



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  
■東北支社  
■首都圏支社  
■中部支社  
■関西支社  
■中四国支社  
■九州支社

【グループ会社】  
ジャベル(株)  
ジャベルパートナーシップサービス(株)  
ベットラライブラリー(株)  
モビィ(株)  
(株)ベッツ・チョイス・ジャパン  
(株)インストアマーケティング

(株)リビングあらた  
(株)D-Neeコスメティックス  
凱麟泰(上海)貿易有限公司  
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD.  
ARATA (THAILAND) Co.,LTD  
SIAM ARATA Co.,LTD.  
ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED



# 新年あけましておめでとうございます。

新年あ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ことを感謝申し上げます。

皆さま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。本年も変わらぬご愛顧をお願い申し上げます。

昨年1年を振り返りますと、大きな地震の発生、猛暑や豪雨といった異常気象による被害に見舞われました。また、世界では紛争の広がり懸念され、国内においては闇バイト問題の深刻化が社会問題となっています。世界の主要な国々では国のリーダーを決める選挙が多くあり、従来のバランスが随分と変化してきました。スポーツや経済において明るい話題も多数ありましたが、総じてネガティブなニュースが印象に残った1年であったように思います。

本年は、十干十二支という乙巳（きのと・み）の年に当たり、「乙」は困難があっても紆余曲折しながら進むことを表しています。「巳」は蛇のイメージから再生と変化を意味しており、脱皮して強く成長することとその生命力の強さから、神の使いとして信仰されています。この2つの組み合わせである乙巳は、「努力を重ね、物事を安定させていく」といった縁起の良さを表しているようです。

私ども流通に携わる者としても、物流 2024 年問題や慢性的な人手

不足、様々な経営コストの上昇など多くの課題に対処してきた1年間でありました。巳年である今年は、これまで重ねてきた努力や対策を成果に繋げ、新たな成長を実現していく年としたいと考えております。

このような成長の実現のためには、個々の企業単位での対応では得られる成果に限りがあり、サプライチェーンとしての協働が不可欠であることはご承知の通りです。特に、物流における重複業務の見直しや1回の作業の生産性をいかに向上させるかなど、製配販と運送事業者様を含めた取り組みをさらに進展させていくべく、鋭意努めてまいります。

## 需要発掘と市場拡大へ貢献

当社は2030年までの達成に向けた長期経営ビジョンの中で、お客様の売上貢献と新市場の開拓に向けて、スタートアップのメーカー様とのお取引や日本で未発売の商品の取り扱いなどを積極的に進めております。フェムケアカテゴリの商品開発やプレミアムな価格帯のヘアケア商材、韓国コスメに代表されるアジアンコスメ、その他ハウスホールドカテゴリーでもこれまでに多くの特徴的な商品をご提供しており、売上規模も大きなものとなり大変ご愛顧をいただいております。

今年以降も新たな商品の発掘と調達に取り組み、品揃えを充実さ

せていくことはもちろんのこと、昨年開設いたしました公式 SNS アカウントのフォロワー数も徐々に増加しており、情報発信をさらに研究し、商品の認知度向上に繋げてまいります。

商品開発やマーケティングを担っているグループ会社の D-Nee コスメティックスにおいては、ポップアップストアの展開やタレント起用による PR イベントなど、独自の販促活動でブランドのバックアップを引き続き強化してまいります。今後もさらなる展開を何卒お願いいたします。

商品と情報の発掘の場として、昨年大変ご好評をいただきました展示会「あらた Collection」ですが、今年は各支社での開催として計画しております。各エリアで多くのお客様としっかり時間を設けた中で有意義な商談会となるよう立案しておりますので、是非ご活用いただきますようお願いいたします。



代表取締役  
社長執行役員

須崎 裕明

## サプライチェーンの協働により 消費者の生活を豊かに

あらたは「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念を、得意先様、仕入先様、そして運送事業者様をはじめとするパートナー企業の皆さまとの連携をもとに実現してまいります。そして今年も生活に欠かせない商品供給の要として、消費者の生活の豊かさや楽しさを皆さまと共に提供してまいります。

新しい年が皆さまのさらなるご発展の年となる事を祈念し、また本年も一層のご指導、ご鞭撻を賜ります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。

