

「外で遊びたい」それが夢だという子どもたちのために

■難病とたたかう子どもとその家族

日本には、小児がんや心臓病など、難病とたたかう子どもたちが、約20万人いると言われています。その子どもたちは、辛く長い闘病生活の中で「外で遊ぶ」という機会がほとんどありません。「外で遊びたい」それが夢だという子どもたちがいるのです。そして闘病中の子どもをサポートする家族にも「休息」や「リフレッシュ」が必要となっています。日本の子どもの数は、ある時期から2000万人を下回って以降減り続けているので、確率的には100人に1人の子どもとその家族の話です。

■アジア初・医療ケア付キャンプ場

小児科医が中心となり、難病とたたかう子どもたちとその家族の「外で遊びたい」という夢を叶えるため、医療ケア付キャンプ場を創ろうという活動が、2004年に始まりました。東京や大阪で造園コンサルタントとして働き、病院のお庭を企画・設計していた私は、立ち上げメンバーの若手の一人として参画し、約16年を経て今に至ります。モデルにしたのは、ハリウッド俳優・故ポールニューマン氏が仲間たちと米国や欧州に創設した医療ケア付キャンプ場。彼らの指導を受け、仲間になり、2012年アジア初の医療ケア付キャンプ場「そらぶちキッズキャンプ」が、北海道滝川市丸加高原に出来上がりました。（「そらぶち」とは、アイヌ語で滝下る川、この場所の昔の呼び名です。）

■そらぶちのミッション・事業内容

そらぶちキッズキャンプのミッション（使命・目的）は、全国各地の難病とたたかう子どもたちとその家族を、医療ケア付キャンプ場に無料で招待し、北海道の豊かな自然環境の中で、病気や障がいのことを気にせず、思いきり遊んでもらいたいというものです。キャンプ場で過ごす非日常の時間が、闘病中の子どもたちや家族の「休息」になり、「明日を生きるエネルギー」になることを目指しています。

4つの種類のキャンプがあり、これまで全国各地から多くの子どもたちや家族が参加しています。「キッズキャンプ」は、小学生から高校生の病児のみが参加し、「ファミリーキャンプ」は、年齢に関係なく、病児、きょうだい、親が家族単位で参加します。また「レスパイトキャンプ」と呼んでいる、主治医等医療者の同行が必要な病状の子ども（小児がんのターミナル期や人工呼吸器をつけた子どもなど）を対象とするファミリーキャンプも行っています。このほか家族会、医療法人等を団体として受入れる「グループキャンプ」もあります。これら4種類のキャンプは3泊4日で行われ、コロナ禍の現在は活動を制限・縮小していますが、将来は年間15～20回のキャンプを実施する計画です。

■医療的・精神的な配慮

キャンプという自然の中での集団生活では、人とのふれあい、自然とのふ

れあいの機会が増えることなどにより、様々な効果を生み出します。以下に参加者からの感想を紹介します。

「一人じゃないんだ、仲間がいるんだと、初めて感じる事ができた。」「キャンプ参加は自信になりました。子どもの可能性を信じ、これからもいろんなことにチャレンジしていこうと思います。」「病児、きょうだい、両親、一緒に楽しめたので、家族同士のいろいろな表情を発見できた。あらためて“家族一緒”が一番楽しいと感じた。」「誰にもこの苦しさはわからないと思ってた。でもこんなに支えてくれている人がいるんだ。」

そらぶちキッズキャンプでは、キャンプの効果をより深いものにするため、キャンプの参加前、参加後も大切にしたいと考えています。「こんなキャンプがあるんだ。行ってみたいな。」と思ってもらうこと。「キャンプではあんなチャレンジができた。」と思い出してもらうこと。日常の闘病生活で「明日を生きるエネルギー」が生まれるために、キャンプ前後の参加者とのやりとりも大切に、このキャンプが難病の子どもや家族にとって目標や支え、居場所、“こころのふるさと”になることを目指しています。

■ドラッグストア業界からのご支援

このような医療ケア付キャンプ場は、国内にはなく、すべて寄付やボランティアの力で建設・運営しています。そらぶちの立ち上げ時期より、日本チェー



ンドラッグストア協会（JACDS）様に、社会貢献活動の一環として店頭募金箱の設置などのご支援を頂き、現在も様々な形で継続支援を頂いております。（株式会社あらた様には、そらぶち賛助会員としてのご支援を頂いております。）またJACDS様には、更にドラッグストア業界全体へ、そらぶち支援の輪を広めようと、現在メーカー様・卸様へ協力を呼びかけて頂いております。

