



株式会社 あらた

本社
〒135-0016
東京都江東区東陽6丁目3番2号 イースト21タワー
TEL 03-5635-2800 FAX 03-5635-2845

北海道支社 TEL 011-742-4111
東北支社 TEL 022-342-6675
関東支社 TEL 03-5635-1635
神奈川支社 TEL 045-791-5165
北関東支社 TEL 0258-61-5700
中部支社 TEL 052-231-7872
関西支社 TEL 072-362-2000
中国支社 TEL 086-292-5805
九州支社 TEL 092-632-7501

関連会社
ジャベル(株) TEL 0568-85-4111
ジャベルパートナーシップサービス(株) TEL 0568-85-8822
株式会社フアッションあらた TEL 011-741-9111
株式会社インストアマーケティング TEL 03-5635-1113
株式会社リビングあらた TEL 072-875-3341
株式会社 凱騰泰(上海)貿易有限公司 +86-180-1792-7917
ARATA (THAILAND) Co.,LTD. +662-262-0671
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD. +852-2339-4010
SIAM ARATA Co.,LTD. +66-2-258-2223

紙媒体の危機を絶好の機会に

紙媒体の衰退が囁かれて久しいですが、今こそ多くのチャンスに恵まれていると感じています。私は、広告部を経て編集長に就任しましたが、今でも広告部との連携を大事にしながら雑誌作りをしています。出来上がってきたものをただ売るのでなく、どうやって売るのが大切です。メーカーの工場から商品に乗せたトラックが出ていけば、店での売れ行きはコントロール出来ません。そこをどうやって手に取ってもらえるか、ということを考えて業務を行って来ましたので常に流通には興味があります。

10年前ビーズアップの版元に入社した頃、大手ドラッグストアに飛び込み営業をした経験があります。ビーズアップに棚を貸して欲しいとお願いをしました。メーカーとメディアのコラボは、直接リーチがかかるだろうと目をつけたからです。

実際これが上手いき、驚くほどの広告が入りました。このように“売る”現場を見つめてきました。

紙媒体に広告を載せた場合、そのレスポンスはなかなか不透明なものです。棚を作ればそれがクリアになり、売り上げにも直接反映されるので、卸と店舗から聞ける話はとても参考になるのです。

雑誌に関して言えば、編集部とし

ては本を“ただ売ろう”という気持ちで作っていません。編集スタッフ全員が、どこよりも新しく有益で魅力的な情報を読者に発信したい、その一念で作っており、そこは一番変えてはいけない部分だと思っています。雑誌は興味を持ってくれた人が読むものなので、ウェブやTVなどの媒体とは作り手の意識も違いますが、ウェブは読者を増やしてくれる頼もしい存在でもあります。私は編集者として、これからもプライドを持って雑誌を作り続けていきたいと思っています。

■新たな取り組みで見えてきたもの

今や当たり前となった豪華な付録の付いた雑誌ですが、付録を付けることにとっても制限があります。値段・個数・加圧に関してや、化粧品などを付ける場合は景品表示法違反を意識する必要があります。雑誌自体が低迷していると言われる中で、打開策である付録への制限が厳し過ぎるのです。

このような理由から「ビューティ定期便」という新形態のサービスを昨年より始めました。ビーズアップ最新号に¥1,000以上の化粧品現品が付いてくるというもので、感度の高いビューティマニアにはお得なセットです。これが思った以上の大反響になりました。

なぜサンプルではなく現品を付けたのか。これは読者の要望に応えるためだけではなく、実はすべての商品にサンプルが無いからです。メーカーからは、サンプルの提供はできませんが現品ならありますよ、という声をとても多くいただいたことも理由の一つです。

ビューティ定期便は雑誌+送料分のような価格で、ビューティマニアが納得する化粧品が付いてくるということで、SNSであっという間に拡散されました。しかし、商品確保から顧客管理まで全て社内の人パワーで賄っているため、3000部を目処に受付を終了しています。現在もメールや電話で多くの再販問い合わせをいただいている状況です。