こんにちは

あらたん



株式会社大屋  
mac山越店  
愛媛県松山市山越6丁目



すぎもと りな  
杉本 梨奈さん

Q お店で心掛けていること

A. 常に感謝する気持ちです。お客様・従業員すべての人に日々感謝の気持ちを忘れず業務を行っております。

Q お好きな食べ物は何ですか？

A. さつまいもが好きです。紅はるかが大好きです。初めて食べた時美味しすぎて感動しそれ以来芋好きになりました。

Q 一押し商品は何ですか？

A. ウィズアウトのクレンジングです。肌に負担かけず、するっと落ちてくれて感動します！

## データでわかる！スーパーマーケットで売れる日用品【前編】

1 箇所ですべて買い物をするワンストップショッピング。2020 年頃からのコロナ下では、来店回数の減少や買い物 1 回あたりの購入個数の増加が顕著に見られ、この消費行動が「ニューノーマル」のひとつとしてとらえられていました。あれから 5 年。店舗も人々の心理も変化してきたようです。

本連載では今回から 2 回にわたり、日用品の販路拡大について考えます。ドラッグストアを主戦場とする日用品を、食品スーパーマーケットでもっと売れるようにするためには、どのようにしたらよいのでしょうか——さっそくデータからヒントを見つけていきましょう。

### ドラッグストアとスーパーマーケットの違い

ドラッグストアと食品スーパーマーケット、両業態の特徴はどこにあるのでしょうか。下記は 2024 年 4 月～6 月の購買データです。新生活を始める人も多いこの季節は、生活必需品を取りそろえるケースが増える時期です。代表的な商品の購買データから、業態による購買行動の違いを見ていきましょう。

|            | ドラッグストア           |             |        |        |
|------------|-------------------|-------------|--------|--------|
|            | 1 店舗当たり<br>個数 (個) | 平均単価<br>(円) | 購入率    | リピート率  |
| ティッシュペーパー  | 3,193             | 297         | 18.54% | 34.49% |
| 衣料用合成洗剤    | 3,136             | 611         | 19.35% | 34.24% |
| 衣料用消臭剤     | 802               | 628         | 6.34%  | 20.14% |
| 柔軟剤        | 2,234             | 559         | 14.21% | 34.01% |
| 使い捨て紙クリーナー | 1,450             | 283         | 8.81%  | 23.87% |
| トイレトペーパー   | 3,180             | 438         | 19.33% | 38.92% |
| 台所用洗剤      | 1,819             | 370         | 13.95% | 23.99% |
| トイレ用洗剤     | 779               | 322         | 6.56%  | 13.60% |

|            | 食品スーパーマーケット       |             |       |        |
|------------|-------------------|-------------|-------|--------|
|            | 1 店舗当たり<br>個数 (個) | 平均単価<br>(円) | 購入率   | リピート率  |
| ティッシュペーパー  | 3,612             | 308         | 9.25% | 34.14% |
| 衣料用合成洗剤    | 3,917             | 389         | 8.74% | 38.02% |
| 衣料用消臭剤     | 482               | 532         | 1.56% | 21.52% |
| 柔軟剤        | 2,687             | 281         | 5.71% | 37.96% |
| 使い捨て紙クリーナー | 1,401             | 246         | 3.58% | 26.73% |
| トイレトペーパー   | 3,849             | 429         | 9.77% | 40.71% |
| 台所用洗剤      | 2,141             | 277         | 6.93% | 25.32% |
| トイレ用洗剤     | 758               | 223         | 2.57% | 16.54% |

平均単価は税抜き

日用品はドラッグストアで購入される事が多く、食料品は食品スーパーマーケットでの購入が多いという業態利用目的（何を買いに来ているか）の特性があります。しかし、データを見てみると興味深い事実も見えてきます。ティッシュペーパー、衣料用合成洗剤、柔軟剤、トイレトペーパー、台所用洗剤は、購入率（購入客数÷来店客数）は圧倒的にドラッグストアが高いのに、1 店舗当たりの購入個数はドラッグストアよりも食品スーパーマーケットのほうが多いのです。

ドラッグストアよりも食品スーパーマーケットの方が来店頻度が高く、1 人当たりの対象カテゴリの購入回数が多い結果、期間における 1 人あたり購入個数が多くなっていることも影響しているのでしょうか。期間中に 2 回以上購入するリピーターの割合を示すリピート率もドラッグストアより高いカテゴリが少なくありません。これらのデータは、日用品メーカーが食品スーパーマーケットへ販路を拡大することの重要性を示しています。