これまで、ドラッグストア業界をはじめ、多くのご支援が集まり、1000名を超える全国各地の難病の子どもと家族が、夢のキャンプに参加し、「明日を生きるエネルギー」を持ち帰ることができました。心より御礼を申し上げます。これからも「支え合う」世の中を、皆様と一緒ににつくって行けたら嬉しいです。



ほういじしゃく
方位時観

「頑張る時はいつも今」
こんなことになるとは思わなかった状況も1年も続くと馴れてきた今日この頃、こんな時に無理してもと自分を甘やかし放題。休みのたびに続けた、食っちゃ寝な生活でこびりついたおなか周りの贅肉と突き付けられた「糖尿病に片足突っ込んでいますよ」という病院での一言。
《糖尿病とは血液中のブドウ糖

（血糖）が増え続ける病気のことを言います。ブドウ糖が多い、つまりは血糖値が高いことで、血管や血液の状態が悪化し発症する病気》だそうです。
いわゆる2型糖尿病で、原因は①40歳以上の人②太りすぎの人③家族に糖尿病の人がいる④著しい運動不足の人とのことで、全てにおいて該当します…。
さあ糖質制限だ、ランニングだ、とおかれた状況で最善を尽くそうと考えてはいますが、なんといっても相手は症状の出ない病気だけでなく、得体の知れないウイルスと自衛警察も。（夜ごはんは豆腐をレンジでチンして食べる一人鍋セットに置き換えてます）

家族には「まだ本気だしてないだけ」とうそぶいていますが、今まで好きなものを好きなだけ食べてきたツケが回ってきたとも思います。きっとここがこのわがままボディを変えるチャンスなはずだ。
まさに「頑張るときはいつも今」。自分自身と向き合って今後の人生の基盤を立て直す時期にきていると思います。健康は豊かな生活の礎になると信じ、今日も帰宅後は10km目標のウォーキングと一人鍋セットを。（チゲと麻婆の2種類で回していますが本当においしいです）自分の健康は自分で守っていきましょう。
(Y.A)

こんにちは
あらたん

新潟県新潟市中央区古町通
株式会社ココカラファインヘルスケア
古町ルフル店
くすみしょうこ
久住 祥子さん

●お店で心掛けていること
お客様が見やすい綺麗な売り場づくり、丁寧なカウンセリングを心がけています。

●マイブームを教えてください。
宅トレです。運動不足の為最近始めたのですが、気分転換にもなり楽しく続けています。

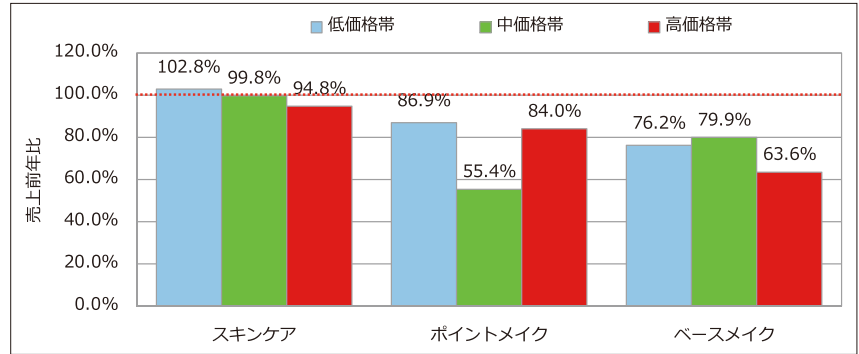
●行きたい場所は何处ですか？
温泉です。特に、コロナで昨年計画倒れしてしまった銀山温泉にリベンジしたいです。

1

【スキンケア】低価格帯商品は売上を伸ばしている

コロナ禍において、売上が振るわなかったカテゴリーのひとつに「化粧品」が挙げられます。その中で、ポイントメイクの売上を価格帯別に前年と比べると、全ての価格帯で売上を落としており、特に中価格帯商品の落ち込みが目立ちます。一方、スキンケア化粧品では、低価格帯商品は前年の売上を上回っており、売上の落ち込みは高価格帯商品に起因していることが分かります。(図1)

