

社会貢献が売上貢献になる！？画期的な官民一体型プロジェクトの活用方法

商品販促を通じて、社会的な課題解決を一般の消費者に啓蒙するには？
あらたグループが取り組んでいる「社会貢献型PR」の意義と狙いについて、広く実践しているお二人に語っていただきました。

官民一体型プロジェクトって何？

山下：そもそも「官民一体のプロジェクトって何？」と皆さん思っていると思いますので、官の代表であり行政にいる環境省の田中さんからご説明をお願い致します。

田中：ここで言う「官」とは政府や地方自治体を含めた行政の事です。そして「民」とは企業や民間団体の皆様になりますね。そして官民一体のプロジェクトとは、世の中の社会課題を解決する為に、民間と行政が一体となって実施するプロジェクトになります。

山下：政府や地方自治体と民間企業が1つの社会課題を解決する目的の為に一緒に活動をする事というのは何となくご理解頂けたと思いますが、ではどうやって「社会貢献を売上UPに繋げる事が出来るのか？」考えていきたいと思います。

社会貢献型PRについて

山下：JECの紹介も兼ねて、ご説明させて頂ければと思います。まず、JECでは社会貢献を売上貢献に繋げるマーケティング手法の事を「社会貢献型PR」と位置づけています。読んで字のごとく「社会貢献をしながらプロモーションをする事」です。

同じ社会課題の解決に向けて、官（行政）は「解決したい社会課題の具体的な解決策のプロモーション」をして、民（企業）は社会課題を具体的に解決できる「商品のプロモーション」をする事で官と民が同じ社会課題の下でお互いの強みを活かして効率良く目的を達成する事が出来る。まさにこの官と民のWin-Winの関係が「社会貢献型PR」になります。

田中：まさに官民一体でひとつの社会課題を解決している事になり、しかもそれぞれの事業活動になります。まさに私たちが進めている「ウォータープロジェクト」と同じ啓発方法ですね。

社会貢献型PRの事は理解したので

が、JECさんはそこでどんな役割を果たすのですか。

山下：JECの役割は2つです。1つ目は、社会課題を解決するプロジェクトを作る事。2つ目はプロジェクトを通じて官と民を一体化する事です。

田中：JECさんが官民を一体にする接着剤になるのです。それは、我々行政側からすると中々出来ない事でとてもありがたい事です。

山下：JECも5年目になるのですが、今では2500を超える企業様、そして950を超える地方自治体と一緒にこの社会貢献型PRを実施していますが、最初は本当に実績を作るのが大変でした。

今、JECでは「熱中症対策」「インフルエンザ対策」「少子化対策」「地方活性化」「ゴミ問題」そして、田中さんとコラボレーションして実施している「水循環と水環境」の社会課題解決型プロジェクトを官民一体で実施しております。

田中：プロジェクトの数も多いですが、一緒に実施している企業や行政の数が凄いですね。なぜそれだけの企業や自治体と一緒に活動が出来るのでしょうか？

山下：単純です。企業も行政もお互いにいつもやっている事や、やらなければならない事に効率良く付加価値が付くというメリットがあるからです。

官が単独で啓発活動を実施するより、民の売場や商品PRの場で両者共通のロゴマークを使って一緒に啓発活動を実施した方が、官にとっても付加価値が付き、効率よく民の力を借りて啓発出来ます。また、それは民にとっても一緒に、官が配布したカタログやパンフレットなどについている共通のロゴマークが売場のPOPや商品等に付与されていたら、官の信用力も借りる事になり日頃の商品プロモーションに付加価値を付ける事が出来ます。

官だけでは出来ない事、民だけでは出来ない事をお互いが共通のロゴマークを使

う事によって補い合う事が出来るようになるのです。

田中：「ウォータープロジェクト」もメーカー様との売場でのコラボレーションを実施して、水との新しい向き合い方「Water Style」を企業の皆様と一緒に展開していきたいと考えております。



