

顧客満足度 No1 の卸ビジネスを確立する

平素は格別のお引き立てを賜り、心より厚く御礼を申し上げます。今期の営業本部方針の一端を述べさせていただき、弊社が取組むべき営業政策についてご報告させていただきます。

■「今年の春は目利きとレスポンス」

残念ながら新型コロナウイルスの感染終息は未だ見えておりませんが、今年の春と昨年の春では何が違うかを正しく認識して適切に対処する事が重要であると考えております。昨年は2月よりマスクの品薄状態が続き、この影響もあり2月最終週にSNSによる家庭紙及び紙加工品の品薄誤報が配信され、消費者が一斉に購買行動に走り、すべてのお得意先様の店頭から紙製品が消える事態が発生しました。また2月27日に政府から3月2日より小、中、高校の臨時休校が要請され、卒業式、入学式は大学も含めて実施できない状況になり、4月7日に7都府県で緊急事態宣言が発出されその後全国に拡大、5月25日の解除まで自粛生活を余儀なくされ、4月からの新生活はスムーズにスタート出来ない状況に陥りました。今年は1月7日に1都3県で緊急事態宣言が再発出されましたが、この原稿執筆時点では3月7日までは全国で解除される予定で、卒業式、入学式も一部制限ある中ではありますが実施され、大学の講義も昨年までのリモートから対面をメインに切り替える大学が増加する傾向にあるようです。また、ワクチン接種は医療従事者から始まりこの4月からは65歳以上の高齢者へ開始される予定です。このような事実から今年の春が昨年

と大きく違う点は①パニックオーダーによる紙製品などの過度な家庭内備蓄が無い事でその売上げが期待できる事②緊急事態宣言解除後に4月を迎え、新生活準備品の売上げが見込める事③衛生用品のマスク、ハンドジェルなどの市場拡大は高水準で推移するも、昨年同等の異常な売上は見込めない事④大学生の通学など適度な人の流れ動きも出始め、化粧品は回復の兆しが見え始める事の4点です。2年目を迎えたコロナ禍では昨年起きた事と今年の違いを明確にして、直近3カ月の各種データからエビデンスを取り、仕掛けるべき商品及びカテゴリーを目利きし、レスポンス良くお得意先様に提案してまいります。

■「ビジネススタイルの変化」

この1年でビジネス環境は大きく変化しました。これまでは直接顔を合わせたのビジネスがスタンダードでしたが、テレワークでのビジネスが主流になりつつあります、商談・会議・ミーティング・展示会・方針発表会などの変化は顕著です。重要な事はこの変化を「制約」から「価値」へ、いかにして速やかに変更させるかであります。例えば社内ですみでは毎朝集合で「発言」主体で実施していたミーティングもテレワークでZoomを活用する事で、資料や写真を全員に「ビジュアル」に提示しながらの発言が可能になりスムーズに伝わるようになりました。また、感度の良い若いメンバーの意見が反映されやすくなりました。これは「価値」に変更した一例です。お得意先様、メーカー様とも「続ける事」「やめる事」「始

める事」の3つを並行して進め、この環境下で最適な新しい関係基準を構築してまいります。また、お得意先様の販促手法も変化してきました、「チラシ販促」からアプリを中心とした「デジタル販促」へシフトしており、メーカー様の宣伝広告も TVCF から YouTuber を活用するなどのネット媒体が増えています。コロナ禍でデジタルシフトは5年先に一気に進んだと言われておりますが、当社もお得意先様の DX・販促デジタル化対応を後押しできる「提案」「仕掛け」を積極的に準備してまいります。

■「あらたな定番化の推進」

昨年 7 月に熊本県を中心に線状降水帯による豪雨が発生しました、今年の 2 月 13 日には福島県と宮城県で最大震度 6 強の地震が発生しました。自然災害による甚大な被害が相次いで発生しております。今年は東日本大震災から 10 年の節目の年です。自然災害はいつ発生しても対処できる事を前提に、「防災用品の定番化」とカテゴリーの枠を超えた「コロナ関連で習慣化した商品の定番化」を推進して、お客様がいつでも備蓄・補充購買が可能な売場を共に検討してまいります。

