ARATA MONTHLY
PUBLIC RELATION ARATA

［あらたマンスリー］ 月刊 通巻第178号 平成31年1月1日発行 Vol.178

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
■首都圏支社 TEL 03-5635-1635
■中部支社 TEL 052-231-7872
■関西支社 TEL 072-362-2000
■中四国支社 TEL 086-292-5805
■九州支社 TEL 092-632-7501
関連会社
ジャペル㈱ TEL 0568-85-4111
ジャペルパートナーシップサービス㈱ TEL 0568-85-8822
ペットライブラリー㈱ TEL 0568-74-0001
モビィ㈱ TEL 0463-73-5666
㈱ファッションあらた TEL 03-4296-8000
㈱インストアマーケティング TEL 03-5635-1113
㈱リビングあらた TEL 072-875-3341
凱鏡家(上海)貿易有限公司 +86-21-3220-6210
ARATA (THAILAND) Co.,LTD +662-262-0671
JAPELL (HONG KONG) Co.,LTD. +852-2339-4010
SIAM ARATA Co.,LTD. +66-2-258-2223

2019年　あらたの取組～「世の中のお役に立ち続ける」企業を目指して～

株式会社あらた
代表取締役
社長執行役員 COO 兼
営業統括本部長
須崎　裕明

新年明けましておめでとうございます。

旧年中は大変お世話になりました事を感謝申し上げますと同時に、本年も変わらぬご愛顧をお願い申し上げます。皆様におかれましては新しい年を健やかにお過ごしになり期待を持って迎えられた事と存じます。

昨年は過去にない大きな災害が多発した年となりました。特に６月の大阪府北部地震、７月に中四国地方を襲った西日本豪雨、そして９月には関西地方に特に大きな被害をもたらした台風21号と北海道胆振東部地震ではブラックアウトと呼ばれた北海道全域にわたる大停電が発生しました。この他にも各地で台風による被害が多発し、全国各地で多くの方が被災をされました。また、お得意先様、メーカー様におかれましても被害を受けられた企業様が多く、お見舞いを申し上げます。

■ 2018 年の振り返り

一方、昨年のスポーツ界においては、２月に開催された平昌冬季オリンピックでは日本の選手団による活躍が目立ち、カーリングチームの「そだねー」が話題となったり、プロ野球の大谷翔平選手がピッチャーとバッターの二刀流で大リーグに移籍し新人王を獲得、ベーブルースの再来とも言われたりしているようです。同じ野球では、夏の甲子園大会で「金農旋風」を起こした秋田県立金足農業高校が全国を沸かせるといった、さわやかなニュースも沢山ありました。

また、政治経済の面においては、米国に端を発した自国主義が世界の各国でも台頭し、外交、貿易、安全保障における先行きの不安が増してきています。特に米中の貿易摩擦の拡大は日本にとっても影響が懸念されるところです。

足元の国内市場においては、「人口減少」「少子高齢化」そして「労働者不足」「時給者賃金の毎年の上昇」「物流費の高騰」、注文はあるのに運べないといった「物流クライシス」など、厳しい経営環境が続いております。但し、これらの事象は以前より想定されていた事であり、いわゆる「想定内の課題」として対処してきている内容でもあります。各企業の知恵と環境変化への対応力が問われる内容でもあります。但し、内容によっては企業単独の対策では効果の低いものもあり、業界やサプライチェーン全体での協働が従来以上に求められています。

この「想定内の課題」とは別に、前出の「災害」や昨年夏のような猛暑といった「異常気象」など「想定外の課題」に対しても、適切な対処が求められる状況となっています。BCP の観点からは事業の継続に対する様々な備えを行っていく事が求められます。そして、当社の扱う商品の多くは生活必需品であり、有事の際にも生活インフラの基盤となる小売業様の店頭にお届けする事が社会的な使命となってきております。そして、営業面からは商品の売れるタイミングや展開方法の工夫に対して、今まで以上に緻密な計画と、期中の変化へのスピード感のある対応が必要となっています。