山下：今年の8月1日・2日にイオンモール幕張新都心で実施した「Water Day Festival」イベントでは、イオンモール様の売場と連動して Water Style の売場がたくさん出ていました。

田中：まさに、私が実施したい官民一体となった形でしたが、イベントの両日でした実施は叶わず、継続性に問題があると感じたのも事実です。

山下：そこで、あらたさんのような卸売業や取引のメーカー様、小売業様の協力を仰ぐことが、とても重要になってくるのです。

田中：我々の狙いとしては、メーカー様や小売業様が官民一体となった社会貢献型PRを「継続的」に実施して頂く事を望んでおります。当プロジェクトを上手く利用し、是非売場での商品販売を通じて Water Style を広げて頂き、継続的に啓発活動をして頂きたいと思っています。

山下：実際どんな商品を持った企業様が「ウォータープロジェクト」を上手く利用できるのでしょうか？

田中：プロジェクトの内容に関しては環境省のプロジェクトサイトをご覧頂ければと思うのですが、水に関わる全ての商品になります。具体的には「化粧品、洗濯機



JEC（一般社団法人 環境省
日本エンパワーメント
コンソーシアム）
代表理事 企画係長

山下 太郎氏 田中 道雄氏

山下太郎 プロフィール 写真向かって左
継続性・持続性のある社会貢献を目指し、また社会貢献の事業化を図るためにJECを設立。内閣府の専門委員も務めていた実績をもつ。

田中道雄 プロフィール 写真向かって右
ウォータープロジェクトの担当者として、プロジェクトの発足に携わる。また、新しい水との向き合い方「Water Style」の生みの親として、現在も様々な企業への働きかけ中。

などの節水に役立つ「日用品」、「飲料関係商品」などになります。

山下：なるほど、水に関わる全ての商品ですね。

今後の展開について

山下：あらたさんは既に社会貢献型PRを数社と実施し、実績も成果もありますので、心強い味方です。

ですが、実例は多いとはいえまだまだ認知度の低いマーケティング手法ですので、社会貢献型PRの代理店のような機能をJECはあらたさんとも協業して担って行きたいと考えております。

JECとあらたさんで今、メーカー様や小売業様に少しずつ提案していますので、是非少しでも「官の信用を借りて商品のPRをしたい」「具体的には何が出来るのか？」などご興味ございましたら、是非お声掛けをして頂ければと思います。田中さん本日はありがとうございました。

田中：ありがとうございました。

ハロウィンの起源は古代ケルト人が行っていた秋の収穫のお祝いや悪霊払いなど宗教的な意味合いであったといわれています。それがいつしか宗教的な要素が薄れ、大衆へ受け入れられる行事として定着したようです。日本でもテーマパークやそれぞれの地域などでハロウィンのイベントが生まれ、特にここ数年で定着してきたようですが本来の宗教的な意味合いとは全く関係なく、また海外のように子供

たちが「トリック・オア・トリート！！」と唱えお菓子を貰いに家を訪れるというよりは、若者を中心に好きな仮装をして大勢の人たちと一緒に楽しめるイベントというイメージが強いです。

昨年のハロウィンの市場規模はバレンタインを超えるといわれ注目度も高く、多くのメディアで取り上げられていました。多くの人たちがハロウィンを楽しむ一方で、路上に散乱したゴミを近隣の方やボランティアの方達が片付けている様子を見ました。どんな気持ちで掃除していたのかを考えるととても辛い気持ち

になります。せっかくの楽しいイベントがいつまでも続くようにお互いへの思いやりが必要です。またイベントに限らず日常生活においても同じことですが、自分の都合ばかりを優先させてしまうと周囲の反応がわからなくなってしまいます。状況により自分の立場も変わります。周りを気にしすぎて自分が何も出来なくなるのは恐いことですが、少しでも別の視点に立って考えることで新しい発見、新たな感情が生まれると思います。私自身も常に想像力を働かせることを大切にしていきたいです。（E.Y）