■「返品はサプライチェーンで改善」

脱炭素社会の視点からも「返品は削減すべき課題」であると捉えており、今件はサプライチェーン全体で改善すべき案件であると認識しております。手法は「売り切るか」「売り続けるか」で、次の4つのポイントをお得意先様・メーカー様と合意の上推進してまいります。



株式会社あらた
取締役
副社長執行役員
営業本部長

表 利行

- ①売上拡大と返品削減を一体化した提案を実施する
- ②季節品の初回投入量を精査・抑制し、年間定番品をベースに販売する
- ③お得意先様自動発注を探索し、売り切り策に有効活用する
- ④ JAN変更リニュアル品はメーカー様と①を合意した導入プランを推進する

オンとオフを繰り返しながらも新型コロナウイルス感染は徐々に身近に迫ってきており、マスクを外しての生活は当然見込むことはできないと思われます。コロナ対策はエリアによって発生している事実と環境に違いがあり、温度差があるのが自然です。全国一律の対策が不適切な場合もあり得ます。エリアの事実を正確に把握して丁寧な対策を打つために、今年度も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一歩先行く提案をする事で、「顧客満足度 No1 の卸ビジネス」を確立する 1 年にしていく所存であります、今後ともご指導ご鞭撻の程、よろしくお願い申し上げます。

※2021年3月5日に「1都3県 緊急事態宣言3月21日まで延長」が発表されました。

ほう い じ しゃく
方位時訳

「人は自分一人では生きられない」という言葉を強く実感している。コロナ禍という環境で人との接触を減らす生活をしている、会わない・話さない・生活だ。人は他人と接して初めて自分の存在を確認できる。会って話して触れて、共感して泣いて笑って、感謝し感謝される。周囲に常にコミュニケーションできる人がいれば

いるほど安心し、自己肯定感が発
 生拡大し自分に自信が持ててい
 く。お客様に要望されて指摘され
 て理解されて感謝される、すると
 その相手に自分も同じように接し
 感謝していく。それは何より自分
 の気持ちが安らぎ安定し、気持ち
 のいいものになってしまう。

人それぞれで環境は違おうだろうが人によっては1日誰とも話さない日もあるそうだ。自身も会話そのものが少なくなり声も小さめ気持ちも小さく…職場の会話も少なくなり、久しぶりに上司や周囲と話しても会話の周波数が合わず気持ちがちがう…ああ、話すの嫌

だな…とこれではいけない。会話を増やす工夫をして負のスパイラルから抜け出そう…周波数が合わないなら「ありがとう」「感謝の気持ち」をまず伝え、温かい言葉から始めよう。感謝されたら気持ちも温まる、それは巡りめぐって自身に帰ってくるだろう。

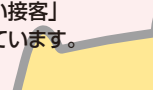
どんな環境下でも自分自身の気持ちが一番大事だ。毎日うまくいかないことばかり、なかなか難しいが、せめて自分が発する言葉や表現は自分がしてもらったら一番うれしいことができるよう、そんな気持ちを持ち続けたい。

(M.S)



諫早市多良見町囀
丸高商事株式会社
まるたか生鮮市場多良見店

え な み あ ず さ
榎並 亜寿沙さん

- 
- **お店で心掛けてのこと**
「マスクの上からでもわかる明るい接客」
「気配りのできる接客」を心掛けています。
 - **行きたい場所は何処ですか？**
「観光スポット」
県外のオススメスポットをめぐりたいです。
 - **今、お奨めの〇〇は何ですか？**
「ライブDVD」ステイホーム期間を利用しているんなアーティストを観ています。

国内電通グループなど7社合同での 「SDGs ビジネスソリューション」提供

2030年のSDGs達成に向け企業におけるサステナブル経営の実装が急務になっていますが、SDGsに取り組む企業からは「SDGsを追求すると収益につながらない」「サステナブル視点での商品開発が進まない」「リサイクルを行いたい自社のみでは回収まで行うことができない」「社内外での理解が進まない」といった、さまざまな課題が表出しています。

