



株式会社 あらた

本社
〒273-0024
千葉県船橋市海神町南1丁目1389番地
TEL 047-495-1233 FAX 047-495-1243

北海道支社 TEL 011-742-4111
東北支社 TEL 022-342-6675
関東支社 TEL 047-495-1245
神奈川支社 TEL 045-791-5151
北関東甲信越支社 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
株式会社アツタ TEL 011-741-9111
株式会社アツタマーケティング TEL 072-362-3005
市野(株) TEL 072-875-3341
凱麟泰(上海)貿易有限公司 +8621-3211-0561
ARATA (THAILAND) Co.,LTD +662-612-7327
JAPELL (HONG KONG) Co.,Ltd +852-2339-4010

企業内におけるこれからの女性活躍推進策～女性が働きやすい職場は男性も働きやすい！～

近い将来、日本は労働力不足に陥るといわれ、女性や高齢者、外国人の労働力が注目されるようになりました。内閣府「平成23年版男女共同参画白書」によると、日本の潜在的労働力人口（非労働力人口のうち就業希望者）は342万人に上り、その大部分が子育て期の女性です。アベノミクスの成長戦略にも女性活躍推進が据えられており、女性の労働力は、生産年齢人口の減少に伴う労働力不足解決に向けた量的拡大効果を狙うだけでなく、女性がいきいきと活躍する場を提供する質的拡大の面からも期待されています。

1. 企業における女性の継続勤務の実態 (1) 能力開発における男女差

国連開発計画（UNDP）が毎年公表する人間開発指数（HDI）という指標があります。これは、教育、保健、所得の分野において各国の人間開発の度合いを測った指標で、2013年日本は10位に位置しています。一方で、世界経済フォーラム（WEF）が毎年公表する、経済、教育、政治、保健の各分野における各国の男女格差を測ったジェンダーギャップ指数（GGI）では、日本は105位です（2013年）。近年教育の場において男女差は感じられなくなっているにもかかわらず、社会に出てからは、女性の力が発揮しきれていない様子が伺えます。

(2) 「出産」は働く女性の大きな転機

日本では、女性は結婚・出産を機に退職し、子育てが一段落すると再び働き出す傾向にあります。女性の退職理由は育児や結婚が4割近くを占めており、ここ20年間ほぼ変わらず、第一子出産時に6割の女性が退職しています。三菱UFJリサーチ&コンサルティング「両立支援に係る諸問題に関する総合的調査研究」（平成20年）によると、退職理由は「家

事・育児に専念するため自発的に（39%）」「仕事を続けたかったが、仕事と育児の両立の難しさで（26%）」が半数以上を占め、「解雇・退職勧奨（9%）」による退職も未だ存在するなど、女性が当たり前のように働き続けることができる環境とは言い難いのが現状です。

女性労働力の活用に関しては、採用や評価・処遇などに加えて、出産、育児期における離職問題への対応、仕事と家庭の両立支援などが大きな課題となっています。仕事と生活の両立が難しい理由としては、「勤務時間があわない（65%）」「職場に両立の雰囲気がない（50%）」があげられていますが、働き方や職場の意識を少し変えることで解決することができます。実際に私も企業勤務時代に全く同じことを感じていました。短時間勤務やフレックス等を利用して勤務時間をやりくりしましたが、残業もある中での毎日の保育園の送迎などは1分1秒を争う戦いでした。特に子供が病気の時は周りの理解と協力が助けられました。時には冷やかな視線を感じながらも職場を抜けだし、子供の看病をしながらその横で仕事をし、もちろん自分が寝る時間などはない、そんな殺伐とした生活の中で、未来の自分の姿など考える余裕はありませんでした。

2. 働き続けられる職場の要件

(1) 「環境」と「やりがい」

内閣府は、女性の継続就業率について、38%（平成22年）→55%（平成32年）とする目標を掲げています。これを達成するためには、制度面の充実だけでなく、職場環境づくり、現場の共通意識の醸成が必要になります。

内閣府「若者・女性活躍推進に関するアンケート調査」によると、18歳以下の子供がいる女性の72.2%が「活躍していない」と認識しています。活躍できない理由として、「家庭での家事・育児・