■流通に敏感な雑誌であり続けたい

「ビューティ定期便」は雑誌だけではなく、商品の広告としての側面も果たしています。現品をたっぷり数ヶ月以上使い、サンプルでは伝えきれない魅力を実感してもらうことで、商品購入やリピートへと繋がっています。

受注から発送までの作業はもちろん社員には負担ではありますが、いい経験にもなっています。一つのモノを作り上げること、そして3000部の雑誌を売るということの大変さ



株式会社
STANDARD
MAGAZINE
ビーズアップ編集長
兼 広告部長
家寿田めぐみ 様

〒150-0044
東京都渋谷区円山町 20-1
新大宗円山ビル 9F
<https://beasup.com>

を実感することが出来ました。この大変さがあるからこそ、営業はそれなりの結果を出せるような存在でありたいのです。この新サービスを考案したことから、つくづく私は営業だなと気付かされますし、ビーズアップは流通に強い雑誌だと自負しております。

ビューティトレンドのスペンは年々短くなり、2017年はますます化粧品も細分化していきます。しかし私が編集長である限り、その化粧品を販売する店舗を応援する雑誌でありたいと思っています。

インターネット全盛であっても、やはり肌に直接つける化粧品は実際に試してから買う傾向がまだまだ強いので、そのファーストタッチの一端を応援していきたいと思っています。今年で創刊20周年を迎えましたが、この意識を再確認しスタッフ一丸となっていきたいと思えます。メーカーの皆様からのエントリーを毎月楽しみにしております。

方位時新

あなたの人生において、今まで「節目」はどのくらいありましたか？と問われたら、何と答えますか？「竹にはフシがある。そのフシがあるからこそ、竹は雪にも負けない強さを持つのだ」(本田宗一郎語録)とあるように、節目という言葉は人生の転換期を示す言葉として用いられ、その節目が多ければ多いほど良い！と言われることがしばしば。お正月のように、暦の上での節目や、就職や結婚など人生の節目、また、喜びや希望に

満ちた節目もあれば、辛く悲しい節目もあることでしょう。この3月も、広義として、28年度の締めくくりとなる「節目」のひとつです。さて、“強烈な経験をした方が強い人間になれる”、とか“苦勞をした人の方が艱難辛苦に耐えうる精神力が身につく”など、「苦勞推奨キャンペーン！もれなく節目がついてくる！」のような言葉に20代の頃の私はたびたび反発し、勝手に傷ついていたものです。しかし30代半ばを過ぎ、この「節目=経験」の大切さが身に沁みてわかるようになってきました。何のために傷つくのか？どうしてこんな経験をするのか！と起き

たことに悲観する日々もありましたが、それは完全に間違っていたなと思う今日この頃です。また、今年は未来の「節目」作りに挑戦しようと、年始に目標をいくつか掲げましたが、気づけば4分の1が経過しており、こらでちょっと進捗管理が必要かと思っております。皆さんも年始やこれまでに掲げた目標がちゃんと節目の兆しをみせているか、この3月という区切りの月にチェックしてみたいかがでしょうか。人生観を変えてくれるほどの経験や出会いが、数多く訪れますように。私も自分に負けず、ひとつひとつ節目刻んで参ります。(K.N)

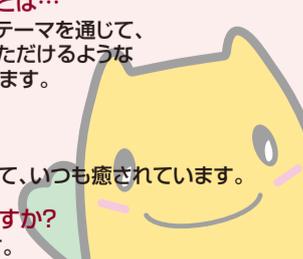
こんにちは
あらた

HELLO



東京都世田谷区喜多見
株式会社クスのリナカヤマ
喜多見駅前店
化粧品バイヤー
酒本 真莉さん

- お店で心掛けていることは…
美と健康という私たちのテーマを通じて、お客様に元気になっていただけるような接客と笑顔を心掛けています。
- ご趣味は何ですか？
アクアリウムです。
自宅で熱帯魚を飼っていて、いつも癒されています。
- 好きな食べ物は？
亀田製菓の白い風船です。
お店で見かけたら是非食べてみて下さい!!



