



Empower the Maker.

いいものが、正しく届く世界へ。

目次

01

About us

会社について

02

Business

事業について

03

Strengths

モノックの強み

04

Growth

成長戦略

05

Team & Culture

組織とカルチャー

06

Recruit

採用について

01

About us

- 会社について

ビジョン・ミッション／代表メッセージ／会社概要／沿革

VISION

いいものが、正しく届く世界へ。

思いを込めてつくられたものを、思いを込めて売り、広める。

思いを込めてつくられたいいものでも、日本の独特な市場への理解や経験がないと埋もれてしまいます。日本の売場に合わせて、丁寧にローカライズする。什器の文言も、営業で交わす言葉も、ひとつひとつにこだわる。その積み重ねが、いいものを正しく届けます。

MISSION

AI を駆使し、メーカーとリテールを再発明する。

まだまだアナログ作業が多い現場を、AI を活用し、スピーディーにブランドも売場も人も、価値を繋げます。

モノックが大切にすること。

判断に迷ったとき、私たちがいつも戻ってくる4つ。

01

熱狂できるほうを選ぶ

安全な選択より、面白い選択。高い目標を掲げ、夢中で挑み、まず試す。

02

売場に答えがある

顧客視点を最優先に。判断は会議室ではなく店頭で、数字と現場の両方から決める。

03

スピードは、最大の武器

時は金なり。完璧を待たず60%で動き、修正しながら前へ進む。

04

目標から逆算し、改善を重ねる

成果を決めるのは努力量ではなく、目標設定の質と改善の積み重ね。

※ 全18条の「モノック行動規範」から抽出した4つ。全文は選考の過程でお渡します。



2年間でできなかった分析が、 たった1日で終わった。

日々積み上がる膨大な販売実績のデータの分析を、AIに任せてみたら1日で完了した。

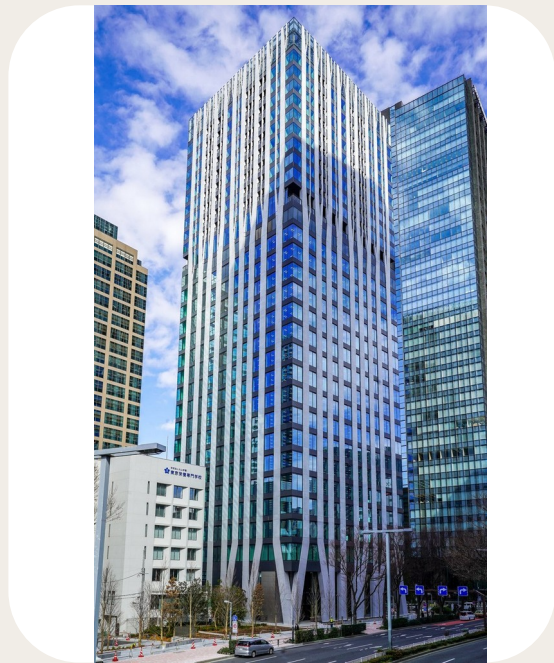
私はiPhoneを始めて手にした時にその革新さに衝撃を受け、iPhoneアプリの会社を創業しました。昨今のAIの進歩はその時以来の衝撃です。

AIを“使いこなせるか”が、これからの企業の決定的な差になる。1年の差が、圧倒的な差になる——それが、私たちのいちばんの確信です。

代表取締役 **小澤 一郎**

会社概要

社名	モノック株式会社（旧 パペルック株式会社）
設立	2011 年 10 月（15 期目・8 月決算）
代表取締役	小澤 一郎
資本金	1 億 9,793 万円（資本準備金含む）
株主	経営メンバー、デジタルガレージ、East Ventures
所在地	東京都新宿区西新宿 6-11-3 D タワー西新宿 10 階
事業内容	化粧品メーカー事業