図1：【スキンケア】【ポイントメイク】【ベースメイク】価格帯別 売上前年比



商品単価	スキンケア	ポイントメイク	ベースメイク
低価格帯	2,000 円未満	2,000 円未満	3,000 円未満
中間価格帯	2,000 円～ 6,000 円未満	2,000 円～ 3,500 円未満	3,000 円～ 4,500 円未満
高価格帯	6,000 円以上	3,500 円以上	4,500 円以上

対象期間：2021/02/24-2021/08/31

マスクの着用が日常になったことでポイントメイクを使う機会が減り、ベースメイクにも気を遣わずに済むようになりました。マスクによる保湿効果もあり、スキンケアも今はリーズナブルなものでもいいという人が増えたのでしょうか。

売上の増減だけで売れ筋を見極めることはできません。購買行動と掛け合わせて見ることで、消費者心理と戦略的に必要な次のニーズを探ることができます。

※出典
電通リテールマーケティング
ID-POS パネルデータ
ドラッグストア (n)：550 万人
スーパーマーケット (n)：120 万人

電通リテールマーケティング <https://dentsu-rm.co.jp/>

【食品】単価が高くてもコストパフォーマンスで大容量を選ぶ

「食品」では新型コロナウイルスの感染拡大を境に高単価商品の売上が伸びています。

その内訳を容量の視点で見ると、総じて大容量の商品が売上を伸ばしています。(図2、3)

各商品共に、売上の主軸はレギュラータイプですが、多少単価が高くても大容量が求められるのはコロナ禍特有のニーズなのかもしれません。

商品単価別 売上前年比

図2：【冷凍食品】

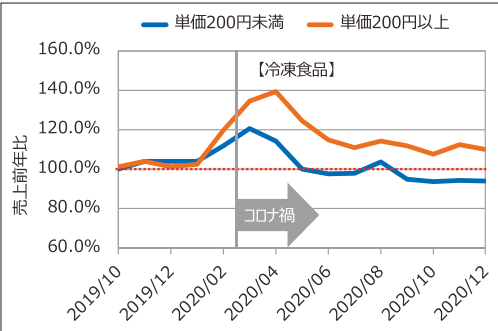
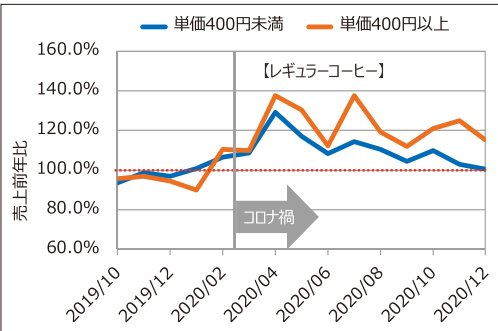


図3：【レギュラーコーヒー】



価値基準と商品選択の変化

以前は、無意識にいつも買っている商品やブランドが買われていましたが、コロナ禍においては、「今の生活スタイルにあった商品価値」を品定めしてから買う傾向が見られます。

「あまり外出しないから、今は手頃な化粧品でいいかな…」
「高いけど、大容量の方が結果的にお得かな…」など、高くても価値を感じるモノであれば買い、今必要ではないモノは限りなく出費を抑えるようになりました。

ブランドが効かなくなっているとまでは言い切れませんが、購買行動はブランド価値よりもコストパフォーマンス重視に変化しています。コロナ禍によって変化した購買行動を的確に捉えて、アフターコロナを見据えた戦略に活かす必要があります。

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

CARELAGE

ウイルスクリア
除菌
ウェットティッシュ

アルコールタイプ

手肌にやさしい
ヒアルロン酸
配合

99.9%
ウイルス除去

抗ウイルス性試験実施済

※すべてのウイルス・菌を除去できるわけではありません

手指の汚れ落としに

ピクニックに

テーブル周りの除菌に

JANコード	商品名
4560309821844	CARELAGE ウイルスクリア除菌ウェットティッシュ 大判 30枚
4560309821851	CARELAGE ウイルスクリア除菌ウェットティッシュ 携帯用 30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.03-4296-8000

KINCHO

煙じゃないのに煙のききめ!

