

1. 長期成長ビジョン

当社の経営理念である「ずっと変わらぬ やさしさを」を体現するため、市場環境やニーズの変化に対応した上で、品質第一主義に拘り、「やさしさの連鎖の起点となる製品やサービスをつくり、多くの人の幸せを届ける。」

長期成長ビジョン（目指す姿・ビジネスモデル）

<経営方針>

ミッション：事業を通じて**品質第一主義**で広く社会に奉仕する

ドメイン：美と清潔 健康づくりに役立つ商品やサービスを提供する

コアバリュー：共進の精神、製品の人格化、堅実経営

ビジョン：美と清潔 健康づくりに役立ち、社会から必要とされ、社員が誇れる会社として進化し続ける

<2032年に目指す姿・ビジネスモデル>

1. 経常利益率 5%以上を長期的なスタンスで達成する
2. 「モノ作り」の原点に立ち返り、**品質第一に徹する（SDGs の推進）**
3. 事業領域を拡散させず、**限りある経営資源を集中して投下**する
4. 常に「**革新**」を意識して仕事に取り組む

会社全体の売上成長目標（基準年～2030年度）

- ・ 売上高成長率18.9%
- ・ 売上高増加額167億円

会社全体の賃上げ目標

- ・ 4.06%（直近事業年度～基準年度）
- ・ 8.00%（基準年度～事業化報告3年目）

外発的動機

- ・ 日本的人口減少と世界人口増加

日本は人口減少と高齢化が進み、**個人・高齢者向け市場が拡大**が予想される。一方、世界的には人口が増加し、特にアジアでは人口増と需要増が続くと見込まれる。

- ・ **モノからコトへ本格的移行** 化粧品市場の成熟化と飽和化
スマートフォンと通信技術の進化により、**消費者が主役となり「モノ」より「コト」で共感**を得ることが重要に。企業の一方的な発信ではなく、**体験や共感を通じたファンづくり**が鍵であり、特に若年層へのアプローチが今後の成長に不可欠となっている。

- ・ 「やさしさ」（環境、人、心など）への関心の高まり

環境への配慮は今やビジネスの基本条件であり、当社も「やさしさ」を軸に、**肌や心に優しい新商品の開発**が求められている。

内発的動機

- ・ 圧倒的知名度、身体洗淨料での地位向上

社名と赤箱や青箱のブランドとしての圧倒的知名度がある。この知名度と好感度で、固形石鹸ナンバーワンの地位は揺るぎないものとなっている。更に、ボディソープ市場では第3位の地位であり、第2位のユニリーバとシェアは縮まっている。

- ・ 品質へのこだわり

当社が長年こだわってきた「**品質第一主義**」を貫きながら「**お客様の求め（ニーズ）に即応した商品開発は必要不可欠**」である。

- ・ マスマーケットに合わせた考え方や設備の見直し
従来型のマスマーケットに合わせた大量生産大量消費（薄利多売）と、時代に合わせたスモールマス、**パーソナリ化に合わせた少量生産少量消費（厚利少売）**の二つを同時に進めて行く必要がある。

2.補助事業の概要

当社の成長を加速させる転機となる第二工場の建設・稼働を通じて、固形石鹼分野で築いたトップシェアの実績とノウハウを他商品へも展開するとともに、高付加価値商品の生産を拡大し、事業規模の拡大を図る。

補助事業の 背景・目的

- キャパシティ不足によって生産力に課題があることから、第二工場を新設し生産能力を改善するとともに、既存工場の生産体制も見直し、環境負荷の少ない生産体制の拡充を図る。

事業費 (補助額)

145億円
(46億円)

設備投資の 内容

- 当社の**大阪安田工場に次ぐ第二工場**として、**岐阜県可児市に新工場**を新規建設する。
- 第二工場では主に**液体石鹼商品を生産**する想定である。製造ラインは18ラインとなる計画であり、既存工場の液体製造ラインの1.5倍の規模の生産設備となる。
- 第二工場稼働に伴い**既存工場に生産キャパシティ余裕が生じる**ことから、スキンケア・ヘアケア商品やプレミアム石鹼等の**高付加価値商品の生産に切り替える**計画である。
- 第二工場稼働に伴い人員の採用も想定しているが、**自動化・IoT化による省人化**や上述の高付加価値商品の拡大によって、労働生産性は大きく上昇している。



目標値

項目	2027年度 (基準年度)	2030年度 (基準年度 + 3年後)
労働生産性 (単位：万円/人)	1,655万円/人	3,256万円/人 (年平均上昇率 + 25.3%)
従業員1人あたり給与支給総額 (単位：万円/人)	760万円/人	957万円/人 (年平均上昇率 + 8.0%)
役員1人あたり給与支給総額 (単位：万円/人)	-	- (年平均上昇率 + 6.0%)
補助事業に係る従業員数 (単位：人)	324人	350人