■ 2019 年

本年は、天皇が４月 30 日に生前退位され、新しい元号に変わります。10 月には、消費税増税が予定されており、軽減税率の対応を含め、増税前の商品の荷動きの予測や、現在も苦慮している物流面での対応にサプライチェーン全体が苦悩するところです。平常時において国内市場での消費量が増えない中、生産キャパに限界のある製品もあり、早め早めの対策と、製配販での協力体制が必要となっています。

■あらたグループの取組について

さて、当社は完全子会社であり化粧品・軽衣料の専門卸として長年ご愛顧いただいてきた「ファッションあらた」と４月１日に統合をいたします。統合の最大の目的は、「化粧品・ヘアケア・ボディケア」カテゴリーの更なる強化にあり、今まで両社に分散していた機能を集約し、お得意先様、メーカー様への対応力を強化してまいります。「ファッションあらた」が今まで育て上げてきた商品に対する目利きや、きめ細かな企画提案、素早い商品の動態情報、商品開発といった特徴にさらに磨きをかけてまいります。加えて「あらた」の全国での物流力、営業の機動力、さらにはグループ会社である ISM（インストアマーケティング）を活用した店頭フォローと販促工房によるオリジナリティのある販促物の作成、電通様との共同出資会社である DRM（電通リテールマーケティング）によるデータ分析に基づく施策作成などの機能を活かし、一層のカテゴリー強化につなげてまいります。また、昨年は、完全子会社である「ジャペル」へのペットカテゴリーの集約を、お得意先様、メーカー様のご理解を得て完了させており、その実績を大きく成長させることができました。今回の「ファッションあらた」との合併におきましてもご理解とご協力をよろしくお願い申し上げます。

■最後に

４月から始まる当社新年度は現在進めている中期３カ年計画の最終年度となります。

前記いたしましたグループ内のカテゴリー集約による機能強化で、今まで以上にお得意先様、メーカー様へ貢献できる体制を整備するとともに、物流設備の強化と体制整備を実施してまいります。また、間接業務の軽装備化と効率化を実現させてまいります。これらの計画実現を果たし、今後とも「世の中のお役に立ち続ける」企業を目指してまいります。

結びにあたり、新しい年が皆様の更なる発展の年となる事をお祈りし、また本年も一層のご指導、ご鞭撻を賜る事をお願い申し上げまして、新年のご挨拶とさせていただきます。本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。

方位時釈（ほういじしゃく）

今年は平成31年、亥年ですね。十干十二支では「己亥（つちのとい・きがい）」というそうです。己亥には、「己」（繁栄したものを統制する）、「亥」（生命が閉じ込められている状態）の意味があり、「今現在の状況を維持し、守りの姿勢に徹する」という意味があるそうです。保護主義に走る世界情勢や10月の消費税増税後の日本を予見しているようで、なんだか不安な気持ちになります。

今年は増税だけではなく、TPP11、日欧EPA、新天皇即位、G20サミット大阪開催、参院選、ラグビーワールドカップ開催など、目白押しです。とりわけ日本国民にとっての関心事は、5月1日の新天皇即位ではないでしょうか。改元やGWが最大10連休になるなど、国民生活に直結する出来事でもありますので気になるところです。

改元といえば、「平成」の書を掲げて発表する小渕恵三・元首相（当時官房長官）のニュース映像を思い出します。テレビ時代を意識した演出だったようですが、のちに「平成おじさん」とあだ名が付くほど印象に残る映像でした。さて、新しい元号はどんな漢字になるのでしょう？気になるところですが、今の時代、大半の方はテレビではなくスマホで知ることになるのだと思います。

現状維持・守りの年「己亥」ですが、転じて「次に向けた準備期間」という意味にも解釈できます。何かとネガティブなニュースが多い今日この頃ですが、新天皇誕生をお祝いするとともに、明るい未来に向かって猪突猛進していきましょう。

