



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

【関連会社】

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
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

ジャペル(株) TEL 0568-85-4111
ジャペルパートナーシップサービス(株) TEL 0568-85-8822
株式会社アツシヨンあらた TEL 011-741-9111
株式会社アツシヨンあらた TEL 03-5635-1113
株式会社アツシヨンあらた TEL 072-875-3341
株式会社アツシヨンあらた TEL +86-21-3220-6210
ARATA (THAILAND) Co.,LTD. +662-262-0671
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD. +852-2339-4010
SIAM ARATA Co.,LTD. +66-2-258-2223

あらた第2(セカンド)ステージ 変革への挑戦！

平素は格別のお引き立てを賜り、心より厚く御礼申し上げます。さて、今期の弊社営業統括本部長方針の一端を述べさせていただき、今期の営業政策についてご報告させていただきます。本年3月末に前中期三カ年計画が終了いたしました。詳細については集計中ではありますが、まずまずの結果で終了出来ると思っております。しかし、ここで満足している訳にはいきません。本年4月より新しい中期三カ年計画をスタートさせました。今まで培ってきた消費者起点のマーケティング力・商品調達力・商品開発力・精度の高い物流力を更にブラッシュアップしながら、10年先の未来を見据えた取り組みも実行していきたいと考えております。

■商品提案におけるキーワード

前期からのテーマとしては「働く女性支援」「シニア対応」「インバウンド」がありました。インバウンドについてはやや落ち着いた感もありますが、訪日観光客は更に増加しており、ニーズも多様化していくと考えます。今期はそれらに付け加えて「単身赴任世帯への対応」「トイレットペーパー、キッチンペーパー等の倍巻きを中心としたお得感」が挙げられます。変化する消費動向を的確に見極め、我々から販売単価アップ企画をご提案する事により結果として販売店様売上増加や収益向上に寄与していくものと思われま

■卸機能の強化

当社はこれまで次世代型卸商社を目指

し、中間流通業としての機能強化を図って参りました。当社が持っている膨大な定量データや定性情報をWeb上で各メーカー様にご提供出来る「WebCap」システムを昨年導入いたしました。今期は更なる機能充実と普及拡大により、メーカー様や弊社社内の業務効率化とスピード化を目指して参ります。

また、あらたの商談力・データ分析力・インスタマーケティングの店頭実現力を組み合わせ、対象ブランドや市場へのインパクトを創造していく「トータルマーケティング」の取り組みについても企画開発を充実させ、重点ブランド育成やカテゴリーの成長に業界内でのリーダーシップを発揮して参ります。

eコマース市場の拡大についても無視出来ない状況となってきております。それに対応する当社の物流・システム機能はまだ満足出来るものとは言えません。リアルだけでなくネットにも的確にお応えできる体制構築の研究にも注力していきたいと考えております。

■中長期視点での投資

今春、埼玉に越谷物流センターを稼働させました。更に千葉支店関東物流センターも増床予定であり、鹿児島にも新センターを計画しております。今後も、規模だけを追及するだけでなく全国物流ネットワークとローコストを念頭に置き、10年20年先を見通した物流最適化への投資を実施して参ります。

また、国内需要がシュリンク傾向にある中、将来を考えると海外事業につ

いても強化していく必要があると考えます。中国・タイの拠点も今はまだ小さい規模ではありますが、日本型の卸売ビジネスモデルに拘る事無く、海外における商品販売や商品開発にチャレンジして参ります。

■あらたグループの連携

化粧品カテゴリーに特化した「ファッションあらた」・ペットカテゴリーの総合卸「ジャペル」・家庭用品カテゴリーの「リビングあらた」、店頭管理とメーカー様の売場実現をサポートする「インスタマーケティング」との連携を更に強化する事により、グループ総合力で商品告知や情報発信の精度向上を実現させ、お取引先様へ貢献いたします。地域密着型全国卸として、各エリア状況と全国トレンドをミックスした情報をお伝えできる「あらたグループ」を目指します。