テクノロジーで事業をつくり続けてきた、15 年。



02

Business

- 事業について

事業内容 / トラクション / ブランド / 市場

モノックは、3者のあいだに立つ会社です。

海外ブランド・小売バイヤー・消費者。モノックが真ん中に立ち、企画から売場・販促までを担うことで、3つの課題を同時に解きます。

韓国ブランド本社

日本の市場も販路もわからない。任せられる相手がいない。

日本の小売バイヤー

話題の商品と、売れる売場の提案をまとめて持ってきてほしい。

モノック

消費者

SNS で見たあのコスメを、近くの店で試したい。

化粧品メーカー事業

メーカー事業

海外ブランドの独占ライセンスを取得し、日本市場向けに企画・展開する。

D2C 支援で培った「企画～販売」の一气通貫 DX を、メーカー業へ転用。

Empower the Maker. AI ネイティブな実行力

AI を駆使し、メーカーとリテールを再発明する。まだまだアナログ作業が多い現場を、AI を活用し、スピーディーにブランドも売場も人も、価値を繋げます。

小売 20,000 店舗以上

バラエティ／ドラッグストア等の強固な流通網

EC

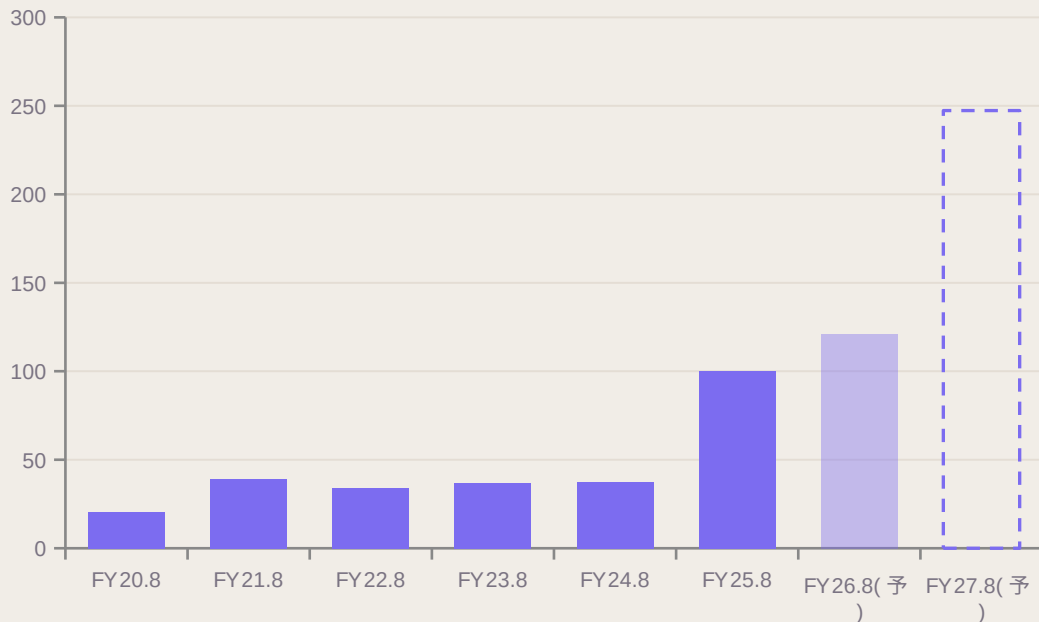
オフィシャルサイト運営・モール出店

メディア／インフルエンサー

自社・外部メディアのネットワーク

売上は前期比 約 2.7 倍の急成長

指数（FY2025.8 = 100）



2.7 倍

売上高の伸び | FY2025.8（前期比）

100 億円

4年後の売上目標

具体的な売上金額は、選考のなかでお伝えします。

バニラコ、2年で7.8倍に成長。

7.8 倍

上代売上の成長（2024年3月～の2年間）

200 万個

バニラコ 累計出荷数

9,000 店舗 +

全国の取扱店舗数（バラエティ・ドラッグストア等）

@cosme store で、過去最高売上を記録

大阪

1週間の売上が過去最高

東京

1週間の売上が過去最高

当日枠にも100名以上の長蛇の列。原宿駅前の巨大サイネージでも放映。

ベストコスメ受賞

@cosme・LOFT・PLAZA でベストコスメを受賞。オンライン・オフラインの両方で高い評価を獲得。

※ 7.8倍は2024年3月（展開開始月）と2026年〇月の月間上代売上の比較。

韓国発ブランドを、独占的に日本展開。

BANILA CO

韓国を代表するビューティーブランド

2005 年誕生の実力派。2024 年から独占展開し、累計 200 万個超を出荷。@cosme store では 1 週間で過去最高売上 (大阪・東京) を記録し、@cosme・LOFT・PLAZA でベストコスメを受賞。



AESTHEFIC

韓国発肌管理発想スキンケア

PDRN セラムやコラーゲンマスクなど、肌悩みに特化した専門スキンケア。

POSTES

韓国発フレグランス

「忘れられない思い出の香り」。日本初上陸の POP UP を渋谷で開催し、全国展開へ。

NE:AR

インナービューティー

コラーゲンをはじめとするインナーケアで、美容を内側から支える。

売場で愛される、プロダクトたち。



OTARU 「A Letter in Fragrance」 POP UP | 渋谷



各ブランドのプロダクト (一部)