生活者起点情報

場所に合わせた虫除け対策

どこにでも現れる虫。目的や場所に合わせた虫除け対策で、快適に過ごせるアイテムをご紹介します。

自宅にオススメ 室内での対策の他、外からの侵入の対策も忘れずに

ピクニック・キャンプにオススメ いつもよりしっかり対策

玄関に【殺虫スプレー】 入ってきた虫はそこで殺虫。	玄関に【吊り下げ】 玄関に虫を寄せ付けにくくする。	玄関灯に【専用スプレー】 照明に虫を寄せ付けにくくする。
部屋に【置き型】 薬剤や香りが徐々に広がって安定した効果あり。	部屋に【電子式】 継続的に薬剤が出る。	部屋に【プッシュ式】 1度のプッシュで数時間効果があり、複数の部屋で使用可。
網戸・窓ガラスに【専用スプレー】 網戸や窓ガラスへの付着、部屋への侵入を防ぐ。	網戸に【貼る】 網戸への付着、部屋への侵入を防ぐ。	物干し竿に【吊り下げ】 ベランダ(庭)に虫を寄せ付けにくくする。

【高濃度スプレー】 従来の虫除けスプレーより、効き目が良く効果継続時間が長い。虫の多い場所や、塗り直せない時に。	【蚊取り線香】 100年以上前からある伝統的なもの。同じ濃度で揮散し効き目が落ちない。	【携帯型】 ベビーカーやズボンのベルトに装着できる。
【衣類用スプレー】 クール成分配合のものなら暑い日も快適。汗のニオイをおさえるものもあり。	【ミスト】 広範囲に吹き付けやすく、舞い散りにくい。	【キャンドル】 虫が嫌うシトロネラオイル(レモン系の香り)配合。おしゃれな雰囲気も楽しめる。

街なかにもオススメ 人混みでも手軽に対策

子どもにオススメ 体に優しいもので対策

【ジェル】 飛び散らないので、外出先で塗り直すことができる。	【ウェットティッシュ】 コンパクトなサイズのものも多く、持ち歩きやすい。	【ブレスレット】 べたつかず、水に濡れても効果が変わらない。
--	--	--

【シール】 可愛いデザインなら子どもも喜んで付けるかも。	【ハッカ油】 天然成分なので安心安全。	【イカリジン配合】 肌に優しく、子どもに対する使用制限がない。虫除け特有のニオイも少ない。	【子ども用】 肌や体に優しい成分でできているので安心。飛び散らないものなら吸い込む心配もなし。
--	-------------------------------	---	---

ARMSナビ

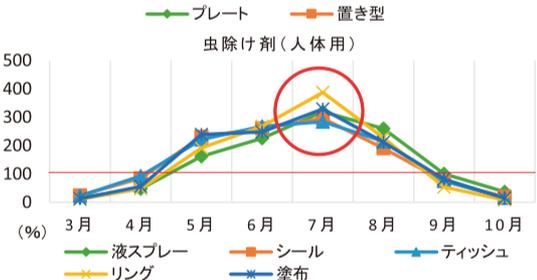
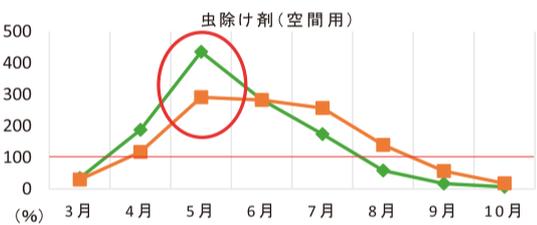
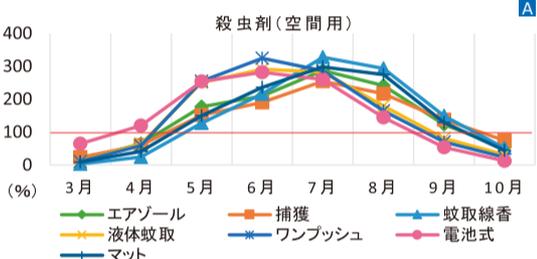
殺虫剤・虫除け剤