ゴキブリ
ムエンバ

低刺激 人にやさしい無煙処方

40プッシュ
最大60畳分

次世代型

家中まるごと
ゴキブリ
駆除

面倒な事前準備や
後片づけ不要

人にやさしい無煙処方

80プッシュ
最大120畳分

次世代型

家中まるごと
ゴキブリ
駆除

面倒な事前準備や
後片づけ不要

人にやさしい無煙処方

ミクロの殺虫成分が
スミズミまで
いきわたる!

防除用医薬部外品

※使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。

ゴキブリムエンダー 40プッシュ

ゴキブリムエンダー 80プッシュ

2

EVENT CALENDAR & WEATHER MD イベントカレンダー&ウェザーマーチャндаイジנג

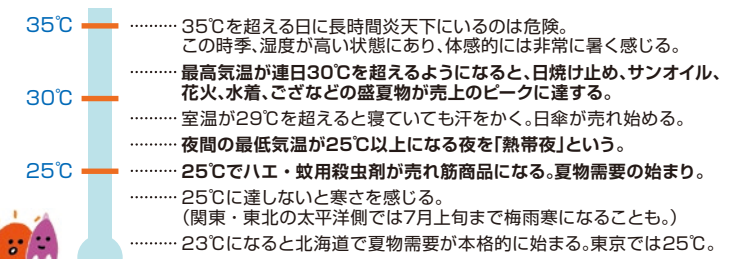
7月	27週	28週	29週	30週	31週
	7/1~4	7/5~11	7/12~18	7/19~25	7/26~31
行事・歳時	1日 山形新幹線開業記念日 2日 たわしの日 3日 波の日 4日 梨の日	5日 穴子の日 6日 サラダ記念日 7日 小暑 七夕 8日 中国茶の日 9日 ジェットコースターの日 10日 納豆の日 11日 アルカリイオン水の日	12日 人間ドックの日 13日 盆迎え火 14日 ゼリーの日 15日 盆・中元 16日 盆送り火 17日 国際司法の日 18日 光化学スモッグの日	19日 女性大臣の日 20日 ハンバーガーの日 21日 日本三景の日 22日 大暑 海の日 23日 スポーツの日 24日 映画の日 25日 かき氷の日	26日 歯医者の日 27日 スイカの日 28日 葉っぱの日 29日 白だしの日 30日 コアラの日 31日 パラグライダー記念日
生活行事	七夕				
	夏休み 東京オリンピック(7/23~8/8)※一部競技7/21~				
生活リズム	花火・盆踊り・海・山・レジャー				
	中元				
季節指数	20年梅雨明け ●沖縄 6/12 ●奄美 7/20 ●九州南部 7/28 ●九州北部・四国・中国 7/30 ●近畿 7/31 ●東海・関東甲信 8/1 ●北陸・東北南部 8/2 ●東北北部 特定なし				
	海・山・レジャーなどのアウトドアシーズン/気温の上昇、冷房が欠かせなくなる/不快害虫が気になる時期/食中毒が気になる時期 台所周りの除菌の徹底 梅雨時期 防湿・防カビ・防水・消臭関連・カー用品の需要 日差しが強く、肌・髪へのダメージが気になる				
季節指数	日用品類… 蚊取り線香 338.6% ・ 熱冷却用品、用具 306.6% ・ 電子蚊取り器 278.7% ・ 殺虫剤 277.1% ・ 蚊取りマット、リキッド 273.7% ・ 虫よけ剤、虫よけ器 232.5% ・ コキブリ捕獲器 212.5% ・ 除湿、乾燥剤 156.3% ・ 電気製品用クリーナー 142.0% ・ 台所用除菌、消臭剤 134.9% ・ フットケア用品、用具 130.6% ・ カビ防止剤、カビ取り剤 128.5% ・ 台所用漂白剤 123.4% ・ 包帯 123.1% ・ 漂白剤 121.8% ・ 仕上げ剤 121.0% ・ 水洗トイレ用タンククリーナー 119.7% ・ 脱臭剤 118.8% ・ ベビー用スキンケア 117.1% ・ 室内用芳香、消臭、防臭剤 117.1% ・ 洗濯用石鹸 116.7% ・ 曇、カーペットクリーナー 114.8% ・ ベビー用ヘルスケア 114.8% ・ ボディシャンプー、リンス 113.6% ・ ガーゼ 112.3% ・ バイブ、風呂釜クリーナー 112.1% ・ 化粧石鹸 112.0% ・ トイレ用洗剤 111.4% ・ ウェットティッシュ 111.3% ・ ハサミ、ピンセット 110.4% ・ 衣料用処理剤 109.7% ・ 固定テープ、巻絆創膏 109.4% ・ ペーパーハンドタオル、用具 109.1% ・ 衣料用合成洗剤 109.1% ・ 救急絆創膏 108.9% ・ コンタクトレンズ用剤、用具 107.9% ・ 柔軟剤 107.6% ・ 大人用衛生用品 107.6% ・ トイレ用芳香、消臭、防臭剤 107.1% ・ ヘルスメーター 105.4%				