韓国コスメ | 2兆円市場で最も伸びる、輸入 No.1。

01 化粧品市場は、2兆円

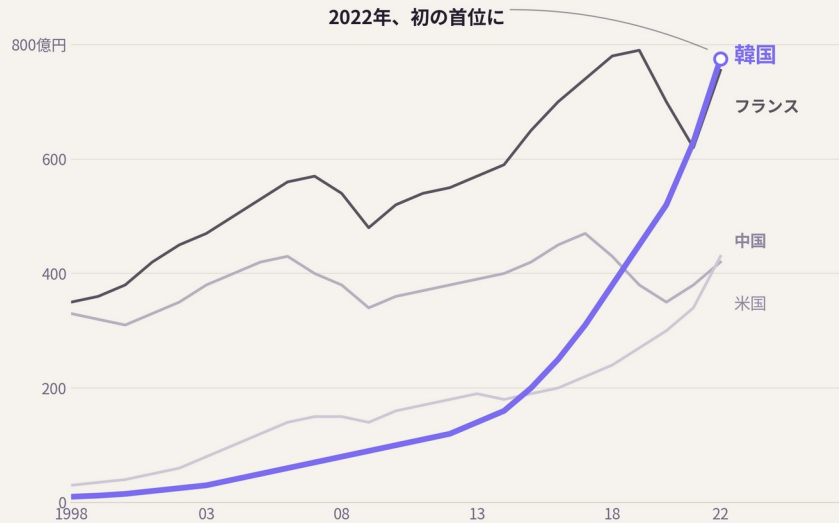
国内化粧品市場全体で約2兆円。韓国コスメは、そのなかで最も伸びているジャンル。

02 日本の化粧品輸入 第1位

韓国は世界の化粧品輸出で3位に浮上。日本への輸入もトップに。

03 参入余地が大きい

韓国メーカー・輸入代理店ともにDXはこれから。売場データとデジタルを使いこなす余地が大きい。



輸入シェアは30.8%で4年連続の首位。2位フランスに+8.0ptの差。

※ エンドユーザー売上ベース。バニラコはオフライン／オンラインのバランスが良い。出典：日本化粧品輸入協会 (CIAJ) ・財務省貿易統計ほか

2兆円の市場で、モノックはまだ0.1%。

● 2兆円

国内化粧品市場

韓国コスメは、このなかで最も伸びているジャンル。

● 100億円

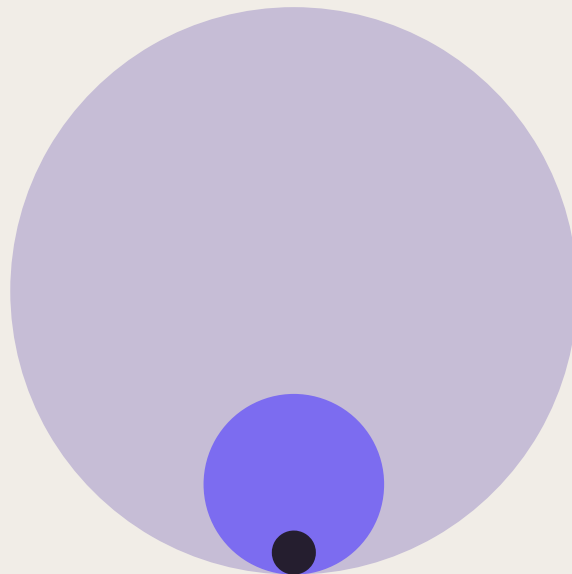
4年後の売上目標

市場シェアにして、およそ0.5%。

● 約0.1%

現在の市場シェア（FY2025.8）

2兆円のうち、まだこれだけ。伸びしろしかない。



※ 上代・エンドユーザー売上ベースの概数（出典は前ページに記載）。

03

Strengths

- モノックの強み

4つの強み／一般的な代理店との違い

モノックの 4 つの強み

01

営業力

9,000 店舗以上での販売実績。売上を伸ばす“面の獲得”を最も得意とする。

02

プロデュース実績

40 ブランドの立ち上げと成長を支援。企画から店舗導入・マーケティングまで熟知。

03

マーケティング

10 年・100 ブランド超の化粧品マーケティング支援。SNS・トレンド対応に強い。

04

AI ネイティブ

分析・資料作成・メール・タスク管理を AI で内製化。少人数で事業を動かしている。

企画から売場まで、全工程を自社でリードする。

ブランドを企画してから店頭で売れるまで。その意思決定と設計を、自社で担っています。



モノック — 企画・商品開発から売場・販促・分析まで、すべて自社でリードする。