介護などが大変」が28.9%であるのに対して、「女性が働きにくい仕事・職場環境」は42.2%です。一方で、活躍を望まない女性は12%に留まります。つまり88%の女性が活躍を望んでいるにもかかわらず、活躍できる環境ではないとあきらめているのです。これは生産年齢人口の半分は女性であり、潜在労働者数342万人の大半が子育て中の女性である日本の労働市場において、大きな損失と言えるでしょう。


また同アンケートによると「仕事にやりがいがあること（51%）」「仕事が適正に評価されること（58%）」が仕事・職場環境には必要だという結果も出ています。

(2) キャリア教育における共通認識

女性を積極的に雇用する、女性管理職を増やすなどの「ポジティブ・アクション」を推進する企業が増えています。これは男性同様に長時間働くことができるごく一部の女性のみが活躍することではないと考えます。結婚や出産というライフイベントによって、職業や職種を制限されることなく、当たり前のように働き続けることができ、かつキャリア形成を図ることができ、かつキャリア形成を整えることが必要です。

同じ職種として採用する段階で「男女差」はなかったものと思われれます。差が生まれるとしたらそれは「個人差」です。企業側が社員を財産と考え、キャリアを「育てる」意識があり、そこに投資をしているならば、出産・子育てによるキャリア・ロスはお互い望ましくないはず。

女性活用が進んでいる企業は、業績も伸びているという調査結果も出ています。経済産業省男女共同参画研究会「女性の活躍と企業業績」（2003年）によると、女性管理職比率が平均以下の企業の利益率は5.3%なのに対し、平均以上の企業の利益率は7.4%です。企業にとって、女性の活躍も必要だという共有



アットハーモニー
マネージメント
オフィス代表

黒澤 佳子 様
(くろさわよしこ)

URL : <http://atharmony-office.jp/>
銀行、IT企業、監査法人を経て独立。
2人の子育てと仕事の両立に常に悩みながら、経営相談や企業内研修・セミナー、人事アセスメント等を行う。国際短期大学専任講師。中小企業診断士、ファイナンシャル・プランナー（CFP）。女性コンサルタントネットエルズ所属。

認識を現場に浸透させることが不可欠なのです。

(3) ロールモデルの設定

法整備が進み、育児休業を取得する男性も少しずつ増えてきました。この手の制度は、一人事例ができると次々と広がりを見せます。当たり前のことですが、育児に積極的に関わったことでキャリア・ロスした男性というのは聞いたことがありません。しかし出産・育児がキャリアに何らかのマイナス要因を与えたという女性は多数存在しています。男女分業意識や独特の社会的慣習の根強い日本企業の文化の中では、完璧な制度の導入より、企業風土や意識への働きかけの方が効果を発揮するのではないのでしょうか。制度があっても利用できなければ意味がない、安心して制度が利用できるロールモデルの設定は非常に有効です。

また介護に関する問題は、今後一層肥大化するでしょう。子供はいずれ大きくなれば手がかからなくなりますが、介護は今より状況がよくなる可能性が低く、終わりが見えないという不安要素があるからです。誰もがそうなる可能性があるのですから、他人事と傍観せず、いざという時のためにも当事者意識を持って社内改善に取り組みたいものです。

新時位

消費税が上がり、一円玉の出番が増えました。お会計のときに「じゃまくさいなあ〜」なんて罰当たりなことを言うてはいけません。製造にはなんと3円もかかるんですよ。

一円玉といえば1グラム、というのはなんとなく知っていましたが、直径は2センチって知っていましたか？ ちょっとした物差しになるかもしれませんね。がんばれば水にも浮きます（仕事中、試さないように）。

たかが一円、と軽んじていれば、いずれ大きな痛手となります。我々の商いは、この小さなお金の積み重ねで成り立っているのです。当たり前のことですが、当たり前だからこそ大事にしたいものです。

電気代も上がりました。人のいないところ、電気ついていませんか？「暑い暑い！」といって、こっそりエアコンの温度下げていませんか？

当たり前のこと、たとえば、お金の話だけではありません。松下電器の創業者である松下幸之助氏は取引先の企業を訪問し、「従業員の挨拶」、「整理整頓」、「トイレの清掃」の3つだけで会社の様子、経営が上手かどうか、瞬時に見

抜かれたそうです。そんなこと、当たり前ですよ。と、思っても出ていないものです。挨拶はお客様が来たときだけ、整理整頓は年末年始に、トイレ清掃は誰かがやってくれている、これではどうにもなりません。

