



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	【関連会社】	
■東北支社	TEL 022-342-6675	ジャベル(株)	TEL 0568-85-4111
■関東支社	TEL 047-495-1245	ジャベルパートナーシップサービス(株)	TEL 0568-85-8822
■神奈川支社	TEL 045-791-5151	株式会社アツシ	TEL 011-741-9111
■北関東甲信越支社	TEL 0258-61-5700	株式会社アツシマーケティング	TEL 072-362-3005
■中部支社	TEL 052-231-7872	市野(株)	TEL 072-875-3341
■関西支社	TEL 072-362-2000	凱麟泰(上海)貿易有限公司	+8621-3211-0561
■中四国支社	TEL 086-292-5805	ARATA (THAILAND) Co.,LTD	+662-612-7327
■九州支社	TEL 092-632-7501	JAPELL (HONG KONG) Co.,Ltd	+852-2339-4010

サムライブルーに込めた想い

平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。日頃、あらた様を始めとするお客さまに親しくお取引頂いております。お客さまの経営戦略や事業戦略は同じではございませんが、「良い会社になりたい」「強い会社になりたい」という想いは共通した強い希求だと認識しています。もちろん、私ども〈みずほ〉も想いは同じであります。永遠の課題と言っても過言ではないこのテーマについて普段考えていることを申し述べます。

■強い当事者意識と 変革を恐れない個人

「良い会社」「強い会社」を構成する個人やチームには何が求められるのでしょうか。

まず、チームを構成する個人には「強い当事者意識と変革を恐れない気概、職業人としての、更には人としての魅力」が求められます。強い当事者意識は、多様なプロジェクトを完遂していくための必須条件。そして、変革を恐れない気概。経営学の巨人であるピーター・F. ドラッカーの名言に「Change or Die (変わらなければ生き残れない)」があります。「現状に満足か」と問われた時、「No」である場合は満足していない現状を変えるしか術がありません。そして、あれこれ変えて失敗したならば元通りにすれば良い、と考えるくらいの余裕が必要でありましょう。より重要だと思ふことは「人」としての魅力。

とかく職業人は、職業人としての成果に目を奪われがちですが、優先すべきは一人の人間として成長・成熟すること。「人」としての完成度が高まれば職業人としての成果など自ずとついてくる、と言うのは些か乱暴でしょうか。

■力強く緊張感のあるチーム

個人の集合体であるチームには「各々のフィールドをお互いに尊重し助け合い、力強く緊張感があること」が求められます。この実現のためには、円滑なコミュニケーションが不可欠。原則、一人一票の精神を貫くことで個々の参画意識を高め、徹底的に健全な議論を展開することが近道となります。議論の基本軸は「お客さま第一」。もはや「お客さま第一」の重要性を論ずる必要はないでしょう。事実「お客さま第一のため、ああしよう、こうしよう」と、ありとあらゆる施策を講じている企業は少なくありません。しかし、その成果についてはどうでしょうか。むしろ大切なことは「何故お客さま第一を実践する必要があるのか」を考えること。この問いに対する解答自体ではなく、納得するまで考え抜くことが重要であり、一旦腹落ちすれば行動の質やスピードは格段に向上するはずで。

■コーポレートカルチャーと サムライブルー

良い会社・強い会社の実現のため

更に大切なことは、こうした風土の基盤となる企業文化（コーポレートカルチャー）を醸成し、皆が共有すること。内向きのエネルギーを徹底的にお客さまに振り向け、果敢にチャレンジする姿勢を尊重し、前向きな失敗をお互いに認め合うカルチャーが求められます。こうしたカルチャーの上に、強い気概を持つ個人と力強く緊張感のある澁淵としたチームが存在することで最高のパフォーマンスが実現できるのではないのでしょうか。一方、価値観が多様化している今、皆のベクトルを同じ方向に導き、あべきカルチャーを醸成することは容易ならざることです。組織に属する全員が目指すべき姿を共有するとともに、想いを一つにできる象徴的な存在も必要となりましょう。