だから、ブランドの売上そのものに責任を持てる。「輸入して卸すだけ」の会社とは、仕事の射程が違います。

● STRENGTHS

「輸入して卸すだけ」ではない。企画から販促まで、一貫通貫。

モノック

一般的な代理店

輸入



○ 輸入のみ

卸・営業

◎ 強固な営業体制

△ 卸すだけ

PR・マーケ

◎ 10年／100ブランド超を内製

△ 広告代理店に丸投げ

戦略立案

◎ 販売・流通・競合分析

× なし

商品開発

◎ 日本専用色を共同開発

× なし

AI活用

◎ 業務を内製・高速化

× なし

04

Growth

- 成長戦略

100 億円への道筋

100 億円への道筋。

STEP 1

既存ブランドの売上拡大

取扱 9,000 店舗の“面”を広げ、既存ブランドの売上を最大化する。

STEP 2

AI 内製化で利益率改善

企画・分析・事業計画を AI で高速化し、少人数で高収益を実現。

STEP 3

ブランド買収、ブランド立ち上げ

M&A や自社ブランドの立ち上げで、ポートフォリオをさらに厚くする。

いまは、事業拡大と採用強化のフェーズ。 営業・マーケティング・AI と人材へ集中投資しています。

ここ1年で、14.5億円の資金調達を完了。

大手金融機関・ベンチャーキャピタルからの信頼を力に、これから大きな成長フェーズへ。

直近1年の資金調達額（借入・出資・

MIZUHO
みずほ銀行

MUFG
三菱UFJ銀行

りそな銀行
RESONA

商工中金

FC 日本政策金

東日本銀行

北國銀行

千葉銀行

きらぼし銀行

Digital Garage

East Ventures

※ 掲載順は順不同。各ロゴは各社の商標です。

2030 年、売上 100 億円へ。

	FY2025.8	FY2026.8	FY2027.8	FY2030.8
ブランド	バニラコ 1 ブランド	新ブランド続々開始 第 2 の主力ブランド開始	スキンケア拡大 TVCM 展開	独占ライセンス拡大 M&A も視野に
売上	黒字で成長中	拡大フェーズ	さらに拡大	100 億円
組織・採用	十数名	採用強化フェーズ	職種ごとに増員	100 億円を支える組織へ