こんにちは
あらた

茨城県日立市滑川本町
株式会社マルト商事
スーパーマート 滑川店
蛭田 聖子さん

●お店で心掛けしていることは…
いつも笑顔でお客様の立場に立った接客を心がけています。お客様との会話を大切にしています。

●お店のセールスポイント
季節感のある売場展開をして、お客様がわくわくドキドキして楽しくお買い物出来るお店です。

●ご趣味は何ですか
運動（最近マラソンを始めました）。

●将来の夢は…
フルマラソンを完走してみたいです。



一日の中で長い時間を過ごすため、自然と汚れが目についてしまうリビング。今回は効率よく掃除が出来る手順と便利な掃除道具を紹介します。

おすすめの掃除手順

- 「上から下へ」が基本
- 床掃除は乾拭き→掃除機→水拭きの順番
- カーペットのゴミは粘着テープで仕上げ



はたき・ハンディモップ

天井と照明のすき間やエアコンの上のホコリ取りに最適!

種類と特徴	マイクロファイバーはたきハンディモップ	ポリはたき
用途	家具などのホコリ掃除	家具などのホコリ掃除
特徴	・ホコリやチリを絡め取る ・使い捨てタイプあり ・伸縮タイプあり	・静電気でホコリを吸い寄せる ・やわらかいので家具などを傷つけない

雑巾・クロス

窓ガラス、家具などをキレイに!

種類と特徴	綿雑巾	化学雑巾	マイクロファイバークロス
用途	窓ガラス・テーブル・床などの汚れ落とし	棚・壁紙・床・畳・フライングなどの汚れ落とし	窓ガラス・家電製品・家具などの汚れ落とし
特徴	使い勝手が良い。厚手のものは丈夫で耐久性がある。	繊維に吸収剤を染みこませており、ホコリを絡め取る。	綿雑巾と同等の吸収性がありながら乾きが早い。洗剤なしでも汚れが落とせる。

ワイパー・モップ

簡単キレイに!床掃除に最適!

種類と特徴	ペーパーワイパー	化学モップ	雑巾モップ
用途	床面の拭き掃除	床面のホコリ取り	床面の拭き掃除
乾拭き	◎	◎	△
水拭き	○	×	◎
特徴	シートの種類が豊富	広範囲の掃除に便利	汚れ・べつつきに

チェック

ペーパーワイパーのシートってどんな種類があるの?

ドライ	ホコリ・髪の毛など細かいゴミも巻き込んでしっかりキャッチ。
ウェット	雑巾がけの効果もある。床のべつつきや汚れ、仕上げにおすすめ。
無添加	薬剤一切不使用なので、ペットや小さいお子様のいる家庭でも安心。
ワックス	ワックス液が染み込んでおり、艶出しの効果がある。

粘着テープ

カーペットの髪の毛、食べカスをしっかりキャッチ!



カーペット掃除に最適。髪の毛、ペットの毛、食べカスもしっかりキャッチ。カーペットやカーテン、衣類と幅広く使い、畳やフローリングにも使用できるものもあります。ペットの抜け毛で困っている家庭にもおすすめのアイテムです。

*特徴は製品によって異なる場合があります。

ARMSナビ

掃除用品

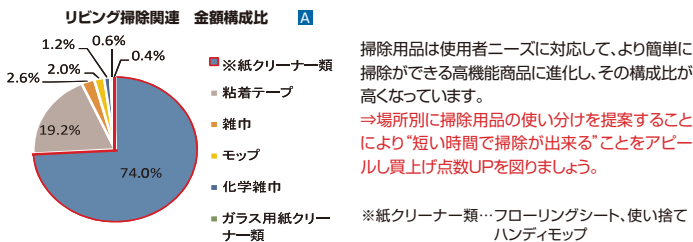


共働き世帯の増加など、生活環境の変化により、掃除用品や掃除の仕方にも変化が見られます。動向を押さえ売場作りに活かしましょう!