国内電通グループなど7社は、これらの企業課題に応えるために、事業戦略策定から素材選定、資源調達、デザイン、製造、サービス開発、回収リサイクルまでバリューチェーン全体のコンサルティングと、各プロセスにおける戦略的なコミュニケーションのサポートを行う **SDGs ビジネスソリューション** を2020年11月に発表しました。

SDGsのビジネス化・情報発信を行うSDGsコンサルタント約30人を擁するグループ横断の専門組織**電通 Team SDGs**を中心に、国内電通グループ各社とパートナー企業が得意分野で協同することで、企業が自社のみでは難しかった回収やリサイクル企業などとの連携を推進する**つなぐ力**、最新のサステナブル素材の調達から製品開発まで行う**つくる力**、その活動を社内外へと効果的に広げていく**伝える力**によるサポートを実現。収益につながるSDGsを目指した、**サーキュラーエコノミー**（循環型経済）の構築支援を行っています。



電通 TeamSDGs <https://www.dentsu-sdgs.com/>

SDGs ソリューションの一環としての「環境対応素材」

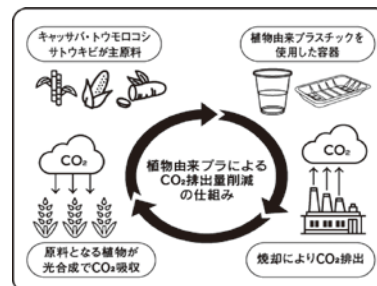
左記のSDGsビジネスソリューションの「素材選定」や「開発・製造」の部分に於いては、**環境対応素材**が大きく注目されています。

ご存知の方が多いと思いますが環境に良い取り組みとして**3R**という考え方があります。

Reduce（リデュース：減らす） **Reuse**（リユース：繰り返し使う） **Recycle**（リサイクル：再利用する）

の頭文字をとって**3R**といますが、そのうちの「リデュース」の一環として**環境対応素材である石油由来以外のプラスチックに置き換えることで、石油由来プラスチックの使用量を減らす**という考え方があり、そのひとつとして**生物由来プラスチックへの置き換え**が挙げられます。生物由来プラスチックは、主としてサトウキビ、キャッサバ、トウモロコシなどの植物から抽出された成分を加工してプラスチックと同じ性質を持たせたものを指します。100%が生物由来の成分で構成されたものから、石油由来プラスチックと混ぜたものまで広く流通しています。

生物由来プラスチックがどのように環境への負担を軽減しているのか、右図をご覧ください。植物として生育しているときに光合成でCO₂を吸収するため、容器としての使命を果たして**焼却処分される際にCO₂を排出してもプラスマイナスゼロになる、またはCO₂排出量が通常の石油由来プラスチックより大幅に削減される**、という点で環境負担を低減しています。



電通のSDGsビジネスソリューションに参画している株式会社電通テックでは、生物由来プラスチックとして広く流通している**PLA（ポリ乳酸）**などの素材・製品の国内外調達ネットワーク強化に加えて、生物由来プラスチックが抱える課題を解決する**環境対応新素材の開発**、食品廃棄物を有効活用する**大麦残渣由来プラスチック**の開発にパートナー企業と共に取り組んでおり、企業のSDGs施策実施に際して素材や製品をご提供できる体制を整えています。