■商品開発について

弊社商品開発部が担当するPB商品「アドグッド」や専売品は、開発コンセプトに拘り、一定の成果を上げてきました。単なる価格訴求やNB商品の競合品を開発するのではなく、販売店様の経営課題解決に貢献するものでなければならぬと考えております。そのためにも自らがリスクを負い、社内でのエキスパート育成にも注力していきます。

■JBP (ジョイント・ビジネス・プラン) による取組

販売店様・メーカー様に対し、売上



株式会社あらた
代表取締役
副社長執行役員
営業統括本部長

嶋脇 明

および利益の拡大・効率的な仕入・物流提案・システム構築・取引制度等をテーマとした具体的な提案を実施いたします。お取引先様との課題解決を共に進めるためには製配販の重複コスト削減と役割の明確化によるサプライチェーン全体の効率化が必須です。特に「返品削減」については、逆流コスト軽減や環境問題の面からもサプライチェーン全体にとって大きなメリットがあると考えます。そのためにもデータ分析・売場作り・情報収集や提供の質向上を強化して参ります。

■最後に

あらたは本年度から「第二(セカンド)ステージ」と位置付けました。今までの10年間は融合・内部改革・経営基盤の強化に注力してきた面が大きかったと思っております。これからの10年は築き上げた基盤を更に強固にしていくと共に、先日発表させて頂いた新経営体制の下「次世代型卸商社」にふさわしい成長軌道を描きつつ、時代の一步先を行く変革へ挑戦して参りたいと考えております。今年度もご指導ご鞭撻の程、よろしく御願い申し上げます。

方位時新

最近の天気予報は至れり尽くせりだ。朝、外気を体感しなくても、ニュースキャスターの女性が代わりに寒さに震えてくれる。「厚手のコートを」「マフラーも」と忠告通りの身支度で家を出れば間違いない。更に洗濯指数に紫外線指数、花粉指数等々…有り難いが、頼り過ぎて人間の「お天気感覚」が退化しないかと心配になる。

思えば「カエルが鳴くと明日は雨」「夕焼け空だと明日は晴

れ」など、自然の中の身近な気象予報は聞かなくなって久しい。

先頃、近所の桜並木の花芽を見に行った。こちらが寒空を見上げて一喜一憂している間に、地上の命はそれぞれの見せ場へ向けての支度を整えている。律儀な自然・巡る季節の尊さが身に染みる。花粉の飛散も気になるところだ。

かつては「当たらぬものは天気予報と宝くじ」などと揶揄されたものだが、今では随分正確になった。それでも天気は左右される仕事に就く人の胸の内は穏やかではいられないだろう。

「降水」の的中率は今、翌日の予報に限れば8割を越すそうだ。しかし人は往々にして当たりより外れた苛立ちの方が大きい。2割弱の誤りは、数字以上に不評を買う事もしばしばであるように感じる。

万人に関わる天気予報関連で今一番の注目は、民間会社が入り乱れる桜の開花予想だろう。列島を北上する桜前線は時速約2キロの計算で日本列島を染め上げてゆく。縮こまった季節が過ぎ、イベントも宴も満開になるこの時期、一日空を眺めて過ごしてみるのも悪くない。目下、桜前線北上中である。(K.N)

こんにちは
あらたん

HELLO

札幌市北区新琴似2条

株式会社サッポロドラッグストア
新琴似店

新村 由香さん

- お店で心掛けていることは…
お客様のお問い合わせに迅速に対応する事。
- 行きたい場所は何处ですか?
オーストラリアでグレートバリアリーフを見ながらスカイダイビングがしたいです。
- マイブームを教えてください。
小学生の時に大好きだったポムポムプリンのグッズを最近また集めています。

アクティブに夏を楽しむにも、夏のおしゃれを楽しむにも、何かと気になるのが『汗』。上手にケアして、思い切り夏を楽しみましょう!