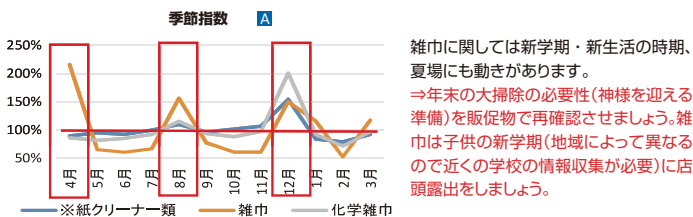
●手軽に掃除を済ませる傾向が顕著!

近年、「掃除用品の高機能化」や「共働き世帯の増加」により掃除は簡単に時間をかけずに済ませるという人が増加中です。また、年末の大掃除に関しても掃除にかかる日数や時間が年々減ってきています。

●高機能商品が続々登場。掃除用品のメインはリビング用「紙クリーナー類」に!

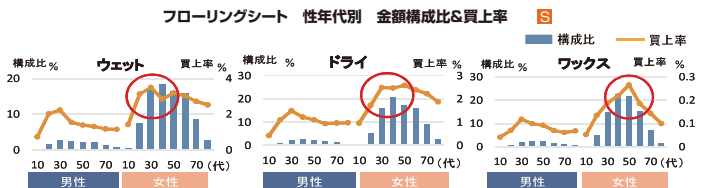


●年末の大掃除をする傾向は薄れているが、やはり12月は圧倒的に指数が高い!



データ(2014.6~2015.5): あらた調べ市場データ データ(2014.10~12): SOOパネルデータ

●ウェット、ドライは30代女性、ワックスは50代女性の買上げ率が高い!



手間がかかると思われがちなワックスがけですがワックスシートの利点「手間がかからない」ことを伝え、「ツヤが出る」「キズの保護により毎日の掃除がラクになる」ということを呼びかけ新規顧客の獲得を目指しましょう!

●ウェットとドライの同時購買率は低め!

同時購買	ウェット	ドライ	ワックス
ウェット	—	17.6%	1.5%
ドライ	20.7%	—	1.6%
ワックス	19.0%	17.0%	—

効率よくキレイに掃除ができる手順
【乾拭き(ドライ)→掃除機→水拭き(ウェット)】
を販促物で伝え、ウェットとドライの併売を促進して買上げ点数UPを図りましょう。

〈展開POP例〉



〈キーワード〉

- ・掃除用品の活用で掃除時間の短縮を提案!
- ・販促物設置による掃除用品の使い分けの啓蒙で買上げ点数UP!
- ・年末の大掃除の必要性を再確認させ新規顧客の獲得!

〈展開POP例〉



*フローリングによってウェットシートを使用できない場合があります。

健康は、進化する。
BATHCLIN

フィギュアスケート 羽生結弦(ANA)

温泉科学のツブが効く

炭酸ガス 温泉 ミネラル

その日の症状、その日のうちに。
きき湯

バスクリンは、羽生選手の アスリートライフを応援しています。

株式会社バスクリン お客様相談室 ☎0120-39-8496 受付時間 9:00-17:00(土・日・祝日を除く) <http://www.bathclin.co.jp/>

EVENT CALENDAR & WEATHER MD イベントカレンダー&ウェザーマーチャンダイジング

12月

49週	50週	51週	52週	53週
12/1~6	12/7~13	12/14~20	12/21~27	12/28~31
1日 カイロの日 2日 安全カミソリの日 3日 みかんの日 4日 日の日 5日 国際バレーボールデー 6日 霜の日	7日 クリスマスツリーの日 8日 歯ブラシの交換日 9日 摩香の日 10日 アロエ・グルトの日 11日 青森の日 12日 バッテリーの日 13日 ビタミンの日	14日 南極の日 15日 観光バス記念日 16日 紙の記念日 17日 ライト記念日 18日 国際花火記念日 19日 日本初飛行の日 20日 餅の日	21日 遠距離恋愛の日 22日 労働組合法制定記念日 23日 天竺鯛の日 24日 クリスマスイブ 25日 クリスマス 26日 70周年記念日 27日 浅草仲見世記念日	28日 身体検査の日 29日 シャンソンの日 30日 正月飾りの日 31日 大晦日

