

「ヨロコ美とともに」をスローガンに 関わる全ての人々を笑顔にする

TOA 株式会社
トーア



1912(大正元)年に創業し、化粧品の生産を行ってきたTOA株式会社。OEM/ODM生産を行い、化粧品メーカーのブランド力向上に貢献。2024年、社名変更とともに、「ヨロコ美とともに」をスローガンに掲げ、次なる成長ステージへ向け走り出した同社。今回は会社発展の経緯と社名変更に向けた想い、今後の展望について代表取締役社長の神崎義英氏にお伺いしました。

インタビュー：当協会専務理事 大辻眞一

大辻専務理事 本日は大変お忙しいなか、ありがとうございます。まずは、創業当時のお話についてお聞かせください。

神崎社長 当社は、化粧品 OEM/ODM 会社で化粧品受託製造専門メーカーとなります。その取引先は国内の小さなブランドから海外の大手高級ブランドまで幅広く、スキンケア・ヘアケア・メイクアップなど化粧品全般を取り扱っています。

私の祖父である神崎義臣が、1912(大正元)年に創業し、100年以上続く会社です。祖父は香川県の生まれであり、高松から大阪へ上京したのち、大阪にある石鹼製造工場に勤務していたと聞いています。その後独立し、大阪の阿波座で「金陵園」という社名で化粧品会社を創業します。

会社名は、創業者である祖父の出身地、香川県の日本酒の銘柄の「金陵」に由来しています。将来金陵のように全国的に知れ渡る会社になりたいという願いを込めてこの社名にしたそうです。

当時は「ローゼン」や「シラホ」といった自社ブランドを持つ化粧品メーカーとして事業展開をしていましたが、第二次世界大戦末期、1945年の大阪大空襲の際に工場が全焼してしまいます。残ったのは製造ノウハウのみでした。事業を再スタートする際、自社ブランドで売る事業展開はせず、モノを造ることに特化した OEM 生産に舵を切りました。祖父は、モノを売るよりもモノをコツコツ作ることが好きな寡黙な性格であり、また、モノを造り、売ることの両立も難しいと判断したためと聞いています。このように、工場の焼失により、祖父が OEM 生産に舵を切ったことが、当社の今も続く事業形態となりました。



世界一のOEMメーカーとの技術提携

大辻 工場の焼失という不運を契機に、製造ノウハウを武器に OEM 生産に転換されたんですね。その後、大きな転機として大手外資メーカーとの業務提携をされていますが、どのような経緯があったのでしょうか。

神崎 1960年から70年代は、1964年の東京オリンピック開催も相まって、外資系企業が日本市場へ積極的に参入を開始し、化粧品業界も例外なく日本の市場に参入してきました。OEM 生産に舵を切っていた当社は外資系企業と仕事をしたいという想いがあり、一方で外資系企業は日本でブランドを展開したいという互いの思惑が一致したことにより、1968年に、当時世界一の化粧品 OEM メーカーである Kolmar Laboratories Inc. (以下、「Kolmar 社」)と技術提携契約を締結しました。

契約締結から4年後の1972年に社名を日本コルマー株式会社へ変更します。この技術提携契約により、生産品目を増やしていきました。それと同時に順調に事業は拡大していきます。1980年代後



代表取締役社長 神崎 義英 氏

TOA 株式会社

事業内容：化粧品の受託生産、
医薬部外品の受託生産 ほか

本 社：大阪市中央区北浜三丁目5番29号 会社ホームページへリンクします
日本生命淀屋橋ビル 17 階

創 業：1912(大正元年)年

従業員数：2,264 名(2024 年 5 月)



半頃には、業績も技術力も Kolmar 社と肩を並べる水準にまで成長していました。当社自身が十分に実力をつけたことから、Kolmar 社とは技術提携関係を発展的に解消し、ビジネスパートナーとして共同でグローバル展開を目指すプロジェクトを立ち上げるなど、数年にわたって検討を進めていたものの、実現には至りませんでした。

原点と未来を表す新社名

大辻 技術提携解消後も社名の変更を行わず、2024 年 6 月 1 日に「TOA 株式会社」へ変更されました。その経緯をお聞かせいただけないでしょうか。

神崎 技術提携を解消して以来、社名変更を検討してきました。しかし、OEM/ODM 事業において、製造販売元として当社の社名と住所が容器等に表示されている製品が多く、変更した場合、顧客企業へのご迷惑や影響が予想されました。そのため、思い切った決断ができずに二十数年が経ちました。しかし、今回、入居するビルの建て替えにより本社の移転が決まり、このタイミングに合わせて社名を変更するに至りました。

大辻 OEM/ODM 事業という特性上なかなか社名変更を行いにくい状況だったのですね。それでは「TOA 株式会社」という社名の由来についてお聞かせいただけないでしょうか。

神崎 実は、創業当時の社名であった「金陵園」から新社名をつけるといった案もありましたが、結局「TOA 株式会社」と決めました。

読み方は「トーア」です。「TOA」は「Total Outsourcing Access」の頭文字をとってつけています。「Total Outsourcing」には、従来通りお客様の商品開発や製造にとどまらず、サステナブル経営に貢献する商品の開発や製造、また、さまざまな業務委託の形態にトータルに 대응していきたいという想いを、「Access」には常に安心・信頼を持ってアクセスしていただける会社であり続けたいという想いを込めています。また、「T=たのしい O=おもしろい A=あたらしい」の姿勢を大切にしてもらいたいという想いも込めています。このように当社が化粧品 OEM/ODM 会社であるという原点を再確認するとともに、次世代にステップアップしていこうという気持ちを新たにしたのが今回の社名変更でした。