汗の役割

汗には主に2つの役割があります。

体温・水分調節

全身に分布するエクリン腺から分泌される汗。
→そのものにニオイはないが、皮脂と混ざり合うことでニオイが発生する。

仲間の確認・異性へのアピール

わき等の限られた場所のみ分布するアポクリン腺から分泌される汗。
→初めは無臭だが、常在菌と混ざり、すぐに強いニオイが発生する。

汗ケアのポイント

ニオイ・汗ジミ・ベタつきの悩みを軽減するポイントをおさえましょう。

清潔を保つ	ケアアイテムの使用	食事	洋服選び
汗をかいたらすぐに洗い流すのが理想的。	制汗剤は汗やニオイを抑えてくれます。わき用の汗吸収パッドも強い味方。	体臭が強くなりやすい動物性脂肪の多い食品の摂りすぎに注意しましょう。	吸収性と速乾性に優れた生地を選びましょう。

汗ケアアイテムの使い分け

汗を除去するにも、ニオイを防ぐにも大活躍なのが制汗剤。上手に使い分けましょう。

除去	ボディシート 朝シャワーを浴びられない時や外出先で大活躍。汗ケアのスタートライン。	ウォーターミスト 全身にわたるみずみずしい爽快感が人気。朝起きた後やたくさん汗をかいた後、ボディシートと併用してシャワー代わりに使用するのがオススメ。
予防	パウダースプレー サラサラとしたパウダーを吹き付けるタイプ。汗を出にくくするもの、ニオイが出た後に消臭するもの、常在菌を殺菌するものなど製品によって特徴が異なります。	汗吸収パッド 汗を吸収してくれるので安心感は抜群。使い捨てタイプと、洗濯して繰り返し使えるタイプがあります。
	ロールオン/スティック・クリーム 直接肌に塗布するため、密着度が高く効果が持続。ひんやり感が少ないので1年を通して使いやすい。わきの集中ケアに!	

ARMSナビ

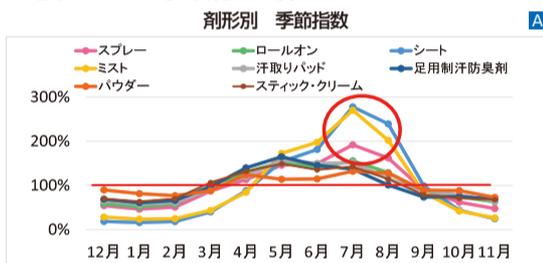
制汗剤

A...あらた調べ市場データ(2016.4~2016.8)
S...SOOパネルデータ(2016.4~2016.8)



汗ケア・においケア意識の高まりで夏場を中心に関連商材の指数が上がりますが、剤形によって売れ方に違いがあることがわかりました!

●剤形によって季節指数は若干異なる!



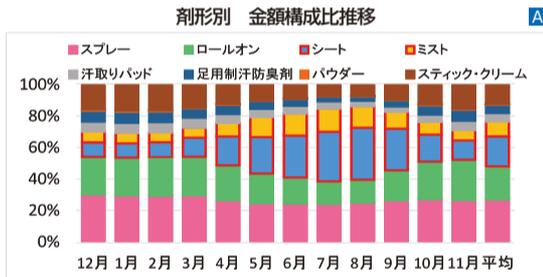
シート・ミストは他の剤形よりも約1か月遅れて指数が急激に上昇し、7月のピークから急激に下がっています。
⇒他剤形と比べると短期勝負となるので細かいフォローが必要です(チャンスロス・在庫過多)。

●買上率は年代によって異なる!



購入人数は40代を頂点にきれいな山型になっていることから、汗ケアに対する意識の高さが伺えます。一方、買上率は10代~40代までは高く推移して徐々に下降しています。
⇒買上率の高い10代~30代の取り込みがポイント!

●時期によって売れる剤形が変化する!