行事・歳時

生活行事

生活リズム

季節指数

忘年会・クリスマス・大晦日	イベント事が多い・ヘアアレンジやメイクなど、いつもと違うオシャレを楽しむ
ウィンタースポーツシーズン	本格的な大掃除
寒気・暖房による肌・髪乾燥が気になる時期	

化粧品…ハンドクリーム 227.3%・香水 210.7%・フェイスパウダー 206.1%・ボディローション・クリーム 177.5% リップクリーム 171.8%・男性用スキンケア・ミルク 156.5%・フェイススクリーン 139.1% リップ・フットケア 137.2%・美容液 131.7%・リップカラー 131.4%・アイカラー 130.1% トワレ 127.7%・チークカラー 123.2%・マスカラ 122.6%・男性用ヘアトリートメント 121.9% 男性用白髪用カラーリング剤 119.8%・アイライナー 117.5%・アイブロー 116.6% 日用品…ガラス用洗剤 376.6%・換気扇・レンジクリーナー 310.7%・住居用ワックス 268.1% 住居用洗剤 248.5%・畳・カーペットクリーナー 184.7%・カビ防止剤・カビ取り剤 182.0% 入浴剤 161.6%・脱臭剤 155.3%・靴・靴用クリーム 154.6%・使い捨て紙クリーナー類 140.4% パイプ・風呂釜クリーナー 139.4%・バス用洗剤 134.5%・歯ブラシ 131.5%・トイレ用洗剤 131.1% 台所用クレンジング 128.8%・洗濯用石鹸 123.1%・ローソク 119.8%・台所用漂白剤 116.9% 家庭用品…壁紙・障子紙 429.0%・かいる・濡たんぼ 338.4%・ガスマット類 281.6%・徳利・缶 273.8% 箸 263.1%・シート類 234.1%・リビング用テーブル類 222.8%・箸 202.8%・トイレ用品 196.0% テーブルクロス 191.5%・掃除用ブラシ 186.4%・土器・磁器 181.9%・鍋・釜類 180.8% 鉢・鉢 176.9%・浴室用品 162.4%・モップ・雑巾 158.0%・家庭用手袋 157.9% ほうき・はたき類 156.6%・皿 150.3%・卓上小物 149.5%・ふきん・鍋つかみ類 148.6% 湯呑・急須 139.6%・調理器具 136.3%・ちり取り 132.2%・たわし・スポンジ 131.7% ナイフ・フォーク・スプーン 129.7%・アルミホイル 128.3%・マッチ 128.0% ハンカチ・ボード・フック 127.7%・缶切り・栓抜き類 127.4%・ライター 126.0%・製菓用品 125.8% 食器用品 122.8%・バケツ・ペール 121.5%・フライパン類 120.9%・やかん類 119.9% 紙・衛生…使い捨てカイロ 297.4%・肩こり・腰痛ケア 174.6%・マスク 144.8%・経費用品・用具 122.9% ペット…犬用品・用具 120.7%・猫用品・用具 119.6%・猫フード 116.6%・犬フード 111.5%
--