※ FY2025.8 は実績、FY2027.8 は予測。それ以外は方針ベースの想定です。

05

Team & Culture

- 組織とカルチャー

AI 時代に人間が担うこと / 働く環境 / 求める人物像

AI 時代に、人間が担うこと。

分析・資料作成・メール・タスク管理は AI に任せる。だからこそ、人の価値は“ここ”に集中する。

意思決定とビジョン

何をやり、何をやらないか。AI に“何をさせるか”を決める。

0→1 の創造

ブランドの世界観や、まだ無い価値をゼロから生み出す。

人を動かす関係構築

小売バイヤーやブランド本社との交渉・信頼づくり。

AI を使いこなす設計力

業務を AI 前提で再設計し、成果を一瞬で出す体制をつくる。

十数名で、100 億円を目指す組織。

肩書きより役割。ひとりが受け持つ範囲が、そのまま裁量の大きさになります。



※ 人数は [] 年 [] 月時点。全職種で採用中です。

働く環境

少数精鋭 × AI フル活用

十数名のチームで、全国 9,000 店舗の売場を動かしている。裁量が大きく、AI を使って“2 年分の仕事を 1 日で”進める。

西新宿の高層オフィス

D タワー西新宿 10 階。出社ベースで、スピード感のある議論と一体感を大切にしている。

フラットで実力主義

年次や肩書きではなく、成果とアイデアで評価。代表との距離も近く、意思決定が速い。

福利厚生・環境

- 最新型 Mac を支給
- 化粧品購入費を支給
- 交通費全額支給
- 書籍購入費を支給
- お菓子・コーヒー・ドリンク無料
- 社会保険完備

働く環境の基本情報。

応募を判断するうえで必要な条件を、まとめて記載しています。

01

就労環境

始業 9:00（2026 年内に 10:00 から移行予定）

所定労働時間 [] / 退勤目安 []

出社ベース（リモート勤務は原則なし）

東京・西新宿 D タワー西新宿 10 階 / 服装自由

02

休日・休暇

[完全週休二日制 / 土日祝休み]