（M.O）

こんにちはあらたん HELLO

大阪府和泉市納花町
株式会社オークワ
スーパーセンターオークワ
和泉納花店
是澤　克子さん

●お店で心掛けていること
日々入荷する多種多様な商品。試行錯誤を重ね、お客様に手に取って頂ける売り場作りを心掛けています。

●行きたい場所は何処ですか？
金沢21世紀美術館。美術に疎い私ですが、体験型作品などで癒されに訪れてみたいです。

●今、お奨めの○○は何ですか？
ラコリーナ近江八幡の「生どら焼き」です。生クリームと餡のハーモニーが絶妙です。

生活者起点情報 ひなまつり

A…あらた調べ市場データ 2017.7～2018.6
S…SOOパネルデータ 2018.2～4

知っているようで知らない？！雛人形の片付け方、人形用防虫剤の分析結果を紹介！

■雛人形の片付け方

片付けるのが遅れると婚期が遅れるといわれている雛人形。
片付け方を知っているようで、知らない人も意外と多いのでは？
必要なものや片付け方法をご紹介します。

【必要なもの】

- ・人形用防虫剤
- ・小筆
- ・チャック付きの袋
- ・布手袋
- ・和紙などのやわらかい紙
- ・お茶パック
- ・羽根バタキ
- ・薄葉紙

【片付け方法】

①羽根バタキや小筆で人形の髪や着物についたほこりを払う。

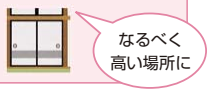
②小物を外し、布手袋などでキレイに拭き、チャック付きの袋に入れる。

③髪に引っかからないように注意して、薄葉紙やお茶パックなどで人形の顔を包む。

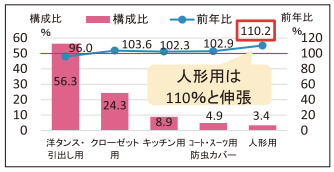
④箱と人形の隙間に和紙などのやわらかい紙を詰めて収納する。

⑤人形に直接触れないように注意し、人形用の防虫剤を入れる。

⑥カビ予防のため、湿気が少ない風通しが良い場所に保管する。



■防虫剤 金額構成比・前年比 A



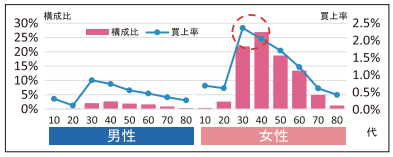
■人形用防虫剤 日別 購入人数 S

	3月1日	3月2日	3月3日	3月4日	3月5日	3月6日	3月7日
2016年	1,005	1,327	2,506	4,452	3,621	2,465	1,019
2017年	1,689	1,854	3,127	4,783	4,347	1,417	1,238
2018年	1,314	1,270	3,653	5,320	1,639	1,558	1,310

（人）

3年連続で3月4日での購入が最も高くなっています。
⇒16年3/4（金）、17年3/4（土）、18年3/4（日）
2019年の3月4日は月曜日！

■人形用防虫剤 性年代別 人数構成比＆買上率 S



構成比、買上率共に子育て世代の30・40代女性が高くなっています。

販促POP

■人形用防虫剤 リフト値（30・40代女性） S

ひなまつりに関連する商品をキーワードでまとめました。

JICFS小分類	JICFS品名	買上率(全体)	リフト値
防虫・除湿・乾燥剤	除湿・乾燥剤	1.8%	6.98
育児用品・用具	ベビー用オムツ	4.9%	3.54
乳幼児食品	ベビーフード	2.7%	3.41
育児用品・用具	ベビー用スキンケア	2.1%	3.41
育児用品・用具	ベビー用衛生用品・用具	3.7%	3.10
乳幼児食品	育児用ミルク	1.2%	3.08
食卓用品	簡易食器	2.9%	2.63
食品包装	ラッピングフィルム	12.6%	2.55
衛生紙用品・用具	ウェットティッシュ	5.9%	2.50
調理品	まぜ御飯の素	5.2%	2.41
果実飲料	果汁100%飲料	5.8%	2.34

★キーワード（人物像・行事）
■子育てママ
ベビー用品
■ひなまつりパーティー
簡易食器、ウェットティッシュ、混ぜご飯の素（酢飯含む）
⇒子育て中の忙しいママに向けて『ひなまつりの簡単料理』等をキーワードに簡単便利商品の同時展開で買上点数UPのチャンス！