「凡事徹底」。当たり前のことを当たり前にするだけではなく、当たり前のことを他人がまねできないほど一生懸命やるのが大事。平日頃、この意識を持って活動していけば、「たかが一円」も本当の意味で「されど一円」になるのでしょうか。たった1グラム、水にも浮きますが、大事に扱きましょう。私は重いので浮きませんが、大事に扱ってください。(T・F)

こんにちは あらたん

HELLO

北九州市八幡東区東田
株式会社ナフコ
ホームプラザナフコ 八幡東店
日用品・化粧品部門

守田 郁子 さん

- お店で心掛けていることは…
 - ・お客様の立場に立って商品陳列を考えています。
 - ・明るく元気でフレンドリーな接客。
- お店のセールスポイント
 - ・通路が広くお買い物しやすいお店。
 - ・品揃えが豊富でいつ来店して頂いてもご要望にお答えします。
- ご趣味は何ですか
 - 今は仕事が趣味ですが、これから自分磨きをしたいと思っています。
- 将来の夢は…
 - 結婚?! ☆たたいま、婚活中です☆

あらたん消費者伝言板



ハローキティ生誕40周年記念限定企画品について

ハローキティ

ハローキティは、サンリオ社のキャラクターです。日本のみならず世界70カ国以上の国々で、男女問わず、広い年齢層に愛されています。その中でも、主人公のキティ・ホワイトは、ハローキティと呼ばれ愛されています。

キティ・ホワイト

誕生日：1974年11月1日
身長：りんご5個分 体重：りんご3個分
明るくて、やさしい女の子。クッキーを作ったり、ピアノをひくのが大好きで、夢はピアニストか、詩人になること。音楽と英語が得意。好きな食べ物は、ママが作ったアップルパイ。双子の妹、ミミとは大の仲良し。



ハローキティの家族



ミミ
双子の妹(右耳のリボンが目印)



パパ
誕生日：6月3日



ママ
誕生日：9月14日



おじいちゃん
誕生日：10月25日



おばあちゃん
誕生日：3月31日

40周年記念限定企画品(Milkitty bath)(9月中旬発売予定)

昨秋リニューアルし好評のMilkitty bath(ミルクティバス)から、ハローキティの生誕40周年を記念し、特別限定品が今秋発売となります。寒さの厳しい冬にプレミアムなバスタイムを提供します。

特別限定品

- ・シャンパンカクテルの香り
- ・ミルクティーホワイトのお湯
- ・40周年記念ロゴマーク入り

通常品



40周年記念限定企画品(Cover Lab CC クリーム、CC パクト)(10月中旬発売予定)

CCクリームでは国内NBブランドに先駆けて発売したCover Lab(カバーラボ)から、ハローキティの生誕40周年を記念し、限定パッケージが今秋発売となります。

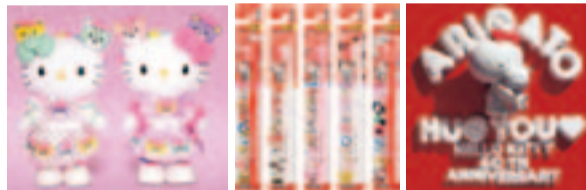
生誕40周年

ハローキティは、2014年11月1日で40周年を迎えます。これを記念して、数多くのグッズ発売やイベントの実施、予定がされています。

イベント



グッズ



限定パッケージ



限定デザインDSP



通常品



(c) 1976, 2013 SANRIO CO.,LTD. APPROVAL No.G550563

※限定企画品に関するお問合せは、弊社営業担当者までお問合せください。



パーフェクトグラフト・消臭。(スーパーシート・トイレ用・部屋用つめかえ)

スーパーシート ゴミ箱・下駄箱用

ゴミ箱や下駄箱…どんな場所でもグングン消臭

- ・くりかえし貼って剥がせて剥がし残りもなし!
- ・シート状だからスペースが無い場所にも!
- ・グラフト重合法で驚きの消臭効果!



シート素材に抗菌効果を持たせる抗菌カプセル (SROPE®) を配合。

素材提供: kuraray クラレリビング株式会社

トイレ用スプレー 無香料・超微香

「グラフト重合法」で悪臭をパーフェクトに消臭



- 無香料** 香料を入れないので、使用後もさわやかな空間が楽しめます。
- 悪臭をしっかり消臭するので、通常の 1/3 の超微香料で香りが楽しめます。

・缶がスリムなので、女性・お子様にも持ちやすく使いやすい!