年間の金額構成比推移を見てみると、5月~8月にシート・ミストが大きく拡大しています。気温が上昇し、汗をかく時期に特に拡大すると言えます。
⇒7月・8月の最大ボリュームに向け、売り場づくりと品揃えをチェックしましょう!

●期間中複数剤形を購入している?

剤形別	スプレー	ロールオン	シート	ミスト	汗取りパッド	足用制汗防臭剤	パウダー	スティック・クリーム
スプレー	15.5%	9.7%	29.0%	8.6%	2.0%	2.6%	0.2%	4.5%
ロールオン	18.4%	11.3%	28.5%	9.2%	3.2%	2.8%	0.2%	5.7%
シート	19.8%	13.3%	35.8%	9.8%	2.3%	2.6%	0.1%	5.6%
ミスト	20.2%	20.2%	36.3%	9.0%	2.1%	2.7%	0.2%	5.9%
汗取りパッド	22.8%	15.0%	35.4%	10.2%	3.6%	4.2%	0.3%	11.1%
足用制汗防臭剤	24.4%	12.4%	29.1%	9.5%	3.5%	2.9%	0.2%	7.3%
パウダー	15.9%	12.5%	30.8%	8.9%	3.9%	4.9%	0.2%	

※期間中縦軸の剤形を購入した人が横軸の剤形を購入した割合を期間併買率といいます。例えば足用制汗防臭剤を買った人で期間中にシートを買った人は35.4%存在したことを表しています。

⇒スプレー・ロールオン・シートは併買率が高く複数購入している(使い分けしている)と考えられます。

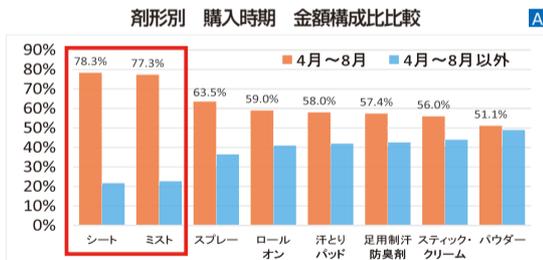
●汗ケア関連商品はどれくらいのペースでいくつ購入している?

剤形別	平均購入数量(個)	平均購入回数(回)	平均購入頻度(日)	n数(人)
スプレー	2.7	2.5	28.8	50,000
ロールオン	2.8	2.5	30.4	30,530
シート	3.1	2.6	23.6	103,000
ミスト	2.7	2.4	23.6	18,000
汗取りパッド	3.6	3.1	24.1	6,130
足用制汗防臭剤	2.6	2.4	28.1	4,200
スティック・クリーム	2.7	2.5	29.3	12,400

※期間中2回以上来店し、2個以上各剤形を購入した会員の各項目の平均値を抽出。例えば、シートではその条件を満たす会員は10万3千人で、期間中平均23.6日に1回来店、平均2.6回購入、平均3.1個購入したことになります。

⇒シート・ミストは購入間隔が短いことから使用頻度が高いことがわかります。

●剤形によって販売期間が異なる!



分析期間(4月~8月)とそれ以外の期間(7カ月)の金額構成比を比較。シート・ミストは年間のうち約80%弱を対象期間で販売することがわかります。
⇒シート・ミスト以外は最必要期以外の期間も年間定番として一定の品揃えが必要です。

汗・ニオイに効く
1番売れてる
「直ヌリ」制汗デオドラントブランド
「デオナチュレ」から待望の
新商品が発売!