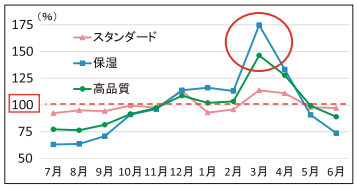
生活者起点情報 保湿ティッシュ

口コミ:クチコミ@係長 2017.7～2018.6
A…あらた調べ市場データ 2017.7～2018.6
S…SOOパネルデータ 2018.2～4

花粉シーズンに最も伸びる保湿ティッシュ。男性にも訴求する事で売上拡大のチャンスです！

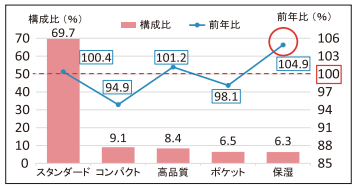
■ティッシュ タイプ別 季節指数 A

タイプ別に見るとスタンダードと比べ
保湿・高品質は3月に最も指数が上がります。



■ティッシュ タイプ別 金額構成比・前年比 A

構成比は「スタンダード」が7割を占めますが、
前年比は「保湿」が最も好調に推移しています。

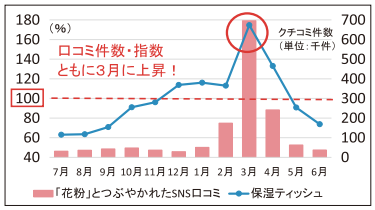


売価の高い
「保湿ティッシュ」を選んで
頂くことで単価UP！

	平均売価（円）
保湿	367.4
高品質	322.4
スタンダード	211.3
コンパクト	181.9
ポケット	155.2

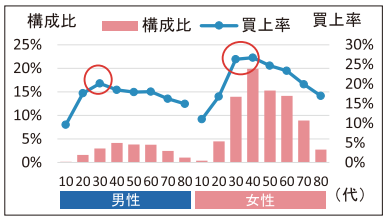
■SNS口コミ件数×季節指数 A

保湿ティッシュは花粉の飛散時期がポイント！
花粉症関連品とのクロスMDを展開しましょう！



■保湿ティッシュ 性年代別人数構成比・買上率 S

（花粉シーズン 2018年2月～4月で抽出）



男性は30代、女性は30-40代の買上率が高いです。
ターゲット層に合わせた展開を行いましょう！

買上率が高い
年代を見てみる

■保湿ティッシュ リフト値 S

関連品との同時展開が効果的です！

対象：男性30代

JICFS小分類	買上率(全体)	リフト値
ベビー用オムツ	1.9%	3.47
ベビーフード	9.7%	2.36
ベビー用スキンケア	1.2%	2.29
男性黒髪用カラーリング剤	3.1%	2.22
男性用スキンローション	5.2%	2.22
男性用フレグランス	1.1%	2.21

「ベビー関連」
「美容関連」
のリフト値が
高い！

対象：女性30-40代

JICFS小分類	買上率(全体)	リフト値
玩具葉子	1.9%	3.47
ふりかけ	9.7%	2.36
弁当箱・ウェア	1.2%	2.29
目・鼻・耳ケア用品・用具	3.1%	2.22
乳酸菌飲料	5.2%	2.22
鼻炎用薬	7.4%	2.05