【お問い合わせ先】株式会社電通リアルマーケティング 03-5439-6141

Paenna®
ハトムギシリーズ

植物由来の保湿成分ハトムギ種子エキスを配合。

累計**200万本突破**

（集計期間：2011年8月～2020年10月）

絶賛好評発売中！！



addgood 【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.03-4296-8000



7日間、変えられる。

「7日間に変えられる。」というメッセージを伝える、期間限定パッケージも、2月末から発売開始！

しんどい生理の時だからこそ、
少しでも気になることを減らせるように。
ソフィは、あなたの7日間に向きあいます。



幅広い生理ケアから、
あなたにちょうどいい
を見つけよう



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

6月

	23週	24週	25週	26週	27週
	6/1~6	6/7~13	6/14~20	6/21~27	6/28~30
行事・歳時	1日 衣替えの日 2日 おむつの日 3日 測量の日 4日 虫歯予防デー 5日 環境の日 6日 梅の日	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 入梅 12日 日記の日 13日 小さな親切の日	14日 五輪旗制定記念日 15日 生麦の日 16日 麦とろの日 17日 伊勢志摩の国と都府県の日 18日 海外移住の日 19日 理化学研究所創設の日 20日 父の日	21日 夏至 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 ちしし寿司の日	28日 パフェの日 29日 星の王子様の日 30日 ハーフタイムデー
生活行事	遠足・修学旅行・体育祭・運動会				
	歯と口の健康週間(6/4~6/10)				
	父の日				
	中元				
生活リズム	20年梅雨入り ●沖縄 5/11 ●奄美 5/10 ●九州南部 5/30 ●九州北部 6/11 ●四国 5/31 ●中国・近畿・東海 6/10 ●関東甲信・北陸・東北南部 6/11 ●東北北部 6/14				
季節指数	夏の食事やライフスタイルへ変化／食中毒が気になる時期 台所周りの除菌の徹底 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				
	日用雑貨…・電子蚊取り器 357.5% ・蚊取りマット、リキッド 288.8% ・虫よけ剤、虫よけ器 276.2% ・蚊取り線香 240.3% ・殺虫剤 234.3% ・ゴキブリ捕獲器 216.8% ・電気製品用クリーナー 146.0% ・除湿、乾燥剤 137.6% ・台所用除菌、消臭剤 125.8% ・洗濯用石鹸 123.3% ・フットケア用品、用具 121.2% ・台所用漂白剤 120.1% ・仕上げ剤 119.9% ・カビ防止剤、カビ取り剤 118.3% ・脱臭剤 114.2% ・熱冷却用品、用具 114.1% ・ベビー用スキンケア 113.5% ・水洗トイレ用タンククリーナー 112.5% ・包帯 112.0% ・室内用芳香、消臭、防臭剤 110.3% ・固定テープ、巻絆創膏 110.2% ・サポーター 109.1% ・パイプ、風呂釜クリーナー 107.4% ・漂白剤 106.7% ・口中清涼剤 106.6% ・ハサミ、ピンセット 106.5% ・ベビー用ヘルスケア 105.7% ・ベビー用オムツ 105.6% ・トイレ用洗剤 104.9% ・トイレ用芳香、消臭、防臭剤 104.1% ・洗口液 103.5% ・義歯用品 103.4% ・ボディシャンプー、リンス 103.4% ・廃油処理剤 103.2% ・ヘルスメーター 102.7% ・化粧石鹸 102.7% ・衣料用合成洗剤 102.5% ・歯磨き 102.5% ・台所用洗剤 102.5% ・ガーゼ 102.4% ・脱脂綿 101.8% 化粧品…・むだ毛処理剤 158.7% ・制汗防臭剤 154.8% ・男性用制汗防臭剤 152.2% ・UVケア 150.5% ・パーマ剤 126.4% ・男性用洗顔料、パック 120.7% ・男性用フレグランス 114.4% ・男性用育毛、養毛剤 110.2% ・男性用ヘアトニック 107.6% ・ヘアスプレー、ヘアグロス 107.5% ・ネイルカラー 106.2% ・男性用スキンローション 106.0% ・カミソリ 106.0% ・メイク落とし 105.5% ・男性用ブロー、スタイリング剤 105.0% ・洗顔料 105.0% ・男性用ヘアスプレー、ヘアグロス 105.0% ・ファンデーション 104.8% ・化粧下地 104.1% ・化粧水 103.3% ・シャンプー 102.7% ・ヘアトリートメント、パック 102.6% ・ブロー、スタイリング剤 102.5% ・プレシェーブ、シェービング剤 102.4% ・ボディ用化粧用具 102.4% ・ヘアリンス、コンディショナー 102.4% ・フェイス用化粧用具 102.3% ・アイブロー 102.1% ・トフレ 101.6% ・男性白髪用カラーリング剤 101.5% ・パック 101.4% ・マッサージ、コールドクリーム 101.4% ・美容液 101.1% ・ヘア用化粧用具 100.5% ・白髪用カラーリング剤 100.4% ・女性用育毛、養毛剤 100.2% 家庭用品…・弁当箱、ウェア 155.2% ・簡易収納ケース 137.3% ・食品調味料容器 134.7% ・洗濯仕上げ用品 118.0% ・魔法瓶、ジャー 117.6% ・靴関連用品 116.8% ・皿 109.2% ・裁縫、手芸用品 107.0% ・キッチンペーパー 103.8% ・卓上小物 102.9% ・たわし、スポンジ 102.0% ・コップ、グラス 101.7% ・ラッピングフィルム 100.4% ・洗濯用品 100.4% ・簡易食器 100.3%				

