特集 OEMトップインタビュー

## ジャパンビューティプロダクツ
# 生産・研究開発で人材充実化
# 得意分野を核に成長環境を整備

ジャパンビューティプロダクツは2025年3月期、ヘアスタイリング剤など販売好調なOEM製品を土台に、提案処方による新規案件の獲得が進み、売上は前年同期を上回って推移している。高木正好社長に話を聞いた。

高木社長

**――昨年1年間を振り返っていかがですか。**

高木　展示会への出展や業界紙など媒体への露出、メルマガの配信など顧客接点を強化する取り組みが奏功し、まつげ美容液、ふたえまぶた形成剤といった目元製品や、製剤バリエーションを増やしているノンケミカルUV処方などの提案を強化してきた処方を中心に、問い合わせや引き合いが増えている。

一方で、利益面では苦戦した。原材料費、人件費の高騰が続いており、こ数年は工場スタッフ、特にパート従業員の定着率が100％と安定している。また、18年から新卒者の採用を継続して行っており、若手の人材育成も進めている。

**――来期は3カ年計画の最終年度を迎えます。**

高木　大きな方向性は変わらない。目元製品とノンケミカルUV処方の2つのカテゴリーを中心に提案を強化して次の成長ステージに進んでいきたい。海外からの旅行者は増えており、政府も観光立国の実現を掲げている。そのような時流に合わせた開発や提案も進めていく必要がある。

研究開発では、産休からの復帰や経験豊富な研究者の採用で人員が補強されたので、技術レベルの向上と開発処方の増強を図っていく。特にノンケミカルUV処方は、クリーンビューティのトレンドが追い風になってきている。

人材育成の一環として、次期3カ年に向け、中堅社員にも会社の将来や方向性を考える機会をつくるプロジェクトをスタートする。自社の強み・弱みの分析から成長戦略を練ってもらう。新しい試みになるが、プロジェクトメンバーとは常にコミュニケーションをとりながら、成長戦略を考えていきたい。

**――人手不足も人件費高騰の要因になります。**

高木　幸いにして、こ