A...あらた調べ市場データ
S...SOOパネルデータ



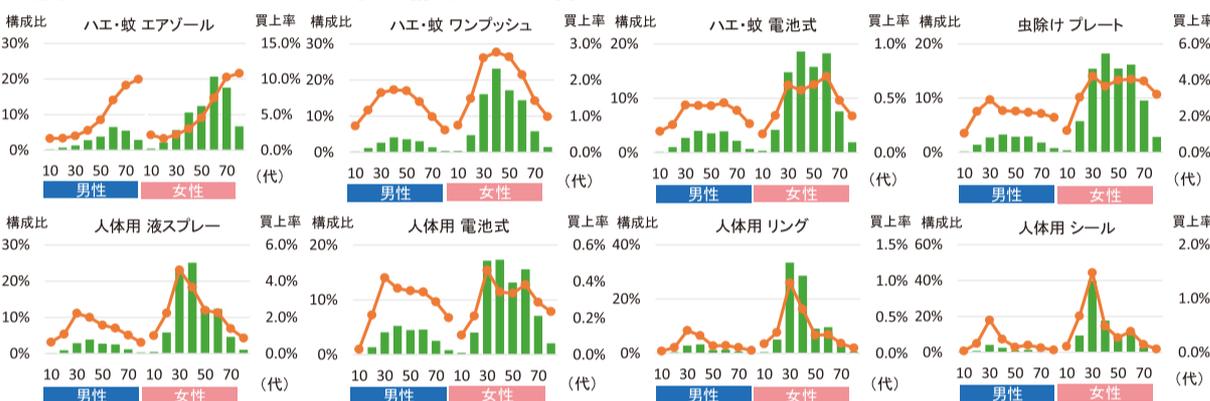
殺虫・虫除け用品は剤形ごとに販売時期・ターゲット等が異なります。シーンごとに品揃え・販促を変化させることがポイントです!

●用途によりボリュームゾーンが異なる(季節指数)



用途別にみると、空間用虫除け剤は虫が発生し出す5月、人体用虫除け剤はレジャーの機会が増える7月に指数が高くなります。
⇒用途によりボリュームゾーンが異なります。時期に合わせて品揃え・販促を変化させましょう!

●剤形によりターゲットに違いあり(人数構成比・買上率)



⇒剤形ごとに大きくターゲットが異なります。特に人体用は子供がいる親世代がメインターゲット!お子様へのケアを促す販促で新規顧客を取り込みましょう。

●複数剤形を併用(期間併買)