(あらた調べ 期間2019年1月~12月)

ウェザーマーチャンダイジング

■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数が多い月です。一般的に、雨が降ると来店客数は減ります。しかし、2日以上雨が続いた場合は、家の備蓄食料が乏しくなり、食料調達の一途に駆られ、買物に出かけるようになります。

30℃

25℃

20℃

- 30℃を超えると無糖系飲料の売れ行きがよくなる
- 関東~九州地方では6月頃から最高気温30℃以上がみられる
- 27℃を超えるとアイスクリームの売れ行きが拡大する
- 梅雨入り前は湿度が低いため、気温が高くてもさっぱりとした暑さ
- 梅雨入り後は湿度が高くじめじめした不快な暑さ
- ビールなどチルド飲料の商品が加速
- 夜間の最低気温が25℃を上回ると「熱帯夜」。快眠を妨げる
- 清涼飲料、冷麦、水ようかんが売れ筋商品になる
- 24℃になると暑さに強い人も夏服を着始める
- 22℃でビールがよく売れ始める
- 最低気温が20℃を超える頃から、夜寝るとき掛け布団をかけず、タオルケットなどで過ごす人が増える

■梅雨

梅雨の特徴は、雨が多い事他に非常に湿度が高いことが挙げられ、日々の生活や行動パターンに様々な影響を与えます。雨対策グッズ(部屋干し用洗剤など)や湿度対策グッズ(除湿剤、除菌剤、消臭剤、カビ取り剤など)は高い売上げ水準を示します。これらのグッズは梅雨入り半月ほど前より売上げを伸ばします。

梅雨入り前	・本州各地で最高気温が30℃前後まで上がることがある ・それほど湿度が高くないさっぱりとした暑さ
梅雨初期	・梅雨入り前と同様、晴れて気温が30℃前後まで上がる ・湿度が高くなり、じめじめと蒸し暑くなる
梅雨中期	・ほとんど晴れがなくなり、あまり気温も上がらない ・関東では「やませ」の影響を受けやすく肌寒く感じることもある

◆拡売商品(生活用品)◆

- ・**室外関連**
傘、靴用カバー、雨がっぱ、防水スプレー、靴用クリーム、インソール、消臭スプレー、ヘアスプレーなど
- ・**室内関連**
部屋干し洗剤、室内用物干し、角ハンガー、ロープ、除菌スプレー、除湿剤、防カビ剤、防臭・消臭剤、押入れ収納、台所用漂白剤、ハンドソープなど

◆Easter◆

TOPIC 話題のCM

ブレスラボは、製薬会社が開発した口臭予防ブランドとして2018年8月27日に発売しました。実は口臭の原因の約9割はお口の中にあると言われており、その口腔内が原因の口臭をブレスラボは予防します。柴咲コウさんが出演している今回のTVCM「女優の息」篇には、女優・江口のりこさんが共演しています。今をときめくふたりの大女優に、緊迫したドラマの1シーンを演じていただきました。TVCM 放映開始後、大きな反響をいただいています。

第一三共ヘルスケア株式会社
マーケティング部
広告宣伝グループ マネジャー
佐伯 佳彦 様より
ご寄稿いただきました。

毎日シュッシュ!の新・清潔習慣

これ1本でCLEAN!