年次有給休暇 [] 日（入社時付与）

夏季・年末年始休暇 / 慶弔休暇

産前産後・育児介護休暇

03

待遇・福利厚生

最新型 Mac を支給 / 書籍購入費を支給

化粧品購入費を支給 / 交通費全額支給

お菓子・コーヒー・ドリンク無料

社会保険完備

※ [] は確定後に記入します。公開までに確定しない項目は、記載を外して運用します。

求める人物像

スキルよりも、この8つを持っている方と一緒に働きたいと思っています。

01

当事者意識

ブランドの成長を自分ごととして動ける。

02

向上意欲と自走力

自分で学び、できることを増やしていける。

03

改善思考

慣習にとらわれず、良いやり方に変えられる。

04

困難を楽しめる

難しい仕事にこそ、やりがいを感じられる。

05

顧客・売場起点

消費者と売場を起点に考え、数字で検証できる。

06

AI への好奇心

AI 前提で業務を再設計し、使いこなせる。

07

自分から手伝う

手が空いたら、担当の外でも自分から動ける。

08

助け合える協調性

困っているメンバーに気づき、声をかけられる。

自ら学ぶ人には、機会も情報も惜しみなく渡します。 学びたい意志に、会社は全力で応えます。

熱狂して働くことを、歓迎します。

求めているのは長時間労働ではなく、成果と生産性、そして事業へのコミットメントです。

熱狂を、歓迎します

事業を伸ばすことに本気になれる人と働きたい。代表も現場も、同じ熱量で走っています。

評価するのは、成果と生産性

働いた時間の長さではなく、出した成果とその速さを見ます。AI と仕組みで、短い時間で大きく動かす。

休むときは、気持ちよく

有給はしっかり取って OK。引き継ぎとタイミングに配慮すれば、あとは思い切り休んでください。

担当の外にも、手を伸ばせる

役割の線引きはゆるやかです。隣の工程まで踏み込むほど、仕事はどんどん面白くなります。

※ 勤務時間・休日などの具体的な条件は「働く環境の基本情報」のページに記載しています。

モノックで働く人たち。

前職、入社理由、大変だったこと、そこからの成長。実際のメンバーの言葉で。

写真

MEMBER 01

小澤 一郎

代表取締役

- ・ 前職 / 入社理由
- ・ 入社して大変だったこと
- ・ そこからの成長
- ・ 入社前と後のギャップ

写真

MEMBER 02

篠原 []

[職種を記入]

- ・ 前職 / 入社理由
- ・ 入社して大変だったこと
- ・ そこからの成長
- ・ 入社前と後のギャップ

写真

MEMBER 03

小澤 朋代

[職種を記入]