株式会社みずほ銀行
執行役員
東京営業第二部長

富田 克典 様

私ども〈みずほ〉は、昨年4月より、ブランドスローガン「One MIZUHO 未来へ。お客さまとともに」を掲げ新たなブランド戦略を始動させました。この「One MIZUHO」には、グループの総力を結集しお客さまから最も信頼される存在になる、という決意を込めております。機を同じくして、サムライブルーと称されるサッカー日本代表に協賛することと致しました。サッカー日本代表には、研ぎ澄まされた「個々の能力」とそれに裏付けされた「最高のチームワーク」、夢や希望に向かって取り組む「真摯でひたむきな姿」といったイメージがあります。日本代表協賛は、サムライブルーのこうしたイメージと私どもの決意に強い親和性を見出すとともに、未来の姿をサムライブルーに投影し目指すべきカルチャーの象徴にしたいという想いでもあります。いよいよ今月13日、ブラジルワールドカップの開幕です。世界の舞台に挑んでいくサムライブルーを心から応援するとともに、私どももお客さまから最も信頼される総合金融グループの実現に向けて取組んで参ります。皆さま方におかれましては、引き続きご支援賜りますよう何卒よろしくお願い申し上げます。

父位時新

6月に入りました。梅雨のシーズン到来ですね。

ところで、日本で6月といえばどんなことを思い浮かべるでしょうか？

ジュンブライド・虫歯予防デー・衣替え(クールビズ)etc…

私が思い浮かべるのは、「父の日」です。今年は6月15日です。

もしかして「父の日」って「母の日」のおまけみたいな印象を持っている方はいませんか？

こんなことを知ったら毎日家族のためがんばっているお父さん達が肩をガクッリ落としますよ。

「父の日」の始まりは、1909年にアメリカのドット夫人が前年に始まった「母の日」のことを知り、牧師協会に嘆願したこととされています。

その背景にはドット夫人は男手ひとつで6人の兄妹を育ててくれたお父さんへの感謝の気持ちがあったそうです。その後全米に広がり、1972年にアメリカの祝日に制定されました。

一方、日本では1982年から始まった「ベストファーザー賞」などの普及活動で広く知られるようになりました。その「ベストファーザー賞」の選考基準は、

- ・明るく楽しい家庭づくりをしている父親
- ・父親学の実践者・厳格なしつけをしている父親
- ・子供たちのよき理解者、良き教育者
- ・お母さんと子供から見た、素敵な

お父さん

- ・社会の福祉に貢献し素敵な父親像をアピールしている人
- ・ユニークな子育てをしている人等

だそうです。

この賞が始まった頃と現在では「理想の父親像」もずいぶん変わってきたようです。「サザエさん」の波平さんのような厳格な父親よりも、タレントのつるの剛士さんをはじめとする「イクメン」と呼ばれる育児・家事に協力的で、家族との関係がフレンドリーでユーモアがある父親が支持されているそうです。

これからも「理想の父親像」は変化していくことですが、お父さんの家族に対する大きな愛情はきっと変わることのないものだと思はれています。

今年も「父の日」には日頃の感謝の気持ちをきちんと伝えたいと思います。(N・M)

HELLO

こんにちは あらたん

鹿児島市呉服町
株式会社 ぬきく薬舗
いづろ店(本店)
吉松 綾乃さん

- お店で心掛けていることは…
お客様に喜んで帰っていただけるように、気配りある笑顔の接客が出来るように心掛けています。
- お店のセールスポイント
お客様のお悩みに応えられるように、親身になった相談、アドバイスを心掛けています。
- ご趣味は何ですか
ランニング!!まだ始めたばかりですが、目標はフルマラソン完走です。
- 将来の夢は…
自分磨き(内面も外見も)を頑張って、ステキな女性になる事です!!

あらたん消費者伝言板

次世代型販促ツール



admint(アドミント)POPとは?

アドミントPOPは、あらたんグループの次世代型販促ツールとして昨年から本格稼働した電子POPシステムです。従来のスタンドアロンタイプ(DVDなど)と違い、タブレットを使って通信できますので、リモートオペレーション(遠隔操作)が可能です。

4つのメイン機能

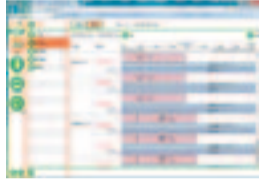
コンテンツ作成機能

誰でも簡単に、パワーポイント感覚で電子POP用のコンテンツが作成できます。動画や静止画などの素材を自由に組み合わせ、オリジナルコンテンツを作成できます。



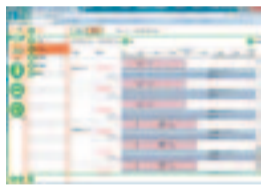
店舗(ロケーション)管理機能

各POP端末に配信するコンテンツのスケジュールや設置期間など店舗ごとに管理できます。店舗の営業時間に合わせて自動的にオン・オフが可能です。また、曜日ごとの時間設定も可能です。