部屋用つめかえ

ジッパー付なのでお好みの量をつめかえ



好評発売中

商品名・規格	JANコード	梱入数	寸法(幅×高さ×奥行/mm)	重量	希望小売価格
パーフェクトグラフト・消臭、スーパーシート ゴミ箱・下駄箱用 3枚	4560309810701	10×12	単品: 105×180×20mm	32g	オープン
パーフェクトグラフト・消臭、トイレ用スプレー 無香料 330ML	4560309810534	48	単品: 52×230×52mm	310g	オープン
パーフェクトグラフト・消臭、トイレ用スプレー 超微香 330ML	4560309810541	48	単品: 52×230×52mm	310g	オープン
パーフェクトグラフト・消臭、部屋用 つめかえ 300G	4560309810527	48	単品: 120×220×50mm	307g	オープン

日焼け止めスプレーは

「スグなくなる。」 を解消!



ピベッケ

日焼け止めUVスプレー

最強系コスパ!

ピベッケの全身まるごとサラサラUVスプレー SPF50+ PA++++



AIAI Medical Inc.

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

9月

36週	37週	38週	39週	40週
9/1~7	9/8~14	9/15~21	9/22~28	9/29~30
1日 防災の日 2日 敬老の日 3日 ベッドの日 4日 きのこの日 5日 国民栄誉賞の日 6日 黒豹の日 7日 クリーナーの日	8日 国際歯デー 9日 温泉の日 10日 車点検の日 11日 公衆電話の日 12日 マラソンの日 13日 世界の法の日 14日 メンズ/レインタイデー	15日 敬老の日 16日 マッチの日 17日 モーレール開業記念日 18日 かいわれ大根の日 19日 笛字の日 20日 バスの日 21日 ファッションショーの日	22日 国際ビートルアップデー 23日 秋分の日 24日 清輝の日 25日 主婦みの日 26日 ワープロの日 27日 世界観光の日 28日 世界狂犬デー	29日 クリーニングの日 30日 くるみの日