ワキのくすみもコントロール
ソフトストーンW「カラーコントロール」



ボディのベタつきを抑える
さらさらデオドラントパウダー



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

6月

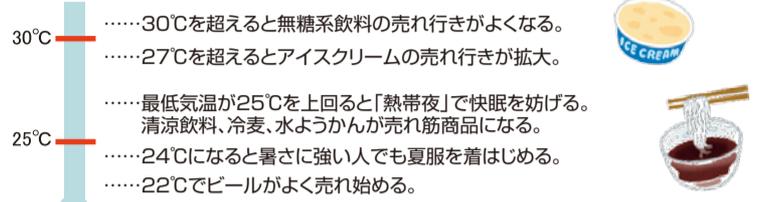
	23週	24週	25週	26週	27週
	6/1~4	6/5~11	6/12~18	6/19~25	6/26~30
行事・歳時	1日 防災用品点検の日 2日 おむつの日 3日 測量の日 4日 虫歯予防デー	5日 世界環境デー 6日 かえるの日 7日 むち打ち治療の日 8日 バイクの日 9日 リサイクルの日 10日 時の記念日 11日 傘の日	12日 日記の日 13日 鉄人の日 14日 五輪旗制定記念日 15日 暑中見舞いの日 16日 和菓子の日 17日 おまわりさんの日 18日 父の日	19日 開帳の日 20日 ペーパーミントデー 21日 スナックの日 22日 ボウリングの日 23日 オリンピックデー 24日 UFOの日 25日 住宅デー	26日 露天風呂の日 27日 女性雑誌の日 28日 パフェの日 29日 星の王子様の日 30日 アインシュタインの日
生活行事	歯と口の健康週間 父の日 中元 16年梅雨入り: ●沖縄5/16 ●九州・四国・中国・近畿・東海6/4 ●関東甲信6/5 ●北陸6/13 ●東北6/13				
生活リズム	食中毒が気になる時期 台所周りの除菌の徹底 夏の食事やライフスタイルへ変化 夏服へ衣替え 梅雨時期 防湿・防カビ・防水・消臭関連・カー用品・くせ毛関連用品の需要				
季節指数	化粧品... UVケア 166.2% ・むだ毛処理剤 154.7% ・制汗防臭剤 150.7% ・男性用制汗防臭剤 143.7% ・コロソ 125.4% ・パーマ剤 117.3% ・男性用洗顔料、パック 113.6% ・女性用ヘアトニック 106.6% ・ネイルカラー 103.9% ・レップ、フットケア 103.9% ・男性用育毛、養毛剤 102.8% ・男性用ヘアトニック 102.7% ・ボディ化粧用品 102.4% ・ファンデーション 102.2% ・ヘアスプレー、ヘアグロス 101.7% ・洗顔料 101.6% 日用品... 電子蚊取り器 345.7% ・蚊取りマット、リキッド 296.9% ・虫よけ剤、虫よけ器 277.1% ・蚊取り線香 243.4% ・殺虫剤 240.9% ・ゴキブリ捕獲器 226.3% ・電気製品用クリーナー 152.7% ・台所用除菌、消臭剤 131.1% ・除湿、乾燥剤 130.4% ・台所用漂白剤 125.5% ・カビ防止剤、カビ取り剤 117.4% ・仕上げ剤 116.3% ・パイプ、風呂釜クリーナー 111.8% ・洗濯用石鹸 111.4% ・室内用芳香、消臭、防臭剤 110.2% ・水洗トイレ用タンククリーナー 108.9% ・トイレ用芳香、消臭、防臭剤 108.8% ・トイレ用洗剤 108.8% ・脱臭剤 108.1% ・漂白剤 107.4% ・廃油処理剤 107.0% ・化粧石鹸 104.7% ・ハンドソープ 103.6% ・台所用クレンザー 102.8% ・台所用洗剤 102.2% ・ボディシャンプー、リンス 101.7% ・畳、カーペットクリーナー 101.5% 家庭用品... 弁当箱、ウェア 157.3% ・洗濯仕上げ用品 132.8% ・鉢、鉢 127.7% ・皿 112.9% ・コップ、グラス 112.6% ・食品調味料容器 111.0% ・簡易収納ケース 110.7% ・ハンガーボード、フック 107.8% ・裁縫、手芸用品 106.3% ・魔法瓶、ジャー 104.2% ・喫煙用具 103.6% ・キッチンペーパー 103.5% ・徳利、壺 102.7% ・ラッピングフィルム 101.0% ・たわし、スポンジ 100.4% 紙・衛生... 熱冷却用品、用具 109.4% ・フットケア用品、用具 107.4% ・包帯 106.8% ・固定テープ、巻絆創膏 106.3% ・サポーター 104.3% ・ペーパーオムツ 102.9% ・ウェットティッシュ 102.0% ・生理用品、用具 101.1% ・遊玩用品 100.8% ・トイレトイペーパー 100.2% ペット... 昆虫用品、用具 180.6% ・爬虫類、両生類フード 180.9% ・昆虫フード 149.7% ・観賞魚フード 135.1% ・小鳥用品、用具 118.7% ・観賞魚用品、用具 117.1% ・小鳥フード 101.1% (あらた調べ 期間2016年1月~12月)				