	空間用 エアゾール	空間用 捕獲	空間用 蚊取り線香	空間用 液体蚊取	空間用 ワンプッシュ	空間用 電池式	空間用 マット	虫除け プレート	虫除け 置き型	人体用 エアゾール	人体用 液スプレー	人体用 電池式	人体用 シール	人体用 ティッシュ	人体用 リング	人体用 塗布
空間用 エアゾール	-	9.4%	13.8%	10.0%	5.0%	1.3%	1.0%	8.6%	3.4%	8.1%	5.1%	0.8%	0.6%	0.6%	0.6%	0.2%
空間用 捕獲	16.3%	-	9.3%	5.6%	1.6%	0.7%	11.6%	5.0%	6.9%	5.3%	0.9%	1.1%	0.7%	1.0%	0.3%	0.3%
空間用 蚊取り線香	20.3%	7.9%	-	11.6%	4.9%	1.6%	1.3%	7.9%	3.3%	8.8%	6.6%	1.2%	1.1%	0.8%	0.8%	0.3%
空間用 液体蚊取	14.0%	7.5%	11.1%	-	5.1%	2.2%	1.2%	10.4%	3.8%	7.8%	6.6%	1.3%	1.3%	0.8%	0.8%	0.3%
空間用 ワンプッシュ	11.8%	7.6%	7.8%	8.6%	-	2.0%	0.5%	13.6%	4.7%	9.9%	10.8%	1.5%	1.8%	1.3%	1.3%	0.5%
空間用 電池式	11.8%	8.6%	9.8%	14.0%	7.7%	-	1.1%	14.9%	5.6%	8.5%	8.6%	5.6%	2.3%	1.3%	1.4%	0.5%
空間用 マット	17.3%	7.0%	15.3%	14.7%	3.9%	2.0%	-	7.5%	2.9%	7.1%	4.8%	1.2%	0.7%	0.7%	0.4%	0.2%
虫除け プレート	13.6%	10.5%	8.5%	11.7%	9.1%	2.6%	0.7%	-	9.6%	9.2%	8.6%	1.6%	2.0%	1.2%	1.4%	0.4%
虫除け 置き型	13.1%	11.0%	8.4%	10.4%	7.5%	2.3%	0.6%	23.0%	-	9.2%	8.5%	1.3%	1.8%	1.1%	1.5%	0.4%
人体用 エアゾール	14.4%	7.1%	10.6%	9.9%	7.5%	1.7%	0.7%	10.4%	4.3%	-	8.1%	1.5%	2.2%	1.5%	2.0%	0.5%
人体用 液スプレー	9.8%	5.8%	8.5%	9.0%	8.7%	1.8%	0.5%	10.3%	4.2%	8.7%	-	1.5%	2.8%	1.8%	2.4%	0.7%
人体用 電池式	11.7%	7.7%	11.4%	13.2%	8.9%	8.8%	1.0%	14.5%	4.8%	11.7%	11.6%	-	3.6%	2.2%	3.2%	0.9%
人体用 シール	6.5%	6.5%	7.4%	9.7%	7.8%	2.6%	0.4%	13.1%	4.8%	12.8%	15.3%	2.6%	-	4.4%	7.9%	2.1%
人体用 ティッシュ	8.8%	5.8%	7.9%	8.7%	8.0%	2.1%	0.6%	10.7%	4.3%	12.2%	14.2%	2.3%	6.2%	-	4.3%	2.4%
人体用 リング	7.1%	7.2%	7.1%	7.1%	6.9%	2.0%	0.3%	11.7%	5.2%	14.2%	16.5%	2.9%	9.9%	3.8%	-	1.4%
人体用 塗布	7.5%	5.6%	6.8%	8.9%	8.0%	1.9%	0.5%	9.6%	3.7%	11.0%	14.3%	2.2%	7.4%	6.0%	3.9%	-

複数剤形を併用するカテゴリです。シーンごとの併買率が高い傾向にありますが、虫除けプレートはどの剤形とも併買率が高くなっています。また、人体用電池式×空間用殺虫剤(蚊取り線香など)はレジャーでの使用が考えられます。
⇒シーンごとに併用されている剤形同士を隣接して品揃えし、買上点数UPにつなげましょう!