ウェザーマーチャンダイジング

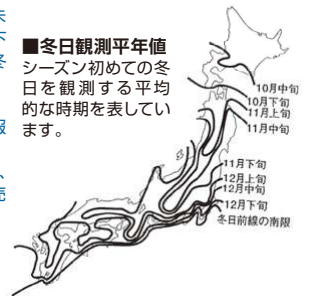
●今月の前線「冬日」

冬日とは一日の中での最低気温が0℃未満の日を言います。さらに、一日中氷点下の気温(最高気温が0℃未満)の日を真冬日と言い、厳しい寒さとなります。

気温が0℃未満になると食のニーズや服装への関心が非常に低くなります。

売れ筋商品に大きな変化がなくなると、売場が単調になりやすいので個性的な売場作りでお客様にアピールしましょう。

■冬日観測平年値
シーズン初めての冬日を観測する平均的な時期を表しています。



2014年12月	平均気温(℃)	最高気温(℃)	最低気温(℃)	降水量計(mm)	日照時間(h)	雪日数
札幌	-1.3	11.3	-8.2	128.0	66.3	28
秋田	1.4	13.4	-4.7	195.0	17.6	30
仙台	2.8	14.2	-4.3	68.0	133.7	15
東京	6.7	16.2	-1.3	62.0	185.2	2
長野	1.1	16.8	-7.7	92.5	87.6	23
名古屋	5.4	14.7	-2.4	83.0	157.9	5
大阪	6.8	17.3	0.2	21.0	146.5	2
広島	5.5	16.4	-1.5	69.0	132.9	11
徳島	6.7	19.6	-0.3	124.5	155.2	4
福岡	7.6	18.7	0.2	73.5	105.9	9
鹿児島	9.1	20.0	1.1	102.0	130.9	1

リビング掃除なら、アドグッドにお任せ!

W使って
効率よく!

フローリング掃除の基本は 乾拭き→掃除機→水拭き



ドライシート



ウェットシート

お好みで
選び分け!

必ず 一方方向に拭き進める のがポイント!

綿100%

吸水力を
重視する方に
オススメ



綿・レーヨン混合

価格を
重視する方に
オススメ



カーペットにはコレ!

ペットの
抜け毛にも



カーペットの髪の毛、
食べカスをしっかり
キャッチ!!

アドグッドで
キレイなお家を
キープしよう



トイレ用も
あります!



商品名	JANコード	ケース入数	参考売価(本体)
Ar綿ぞうきん 5枚入	4560309850479	120	230
Ar綿ぞうきん 10枚入(5枚×2)	4560309850516	60	415
HouseLab ぞうきん 5枚入	4560309850677	120	184
HouseLab ぞうきん 10枚入	4560309850684	60	350
HouseLab フローリングワイパー用ウェットシート 20枚	4560309811128	48	200
HouseLab フローリングワイパー用ドライシート 20枚	4560309811135	72	180
HouseLab 流せるトイレクリーナー 大判厚手 12枚	4560309811111	48	130
HouseLab 流せるトイレクリーナー 大判厚手 12枚×2	4560309811104	24	250
Ar カーベツスベアテラ 90巻 3巻入	4560309850493	20	276

【お問い合わせ先】 株式会社あらた 商品本部商品開発部 東京都江東区東陽6丁目3番2号イースト21タワー TEL: 03-5635-6033



天才だよ、
この丈夫さ!



elleair
エリエール

便器・フチ裏・床・壁まで、
これ1枚でまるごと拭ける!

使用できない材質・材質も確認する必要があります。使用上の注意をよくお読みの上、ご使用ください。

1. 新開発! 立体凹凸シート
キレキラ! 独自のデコボコで汚れをキャッチ!
2. 厚手&丈夫で破れにくい!
汚れが手に付きにくく安心!
3. 水分たっぷりで乾きにくい!

消臭成分配合 除菌99.9% クリーンフローラルの香り

※フスットワイパー(フローリング専用)とは使用方法に準ずる試験による。全ての汚れを除去できるわけではありません。





神奈川県足柄下郡
株式会社 マキバ
取締役 商品統括部長
兼 商品第2部長
西山 清二 様



CROSS ROAD

私の分岐点

当社は正5年に創業の材木店出身のホームセンターです。

現在本社を神奈川県湯河原におき、店舗数は6店舗（神奈川県2店舗・静岡県4店舗）、年間売上高69億（平成27年3月）従業員350名（パート含む）で地域に密着した経営をしています。

