

# 会社概要

社名	株式会社ローザ特殊化粧品		
創立	1958年3月		
所在地	〒203-0042 東京都東久留米市八幡町1丁目1番12号機械振興協会技術研究所52号室		
資本金	2,400万円	従業員数	8名
事業内容	化粧品及び医薬部外品に係る新製品の製造・販売		

## 主力製品

コア技術は、エシカルBeauty素材（FFVST：フルーツ、フラワー、ベジタブル、シーウッド・ストーン、トゥリーなど）から化粧品に有効な成分を抽出する独自の技術である。主な事業は「エシカル＆保湿エコ化粧品」と「オリジナル石鹸」などを、製品企画、開発、製造、ネット販売と一気通貫で行っており、ネット販売も実施している。商品の一部はふるさと納税の対象製品となっている。

## 作成前の課題認識

- ・過去～現在、現在～未来への問題点につながりがあるのか。将来展望が見たい。
- ・現在の取引先、ご新規様の問い合わせに対して社会情勢を踏まえた上で応えたい。

## 作成の成果・今後の活用

数字的なことを抜きにして作成したので自分の考えがまとまりやすかった。  
事業承継時に社内・社外資料としたり、お取引先様などの今後のベースとして活用したい。

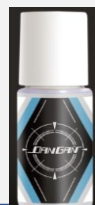
化粧品



石鹸



男眼



# 経営デザインシート(事業が1つの企業用) (株)ローザ特殊化粧品

## 自社の目的・特徴・事業概要

**目的:** 美しさの本質を追求し環境にやさしい商品/役務を提供する。  
**特徴:** ● 地産地消/都産都消の自然の原料を使用した商品開発・製造・販売  
 ● 商品企画から製造・販売まで一気通貫の業務体制 ● 化粧品のニーズや性能確認ができるエスティクサロンの経営  
 ● 顧客の要望に沿った、小ロット生産から大量生産の体制 ● 化粧品づくりのサポートから起業・商品販売の支援  
**事業概要:** ● パーソナルせっけんの製造販売 ● 基礎化粧品の製造販売 ● 特定地域の街おし商品の開発製造  
 ● OEM化粧品の提供

## 経営方針

SDGsをさらに推進する企業として、下記理念・方針を遵守する。  
 ● ステークホルダーに対する感謝を忘れない。(報恩感謝)  
 ● 社員の知識・経験を活かした商品づくりとキャリア形成を図る。(知行合一)  
 ● 自社の強み(環境や肌にやさしい自然原料)を活かした商品づくりを行う。(常在意識)

### 資源

### ビジネスモデル

### 価値

### 資源

### ビジネスモデル

### 価値

#### 内部資源

- 調査に長けた人材
- 企画～製造まで一貫した知識・経験を有する人材
- 原価計算の知識のある人材
- かくはん機、検査器具等の設備
- 医薬部外品の製造販売の許可・承認

#### 知財

- 調査ノウハウ ● 化粧品レシピ
- 化粧品に対する五感スキル
- 顧客基盤(ネットワーク)

#### 外部調達資源(誰から)

- 原料仕入先

#### 知財

- 取引先からの新規顧客情報

#### 【資源をどのように用いて価値を生み出してきたか】

- 商品企画から製造までの一気通貫により利益の確保
- OEM先のニーズに沿った商品開発により売上・利益の確保
- 顧客情報に沿った商品づくりで売上・利益を確保
- 他者にはない製品づくりによる売上・利益の確保(スキクレーム)
- インターン生やパートを活用することで利益の確保

#### 【誰と組んで】

- OEM先 ● 通販業者
- 【提供先へのアクセス法】
- HP ● 展示会 ● SNS
- 既存顧客の紹介 ● 通販業者

#### 知財の果たしてきた役割

- 独自調査ノウハウによる模倣阻止

#### 提供してきた価値

##### 【提供先】

- 消費者
- OEM先
- 卸業者
- サロンの利用者

##### 【何を】

- SDGsを推進した化粧品(環境や肌にやさしい)
- 信頼・安心感のある化粧品
- コスパの良い化粧品

#### 提供先から得てきたもの

- 口コミ
- 信頼
- 売上・利益

#### 事業課題(弱み)

- 企画力のある人材の不足
- 挑戦意欲のある人材の不足
- 柔軟な思考力のある人材の不足
- 最新設備への交換

#### 内部資源

##### これまでの資源に加え、

- 化粧品分野の企画/開発人材
- 営業員/営業管理者
- 新興国の知識のある人材
- 現地の法律に長けた人材
- 語学のできる人材
- SDGs推進リーダー
- 高生産効率の工場運営できる人材
- コスメティंगの製造工場
- 独自の開発/製造受託契約