月齢や使用シーンで選べるピジョンの虫よけシリーズ



0カ月から 天然ハーブの香りで虫から守る

6カ月から 肌に直接塗って虫よけ



シールタイプ 24枚入



シールタイプ 60枚入



布用ミストタイプ



つり下げタイプ



ウェットティッシュタイプ



ジェルタイプ

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

5月

	19週	20週	21週	22週	23週
	5/1~7	5/8~14	5/15~21	5/22~28	5/29~31
行事・歳時	1日 メーデー 2日 えんぴつの日 3日 憲法記念日 4日 みどりの日 5日 こどもの日 6日 コロッケの日 7日 博士の日	8日 ゴーヤの日 9日 アイスクリューの日 10日 コッソンの日 11日 長良川鮎釣り開き 12日 看護の日 13日 愛犬の日 14日 母の日	15日 ヨーグルトの日 16日 旅の日 17日 生命・きずなの日 18日 国際親善デー 19日 ボクシング記念日 20日 森林の日 21日 小学校開校の日	22日 ガールスカウトの日 23日 ラブレターの日 24日 だて巻きの日 25日 タップダンスの日 26日 ラッキョーンの日 27日 小松菜の日 28日 火花の日	29日 ごんぱくの日 30日 こみせロの日 31日 世界禁煙デー
生活行事	ゴールデンウィーク 母の日 こどもの日		遠足・修学旅行	梅雨	
生活リズム	日差しが強くなり、紫外線の量がピークを迎える		気温・湿度の上昇 食中毒が気になる時期		
	スポーツ・アウトドアのシーズン		素足率が高くなる フットケア・水虫関連の需要 夏服へ衣替え		
	汗をかく季節 デオドラント・エチケットが気になる時期				
季節指数	化粧品…UVケア 250.4%・制汗防臭剤 165.6%・むだ毛処理剤 150.7%・男性用制汗防臭剤 139.2% ・コロソ 128.1%・男性用洗顔料、パック 117.9%・レップ、フットケア 115.3%・ボディ用化粧用具 113.8% ・男性用スキンケア 108.8%・乳液 107.5%・カミソリ 106.4%・男性用白髪カラーリング剤 104.8% ・メイク落とし 104.2%・化粧水 104.2%・パック 104.2%・男性用ブロー、スタイリング剤 103.9% ・女性用ヘアトニック 103.5%・ファンデーション 103.0%・男性用ヘアトニック 102.9% ・プレシェーブ、シェービング剤 102.4%・化粧下地 102.3%・男性用育毛、養毛剤 101.9% 日用品…虫よけ剤、虫よけ器 314.7%・電子蚊取り器 249.7%・蚊取りマット、リキッド 245.2%・ゴキブリ捕獲器 222.3% ・殺虫剤 209.2%・防虫剤 171.7%・電気製品用クリーナー 135.1%・蚊取り線香 135.1%・仕上げ剤 122.3% ・畳、カーペットクリーナー 120.8%・除湿、乾燥剤 116.5%・洗濯用石鹸 113.1%・ライト系洗剤 113.1% ・廃油処理剤 107.9%・台所用除菌、消臭剤 107.9%・台所用漂白剤 104.8%・ハブ、風呂釜クリーナー 103.6% ・衣料用合成洗剤 103.1%・カビ防止剤、カビ取り剤 102.9%・柔軟剤 102.3%・室内用芳香、消臭、防臭剤 102.3% 家庭用品…簡易収納ケース 152.5%・魔法瓶、ジャー 136.3%・洗濯仕上げ用品 120.7%・鉢、鉢 120.5% ・簡易食器 119.4%・弁当箱、ウェア 117.0%・ハンガーボード、フック 113.6%・コップ、グラス 110.5% ・裁縫、手芸用品 108.3%・缶切り、栓抜き類 107.6%・フライパン類 107.0%・シート類 106.0% ・靴関連用品 105.8%・ちり取り 104.8%・荷造り用品 103.5%・ハンガー 103.1%・洗濯用品 102.7% ・喫煙用具 102.6%・屑入れ 102.1% 紙・衛生…サポーター 119.8%・固定テープ、巻絆創膏 119.2%・フットケア用品、用具 118.0%・ハサミ、ピンセット 116.5% ・ペビー用スキンケア 110.7%・包帯 110.3%・熱冷却用品、用具 106.9%・ペビー用おむつ 104.2% ・ウェットティッシュ 104.1%・救急絆創膏 103.4%・ペビー用ヘルスケア 102.6%・ペビー用衛生用品、用具 102.1% ペット…爬虫類、両生類フード 133.5%・観賞魚フード 120.1%・観賞魚用品、用具 108.4% (あらた調べ 期間2015年1月~12月)				