	化粧品類… 男性用制汗防臭剤 224.4% ・ 制汗防臭剤 217.1% ・ むだ毛処理剤 185.5% ・ コロン 182.8% ・ UVケア 160.1% ・ パーマ剤 147.3% ・ 男性用洗顔料、パック 142.2% ・ ネイルカラー 141.0% ・ 男性用フレグランス 128.8% ・ アイカラー 118.2% ・ トフレ 116.3% ・ 黒髪用カラーリング剤 116.1% ・ 洗顔料 113.2% ・ 化粧下地 113.0% ・ カミソリ 112.8% ・ フェイス用化粧用品 112.6% ・ アイブロー 112.3% ・ ヘア用化粧用品 112.0% ・ シャンプー 110.9% ・ ファンデーション 110.7% ・ フェイスパウダー 110.3% ・ ヘアトリートメント、パック 109.7% ・ メイク落とし 109.4% ・ 男性用育毛、養毛剤 109.2% ・ ヘアスプレー、ヘアグロス 108.7% ・ 化粧水 108.7% ・ ボディ用化粧用品 108.1% ・ ヘアリンズ、コンディショナー 108.1% ・ 男性用ヘアトリック 107.6% ・ プレシェーブ、シェービング剤 106.4% ・ 男性用ヘアスプレー、ヘアグロス 106.2% ・ ブロー、スタイリング剤 106.0% ・ 女性用育毛、養毛剤 105.8% ・ 男性用スキンローション 105.7% ・ 男性黒髪用カラーリング剤 105.5% ・ アイライナー 105.5% ・ マッサージ、コールドクリーム 105.2% ・ パック 105.2% ・ 男性用ブロー、スタイリング剤 104.2% ・ ネイル用化粧用品 103.7% ・ 香水 101.2% ・ 女性用ヘアトリック 101.0% ・ コンシーラ 100.6%				
季節指数	家庭用品… 魔法瓶、ジャー 134.7% ・ 簡易収納ケース 131.8% ・ バケツ、バール 122.0% ・ 鉢、鉢 120.0% ・ 線香 118.3% ・ 身体洗い用品 118.1% ・ コップ、グラス 116.4% ・ 物干し用品 114.5% ・ 洗濯仕上げ用品 111.3% ・ ハンガーボード、フック 110.6% ・ 洗濯用品 109.8% ・ 靴関連用品 109.7% ・ ふきん、鍋つかみ類 108.9% ・ キッチンペーパー 107.8% ・ ライター 107.1% ・ ラッピングフィルム 106.2% ・ 屑入れ 106.1% ・ 浴室用品 105.0% ・ ゴミ袋 104.8% ・ たわし、スポンジ 104.8% ・ ロンク 104.7% ・ 皿 104.6% ・ ハンガー 104.3% ・ 洗面用品 103.6% ・ 食品調味料容器 102.7% ・ 簡易食器 102.4% ・ 流し用品 101.8% ・ 掃除用ブラシ 101.6% ・ 裁縫、手芸用品 101.4% ・ 喫煙用具 100.6% ・ マッチ 100.5%				
	(あらた調べ 期間2019年1月~12月)				

ウェザーマーチャндаイジング



■天候

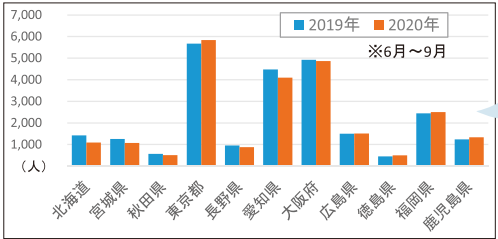
梅雨明けは天気の変動が激しく、消費者の購買行動にも大きな影響を与えます。梅雨明けの発表が報道されるだけで、消費は拡大されると言われています。