#### 知財

- これまでの知財に加え、
- 商標権(海外含む)
- 工場運営ノウハウ

#### 外部調達資源(誰から)

- ネットショップ、新興国の事情通

#### 知財

- 原料の知識、現地の知識/法律や情報

#### 【資源をどのように用いて価値を生み出すか】

- withコロナ禍における商品開発により売上、利益を確保する。  
 ・マスク肌荒れ化粧品を開発製造。  
 ・クリーム状の保湿剤の開発製造。
- パーソナル化粧品企画～サンプル試作までを支援する「試作屋」となる。  
 ※現在の場所を拠点とする。(10年以内)。
- 海外進出を実施する。  
 ・新興国で「せっけん」の製造拠点を設置し、雇用と健康に寄与する。  
 ロイヤリティビジネスを立ち上げる。  
 ・SDGsのリーディングカンパニーとしてブランド価値を向上することで、売上、利益を確保する。  
 (項目1、3、5、8、12)

#### 【どんな相手と組んで】

- ネットショップ、大学のインターン生、新興国の事情通

#### 知財の果たす役割

- 原料の調査ノウハウによる差別化、模倣阻止
- SDGs推進企業としてのポジショニング(差別化、企業価値)

#### 提供する価値

- 知識、設備や認可がなくとも、自社のパーソナル化粧品の製造支援を受けることで、夢が実現する喜び、満足感。
- withコロナ禍のスキンケア商品の利用により悩みごとを解消する満足感
- 新興国の雇用の拡大、社員の働く喜び

#### 【提供先】

- 起業家、小規模事業者、OEM、一般消費者、新興国の消費者

#### 【何を】

- スキンケア商品、原料
- パーソナル化粧品の実現化のために設備・ノウハウを支援
- アイデアの商品化支援、工場設備利用、生産代替(生産受託)
- 新興国での生産設備(工場)

#### 提供先から得るもの

- これまでの提供先から得るものに加え、
- 起業家からの信用、信頼
- SDGs推進企業としての評判

### これまでの外部環境

＋要素	－要素
<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ禍による洗浄用化粧品(手指)</li> <li>● パーソナル化粧品の市場拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ禍による巣籠りで化粧品需要減少</li> <li>● 大手企業の参入(富士フィルムや味の素など)</li> <li>● 個人輸入の拡大による競争激化</li> </ul>
<b>市場予測</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大手企業の参入による市場拡大</li> <li>● 男性化粧品市場の拡大 ● 低価格の化粧品が増大</li> </ul>	

### 事業課題(弱み)

- 企画力のある人材の不足
- 挑戦意欲のある人材の不足
- 柔軟な思考力のある人材の不足
- 最新設備への交換

## 「これから」の姿への移行のための戦略

### これからの外部環境

＋要素	－要素
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 政府の中小企業支援が拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● パーソナル化粧品分野への参入増加</li> </ul>
<b>市場予測:</b> 顧客の独自性によるパーソナル化粧品への需要が拡大	

### 移行のための課題

- 営業力が弱い ● 商品企画の人材の採用と育成
- 最新設備 ● 新興国の状況/知識が不足
- SDGs推進リーダーの不足 ● 柔軟な思考力のある人材の不足

### 必要な資源

- SDGs推進リーダー
- 業界に精通した営業技術員
- 化粧品分野の企画/開発人材
- 試作支援に精通した人材
- 工場運営に長けた人材
- コスメティंगの製造工場

#### 知財

- 契約策定スキル、交渉ノウハウ
- 商標権(海外含む)

### 解決策

- SDGs推進の構想を策定する。
- SDGs推進リーダーの育成と採用を行う。
- マスク肌荒れ化粧品/クリーム状の保湿剤の開発工程を策定し、利益率を考慮した開発を実施する。
- 製造受託契約のひな型を作成する。
- 試作屋としての運用スキームを策定する。
- 試作屋としての契約ひな型(開発受託)を作成する。
- 工場の生産性を向上させる施策を策定し、実施する。
- 海外進出国の決定と市場調査を実施する。
- 現地に長けた人材の採用と育成を行う。

これまで

これから