行事・歳時	生活行事
	敬老の日 防災の日 体育祭・文化祭 遠足・修学旅行・秋の行楽 お彼岸

生活リズム
クーラー病予防&対策 不快害虫の気になる時期 衣替えの準備 秋の長雨 台風シーズン到来 防災関連の需要

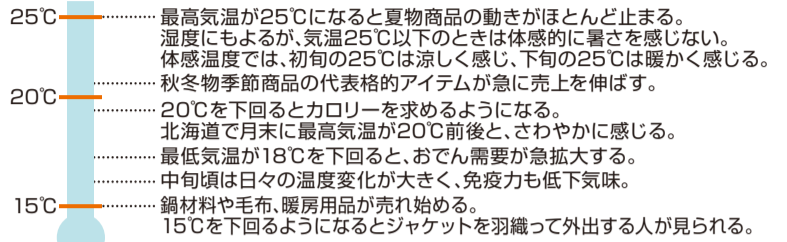
季節指数
化粧品... レッグ・フットケア 128.6% ・ヘアトリートメント・パック 121.3% ・コロン 119.8% ・フェス化粧用品 113.8% ファンデーション 113.3% ・男性用制汗防臭剤 113.2% ・ボディ化粧用品 113.0% ・トワレ 112.6% シャンプー 109.4% ・男性用育毛・養毛剤 108.7% ・アイライナー 108.0% ・アイブロウ 105.2% ネイル化粧用品 103.8% ・男性用洗顔料・パック 102.4% ・コンシーラー 102.4% ・ヘアリンス・コンディショナー 102.3% ヘアスプレー・ヘアグロス 102.3% ・マスカラ 102.2% ・化粧下地 101.6% ・ヘア化粧用品 101.5% カミソリ 101.0% ・男性用ヘアスプレー・ヘアグロス 100.3%
日用品... 蚊取り線香 212.6% ・漂白剤 130.2% ・畳・カーペットクリーナー 129.0% ・除湿・乾燥剤 123.8% 台所用漂白剤 120.5% ・蚊取りマット・リキッド 118.9% ・電気製品用クリーナー 117.6% ・台所用除菌・消臭剤 115.6% 水洗トイレ用タンククリーナー 115.4% ・ボディスンナー・リンス 115.2% ・室内用芳香・消臭・防臭剤 113.8% 防虫剤 113.7% ・トイレ用洗剤 112.5% ・トイレ用芳香・消臭・防臭剤 112.5% ・殺虫剤 111.0% ・養蠶用品 109.9% 柔軟剤 107.8% ・ハンドソープ 106.4% ・台所用クレンザー 106.3% ・デンタル用品 104.5% ・洗口液 104.4% 仕上げ剤 104.2% ・廃油処理剤 104.1% ・衣料用処理剤 104.0% ・洗濯用石鹸 103.3% ・台所用洗剤 102.1% 化粧石鹸 101.6% ・歯磨き 101.4%
家庭用品... 簡易収納ケース 133.1% ・バケツ・バケル 108.3% ・洗面用品 104.6% ・アルミホイル 104.2% ・浴室用品 102.7% ライター 102.5% ・キッチンペーパー 101.8% ・ラッピングフィルム 101.5% ・たわし・スポンジ 100.8% ほうき・はたき類 100.7% ・身体洗い用品 100.4%
紙・衛生... ヘルスメーター 172.0% ・包帯 136.3% ・サポーター 136.1% ・固定テープ・巻絆創膏 121.5% 台所用補助用品・用具 120.2% ・コンタクトレンズ用剤・用具 119.9% ・フットケア用品・用具 118.5% ・避妊用品 114.8% 救急絆創膏 112.9% ・綿棒 110.8% ・ハサミ・ピンセット 110.4% ・脱脂綿 109.3% ペーパーハンドタオル・用具 107.9% ・授乳用品・用具 107.7% ・ガーゼ 106.4% ・ウェットティッシュ 104.8% ベビー用オムツ 103.0% ・大人用衛生用品 100.5% ・生理用品・用具 100.1%
ペット... 爬虫類・両生類フード 205.2% ・爬虫類・両生類用品・用具 159.7% ・観賞魚フード 146.0% ・昆虫フード 138.1% 小鳥用品・用具 110.7% ・昆虫用品・用具 109.5% ・猫フード 107.1% ・観賞魚用品・用具 105.9% ・猫用品・用具 100.3% 犬フード 100.1%

ウェザーマーチャダイジング



●今月の前線「天候」

本格的な気温の下降トレンドとなり、秋冬物季節商品需要が拡大する時期です。日々の気温変化が大きく、免疫力も低下気味で風邪をひきやすい時期でもあります。9月1カ月間で気温はおおよそ5℃も下がります。



■15℃が境目 快適な店内温度

人間は体温を常に36.5℃前後に保つため、体内で熱を生み出し、その熱は食物から摂取するカロリーで賄われます。気温が高い段階では低カロリー食材を、気温が低くなれば高カロリー食材を求めようになります。このように気温と体が欲するカロリーは、密接な関係があります。最低気温が20℃以下になると、おでん食材などの秋冬物季節商品が売れるのは、生命維持の本能が働き自然と欲しくなるからです。

2013年最高最低	札幌	秋田	仙台	東京	松本	名古屋	大阪	広島	徳島	福岡	鹿児島
上旬	最高気温 26.5	32.9	32.2	35.7	30.7	31.9	31.4	31.1	31.0	31.1	32.5
	最低気温 15.2	15.5	17.3	21.4	15.3	20.5	19.6	18.3	19.1	18.9	20.4
中旬	最高気温 28.6	31.2	29.0	32.5	31.6	33.3	34.2	32.5	32.5	34.0	34.1
	最低気温 12.9	13.4	14.0	19.2	10.0	16.8	17.3	15.9	16.8	18.4	19.8
下旬	最高気温 23.8	28.5	29.7	30.1	28.8	31.5	32.6	31.9	31.2	32.7	32.7
	最低気温 6.6	9.9	11.8	15.7	3.4	15.3	17.5	16.0	16.7	17.5	20.8

