



▲製造量に合わせた様々なサイズの真空乳化機



▲本社中央研究所



▲ベコミックス乳化機

を見直すきっかけになった。時期を同じくして訪問販売が活発になり、愛用者が自分の肌にあった化粧品を選択する時代に突入する。

こうした商習慣の変革は様々な化粧品流通を促し、無店舗販売や通信販売も増え、工場や研究所を持たない企業が化粧品事業に参入する時代が到来した。販売面でも各社の看板が掲げられる化粧品店だけではなくバラエティショップや郊外型ドラッグストアチェーンも力を入れ始める。そこで販売される約半数以上は「工場を持たない企業の商品で、受託製造業の位置付けが急速に高まった」（八木社長）時期でもある。

受託製造でも他社との大きな違いは依頼された商品をつくるのではなく、顧客の販路を理解したうえで、売れる商品を提案するODM（相手先ブランドによる設計・生産）型営業スタイルにある。そこには、顧客ニーズの多様化も影響し、各企業が独自の化粧品の開発や提供に力点を置き始めたことも同社の存在感を高めた。

**競争力を生む市場リサーチ力**

顧客の価値を生むには大手と比べ技術力や研究開発力、安全性の基準、品質が劣っては勝負にならない。同等あるいはそれ以上の力が不可欠だけに、「投資を続け、競争力のある製品開発や高品質の追求」を繰り返すと八木社長はいう。

事業の強みは優れた開発力に支えられた提案力。ラポレベルにとどまらず、マーケットを熟知しているからこそそのなせる技だ。マーケットにどう伝えれば使ってもらえるか、新たな美容成分の商品が市場に出ているかなど、「技術を含めたディスプレイションを繰り返し、羅針盤を持ってモノづくりする姿勢が大切」と説く。研究開発はそのバックボーンで、顧客と営業が創造する商品を形づくる。そのうえで商品を量産できるか。こうしたODMメーカーに必要な力を磨き上げている。

顧客の先にいる愛用者の要望は幅広い。それをカバーする開発力の強化は必須条件。そのた

株式会社ピカソ美化学研究所

ODMで『売れる商品』づくりを徹底追求



▲同社は化粧品づくりで85年以上の歴史がある。写真は創業時のメンバー。左から八木常三郎氏（当時社長）、八木常夫氏（当時専務）、八木弦三郎氏（当時副社長）。1953年撮影



▲現在、同社を率いる八木社長。タイハーブを利用した機能性化粧品開発に関する研究で学位を取得するなど研究者も牽引する



▲創業から社に「創意工夫」を掲げ、企画提案型 ODM メーカーとして知られる

技術・開発力に裏打ちされた提案力に定評

「美しく化する素（美化素）」ピカソ美化学研究所の社名の由来だ。1935年、創業者で八木伸夫社長の祖父の八木常三郎氏が名付けた。当時の化粧品業界は東の平尾賛平商店（ブランド名レート）と西の中山太陽堂（同クラブ）が双璧。その平尾賛平商店で宣伝部長だった八木常三郎氏が独立し、一般流通の化粧品製造を始めた。現在も自然派化粧品に特化するが、創業時から自然派化粧水やファンデーションなどの研究開発型企業として知られていた。

ところが、1960年代半ば頃から市場が乱売状況に陥り、売れなかつたらすぐ返品になるほか、デイスカウト戦争が激化して経営的な厳しさに直面し、生き残り策として化粧品販売流通からの完全撤退に踏み切る。自社製品は製造せず、保有する工場や研究設備、人材を活用、完全受託製造に業態転換した。

八木社長が入社した約40年前、化粧品による皮膚障害に端を発した「大阪化粧品裁判」が起こり、化粧品の原料や安全性

# 「お客さまは恋人とってお付き合いを」

八木伸夫

## COMPANY HISTORY

- 1935年 創業
- 1947年 西宮市池田町（現本社中央研究所所在地）に西宮工場開設
- 1965年 化粧品OEM生産を開始
- 1992年 西宮工場を開設、再開発事業により最新設備の研究所・工場を移転新設
- 1997年 西宮工場・タワー棟を竣工
- 1999年 株式会社コスメナチュラズ（東京拠点のODM法人）の設立
- 2001年 横浜工場を開設。研究所機能と最新の製造設備を施工
- 2002年 研究拡充のため本社中央研究所を開設
- 2003年 タイにピカソナチュラルズラボラトリー設立
- 2005年 創業70周年
- 2005年 ピカソタワー銀座を竣工。東京オフィス研究所を開設
- 2006年 バンコク工場を開設
- 2007年 美創化粧品研究開発（上海）有限公司の設立
- 2009年 八木伸夫が社長に就任
- 2010年 上海工場を開設
- 2015年 創立80周年
- 2016年 日本経済団体連合会に加盟
- 2017年 横浜第2工場、バンコク第2工場を開設
- 2019年 横浜テクニカルセンターを開設
- 2019年 バンコク工場にてハラールMUI認証取得