瞬間消臭で空気も衣類も

衣類や寝具などの布製品のウイルスも99.9%除去

CLEAN MIST クリーンミスト

消臭力 CLEAN MIST クリーンミスト

除菌力 CLEAN MIST クリーンミスト

抗菌力 CLEAN MIST クリーンミスト

ウイルス除去力 CLEAN MIST クリーンミスト

※空間の除菌・抗菌・ウイルス除去はできません。全ての菌・ウイルスに効果があるわけではありません。※しっとりするほどスプレーして乾かしたときの効果。



奈良県奈良市
スケーター株式会社
代表取締役社長
鴻池 総一郎 (こうのいけ そういちろう) 様

CROSS ROAD

私の分岐点

まずは私どもスケーター(株)の紹介をさせていただきます。昭和25年に祖父が設立した企業で現在は家庭用品・日用雑貨の総合メーカーです。取扱商材は家庭用品では弁当箱関連、行楽用品、キッチン調理関連、保存容器、エコバッグ諸々です。また日用雑貨では歯ブラシ、マスクとマスク周辺商材、絆創膏・除菌商材諸々です。最近ではキッズコスメやペット用品も取り扱いを始めております。

元々は万年筆の製造メーカーです。社名の由来は「スケートのように滑るような書き味」からスケーターと名付けたそうです。それから時代の変遷に伴い万年筆のニーズが減少します。対して昭和40年代後半は核家族化が急速に進む中家庭用品業界が急成長を遂げていたため2代目の父が万年筆から家庭用品メーカーへ業種変更し現在に至る企業です。

企業としての大きな分岐点は万年筆から家庭用品メーカーへの業種変更、メーカーからファブレスメーカーへ、さらに本社を大阪市から奈良市へ移転させた事だと思っています。現在も変化対応を社是としている企業です。

本題ですが私個人の分岐点は本当にたくさんあります。例えば就職、結婚、取締役への就任、取締役専務への就任、代表取締役社長への就任またその各々のステージでもたくさんの分岐点があったと思います。

その中で私にとっても会社にとっても最近で一番大きかった分岐点はあらた様と取組が出来たことだと思っています。

私どもは20年ほど前からキャラクター歯ブラシ・マスク・絆創膏・装粧品の取扱いをしておりましたが、これらの商材に関してはキャラクター業界にしか

販売する事ができず本流のドラッグストア、SM、GMS、HCの日用雑貨部門への導入がほとんど出来ていない状況でした。

私としてはどうしても本流の日用雑貨部門へ私たちの商品を導入させたいと思っておりましたがなかなか上手くいかず、あれこれと方法を考えていましたが答えがでませんでした。そこで考え方を変えて自分達だけで考えるのではなく懇意にしている販売店の方に教えて頂こうと思い面談をさせて頂いた結果あらた様と取組をしたらいいとの結論に至りました。ただ口座はあったものの上層部の方々と伝手があるわけでもなく、取組させて頂きたいと要望することができなかったのですが非常に懇意にしていた方にセッティング頂きあらた様と取組することが出来ました。これをきっかけに各支社各支店へ積極的に訪問するとともに、中部支社様、中四国支社様、九州支社様の展示会で弊社のコマに私も終日詰め、販売店様、あらた様の社員の方々と接客させて頂き今に至ります。

本当に人の伝手、縁が組織を動かしていると改めて感じています。

今後とも人の繋がりを重要視し一人でも多くの方々と面談させて頂きたいと思っています。

今後ともよろしくお願い致します。

最後に社員に対しては新方針についてきてくれて感謝しています。引き続きお願いします。

ニコチンレスで**新習慣**
NFREE

希望小売価格 370円 (税込 407円)



メンソール



ミント



ピーチ



レモン

圧倒的
味わい。

BLASTつぶして、
ハジけるフレーバー。



ニコチン
0
mg

お問い合わせ 株式会社イングリウッド(ライセンスPB事業部)
TEL: 03-6455-2024

本製品はタバコではありません。20歳未満の未成年への販売はいたしません。
加熱プレートを挿入するタイプのデバイスでご利用いただけます。

sc Johnson
A family company
at work for a better world

新登場

密着! もこもこ 泡で
ラクにまるごと^{※1} 洗浄!

シューズと石鹸カス99.9%除去^{※2}

^{※1}材質が不明な場合は、必ず目立たないところで試してから使う。

^{※2}米国CSPAテスト準拠。