大辻 「TOA」への社名変更と共に、新しいスローガン「ヨロコ美とともに」を定められました。こちらの由来はどのようなことでしょうか？

神崎 化粧品受託製造専門会社として、創業以来「美」と「健康」を通してお客様に「喜び」を届けてき

ました。これからも社会や当社に関わる多くの人々に喜びをお届けし、すべての人々とともに歩んでいきたいという願いをこめて、「喜び」と「美」を重ねた造語「ヨロコ美」にし、そこに「ともに」を添えた「ヨロコ美とともに」をスローガンに決めました。



ワンストップ・トータル・サービス

大辻 新社名やスローガンには、社員の方々が笑顔で活躍できる会社を築いていきたいという強い想いが現れていますね。そのなかで、これまで培ってきた貴社の強みをお聞かせいただけないでしょうか。

神崎 化粧品業界では、20年程前から大手ブランドメーカーの外注化が活発になってきました。当社は、自社ブランドを持たず OEM/ODM に特化しているため、顧客企業から厚い信頼を寄せられており、それが大きな強みと考えています。

また、生産品目を増やしていった結果、スキンケア・ヘアケア・メイクアップなど、化粧品全般を取り扱えるようになったことも強みだと考えています。

さらに、化粧品 OEM だけでなく、企画設計から処方開発、生産まで一貫して対応できる「ワンストップ・トータル・サービス」である ODM (Original Design Manufacturing) ができることも強みです。長い歴史のなかで培ってきた、薬機法などの関連諸規則対応の手続きや新製品のコンセプト設計、処方開発といった広範囲に及んだサポートをしています。

大量生産だけでなく、多品種少量生産にも柔軟に対応でき、地震などの災害があった際に備えりスク分散ができる、多拠点化した研究所・工場が

あることも強みだと考えています。

大辻 これまでの歴史から、化粧品全般を取り扱えることや OEM 生産が追い風となり、その結果、ODM や柔軟な対応力、そして多拠点化している事業所が強みであることが分かりました。そのなかで苦勞されていることがあるとすればどのようなことでしょうか。

神崎 やはり人材です。特に化粧品業界は機械化がしにくく、労働集約型産業と呼ばれています。そのため、多拠点化している当社は人材を確保することが命題です。各工場では、新聞に広告を入れ求人を出しているほか、地方公共団体の方々にも協力してもらいながら人材を確保しております。

トップダウンからボトムアップへ

大辻 人材確保に向けて注力されているとのことですが、すでに入社されている社員の皆様にはどのような教育をされているか、仕組みなどをお聞かせいただけないでしょうか。

神崎 当社は約 1,000 名の正社員のうち、20%にあたる 200 名程が研究者となります。この研究者のほとんどは新卒で入社してきた社員です。この研究者一人ひとりのスキルや能力にあった教育訓練を行っています。

研究者以外の社員に対しても社内教育に力を入れています。新入社員教育を行った後、各部署に配属しますが、現場の環境、雰囲気を感じてもらって成長してほしいという思いから、およそ 2 年間、工場などの生産現場に配属しています。その生産現場で OJT を行い教育していきます。



また、マネージャーといった中堅社員に対しても外部の講師をお呼びし、コンプライアンスや部



下とのコミュニケーションなどの研修を行っています。さらに、IT パスポートや生産管理検定など業務に関する資格取得に関わる費用を補助、援助を行い、自己研鑽に努めてもらっています。

大辻 社内教育に力を入られているなか、こんな社員であってほしいといった想いはおありでしょうか。

神崎 当事者意識をもって、次の100年に向かって、社員一丸となって、全員が活躍できる会社に推し進めていってほしいと願っています。

当社の社員の特徴は「真面目」です。これは創業者の意思や社風から生まれているものと思われまます。一方で「イノベティブさ」には少し欠けている時があります。この「イノベティブさ」を醸成するためにさまざまなプロジェクトチームを立ちあげました。

特に今回の本社移転や社名変更などに対して、各部署の若手社員にも参加してもらい、プロジェクトを動かしてもらいました。私からほとんど口を出すことなく、本社移転に伴うレイアウトや、社名変更に伴うスローガン策定を無事完遂できたことは、これからの社員が次の100年に向かって当社を推し進めていかなければならないという意識を社員全員が持ってもらえたと思っています。今回上手くいったのは、ボトムアップ型で社員から



総務部 アシスタントマネージャー 小川 比呂志 氏

のさまざまな意見や提案を吸いあげ、前向きな姿勢で失敗を恐れずに、新しいことにチャレンジできる環境を創りあげたからと思っています。一方でトップダウン型の体質が残っていますので、これからはボトムアップ型を進め、チャレンジし続けられる環境を整えていきたいと思っています。

これからの成長に向けて

大辻 最後に、次の100年に向けた方向性やビジョンをお聞かせください。

神崎 モノづくりは今後衰退をたどるといった声もありますが、たとえ人口が減っていったとしても、モノづくりは無くならないと考えています。

しかし人口減少に伴い、労働集約型産業である化粧品業界がいかに人材を確保していくかが課題です。そこには、難しいといわれている機械化を押し進めることも鍵になると思います。

それに加え高付加価値化が必要になると思っています。特に化粧品は付加価値が大事であり、日本が持っている高品質の強みを当社はさらに推進していかなければなりません。

また、柔軟な対応が強みである当社ですが、今後も時代の変化に合わせて当社の環境も変えていかなければなりません。20期連続で増収となっているのは、時代の変化に合わせて当社が変わってきたからだと思いますが、これからの100年も同様に時代の変化に対応しながら、社員とともに成長していきたいと思っています。

—貴重なお話をいただき、ありがとうございました



(写真右は協会専務理事 大辻眞一)