ウェザーマーチャンダイジング



■「五月晴れ」が人を動かす

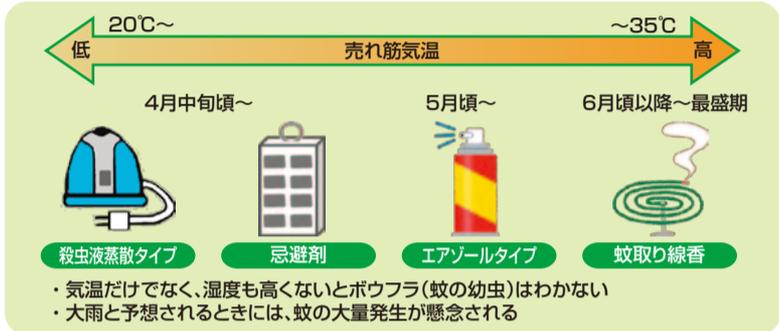
- ・5月の天気は、4月の天候不順と6月の梅雨の間で比較的晴れの日が続く
- ・ゴールデンウィークを含む5月前半は、3、4日程度のサイクルで雨が降り、それ以外は晴れる傾向にある
- ・気温は20~25℃前後で過ごしやすく、屋外レジャーに好適である

東京	5月1日	5月2日	5月3日	5月4日	5月5日	5月6日	5月7日
2016年	晴れ	曇り	曇り	晴れ	晴れ	曇り	晴れ
2015年	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	曇り	曇り
2014年	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	雨	曇り	晴れ



■「蚊」対策 ~気温で変わる売れ筋~

殺虫剤は気温により売れる剤形が異なります



addgood 春の新生活応援GOODS



JANコード	商品名
① 4560309851452	HouseLab 雪平なべ 18cm
② 4560309850967	HouseLab ふっ素加工ディープパン 24cm
③ 4560309850974	HouseLab ふっ素加工 フライパン 26cm
④ 4560309850981	HouseLab ふっ素加工 フライパン 20cm
⑤ 4560309850998	HouseLab ふっ素加工 玉子焼 13×18cm
⑥ 4560309851193	HouseLab IHマーブルフライパン 28cm
⑦ 4560309851186	HouseLab IHマーブルディープパン 24cm
⑧ 4560309851209	HouseLab IHマーブルフライパン 26cm
⑨ 4560309851216	HouseLab IHマーブルフライパン 20cm
⑩ 4560309851223	HouseLab IHマーブル玉子焼 13×18cm

JANコード	商品名
① 4560309851094	HouseLab 折りたたみ角ハンガー 32ピンチ
② 4560309851100	HouseLab 折りたたみ角ハンガー 42ピンチ
③ 4560309851124	HouseLab Sキャッチパラソルハンガー 20本掛
④ 4560309851117	HouseLab クリップハンガー 3本
⑤ 4560309851131	HouseLab 洗濯ピンチ 20個
⑥ 4560309851148	HouseLab ワイド竿ピンチ 6個

【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

キミの余裕は、髪に出る。

NEW/ AXE BLACK

HAIR STYLING

アクアジェリー
強力ホールドなのに
超自然な仕上がり!

クリームワックス
トリートメントINで流行りの
ニュアンススタイル実現!

トリートメントミスト
トリートメント効果で
速攻、髪コントロール!

リセットシャンプー/トリートメント
なかなか落ちないスタイリングも
1度で激落ち!