「子供関連」
「花粉症関連」
のリフト値が
高い！

赤ちゃんを持つ男性、
美意識の高い男性が
ターゲットです。

小学生あたりの
子供を持つ女性が
ターゲットです。

次回のテーマは“お花見”についてです。

白元アース

ハナマル収納

大切な人形のケアは
一緒に使って安心収納

ニオイがつかない
人形用防虫剤 わらべ

虫食い対策に
防虫剤
防カビ剤配合
消臭
黄ばみ防止
収納箱のダニよけ効果

キズ・ホコリ対策に
シートタイプ

カビと乾燥対策に
調湿剤

親王飾りの
収納に

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

3月

	9週	10週	11週	12週	13週
	3／1~3	3／4~10	3／11~17	3／18~24	3／25~31
行事・歳時	1日 防災用品点検の日 2日 ミニぶたの日 3日 ひな祭り	4日 ミミンの日 5日 環境の日 6日 スポーツ新聞の日 7日 消防記念日 8日 ミツバチの日 9日 ありがとうの日 10日 砂糖の日	11日 パング発見の日 12日 財布の日 13日 サンドイッチデー 14日 ホワイトデー 15日 靴の記念日 16日 万国赤十字加盟記念日 17日 漫画週刊誌の日	18日 精霊の日 19日 アカデミー賞設立記念日 20日 電卓の日 21日 春分の日 22日 放送記念日 23日 世界気象の日 24日 マネキン記念日	25日 電気記念日 26日 カチューシャの歌の日 27日 さくらの日 28日 シルクロードの日 29日 マリモの日 30日 国立競技場落成記念日 31日 エッフェル塔の日
生活行事	ひな祭り			お彼岸 お花見 春休み・異動・引越し	
	入試			卒園・卒業式	
生活リズム	新生活へ向けての準備			冬物のお洗濯・春物のお手入れ	
	花粉症の人にとってツライ時期／春一番・季節の変わり目で、お肌が敏感になる時期				

季節指数

日用雑貨…・目、鼻、耳ケア用品、用具　169.4%　・マスク　155.8%　・体温計　126.0%　・線香　119.0%
・ティッシュペーパー　117.8%　・防虫剤　114.9%　・ヘルスメーター　111.3%　・血圧計　108.6%
・ベビー用オムツ　108.5%　・靴墨、靴用クリーム　107.9%　・入浴剤　106.5%
・バス用洗剤　104.8%　・飲薬補助用品、用具　104.3%　・ローソク　104.2%
・コンタクトレンズ用剤、用具　103.0%　・ライト系洗剤　102.7%　・トイレットペーパー　102.0%
・京花紙、ちり紙　101.6%　・避妊用品　101.5%　・大人用オムツ　101.1%　・軽失禁用品、用具　100.6%
化粧品…・男性黒髪用カラーリング剤　119.5%　・黒髪用カラーリング剤　118.4%　・美容液　109.6%
・乳液　109.4%　・コンシーラ　108.8%　・アイカラー　108.2%　・ネイル用化粧用具　107.2%
・マスカラ　107.1%　・チークカラー　106.8%　・フェイスクリーム　106.4%
・ブロー、スタイリング剤　104.9%　・UVケア　104.0%　・ヘア用化粧用具　104.0%
・マッサージ、コールドクリーム　102.7%　・化粧下地　102.6%　・男性用スキンクリーム、ミルク　102.6%
・男性用ブロー、スタイリング剤　102.2%　・ヘアスプレー、ヘアグロス　102.1%
・ファンデーション　101.8%　・化粧水　101.7%　・フェイス用化粧用具　101.6%
家庭用品…・フライパン類　117.8%　・流し用品　112.3%　・湯呑、急須　110.6%　・喫煙用具　110.5%
・製菓用品　110.2%　・荷造り用品　109.1%　・土瓶、鉄瓶　106.7%
・ナイフ、フォーク、スプーン　106.5%　・やかん類　106.0%　・バケツ、ペール　105.5%
・洗濯用品　104.5%　・洗面用品　104.3%　・ハンガー　104.3%　・ペーパーフィルター　103.9%
・マッチ　103.9%　・食品調味料容器　103.2%　・屑入れ　102.8%　・トイレ用品　100.7%
ペット…・猫用フードガム　127.1%　・猫用フードジャーキー　114.6%　・犬用フードドライ　105.7%
・犬用フードジャーキー　102.8%　・犬用フードガム　102.3%　・犬用フードソフト　101.0%

（あらた調べ　期間2017年1月~12月）

ウェザーマーチャンダイジング

■花見

3月の最も大きな季節的イベント、サクラの開花と花見。おおよその時季は決まっていますが、需要が大きいだけにズレが心配です。民間の開花予想は、毎年2月下旬ごろから発表されますが、標本木の予測なので実際にその地域のサクラの木などをチェックすることも必要でしょう。一般的に、開花して概ね1週間で満開を迎え、その満開は約1週間続きます。