しかし、「食材の購入」が業態利用目的である食品スーパーマーケットの棚は限られています。どのような日用品が食品スーパーマーケットで力を発揮し、売場を活性化させることができるのでしょうか。次はカテゴリごとに両業態の購買データを比べ、そのヒントを探していきましょう。

### 売れ筋商品の違いから提案のヒントをつかもう

ドラッグストアと食品スーパーマーケットの売上個数ランキング上位商品を比べてみると、様々な違いが見えてきます。例えばティッシュペーパーは、ドラッグストアより食品スーパーマーケットのほうが PB の上位ランクイン数が少なく、NB が多くランクインしています。1 組あたりの単価が高いプレミアムタイプのティッシュペーパーがドラッグストアより多いという特徴も見られました。高価格帯商品を訴求することで売上アップを狙うチャンスがありそうです。

次に衣料用合成洗剤です。広い棚に大容量商品が並ぶドラッグストアと比べると平均単価は低いものの、食品スーパーマーケットの方が 1 店舗当たりの購入個数が多いカテゴリです。下記は衣料用合成洗剤の売上個数ランキング上位 10 商品です。

| ドラッグストア |                                     | 平均単価 (円) |
|---------|-------------------------------------|----------|
| 1 位     | アタック 抗菌 EX 詰替 1kg                   | 327      |
| 2 位     | アタック 高活性バイオ EX 詰替 810g              | 332      |
| 3 位     | アタック 抗菌 EX 部屋干し用 詰替 1000g           | 337      |
| 4 位     | ニュービーズ すずらんの香り 大 800g               | 324      |
| 5 位     | ニュービーズリュクスラフト ローズ&マグノリアの香り 詰替 1160g | 298      |
| 6 位     | アタック 抗菌 EX 詰替 超特大 1800g             | 545      |
| 7 位     | アタック 抗菌 EX 部屋干し用 詰替 超特大 1800g       | 546      |
| 8 位     | PB 衣料用合成洗剤                          | 550      |
| 9 位     | PB 衣料用合成洗剤                          | 551      |
| 10 位    | アリエール ジェル 詰替 超特大 860g               | 416      |

| 食品スーパーマーケット |                                       | 平均単価 (円) |
|-------------|---------------------------------------|----------|
| 1 位         | アタック 抗菌 EX 詰替 1kg                     | 318      |
| 2 位         | ニュービーズ すずらんの香り 大 800g                 | 313      |
| 3 位         | アタック 抗菌 EX 部屋干し用 詰替 1000g             | 320      |
| 4 位         | アリエール ジェル 詰替 超特大 860g                 | 393      |
| 5 位         | トップクリアリキッド 詰替 500g                    | 167      |
| 6 位         | アタック 高活性バイオ EX 詰替 810g                | 326      |
| 7 位         | ボールド ジェル 華やかプレミアムプロッサムの香り 詰替 超特大 780g | 314      |
| 8 位         | ニュービーズリュクスラフト ローズ&マグノリアの香り 詰替 650g    | 175      |
| 9 位         | アリエール ジェル 除菌プラス 詰替 超特大 815g           | 398      |
| 10 位        | アリエール ジェル 部屋干しプラス 詰替 超特大 815g         | 395      |

平均単価は税抜き

食品スーパーマーケットでは TOP10 入りした商品はすべて NB で、容量が控えめな商品も入っています。お客様は食材と一緒に購入するため、「重すぎないか」「予算オーバーにならないか」といったことを意識している可能性もあり、業態利用特性を踏まえた品揃えとなっている様子うかがえます。またユニークな特徴として、上位 30 位までを見ると、食品スーパーマーケットの方が香りを訴求した商品が数多くランクインしていることがわかりました。

このように、業態の購買行動を把握し、「安さ」「大容量」だけではない商品の力を食品スーパーマーケットで訴求することが有効です。次回※は新たな分析手法で、スーパーマーケットで売れる日用品の探し方を解説します。

