ピカソ美化学研究所

八木 伸夫 社長

対面営業を強みに顧客の課題を解決

化粧品・医薬部外品のピカソ美化学研究所（本社兵庫県、八木伸夫社長、銀座オフィス＝☎03－5159－8808）は、機能性のある化粧品を製造するメーカー（ODM）として87年に渡って事業を展開している。コロナ禍でも対面営業に力を注いできたことが奏功し、新規取引先が増えているほか、既存顧客の新商品採用も順調だ。営業の役割はお客さまに感動を与えられることとする八木伸夫社長に聞いた。

――コロナ禍における営業の状況は。

八木　コロナ禍直後の2020年については、確かに影響を受けた時期もありましたが、2021年については完全に上向いている状況です。当社はコロナ禍でも対面にこだわって商品の提案をしてきたこともあり、こうした活動が今年に入って実を結んできました。

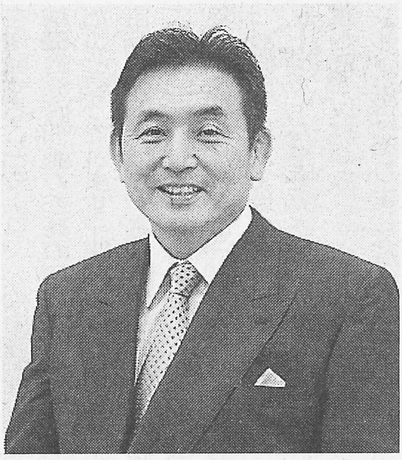
当社の取引先である通販・訪販・ネットワークビジネス（NB）では、新規取引先も増えており、新たな商品採用も出てきています。通販では、エイジングケア世代を対象にインフォマーシャルや紙媒体を扱う企業の間でヒット商品も出ている印象です。

一方で、NBはコロナ禍で思うようなリクルートができなかった企業がイベントの開催や対面での訴求を再開するところが増えており、明るい兆しが見えています。

ただ、原料費、輸送費の値上がり、円安が課題となってきました。当社はスキンケアの比率が高く、トイレタリーの比率が低いので、生産性の向上、生産ロスの低減、納品場所に合わせた生産工場の選択による輸送費の削減といった工夫をし、お客さまの負担にならない努力を続けています。

ただ、為替によって今後の見通しが左右されますが、円安がさらに進めば対応策を検討する必要があると考えています。

――引き合いが多いジャンルは。



八木　抗シワについては、泡立たないシャンプーや、使っていくうちに髪の毛が染まっていくシャンプー、空気酸化型の染毛剤などです。コロナ禍もあり、自宅で毛染めをしたいという人が増え、さらに効果を実感できる商品でないと続きません。お客さまのさらなる時短と使用感を高め、継続して使っていただける商品づくりに力を注いでいます。

――ODMメーカーとして商品提案力に磨きをかけています。

八木　営業社員がお客さまに訪問し、ニーズをヒアリングして、お客さまの求める商品を提案できるよう先行して医薬部外品の申請を行ったり、独自の原料の開発を進めたりしています。マーケットには商品があふれていて、売れる商品を作らなければ差別化できません。

ECでは単品で伸びていく企業もあり、次の戦略的な商品開発を行う企業が多い傾向にあります。企業でも複数のブランドを持ち、テストを繰り返しながらロット数を増やしていく傾向にあります。

――営業組織の強化も進めています。

八木　どんなに良い素材でも、お客さまへの提案の仕方次第で大きく変わってきます。OEM、ODMメーカーも営業社員の資質が問われています。提案型ODMとして当社は取り組んでいます。

国内市場については、数で稼ぐという時代ではないと思います。売れる商品の提案をするためには先行投資が必要になってきます。

だからこそ、コロナ禍であっても営業社員にはお客さまのところに足を運び、きちんとニーズを聞き取ることを徹底しています。ニーズを聞き出して、どこにニーズがあるのか、課題はどこにあるのかを一緒に考えていくことが需要です。営業がお客さまに感動を与えられなければならないと思います。

最近では、企画会社さまとの連携も進めています。当社の情報や技術、新製品提案を企画会社さまに対して積極的にお伝えしています。特にECマーケットにおいては、新たに販売を伸ばす会社も増え、企画会社の営業力のもと当社開発品のご紹介をしていただくことで、間接的に当社の製品を広く知ってもらえるような接点を作っています。情報と商品とその価値を広く知っていただければ、売れる商品を提案し、ODMメーカーとして共に成長できると感じております。