## COMPANY PROFILE

- 代表者 代表取締役社長 八木 伸夫
- 住所 〒662-0911 兵庫県西宮市池田町9-20
- 設立 1935年11月21日
- 資本金 8,000万円（総資本金13億5,000万円）
- 事業内容 機能性・自然派コスメティックスの研究開発、企画、デザイン、製造
- URL : <https://www.cosme-park.com/>
- ※日本経済団体連合会所属



▲ISO 9001 : 2015 ISO 22716 : 2007 などの品質管理保証に加え、インドネシアMUIのハラール認証取得を取得

一方、上海は100%中国市場が狙い。中国では日本製化粧品に対する購買意欲が高い。メードインジャパンに加え、肌質が似通っていること、商品の評判がSNSで拡散していることなどが背景にある。中国国内で日本の技術を活用した化粧品を供給し、毎年30%以上の成長を続ける。単なる工場ではなく研究所も併設して組織や体制を強化、技術、購買、人材など含めたトータルなグローバル化による海外市場の開拓を進める。

特に原料開発の重要性を踏ま

え、自社で独自原料を開発できれば、顧客にオリジナルで個人的な商品が提供できるからだ。「日本の発酵技術も活用できる」といふ言葉から原料開発の余地がまだ大きいことを裏付ける。原料開発が製品のベースになるだけに、バリエーションの豊富さを前面に出す。化粧品業界ではいま、医薬部外品が注目される。全化粧品約30%を占め、通常の化粧品より効能や効果が明確にできることが特徴。この1年の注目は「抗しわ」で、大手も積極展開するが、同社の抗しわ化粧品も医薬

部外品の認可を取得、生産に乗り出した。なぜなら売れるタイミングだからだ。「売れるときに売れる商品を短期間で商品化する」という、同社の姿勢がうかがえる。

80年を経てなお成長・発展が続くが、それを強固にするために人材教育を掲げる。顧客に売れる商品を提供するには、原料の知識も必要だが、それ以上に市場や世の中の動向をリサーチするかが欠かせない。それ

さらなる差別化につなげるためにはグローバルな視点が重要と海外展開も強化する。同社が初めて海外に進出したのは20年前で、タイ工場を設立。その10数年後には上海工場も設けた。中国やASEANを中心にマーケットが豊かになりつつあり、ビジネスチャンスと捉え現地に「くさびを打った」が、目的は異なる。タイは成長が期待されるASEANマーケット開拓の拠点。それに加え、マスマーケット向けの低価格、大量生産の商品は日本の賃金体系では対応が難しい。そこで、中身は兵庫県西宮市と横浜市の工場を製造、容器製造や充填包装加工をタイで行う。資材は海外調達でも中身は国内生産だから、コスト競争力あるメードインジャパンが実現している。

〈海外拠点〉



〈国内拠点〉



▲国内外で4つの研究開発拠点と6つの生産技術拠点を保有

め、研究にも様々なパターンを用意しコラボレーションも重ねる。その背景には80年の蓄積とともに、常に新たなものに挑む姿勢がある。原料メーカーとのタイアップによる新製剤、新原料の開発や自社での美容成分創出、それを化粧品や医薬部外品として使用するための厚生労働省の許認可取得など総合力も抜きん出る。

愛用者のブランドチェンジは早い。より長く使ってもらうためには要望をいち早く掴んで商品展開ができるかが左右する。「だからこそ、提案力や開発力のある企業が求められる」というわけだ。売れるときに売れる商品を短期間で商品化するスピード感も持ち合わせる。新型コロナウイルス感染が拡大し始める前に取り組んだ消毒用のハンドジェルは、在庫になるだけという空気感もあったが、「増産増産を繰り返すことになった」こともその好例といえる。いかにスピーディーに動けるか、マーケットが求める商品とそのタイミングで供給できるかだ。化粧品を巡る動きは日々、

激動し、「今後も多様性は広がる」と八木社長は見るが、それに対応できる「研究開発力や技術力が武器になる」と胸を張る。

### 成長のカギは海外展開と人材教育