※後編は、2025 年 4 月号掲載になります。

データ出典：True Data / 2024 年 4 月～6 月 ※データ抽出時点 (2024 年 10 月) の数値

### POINT

「コンパクト」「プレミアム」…特徴と個性のある日用品は食品スーパーマーケットでもっと売れるチャンスが！

筆者プロフィール 株式会社 True Data 上席執行役員 越尾由紀

流通データマーケティング支援部門、データサイエンス部門、IT 戦略部門を統括。様々なクライアントの実践的なデータ活用を推進するとともに、データマーケティングの第一人者として、教材開発やセミナー講師など、幅広い領域で人材育成に取り組む。



True Data では、年間 5 兆円、6,000 万人規模の購買データをもとに統計化した ID-POS データを、ドラッグストア、食品スーパーマーケット各業態ごとにご提供しています。お気軽に下記までお問い合わせください。



【お問い合わせ】株式会社 True Data

HP お問い合わせフォーム <https://www.truedata.co.jp/contact/>

歯科医師推奨



W の歯周病ケア

- 極上ケアがこれ 1 本で叶う -

歯、つるっ。  
歯茎、きゅっ！



Scrape off plaque

歯周病対策に

Gum massage

磨き力 × マッサージ

aquaOra  
platinum  
- アクアオーラプラチナ -



























Paenna®

ハトムギ シリーズ

累計400万本突破

(メーカー出荷実績)

集計期間：2011年8月～2024年4月

**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

イベントカレンダー

EVENT CALENDAR



3月

|       | 9週                                    | 10週                                                                                        | 11週                                 | 12週                                               | 13週                                                        | 14週                                                  |                                                                                       |                                                                                       |                                                         |          |
|-------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------|
|       | 3/1～2                                 | 3/3～9                                                                                      | 3/10～16                             | 3/17～23                                           | 3/24～30                                                    | 3/31                                                 |                                                                                       |                                                                                       |                                                         |          |
| 行事・歳時 | 1日 マヨサラダの日<br>2日 ミニの日                 | 3日 ひな祭り<br>4日 バウムクーヘン<br>の日<br>5日 産後ケアの日<br>6日 スリムの日                                       | 7日 消防記念日<br>8日 ギョーザの日<br>9日 ありがとうの日 | 10日 ミートソース<br>の日<br>11日 パンダ発見<br>の日<br>12日 スイーツの日 | 13日 サンドイッチ<br>デー<br>14日 ホワイトデー<br>15日 オリーブの日<br>16日 十六国子の日 | 17日 セントパトリック<br>クスデー<br>18日 精霊の日<br>19日 ミュージック<br>の日 | 20日 春分の日<br>21日 アジフライ<br>の日<br>22日 世界水の日<br>23日 世界気象の日                                | 24日 マネキン<br>記念日<br>25日 電気記念日<br>26日 カチューシャ<br>の歌の日                                    | 27日 さくらの日<br>28日 三つ葉の日<br>29日 作業服の日<br>30日 スポーツ<br>栄養の日 | 31日 山菜の日 |
| 生活行事  | ひな祭り                                  |         |                                     |                                                   | お彼岸(3/17～23)                                               |                                                      |  |  |                                                         |          |
|       | 入試                                    |                                                                                            |                                     |                                                   | 春休み・異動・引越し                                                 |                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                         |          |
|       |                                       |  卒園・卒業式 |                                     |                                                   | お花見                                                        |                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                         |          |
| 生活リズム | 新生活、新学期へ向けた準備(引っ越し／卒業、入学、入社のための靴の新調)  |                                                                                            |                                     | 冬物の洗濯、春物お手入れ                                      |                                                            |                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                         |          |
|       | 花粉症の人にとって辛い時期／春一番・季節の変わり目で、お肌が敏感になる時期 |                                                                                            |                                     |                                                   |                                                            |                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                         |          |

日用雑貨

- ・目、鼻、耳ケア用品、用具 144.6%
- ・畳、カーペットクリーナー 127.8%
- ・靴墨、靴用クリーム 127.1%
- ・防虫剤 125.8%
- ・ティッシュペーパー 116.5%
- ・マスク 107.6%
- ・血圧計 107.3%
- ・入浴剤 107.2%
- ・ライト系洗剤 106.6%
- ・トイレットペーパー 103.2%
- ・脱脂綿 103.0%