- ・ 前職 / 入社理由
- ・ 入社して大変だったこと
- ・ そこからの成長
- ・ 入社前と後のギャップ

※ 写真とコメントは取材後に差し替えます。公開までに間に合わない場合は、このページを外して運用します。

06

Recruit

- 採用について

募集職種 / 選考フロー

いま、私たちが困っていること。

これがそのまま、入社したあなたに解いてほしいテーマです。

売場を広げる手が足りない

9,000 店舗まで広げましたが、白地はまだ大きい。提案に行ける人の数が、そのまま売上の上限になっています。

複数ブランドを同時に立ち上げる

新ブランドを続々と立ち上げ中。同時に走らせるには、ブランドごとに任せられる人が必要です。

売場の磨き込みが追いつかない

導入した売場を磨くほど売上は伸びる。まだ手を入れられていない売場が、全国にたくさんあります。

仕組みをつくる人がほしい

業務を AI と仕組みで速くする余地は、まだ大きい。自分の仕事から変えていける人を探しています。

募集職種（1 / 2） | ビジネスフロント

SALES

営業

国内大手小売への提案型営業。商談・関係構築から売上データの分析・改善提案、販促企画まで。9,000店舗の“面”をさらに広げる。

SALES ASSISTANT

営業アシスタント

商談準備（資料・見本の手配）と商談エントリー資料の作成が中心。当初は商談に同行し、以降は資料作成とバックオフィスからの営業フォローを担う。

VISUAL MERCHANDISING

VMD

売場・什器・ディスプレイの設計とPOP企画。全国の店頭でブランドの世界観と“売れる売場”をつくる。

MARKETING

マーケティング

SNS・インフルエンサー・広告を統合したブランドマーケティング。10年・100ブランド超の知見とAIで勝ちパターンをつくる。

募集職種（2 / 2） | ブランド・経営

BRAND MANAGER

ブランドマネージャー

担当ブランドの戦略・商品企画・マーケ・流通を一気通貫でリードし、ブランドの P/L に責任を持つ。

CORPORATE PLANNING

経営企画

事業計画・KPI 設計、新ブランド立ち上げや M&A の検討。AI で分析を高速化し、経営の意思決定を支える。

FINANCE

財務

経理・決算から予実管理、大型資金調達のサポートまで。100 億円への成長を財務面から支える。

LOGISTICS OPERATIONS

受発注ロジオペレーション

大手小売からの受注対応、倉庫への出荷・発注指示、在庫調整。業務フローの AI 化・改善もリードする。

どの工程に、誰が立つのか。

ブランドを売場に届けるまでの流れと、それぞれの職種が関わる範囲。



一人が一工程だけを担うのではなく、隣の工程まで踏み込めるのがモノックの働き方です。

入社後のキャリアの広がり。

営業として入社したあと、どこへ進めるか。代表的な 3 つの道すじです。

PATH 1

営業として深める

営業



主要チャネルを任される



営業リーダー / チームの数字を持つ

PATH 2

ブランドを持つ

営業



ブランド担当



ブランドマネージャー / P/L に責任を持つ

PATH 3

仕組みをつくる

営業



業務改善・AI 活用をリード



経営企画 / 事業計画と KPI を設計

※ キャリアの一例です。実際の登用は、成果と本人の志向に応じて決まります。

営業職の、ある 1 日。

9:00

出社・朝礼

全体で当日の動きを共有。担当ブランドと売場の数字を確認し、その日の優先順位を決める。

10:00

商談へ

大手小売のバイヤーとのアポイントへ。少ない日で 1 件、多い日は 4 件。1 日の多くを外で過ごす。

日中

売場を見る

商談の合間に店頭をチェック。棚の状態や競合の動きを、自分の目で確認する。

夕方

帰社・社内 MTG

商談内容を共有し、次の一手を決める。分析・資料作成・メール・タスク管理は AI で効率化する。

※ 現在は 10:00 出社。今後 9:00 出社に移行する予定です。

美容業界での経験が、そのまま武器になる。

- | | |
|------------|--|
| バイヤーとの商談 | → 9,000 店舗の“面”をさらに広げる中核業務。培った関係性と交渉の勘所が、初日から活きる。 |
| 売場・VMD の知見 | → 韓国発ブランドを日本の売場に翻訳する仕事。什器・POP の判断が、そのまま売上に直結する。 |
| 商品・ブランド理解 | → 日本専用色の共同開発など、企画にも踏み込める。「売るだけ」で終わらない。 |
| トレンド感度 | → 韓国コスメは市場で最も伸びているジャンル。感度の高さが、そのまま企画のヒット率になる。 |