経営理念は「豊かな住まいづくりのお手伝い」・信条は「挨拶と笑顔と服装と態度」です。品揃えは「問題解決のお役立ち」をテーマに売り方・販促物・接客を重点に取り組んでおります。市場は商品・価格の均一化・オーバーストアになっています。物売りだけでなく、物と事の販売・提供を大切にしています。

さて、テーマの「私の分岐点」ですが、私は、大学卒業後現職の業態とはやや異なりますが、同じ小売業に務めておりました。お客様と接し、商品を販売することが好きで、学生のころから良く販売のアルバイトをしていました。

就職活動は、百貨店・GMS・専門店等の販売小売業が多かったのですが、結果として神奈川県にある小売業に昭和61年入社しました。

新入社員の頃から目立ちがり屋で、挨拶は誰にも負けぬ大きな声でした。なぜ大きな声かというと、先輩達に勝てる事はこれしかないからでした。何かで常に1番になりたい若者でした。要は、負けず嫌いです。入社し、毎日メモを取り確認、反省をし我武者羅に日々を過ごしました。

入社2年目となった時に私の1つ目の分岐点がありました。それは人とのお出合いの大切さです。担当していた部門のバイヤーと接し（入社2年目の私にとってバイヤーは雲の上の存在の人でした）、すべてが尊敬・感

動でした。考え方・行動・言動・人との接し方・業界知識・商品知識など数えきれないほどです。そして3年目に「自分もバイヤーになりたい」「尊敬しているバイヤーのようにになりたい」と思うようになりました。その時自己申告制度があり、バイヤー職を希望し、入社5年目に念願のバイヤーになることができました。

2つ目の分岐点はそのバイヤー業務の中で、お取引先からの提案で商品を仕入れることのみではなく、自社PB商品開発のための活動があり、その期間に学んだ「仕入れとは」です。

パーツ毎のメーカー様の選択・仕様発注書の作成・原価計算・海外出張・販売計画等の一連の仕事でした。

40人近くいたバイヤーの中で、PB商品開発担当1号となりました。

また、グループ企業でしたので、その時にチームMD開発商品に取組み、大手GMSの商品部の方と海外出張し新しい仕事の取組みを学びました。いまだに鮮明に覚えている貴重な経験でした。

そして3つ目は当社マキバに10年前に入社したことです。マキバでは、店長・バイヤー・物流センター・店舗運営部長・商品部長を経験させていただき現在、商品統括部長を務めております。

過去の成功事例を否定し、今、これから、お客様の立場になって何が必要かを常に考え、品揃えに反映させていきます。

「変新」をキーワードに、考え方を考える・商品を変える・変えることの重要性、そして、新しい物・事へのチャレンジをしていきますので、皆様宜しくお願いいたします。

TOPIC

話題のCM

2015年10月から、h&s for menの新CMが始まります。なんと今回から新たなセレブリティとして、今日本で最も活躍しているスポーツ選手錦織圭選手を起用。

試合で大変お忙しい中、時間を調整いただき、日本で撮影を行いました。

撮影時期に、ちょうど脚の故障を抱えていたにも関わらず、終始笑顔でリラックスした雰囲気の中、力強いサーブや「エア・ケイ」を披露して下さいました。

錦織選手の魅力たっぷりの新TVCMをどうぞご期待下さい！

また、有効成分配合で地肌にとても効果のあるh&s for menシリーズのコンセプトを「ハリとボリュームWで魅せる」と非常に分かりやすいフレーズに刷新致しました。これまで以上に魅力的なコンセプトとなっております。さらに10月からは、好評だった「錦織選手応援キャンペーン」の第2弾を実施致します。ぜひご応募下さいませ！

P&Gジャパン株式会社 マーケティング本部 h&s 担当
若山幹晴様よりご寄稿いただきました。



なでるだけ、 サロンクオリティ素足

Velvet
smooth™
ベルベットスムース
電動角質リムーバー

ダイヤモンドパウダー
入りの登場

(イメージ)



※ダイヤモンドパウダーはローラーヘッドにのみ入っております。
発売元：レキットベンケーザー・ジャパン株式会社