化粧品

- ・アイカラー 114.3%
- ・男性黒髪用カラーリング剤 111.5%
- ・黒髪用カラーリング剤 109.0%
- ・マスカラ 107.1%
- ・マッサージ、コールドクリーム 106.3%
- ・化粧下地 106.1%
- ・乳液 106.1%
- ・美容液 105.9%
- ・チークカラー 105.8%
- ・フェイススクリーム 105.1%
- ・ヘア用化粧用具 104.6%
- ・コンシーラー 104.4%

家庭用品

- ・テーブルクロス 247.5%
- ・屑入れ 120.7%
- ・皿 119.6%
- ・製菓用品 119.5%
- ・線香 116.1%
- ・コップ、グラス 113.7%
- ・土瓶、鉄瓶 113.4%
- ・湯呑、急須 110.3%
- ・ハンガー 109.0%
- ・やかん類 106.7%
- ・食品調味料容器 106.1%
- ・ペーパーフィルター 106.1%

SNSで話題になりやすいテーマ

- 靴擦れ(新生活)●花粉症 ●入浴
- 衣替え ●新しい人との出会い(口腔ケア)

SNSで話題になりやすいテーマ

- 花粉症による肌荒れ、敏感肌 ●ゆらぎ肌
- 美白ケア、紫外線対策 ●前髪崩れ
- ネイル剥がれ(新たな習慣) ●ホワイトデーお返し

SNSで話題になりやすいテーマ

- 新学期、新生活準備、引っ越し(荷造り)
- 雛祭り(調理用品)

※季節指数は2023年の指数です

3



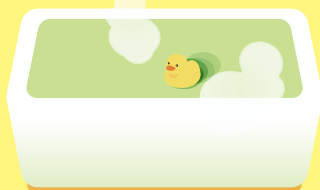
# ★BRAND HISTORY★ ブランドストーリー



株式会社バスクリン

HOTな健康を、明日へ。

## きき湯



「きき湯」には、温泉科学と生薬の研究を重ねてきたすべての知見が詰まっています。  
人々が明日も調子よく、元気に過ごせるように。  
「きき湯」は未来へ向けて、すこやかな毎日をサポートするための革新と進化を続けていきます。



サッ!と  
使えて  
パッ!と  
しまえる



## 2003年「きき湯」発売

「その日の症状、その日のうちに。」  
長年の温泉研究から「きき湯」誕生！  
豊富な発泡と、高い保温効果を持つ九州の名湯「長湯温泉」(大分県)の湯をモデルに、温泉を科学して誕生しました。  
(本品は温泉の湯を再現したものではありません)



## 2013年「きき湯 つめかえ用」発売

環境への配慮、経済性の面から多くのお客様よりご要望をいただき、コンパクトで省資源なつめかえ用の発売が実現！



## 2020年「きき湯」リニューアル

発売当初の2003年から、人々を取り巻く環境は大きく変化。多様化する症状や悩みと向き合い、現代人の疲れに寄り添い処方を変えたNext「きき湯」に！

## 2023年「きき湯」リボーン

プラスチック使用量を約75%\*1削減し、からだにも地球にも心地よい「サステナパック」に！**つめかえ要らず**で計量スプーン付き、サッ!とすくってスッ!と閉まってパッ!とスプーンを袋にかけられるのが特長。新たに「きき湯 重曹カルシウム炭酸湯」を加えた計6種のラインアップで、それぞれの症状に合わせて温泉ミネラル成分\*2、クレイ(保湿成分)を10%増量\*3した新処方。

\*1:従来品ボトル重量比 \*2:硫酸マグネシウム、塩化カリウム、炭酸カルシウム、食塩  
\*3:従来品比(重曹カルシウム炭酸湯を除く)



【医薬部外品】販売名:きき湯 C-a、きき湯 M-a、きき湯 K-a、きき湯 S-a、きき湯 CL-a、きき湯 J-a

CICIBELLA®

## 衛生マスクのメーカーから話題のシートマスク登場！ 人によって選べる4種類♪

SUPER× GLUTATHIONE VITAMIN RETINOL /PREMIUM EXOSOME

全方位集中ケアがこれ1つに！



※1白玉のようなツヤのある肌のこと ※2年齢に応じたケアのこと



※1年齢に応じたケアのこと ※2年齢に応じたケアのこと



※1年齢に応じたケアのこと



※1年齢に応じたケアのこと ※2年齢に応じたケアのこと

LaBella 株式会社