CROSS ROAD

私の分岐点



秋田県男鹿市船越字内子
株式会社アマノ（スーパーセンターアマノ）
代表取締役専務
天野 良喜 様

当社は、町の金物店（秋田県男鹿市）からスタートし、昭和60年に店舗面積約150坪のホームセンターに転換して、その後、お客様ニーズに柔軟に応えるべく生鮮食料品を扱うようになり、現在では3000坪を超える広大なワンフロアの売場に生鮮食品から一般食品、非食品のあらゆる部門を持ちこんだ、総合小売業態（スーパーセンター）として3店舗を運営しております。

私はこの会社に平成11年に入社致しました。当時は社内教育体制がままならず、入社後、即部門一担当者として売場に立たされ、その後10年間で、各部署（総務、企画商品部、店舗運営部）を段階的に経験させていただきました。入社当時、会社トップからは「レッドカーペットは事前に敷いてはあるが、後はその道筋を歩く、歩かないかは自分の意欲次第」と言われた事を覚えており、自分自身への幅広い知識習得の為にと思い、どんな部署に対しても前向きに果敢にチャレンジしてきました。その意欲の甲斐もあり部署間の組織的役割と仕事の基本を速く習得することができ、現在では各部署ごとに部下の仕事の質と量が見えるようになり課題点の指摘及び指導にも生かされています。

また、地銀主催の「若手経営塾」への入塾（5年前）という機会も、私の成長度合いを飛躍させてくれたひとつの分岐点となりました。その塾は1年という期間の中で、タイプの異なる講師陣から多岐に渡る講義内容を教わり、自身の経営感覚を身に着けさせていくとい

う主旨の学びの場です。そのため、相当数の課題図書を読む事とその感想文の提出も課せられ大変でした。しかし、それを機に次第に自分の意思で本を読む習慣が身に付き始め、現在では流通業界以外にも様々なジャンルの本を読みあさるようにもなり、自分なりの哲学の向上に寄与しています。

基本的に、学校での勉強は9割がINPUT、1割がOUTPUTと言われますが、逆に職場での「仕事」は9割がOUTPUT、1割がINPUTと言われています。INPUTが極めて重要な事は言うまでもありませんが、INPUTがどんなに上手でも会社は基本的にそのような物差しでは評価してくれません。会社はOUTPUTという「結果」でしか評価されないという事を、肝に銘じて下さい。という話を新入社員へ常々伝えていきます。

人間は誰でも、成長する可能性を秘めていますが、その可能性を一番閉ざしてしまうのは、実は働く環境ではなく、「自分自身の心の持ち方」なんだと自分の経験から強く思います。

面倒くさそうと思える仕事をいかに「面白そう」にできるか？ どうせ無理と思える仕事をいかに「なんとかなるかも」という思考に変える事ができるか？ もう出来ないと思える仕事をいかに「まだやれる」と思えるか？ 「それは自分と関係の無い仕事」と思える仕事をどれだけ「吸収してみたい」と思えるか？ その目的意識の差が成長する人とそうでない人との違い(差)ではないかと思えます。

TOPIC

話題のCM

「実はハブラシだけでは、歯間の歯垢を60%しか落とせない」という事実をご存知でしたか？
このガム・ソフトピック カーブ型 新登場篇のCMでは歯科衛生士さんから、その事実を知ったユーザーを通して、歯間ケアの大切さを伝えています。

都内で開業されている歯科医院にご協力頂き、
登場している歯科衛生士さんも実際に活躍されている方に出演頂きました。

ガム・ソフトピック カーブ型、是非一度お試しください！

サンスターグループ アジア日本エリア
経営本部 広告部 河村史様よりご寄稿いただきました。



歯科衛生士さんから
聞きました。



※ ホテルクオリティ ※

プロが認める消臭効果

衣類・布・空間用スプレー

ノンスメル 清水香®
NONSMEL seisuika

ニオイをもとから

アルコールによる

消臭 & 除菌

乾きやすい!



ホテルの客室清掃で使用されている
プロ用消臭剤 清水香®と共同開発しました。 ※清水香は国際興業株式会社の登録商標です。

白元アース株式会社 お客様相談室 でんわ 03-5681-7691 ホームページ <http://www.hakugen-earth.co.jp>