

## サティス製薬

**D**2Cブランドを中心に800以上のOEMを手がけるサティス製薬は昨年9月、2年間停止していた新規ブランド開発の受託を再開した。この2年は、事業支援を実現する技術開発や生産体制の強化など社内体制を整備し、生産開発の精度を高めてきた。“筋肉質”な組織体制となり、「1人でも多くの女性に“正しい綺麗”を届ける」モノづくりに磨きをかける。

**WWDJAPAN(以下、WWD)**:ビューティ業界の未来をどう見ているか。

**山崎智士社長(以下、山崎)**:日本人口の減少が進む中で、人口減少と連動して美容市場は縮小し、化粧品市場はさらに小さくなると予想している。費用対効果が高い美容医療や美容系の食品など、ほかの業界が化粧品に代わり美容をサポートしていこう。消費者の化粧品に対する期待値が下がっているというデータもある。

**WWD**:サティス製薬はどう対応するか。

**山崎**:すでに美容医療やクリニックの経営、食品の技術開発を行っており、美容のコングロマリットの確立に向け動いている。これまで皮膚、製品、体感の3つのデータを積み上げ、掛け合わせてモノづくりをしてきたが、そこにクリニックで得た体内というデータを加え、

4軸でのデータを解析をしている段階だ。今後はそのデータをアジア全域に広げ、アジアの美容市場で主導権を握るのが狙いだ。

**WWD**:昨年9月には、2年に渡り停止していた新規スキンケアブランドの受託開発を再開した。

**山崎**:新規ブランドの受注は停止してはいたものの業績は2ケタ成長を続け、年商100億円に到達した。業界ではD2Cブランドが台頭し、われわれと類似する同業他社が増え、“僕らの村”も賑やかになってきた。一方で、開発停止前から生産が追いつかないという課題を抱えていた。5つ全ての生産工場をフル稼働しているが、全体で生産可能な総量は4割ほどで、残りの6割は同業者であるOEM企業に依頼していた。そうすると顧客には、サティス製薬の技術やモノを売る考え方、管理体制などを総合的に評価していただいているのにも関わらず、サティス製薬は設計だけで、量産は外部だから共感いただけない。また、僕も含めてモノづくりの現場を経験している“モノづくりマン”が多いサティス製薬なので、自分たちの手でモノを作らず業績を伸ばしているというのでプライドも満たされない。経営者として生産能力を拡大するための投資を迫られ、もちろん生産拠点は少しずつ増やしてきたが、受注に追いつくところまで加速度的には投資してこなかった。

ビッグデータを武器に  
アジアの美容市場で  
主導権を握る

# SATICINE MEDICAL

山崎社長の  
ミライへのメッセージ

人生をも変える皮膚と  
向き合い生きるのは  
十分な価値がある



### COMPANY DATA

化粧品のOEM(相手先ブランド生産)メーカーとして、800ブランドの開発・生産を手がける。2016年12月には国産の天然素材を活用した原料開発で、世界初の植物ヒト型セラミドの開発に成功。埼玉県吉川市に本社工場、東京・江東区にラボを持つ。山崎社長はエンジェル投資家としての顔を持ち、スタートアップ企業のバルクオムやメデューラなどにも出資している

## 山崎智士 社長

**PROFILE**: (やまざき・さとし) 1972年9月18日生まれ、東京都出身。アトピー性皮膚炎を患う子どもたちと関わり、「技術で皮膚を変え、皮膚が変わることで人生が変わる」、そんなきっかけを広く提供したいと99年12月にサティス製薬を起業した

### TOPICS

#### OEM製造の低価格パッケージを開始

D2Cブランドの立ち上げ支援に特化し、800社以上の開発実績を持つサティス製薬は、低予算でオリジナルの化粧品ブランドの立ち上げが可能なOEM製造の受託を2022年1月に開始した。購入者の声や皮膚データをもとに高速で処方改良を行う独自の開発手法「アジャイル開発プロジェクト」を経て完成したユーザー満



足度の高い製品をベースに開発が可能。ブランド設計から処方開発・製造・販売支援まで、予算にあわせて30万円~対応する。今後、展開できる容器や原料の幅を広げ、個人やスモールチームなど小資本でのブランド立ち上げ支援を強化していく。

**WWD**:そこで社内改革に取り組んだ。

**山崎**:この2年は組織の“ぜい肉”を落とし、“筋肉質”な組織体制に向けて体質改善を進めてきた。設備を入れるのは簡単だが、今度は動かす人が必要になってくる。もちろん人を増やすこともできるが、それよりも大切なことは、今だからこそ一緒にいるメンバーがこの会社で、人生を満たすことができるかどうかだ。できないならば、新

しく入った人も不幸になる。そこで人を増やさない、ゆえに設備も導入しない、そうすると内製率が上がらないから外注比率が増えていくという数年だった。会社は経営者の器以上に大きくならないという説もあるが、部門にも同じ法則が適応されると思っている。当社は約200人が在籍しており、“もう少し背負える”会社だと感じているが、まだ各部のマネージャーの器が追いついていなかった。そ

こで、30年を見据えたプロジェクト「2030プロジェクト」を通じて、マネージャーの器=部門の力を大きくする目論見を立てている。

**WWD**:パーパスが明確だ。

**山崎**:会社の目的は、人だ。一緒に働くメンバーが幸せになることが、会社の目的以外なものでもない。200人が力を合わせて成し遂げたソーシャルインパクトで周りに胸を張れること。つまり、自慢できる仕事ができることも幸せの一要素だと思っている。そのために理念がある。われわれは「1人でも多くの女性に正しい綺麗」を理念に掲げているが、多様化するマーケットには技術の多様化で追いかけることが必須だ。そのためには組織自体の自立した多様性が大切になってくる。現状199人のメンバーは、僕ができないことをできる人。スタッフの自立や個性の尊重を大切にしている。

**WWD**:2022年の展望は。

**山崎**:われわれは、“個人”の表現したい思いをお手伝いすることに注力している。昨年3月に買収した化粧品のOEM製造工場は小ロット生産に適しているため、化粧品を作りたい“個人”をこれまで以上にサポートする。仲の良い友人との「思い出のための化粧品」さえ作れる金額感だ。また、創業から基幹プロジェクトの一つとして取り組んでいる「製造者がサティス製薬なら間違いなし」と、消費者が商品を選ぶ基準の一つになれるよう、まい進する。