■熱中症による緊急搬送状況 ~水分・塩分の補給が重要~

2020年6~9月の全国における熱中症による救急搬送の累計は64,869人。
2019年の同期間と比べると2,000人減でした。

【熱中症による救急搬送状況】



「こまめに水分、塩分を摂る」
「帽子や日傘を使う」など、
日々の予防が大切です

■熱帯夜

「熱帯夜」とは、夜間の最低気温が25°C以上になる夜のこと。
暑くて眠れず睡眠不足になったり、
冷房で体調を崩しやすくなるため
快眠に向けた商品の展開がポイントです！



TOPIC 話題のCM

2021年春の「ウエラトーン2+1 クリームタイプ」の新CMでは、芯まで染まったリッチな髪で大人の女性の毎日が色づく様子を、花の色の変化を通して描きました。撮影時、お花好きな板谷由夏さんは終始リラックスした表情で、「新しいイメージのウエラが生まれたと思います。ごきげんになれるキレイな髪色で、みなさんにも毎日を楽しんでもらえたらうれしいです。」とのメッセージをいただきました。CMを通じてより多くの女性にウエラをお試しいただくきっかけになれば幸いです。

HFC プレステージジャパン合同会社
ウエラ リテールヘア事業部
マーケティングマネージャー
谷川 朋子 様より
ご寄稿いただきました。



家具裏の湿気をとってカビ対策!

572mm

323mm

湿気とり水とりぞうさん

New 収納家具裏用 大判タイプ

うす型タイプで すき間にピッタリ

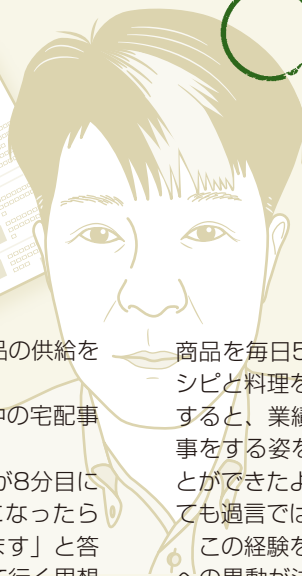
湿気の気になる家具周りに

Okamoto New Basic 身近な暮らしを科学する
オカモト株式会社
〒113-8710 東京都文京区本郷 3丁目27番12号
TEL 03-3817-4231 <https://www.okamoto-inc.jp>

湿気とり水とりぞうさん
オカモトの除湿剤サイトでチェック!
<https://okamotozousan.com>



広島市東区
生活協同組合連合会コープ中四国事業連合
コープCS ネット
商品事業本部 家庭用品部
統括部長
田中 勝則 (たなか かつのり) 様



CROSS ROAD

私の分岐点

当生協は75万人強の組合員に支えられ、普段のくらしに役立つ商品の供給を行う中四国9県の地域生協からなる事業連合です。

主に宅配事業、店舗事業、共済事業、福祉事業などを行っている中の宅配事業の家庭用品（非食品）の部門長として業務にあたっています。

30年以上前、お世話になった社長から「田中くんは、コップの水が8分目になったらどうするか?」と尋ねられた折、私は「6〜7分目くらいになったらちょっと減ってきたから足さなければならないという気持ちになります」と答えました。社長は「では、これからは7〜8分目までに減ったら足して行く思想を持ち続けてください」と、にっこりされました。若い頃には理解し難かった言葉ですが、常に現状に満足せず進化を続けて行く精神の根底を示す金言として心に残り続けています。

私は27歳で転職し、生協ひろしまへ入協、班担当者として配属されました。共済加入率・供給促進活動など自分なりに取り組み、数々の課題で1位を獲得することに喜びを見出し、楽しみながら自信をもって業務に取り組んでいました。

それから1年半後、私は班担当者から支所責任者になりました。責任者になると、自分のことのみならず周囲に目を向けた仕事をするのが求められます。

チーム内に、口下手なことが災いして組合員から不評な部下がおり、「どうしたらよいコミュニケーションが取れるのか、なんとか彼を助けたい」という思いで考えたのが、毎週発行している組合員向けのニュースにクイズを掲載すること、そして回答欄に料理レシピを募集することです。