はじめての領域も、AI と仕組みで一気に埋められます。必要なのは、業界を知っていることと、伸ばしたいという意志です。

営業職の想定年収は、 600 ～ 800 万円。

600 ～ 800 万円

営業職の想定年収 | 経験・スキルに応じて決定

固定給 ベース

担当の当たり外れで、報酬が変わらない設計

固定給ベースにしている理由

担当する取引先によって売上規模が大きく変わるため。担当の当たり外れで報酬が上下しない設計です。

評価・昇給の考え方

年次や肩書きではなく、出した成果で判断します。具体的な条件は選考のなかでお伝えします。

手当・環境

交通費全額支給 / 最新型 Mac を支給 / 化粧品購入費・書籍購入費 / 社会保険完備

※ 上記は営業職の想定年収です。給与内訳・賞与・試用期間・評価頻度は、選考のなかで個別にお伝えします。

入社後、どう立ち上がるか。

入社前

事前キャッチアップ

入社前研修でブランドと商流の前提を共有。初日から動ける状態に。



入社直後

商談に同行

入社後すぐに商談へ同行。担当チャネルの全体像と主要バイヤーを把握する。



3 ヶ月

単独で商談へ

遅くとも3ヶ月で、一人で商談に行ける状態を目指す。数字の見方と改善の型を身につける。



それ以降

自分の型をつくる

売場施策や販促企画を自ら提案し、仕組み化してチームに還元する。

※ 少人数のため代表・現場メンバーとの距離が近く、疑問はその場で解消できる環境です。

入るなら、いちばん面白いタイミング。

新ブランド

9月にはTVCM開始。スキンケアにも参入する。立ち上げの中心に入れる。

100 億円

4年後の売上目標。事業が約5倍になれば、組織も役割も同じだけ大きくなる。

十数名

いまのチーム規模。このフェーズの人数は、二度と戻ってこない。

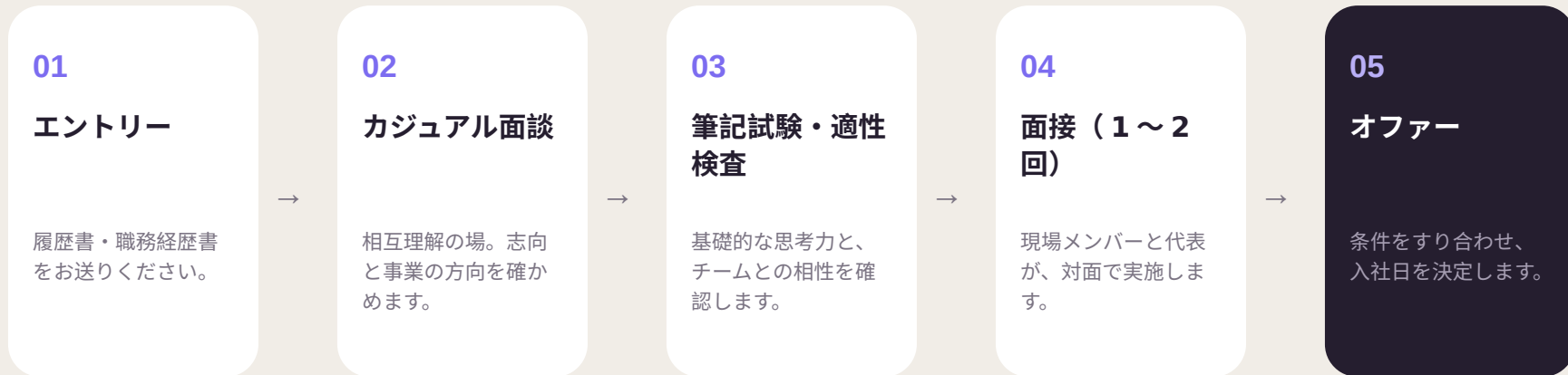
第2の主力ブランド

2026年FW、第2の主力ブランドが始動。立ち上げの初期メンバーになれるのは、いまだけ。

「1年の差が、圧倒的な差になる」 —— それは、事業だけの話ではありません。

選考フロー

面接はすべて対面で実施します。まずは気軽に、話しに来てください。



服装自由。カジュアル面談はオンライン可、その後の面接はすべて対面で実施します。

※ 各工程の所要時間と結果連絡の目安は、エントリー後に個別にご案内します。

これから仲間になるかもしれない、あなたへ。

この資料をここまで読んでくださって、ありがとうございます。

私は 2011 年、大学在学中に写真アプリの会社として起業しました。15 年のあいだにメディア、D2C 支援と事業を変えながら、いつも新しいテクノロジーで事業をつくってきました。2024 年に始めた化粧品メーカー業も、その延長にあります。

ひとつだけ、先にお伝えしておきます。モノックは全力で走っている会社です。私自身がいちばんハードワークしていて、同じ熱量で走れる方と働きたいと思っています。

自分で学びにいける方には、機会も情報も惜しみなく渡します。少人数なので、担当の外でも手を挙げてくれる人、困っている仲間に気づける人が、本当にありがたい存在です。

選考は、私たちが一方的に選ぶ場ではありません。あなたにとってモノックがいちばん力を発揮できる場所なのかを、一緒に確かめる場だと思っています。まずは気軽に、話しに来てください。

代表取締役 **小澤 一郎**

“

**同じ熱量で
走れる人と、
いちばん面白い
時期を。**

MONOC



いいものが、 正しく届く世界へ。

ものづくりの未来を、一緒につくる仲間を募集しています。

CONTACT モノック株式会社 代表取締役 小澤 一郎