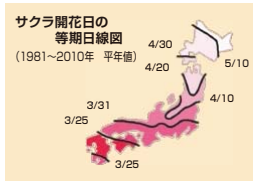
〈2018年　サクラの開花日・満開日〉

地点名	開花日	平年差(日)	平年日	満開日	平年差(日)	平年日
札幌	4月26日	−7	5月3日	4月29日	−8	5月7日
秋田	4月17日	−1	4月18日	4月20日	−2	4月22日
仙台	3月30日	−12	4月11日	4月4日	−12	4月16日
東京	3月17日	−9	3月26日	3月24日	−10	4月3日
長野	4月2日	−11	4月13日	4月6日	−11	4月17日
名古屋	3月19日	−7	3月26日	3月27日	−7	4月3日
大阪	3月20日	−8	3月28日	3月26日	−10	4月5日
広島	3月22日	−5	3月27日	3月28日	−7	4月4日
徳島	3月23日	−5	3月28日	3月28日	−8	4月5日
福岡	3月19日	−4	3月23日	3月27日	−5	4月1日
鹿児島	3月17日	−9	3月26日	3月29日	−6	4月4日

・開花日とは、標本木で5~6輪以上の花が開いた状態となった最初の日

・満開日とは、標本木で約80%以上のつぼみが開いた状態となった最初の日

サクラ開花日の等期日線図
（1981~2010年　平年値）



上記・右記データ：気象庁HPより
(https://www.jma.go.jp/jma/index.html)

2019年 2月発売!!

Paenna®

ハトムギ美容マスク*1 in ビタミンC誘導体*2

素肌からキレイになりたい
肌が荒れやすく困っている
自宅で手軽に肌荒れ予防したい

乾燥　ざらつき　肌荒れ予防

シリーズ累計100万本突破の大好評パエンナシリーズに in ビタミンC誘導体が新登場！
さらに、シートタイプも同時発売！

ノンアルコール　無香料　無着色

ハトムギ美容水
inビタミンC誘導体　500ml

目・口元は切り込み式だからしっかりフィット

シートは100%ピュアコットン

無香料　無着色　無鉱物油

ハトムギ美容マスク
inビタミンC誘導体　7枚

大好評！ハトムギシリーズ

JANコード	商品名
4560309821547	パエンナ　ハトムギ美容水inビタミンC誘導体　500ML
4560309821554	パエンナ　ハトムギ美容マスクinビタミンC誘導体　7枚
4560309820151	パエンナ　ハトムギ美容水inヒアルロン酸　500ML
4560309820168	パエンナ　ハトムギ美容水inダイズイソフラボン　500ML
4560309821349	パエンナ　ハトムギの洗顔料　200G
4560309821356	パエンナ　ハトムギのメイク落とし　200G
4560309821431	パエンナ　ハトムギ保湿ゲル

*1 ハトムギ種子エキス（保湿成分）　*2 アスコルビルリン酸Na（保湿成分）

【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

New!

1.3倍*濃厚にしっとり。この潤いは、鼻セレブだけ。

それはまるで潤いのベールをまとったような肌ざわり。
ネピア独自の「トリプル保湿」と「植物由来スクワラン」により、
さらにしっとりやわらかになりました。
かぜ・花粉の時期はもちろん、デリケートなお肌のケアにも最適です。
いつも、あなたの鼻を美しく。
さあ、あなたも今日から「鼻セレブ」です。

※当社調べ：湿度30%の環境下での従来品との比較。

HAPPY 15th YEAR!