ARMSナビ データで見る「トイレ用消臭スプレー」

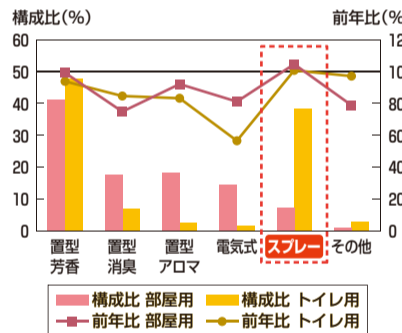


データ：2013.01~12 A...あらた調べ市場データ S...SOOパネルデータ

不調気味の芳香・消臭剤カテゴリーの中でスプレータイプだけが伸長しています。今、力を入りたいサブカテゴリーです。

チャンスを読み取ろう！ 構成比&前年比

部屋用・トイレ用タイプ別金額構成比&前年比



・部屋用、トイレ用ともスプレータイプのみが伸長。特にトイレ用は、サブカテゴリー内2位の構成比となっています。

・香りの有無で落とし込むと、スプレータイプは無香に拡大のチャンスがあります。

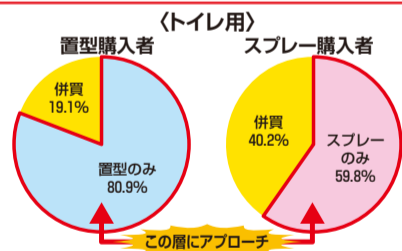
無香・有香伸長率(金額ベース)

	トイレ用全体		トイレ用消臭スプレー	
	構成比	前年比	構成比	前年比
無香	5.1%	102.2%	13.4%	103.3%
有香	94.9%	94.1%	86.6%	100.4%
合計	100.0%	94.5%	100.0%	100.8%

買上点数 UP!...併用を訴求しよう!

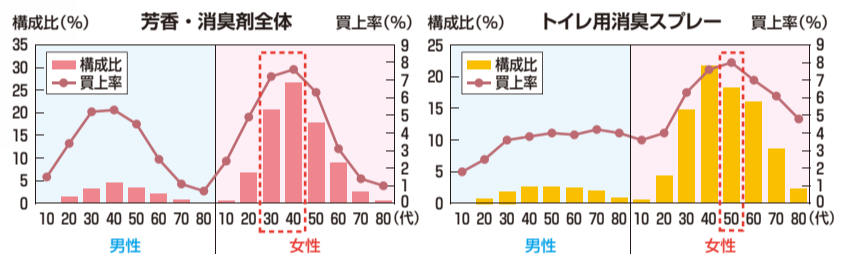
芳香・消臭カテゴリーにおけるスプレータイプは、他剤形が「予防」型であるのに対し、「対処」型の商品。併用することで、さらに快適な住環境をつくることができます。しかし、併用者は半数に満たず、販売の余地があります。

トイレ用は、置型主体に販促を行い、急な対処用としてスプレーの使用を促す訴求が効果的と言えます。



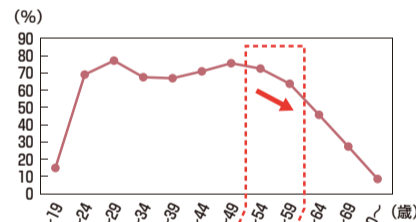
ID-POS でターゲットを明確に!

性年代別人数構成比&買上率



芳香・消臭剤全体では30代・40代女性の買上率が高い傾向にある中、トイレ用消臭スプレーは50代女性の買上率が高いことが特徴的です。

女性の年齢階級別労働力率の推移(2011)



※「労働力率」...15歳以上人口における就業者+完全失業者の割合。資料：総務省「労働力調査」

家族の参考年齢	購入者	20代	30代	40代	50代	60代
子供	~5	~10	10~20	20~29	30~40	
親	47~60	55~70	65~80	75~90	80~	

参考：厚生労働省「子ども・子育て白書(平成16年版)」、「人口動態統計」

パーフェクトグラフ・消臭、トイレ用消臭スプレー 好評発売中!



あなたのクールビズは大丈夫?

今日を愛する。 LION × COOLBIZ

グリーンビズ キャンペーン

今年の夏はしっかり洗ってクリーンビズ!

対象商品をお買い上げの方に COOLグッズ プレゼント!