組合員から寄せて頂いたレシピを元に、部下とCOOP商品を使って料理を作り、次週のニュースにレシピ例として掲載しました。そして、料理に使用した

商品を毎日5品、組合員にお知らせするようにしました。悩んでいた彼も、レシピと料理を糸口に、組合員と徐々に打ち解け、話ができるようになりました。すると、業績もアップし、組合員からの評判も回復したのです。楽しそうに仕事をする姿を見て、皆で一丸となって一つの方向に向かう事の大切さを知ることができたように思います。この出来事が、私の【人生の分岐点】だったと言っても過言ではないでしょう。

この経験を活かし次は支所長を目指そうと決意した時、今度は32歳で商品部への異動が決まりました。右も左も分からない状態でバイヤー業務をおこなうことになった私は、これまでの自信を打ち砕かれたような気持ちで、一時は退職を考えるほどでしたが、メーカー様・取引先様と協力して数々の商品を開発する喜びと、その商品がヒットした時の高揚感を味わったことで自信を取り戻し、今に至ります。ヒットした商品は、そのどれもが日常の中の小さな気付きから生まれました。代表的な商品に【保冷剤付タオルマフラー】があります。

これは近所の奥様が外掃除をされる時に、首に掛けたタオルの中に保冷剤を入れておられた事からヒントを得て、商品化したものです。

私はバイヤーに、いつも言っています。

「いつまでも子供でいなさい」「何で?何で?と思わなくなったら終わり」

この「何で?」の気持ちを楽しむ事こそ、生協の仕事の原点、全てにつながると考えています。

現在56歳、尊敬する上司、一緒になって取り組んでいる同僚、人との出会いに恵まれて今日を迎える事ができました。

「今の自分はコップの何分目?」

常に自分に問いかけながら、これからも成長していきたいと思います。

4秒に1個売れてる!

はるだけ簡単!
ジェルネイルチップ

MAGIC PRESS

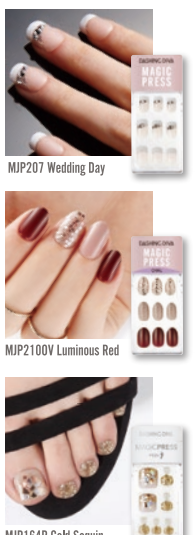


接着剤
不要

12サイズ
30枚入

カット可能な
柔らか素材

1週間
つけ放しても
水に強い



お問い合わせ先 DASHING DIVA JAPAN株式会社 TEL: 06-6226-8999

公式サイト www.dashingdivashop.co.jp

ジェル100%成分!

DASHING DIVA

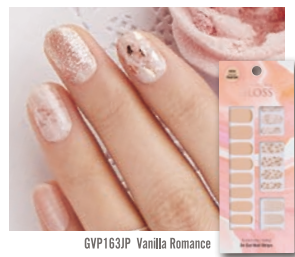
指先ちゅるん! GLOSS

はるだけネイルシール



超簡単

硬化不要!
貼ってカットするだけ



超密着

どんなカーブにも
ぴったり密着

超光沢

ゴージャスな輝き
ツヤが長持ち

※写真はイメージです

日本製

安心素材
ASTM-F2100規格標準

国産高品質
マスク

耳らくリラマスク

Relax-mask



“1日中つけていても快適”

99%* カットフィルターを採用



ウイルス飛沫、細菌、花粉、ホコリ等の侵入をブロックする
3層構造フィルター採用、日常生活で防臭・消臭対策にも効果を発揮します。

※一般財団法人カケンテストセンター測定値による

※マスクは感染(侵入)を完全に防ぐものではありません。

新感覚

伸縮ギャザー耳ひもが、耳への負担を軽減

Point 1 ギャザー耳ひも採用

- ✓ 耳が痛くなりにくい
- ✓ 幅広で肌への負担が少ない

Point 2 ノーズフィッター採用

- ✓ メガネが曇りにくい
- ✓ 花粉やウイルスの侵入を防ぐ

Point 3 立体プリーツ加工

- ✓ 空間ができ、呼吸が楽にできる
- ✓ フィット感のあるつけ心地



POINT!

高品質の素材でできており、通気性があり、快適な感触を提供します

XINS 株式会社シンズ

製造元「株式会社シンズ」は、全国マスク工業会の会員です。