潤いつづく濃厚保湿ティシュ
トリプル保湿成分 / 植物由来スクワラン

CROSS ROAD

私の分岐点

東京都目黒区上目黒 2-1-1 中目黒 GT タワー
ユニリーバ・ジャパン・
カスタマーマーケティング株式会社
ショッパー&カスタマーマーケティング
ショッパー&カスタマーマーケティングダイレクター
須江　健一郎 様

新年あけましておめでとうございます。

「私の分岐点」のテーマで、いくつか私の経験を共有させていただければと思います。

1点目は、社会人一・二年目で経験した工場実習と販売実習です。私は大学卒業後、自動車関連製造業の会社に入社したのですが、一年目は工場実習が、二年目は販売実習が必須参加となっておりました。「実習」ですので「研修」ではなく、工場では2カ月間生産ラインに配属され、販売実習では販売店で3カ月間、販売業務に従事しました。工場で見たものは、想像したことの無いほどのプロ意識を持ってモノ作りに取り組む集団でした。品質に対する妥協の無い姿勢を持ち、品質を担保する自分の技量を高める・維持する為に生産ラインが止まった後に自主練習を繰り返す人々がそこにいました。販売実習では、毎日毎日、ビラを配り、お店にお越し頂いたお客様の接客をし、お客様のご自宅に伺って製品をお届けまたはアフターサービスの手配をする日々を送りました。数多くの営業担当の中で優秀な成績を残す者ほど、お客様の話を良く聞き、社内においてもホウレンソウ（報告・連絡・相談）を絶やさない事に気づきました。これらの経験から形成された私の価値観の一つは、成長・進歩する上での個々の努力の必要性及び基礎・基本の重要性です。

2点目の分岐点は、ユニリーバに入社してからの事になります。2013年から3年間、私はユニリーバのイギリス本社にて勤務しておりました。文字通り、世界中のユニリーバから人が集まっており、ユニリーバの重視する多様性（ダイバーシティ）がまさに体現された職場だったのですが、簡単には存在意義を認めてもらえない厳しい競争環境という一面も持っていました。仕事のやり方・意識を変えるにはまずは自分の意見・考えを確立し、それを繰り返し表明する事、キーパーソンには丁寧なコミュニケーションが必要不可欠である事を実感しました。同時に、多様なメンバーが同じ目線で共通の目標に向けて進んだ時の一体感やスピード感、そしてそこから生み出される結果の質の高さを経験出来たことは、貴重な経験となりました。また、イギリスには家族帯同で赴任した為、現地での生活、学校、旅行を通じて家族としての一体感と自信を培う事が出来た時期でもありました。

3つ目の分岐点は現在進行形です。長年、経理・財務部門を中心にキャリアを歩んできましたが、2017年7月より、営業企画業務に携わることになりました。環境負荷を減らし社会に貢献しながらお客様と共に成長するという当社ビジョンを実現する為に、悪戦苦闘する日々が続いていますが、消費者の手元に当社製品をお届けする為に、いかに卸店様・小売店様との協働が重要であるか実感しております。また、カテゴリー・お客様の成長の為の、ショッパー理解・データ分析・お客様の戦略やニーズの把握、及びそれらを反映させたご提案に、チーム一丸となって取り組んでおります。

最後になりましたが、今年一年、皆様にとって充実した年となりますことを祈念いたします。

TOPIC 話題のCM

9月26日に発売された「ルックプラス　バスタブクレンジング」は、ブルーのミストを浴槽全体にシューーッと吹きかけ60秒後に流すだけで洗える、新方式の浴室用洗剤です。
TVCMでは、イメージタレントの鈴木梨央さんが「バスタブはこすりません！」と宣言し、腕をスライドさせながら広範囲にミストをかける、本品ならではの洗い方を紹介しています。
ご自宅でもお風呂掃除をされる鈴木梨央さん、「私も使ってみます♪」と楽しみにしてくれたことが印象的でした。

ライオン株式会社
H&H 事業本部　リビングケア事業部
ブランドマネージャー
宮川　孝一　様より
ご寄稿いただきました。

簡単! マスクに塗るだけで花粉対策強化

MoriLabo
花粉バリアスティック
マスク用

エステー

【新発見】
香りで花粉をガード®するしくみ
〈特許取得済：第6124340号〉

※本品に約10%配合されているトドマツオイル原体はスギ花粉をコーティングすることにより、アレル物質の働きを低減するという研究成果が報告されています。

あらたマンスリーは再生紙を使用しています。