ウェザーマーチャダイジング



■今月の前線「天候」

6月は山陰地方などの一部を除き、1年の中で最も雨の降る日が多い月です。一般的には雨が降ると来店客数は減りますが、2日間雨が続いた場合は多くの家庭で備蓄食材が枯渇し始めるため、食料調達のために駆られて買物に出かけるようになります。



●梅雨入り前は湿度が低いため、気温が高くてもさらりとした暑さ
 ●梅雨入り後は湿度が高いため、じめじめした不快な暑さ

梅雨時期の売れ筋

雨が降る日の売れ筋商品は、**歯ブラシ・ラップ・アルミホイル・台所用洗剤・キッチンペーパー**などの日用消耗品と呼ばれるものです。これらは生活用品のため、外出が億劫になりがちなの日であっても、お客様はわざわざ買いに来られます。そのため、他のカテゴリー商品よりも売れる傾向にあります。

addgood

汗ケア上手で快適生活

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪



JANコード	商品名
① 4560309830624	CleshMEN トニックRインSP 替 400ml
② 4560309830693	Clesh スカルプ RインSP 替 400ml
③ 4560309830495	Clesh 弱酸性ボディソープローズ 替 450ml
④ 4560309830501	Clesh 弱酸性ボディソープピーチ 替 450ml
⑤ 4560309830518	Clesh 弱酸性ボディソープアロエ 替 450ml
⑥ 4560309831522	Clesh 全身薬用ローション 280ml

JANコード	商品名
⑦ 4560309810428	パーフェクトグラフト・消臭、SP 無香 400ml
⑧ 4560309811180	ADG 天然ハッカ油 20ml
⑨ 4560309820304	ADG リフレッシュフェイスシートM 50枚
⑩ 4560309820298	ADG リフレッシュボディシートM 40枚
⑪ 4560309820281	ADG スーパーリフレッシュボディシートM 40枚

【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

NEVER SAY NEVER
ロート製薬

ずっと悩んでいた あなたにこそ試して欲しい!

しっかりケアして

24

時間快適

Wの殺菌有効成分^{*1}配合

ニオイの元を 徹底殺菌!

ワキのニオイ菌
(イメージ図)

