外品スキンケア(乳液・クリーム)

#### 2020年8月に、新たな保水・美白・抗炎症の機能を持った 医薬部外品の承認を取得しました

へパリン類似物質 保水有効成分 | トラネキサム酸 美白有効成分 | グリチルリチン酸ジカリウム 抗炎症有効成分

当社は医薬部外品へパリン類似物質配合スキンケアとして、第1弾はグリチルリチン酸ジカリウム(以下GK2)、第2弾はGK2とプラセンタエキス、そして今回は第3弾として、GK2とトラネキサム酸の組み合わせで薬用製剤を開発しました。今回は美白有効成分の中でも近年話題の人工合成されたアミノ酸の一種で長く薬として使用されてきたトラネキサム酸を採用し、より浸透感と保湿持続を意識したテクチャーにこだわりました。

乳液は、塗布時はみずみずしさを感じられるような使用感にし、スツと馴染み、塗布後はベタつかずしっとりした感触が残ります。トラネキサム酸は結晶性が強く、本来は塗布後に硬い膜感が残るのですが、上手く緩和できるように、保湿剤や油剤の種類と配合バランスを調整した処方設計を行いました。またセラミドと同じくラメラ液晶を形成することが確認されたアミノ酸系エモリエント成分を配合し、バリア機能の向上が期待できます。

クリームは、乳液よりもさらにエモリエント感を感じられるように、ココのある使用感にしました。とろけるようにのび、塗布後にはしっとりとした保湿感が残ります。抱水力が高く、表皮脂質に類似したエモリエント成分を配合することでなめらかな保湿感と、バリア機能の回復が期待できるような処方仕に仕上げました。また、肌のなじみの良い植物油を配合することで、溶け込むようになじむ感触と、お肌を油膜のヴェールで包んで、乾燥から保護します。

乳液、クリームともにフリー処方にこだわりの、パラベン、鉱物油、アルコール、旧表示指定成分を配合していません。

大阪研究部:龍見(乳液処方担当)・松原(クリーム処方担当)

#### 初の試み! 第2弾! Webを使った 応募前職場見学会

こんにちは、人事部の寺野です。先日コスモレータで、新卒採用の会社説明会をWebで実施したことをお知らせしましたが、今回は第2弾です！高校生向けの応募前職場見学会

Zoom・Skypeを使用して実施しましたので、その報告をさせていただきます。

そもそも高校生の採用選考は学校を通じて行うことがほとんどで、5月、6月に就職ガイダンスや業界研究があり、7月の1学期末の期末考査のころには三者懇談で就職なのか、進学なのか、どういった職種がいいのか、などを決めていきます。その後、夏休みを利用して、応募したい会社に職場見学会へ



職場見学会のしおり



実際の作業現場もご案内

き、受ける会社を決めていくことになります。ここ数年、高校生向けの企業情報HPや冊子も増えてはいますが、やはり訪問して職場を見学できるとするのは、一番重要な情報収集の場になってきます。

そして今年にはコロナ禍の中、東北地方の高校からは「関東方面への職場見学会には行けなくなりました...」という声を聞くようになりました。せっかく見学会に行きたいと思ってきているのに、と残念な思いでしたが、各校の先生に「Skype、Zoomを使っての見学会を実施しませんか」とお伝えしたところ、青森県1校、福島県1校、秋田県1校の計3校からお申し込みがありました。

当日は学校と関東工場、セントラルオフィスの人事をWebでつないで、職場見学会のスタートです。実際に工場の中に入ってしまおうと、機械の音が話ができなくなるため、画像・動画・職場見学会の案内書面を準備し、工場の概要・募集職種・具体的な業務の様子を説明しました。実際の職場見学会よりもリラックスして参加できたのか、質問タイムではなかなか突っ込んだ質問もあり、盛り上がりました。やはり最近の高校生は「デジタル」や「カメラ」に慣れているんですね。

今年も現在のごところ3校の実施となりましたが、今後のアフターコロナの世界ではWebでの見学会が当たり前になっているのかもしれない。

(人事部:寺野 裕子)



セントラルオフィスから参加

### あなたの提案が実現! 時短! 効率が良くなった!

## 35期賞金配布報告

35期における改善提案者およびアイデアコンテスト上位者、特許取得貢献者などに対する功績として7月末に賞金が配布されました。改善提案は、全社員誰でもが提案することができる制度で、以下の判断基準の基、評価に応じた対価が支払われます。

36期も改善提案は随時受け付けています。まだ改善提案を行ったことがない方も、ぜひ取り組んで提案してみてください!

#### 賞金配布の判断基準

- 1 業務外の改善
- 2 チャレンジ的な改善
- 3 発想の豊かな改善
- 4 部署内、部署間の業務を軽減し、社員が喜んだ改善
- 5 業務内であっても②~④の貢献が大きいと判断した改善

#### 賞金支給しないもの、もしくは賞金の低いものは

- 1 明らかに業務内の提案
- 2 単純な提案
- 3 効果の認められない提案

#### その他特記事項として

- 優れている提案には提案者に分配を多く、結果を導く行動が良かった提案には行動者に分配を多く設定
- 賞金額に不満があれば、次回内容を見直した上で、再チャレンジ可とする

拠点	部署	集計	拠点	部署	集計
関東工場	製造部	¥102,664	セントラルオフィス	研究部	¥171,664
	研究部	¥70,000		購買部	¥61,000
大阪工場	製造部	¥12,664	東京本社	営業部	¥11,664
			研究部	¥50,000	
			総計	¥479,656	