対象商品: ライオンお洗濯関連商品

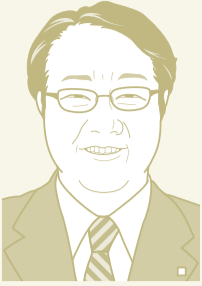
検索 おすすめ商品

7月16日デビュー

贅沢な香りでお洗濯

ライオン株式会社 <http://www.lion.co.jp>

CROSS ROAD



福島県相馬市
株式会社 キクチ
代表取締役社長
菊地 逸夫 様

平成元年、31歳で社長に就任した時は、福島県相馬市に150坪が2店、75坪が1店の計3店舗のスーパーでした。当時、相馬市にはコンビニもなく、レンタルビデオ店・外食チェーン店もありませんでした。人口3万8千人の田舎町、自分が楽しめる町にしたい気持ちだけが先行し、外食チェーンのフランチャイズをやろうかなどと考えていました。

そんな折、外食チェーンの視察に初めてアメリカロサンゼルスに行く機会がありました。ディズニーランドの周りには、当時最先端の外食チェーンが立ち並び、皆素晴らしい笑顔の接客で見るもの全てが新鮮でした。もっと早くアメリカに来るべきだったと後悔をしたのが最初の印象でした。

翌日、郊外のショッピングセンターを回ったのですが、出来たばかりの店舗の周りには建設中の住宅が立ち並び、その1件を覗きたいと寄って頂いた住宅にお子様連れの若い家族が見学に来ていました。「どうしてこんな郊外に住むの？」と尋ねると、「ここはスーパーマーケットの隣だし学校も近く、車で5分のところに病院もある。最高の場所じゃないか！大きな借金になるけど家族と幸せに暮したいんだ」と言う

ことでした。

考えて見ると日本も住宅立地選択の基準は同じ、当社の店舗の近くにも何千万も借金して家が建っています。親子2代の借金をしてまで、スーパーに大きな期待をよせてくれているのです。その時点で外食チェーンの事は頭から消えました。

より良いスーパーであり続ける事が、そこに住む人の人生最大の選択を後悔させない事と知りました。そして周りの住民の方々に絶対に裏切ってはならないと気づかされました。

スーパーマーケット業に専念しよう。そして良い店であり続けることが当社の使命だと教えられた瞬間でした。

3年前の東日本大震災の原発事故の中、従業員の皆はその思いを実行してくれました。震災直後の停電断水の中、店長を中心に売れ残ったお弁当やお刺身、お惣菜を1件1件周って無料で配布。レジが動かない中、店頭の商品を並べて、溜め銭販売をしました。住んでいる人の為に、いま自分達が出来る事は何かと真剣に考えながら数か月を送りました。「お店を開けてくれて有難う」の言葉はスーパーマーケットで働く者にとって最高の褒め言葉でした。

そして現在、お客様の要求は変化し続けています。それに真摯に答え続けなければいけないと震災後建ち始めた住宅を見て感じます。良い店で有り続ける事が当社の社会的使命だから。

私の分岐点

TOPIC 話題のCM

Ban汗ブロックロールオンは今年2月12日発売の“ワキ汗ジミ対策剤”です。

CMでは、女性が汗ジミを最も気にする「通勤電車ですり革を持つシーン」でも堂々とワキ汗ジミ気にせず振舞えるという便益をストレートに伝えました。ワキ汗は女性にとって、深刻でナーバスな悩みだからこそ、明るくポジティブに対処しようというメッセージを込めました。それで、元気で洗剤としたトリンドル玲奈さんを起用しました。

彼女の惜しげもなくワキを上げるシーンが美しすぎると、ネット上でも絶賛の声多数です。

ライオン株式会社
ヘルス&ホームケア事業本部
ビューティケア事業部
ブランドマネジャー
大古 勝朗様より
ご寄稿いただきました。



移転のご案内

平成26年7月14日より本社を下記住所に移転いたします。今後ともよろしくお願いたします。

〒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
FAX03-5635-2845

安心性能で応える。用途に応える。

選ぶなら 日本品質。

FUJITSUは電池の安心・安全のために日本製にこだわり、さまざまな用途に応える機能性電池で便利で快適な暮らしを広げます。

漏液防止構造で
長期保存も可能

アルカリ乾電池 シリーズ

- ① プレミアムタイプ
- ② ハイパワータイプ
- ③ ロングライフタイプ

放電しにくく
使いやすい

充電式電池 シリーズ

- ④ 高容量タイプ
- ⑤ スタンダードタイプ

6月発売予定

富士通グループ / FDK株式会社