薬用デオドラントCd
医薬部外品

わきのニオイに
リフレア

*1 ベンザルコニウム塩化物、イソプロピルメチルフェノール



〒101-0021 東京都千代田区外神田 2-2-15 4階
 ウエルシア薬局株式会社
 執行役員 商品本部副本部長 兼 商品部長
 桐澤 英明 様



CROSS ROAD

私の分岐点



2011年秋の医薬品バイヤー時代。人生の分岐点は多々あったと記憶しておりますが、特に印象的だったのがこの時です。

当時の私は、医薬品の担当バイヤーに着任したばかりでした。ウエルシアはお客様にとって利益がある商品、すなわち高機能高品質な商品を推奨品として設定しておりました。この考え方は現在のウエルシア薬局でも普遍です。医薬品の場合ですと、それは「良く効く薬」であることが条件になります。この時季節は秋、ドラッグストアにとっては業績を大きく左右する風邪薬プロモーションの立ち上げ時期です。当時の私は、風邪薬の推奨品に疑問を持っていました。それは、現在の推奨品よりも処方的に優れている商品が市場には存在しているにもかかわらず、古い処方の商品を推奨品として位置づけしていたからです。しかしそこには理由があったのです。故・鈴木名誉会長（当時鈴木会長）が数年前に商談され、決定した商品だったのです。新任の医薬品バイヤーが、会長が決定した商品を変更することのハードルの高さがいかほどか、想像に難くないと思います。しかし、そのハードルを乗り越えようと決心するに至った経緯が下記3点になります。

- ①店舗巡回の際、数名の薬剤師から「バイヤー、うちの推奨品もう処方が古くて効みにくいんですよ…」と言われたこと。
- ②当時子会社だった寺島薬局の店長2名から「バイヤー、寺島で心を込めて売ってきたこの風邪薬ですが、ウエルシアと商品を合わせたら推奨品から外れてしまいますよね？ 処方的にすごくいいので一生懸命育ててきたのです。どうかこの商品だけは外さないでもらえないで

しょうか？」と懇願されたこと。（のちにこの商品を推奨品の一つとして取り上げることになる）

③たまたま本部にいて受けたお客様からのクレームの電話。「2つほど文句を言わせてくれ。1つは教育がなっとらん。チラシに載っていたおすすすめ風邪薬を今日買いにいったんだよ。そしたら薬剤師がね、こっちのほうがいいと違う商品を勧めてきたんだよ。会社で決めたお勧め商品なのに現場で徹底できていないじゃないか！ 2つ目はもしも薬剤師が言っていることが正しいとするなら、なぜ一番効き目のいい薬をお勧め品にしないんだ？ おかしいだろ！」おっしゃる通りですと平謝りするばかりだったこと。

これはもう、やるしかないな！と鈴木会長に直談判。当時の会長の第一声は「ばかやろう！ 何考えてんだ！」でした。しかし、30分ほど自分の思いをお伝えさせていただいたところ「わかった。やってみる。そのかわり失敗したらすぐに元にもどせ」と許可をいただきました。結果、症状ごとに3つの推奨品を設定し、売上も計画通り達成することができました。

今年の年頭。社長の言葉に「会社のために仕事をするな、お客様のために仕事をしろ」とありました。この時に「ああ、あの時の判断は間違っていなかったな」と改めて当時のことを思い出しました。当時、寺島の店長だったあの二人のうち一人は商品部でバイヤーを担当しており、一人は営業部長として活躍しております。これからもウエルシア薬局は「全てはお客様のために」精進して参ります。

TOPIC 話題のCM

2017年2月15日デオ&ジェル新発売！
 中川大志くんがデートに3分遅刻するところからスタート。
 走る大志くんの姿を見つけた広瀬すずさんが、
 パパッとデオ&ジェルでリフレッシュケアするのが
 とても可愛く描かれています。
 “3分待ったから、3分つないで”すずさんが
 手を差し出す姿に、キュンとこない人はいないでしょう。
 撮影の間は2人ともエキストラで登場した犬と
 触れ合うなど、とても賑やかな雰囲気でした。
 シンデレラオーディションも応募数 9598名！ 2017年もご期待ください！



株式会社エフティ資生堂 パーソナルケアマーケティング部 フェイス・ボディー・メンズ室
 シーブリーズG ブランドアソシエイト 伊藤 可緒梨様よりご寄稿いただきました。



ワキに直塗り!!

New!!

GATSBY



10年連続！
売上No.1
ブランド

ニオイの元に直に効く
スポット
デオドラント
ロールオン

マンダム お客さま相談室 ☎0120-37-3337 ※インテージSRI 日本における男性用ボディーケア市場 2007年1月～2016年12月 各年間累計販売金額 創汗デオドラント 医薬部外品 商品情報・テクニックはこちら! www.gatsby.jp

4