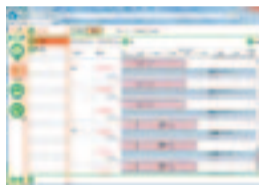
端末管理機能

端末の設定状況を一元管理。配信スケジュール、設置場所(店舗)、管理担当者などを集中管理。全ての端末の稼働状況をパソコン上で確認。複数の端末をグループ化したり店舗間の移動管理を通じて保有端末の適切な管理が可能になります。



担当者(ラウンダー)管理機能

管理担当者は割り振られた端末の状態を簡単に把握・管理できます。役職・担当ごとに管理権限を付与してそれに応じた段階的な管理体制を構築できます。



* admint : all digital media integrated technology

詳しいお問い合わせ先は、(株)インスタマーケティング 企画部
太刀川(tachikawa@arata-gr.jp)、長谷部(m-hasebe@arata-gr.jp)まで。

従来の電子POPとの違い

コンテンツ制作から配信、死活監視など、あらゆるシーンで従来のものには無い使いやすさをご提供します。ただ単に売場を飾る販促物にとどまらず、配荷された商品、店頭並べられた商品を「100%売り切る」ための情報発信ツール、購買促進ツールとしてご活用いただけます。

	従来の電子POP (スタンドアロンタイプ)	POP (通信型リモートオペレーションタイプ)
コンテンツ制作	エリア別や企業別などにカスタマイズ出来ない。制作に時間がかかる。	どこにいてもパワーポイント感覚で迅速、簡単に制作することができる。
コンテンツ差し替え	店舗でSDカードなどの変更が必要。一度送ったらそれっきりになることも...	通信型なのでコンテンツさえあれば内容の変更がすぐできる。
店頭起点の配信内容	どの企業・店舗でも同じコンテンツ。時間や曜日ごとの内容変更もできない。	店舗、時間、曜日ごとにコンテンツ内容を変更することも可能。
稼働状況の確認	実際に店舗まで見に行かなければ、稼働しているかどうか全く分からない。	端末死活監視機能があるのでどこにいても各端末の稼働状況が一目瞭然。
オリジナリティ	汎用性の高いソフトとして制作されており販売店様に合わせて作成できない。	販売店様のご要望に合わせてアレンジ可能。お取り組みの一助に。

優れた拡張性

①タッチパネル機能

店頭での商品検索が可能!
店頭で陳列された数ある商品の中から、ひとりひとりに最適な商品をお選びいただけます。より買いやすい売場作りに貢献します。

タッチログ解析!

店頭でのタッチログを取得可能。日別POSと紐付けして分析することにより、タッチ検索して購入に至った商品とそうでない商品が明確になるなど、商品コンセプトや商品パッケージの分かりやすさに結びつくデータとして活用できます。

②大型モニターに簡単接続 (admintスティック)

通常は高価な大型デジタルサイネージを安価に実現することができ、店舗入口近くでのセール告知(タイムセール・チラシ商品案内等)から会員メンバー募集のお知らせや地域情報の発信まで多目的に使えます。



バエンナ SKRモイスチャーローション



サクラン®の優位性

多糖類：化粧品、食品、医療、金属吸着等で幅広く利用

	サクラン	ヒアルロン酸	キサンタンガム
分子量	1600万	100~800万	200万
糖の種類	10種	2種	3種
純粋保水力	6400ml/g	1200ml/g	1260ml/g
塩水保水力	2600ml/g	240ml/g	630ml/g
保湿力	30.4%	10.9%	15.5%
皮膜形成能	◎	△	△
主な用途	基礎化粧品	基礎化粧品 健康食品、医薬品	基礎化粧品 食品



商品特長

- ◆天然由来の保湿成分「サクラン」配合のローションです。
- *サクラン…日本固有の淡水性藍藻(らんそう)スイゼンジノリから抽出される多糖類です。肌に塗ると、細長い分子が均一に広がって水分をたっぷり含んだ網目状の薄い膜を形成します。

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
バエンナ SKRモイスチャーローション 180ML	4560309820403	6×8	単品: 44×165×44mm	215g	1500

製造元: 株式会社イヴ 東京都練馬区栄町 15-4



ピンクの殺虫剤で売り場を華やかに



防除用医薬部外品



●金鳥の渦巻 ローズの香り 30巻(缶)



キンチョール

ローズの香り

防除用医薬部外品



●キンチョール 450mL
ローズの香り



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

8月

	31週	32週	33週	34週	35週
	8/1~3	8/4~10	8/11~17	8/18~24	8/25~31
行事・歳時	1日 洗濯機の日 2日 バンツの日 3日 はちみつの日	4日 誓の日 5日 ハンコの日 6日 ハローの日 7日 鼻の日 8日 歯並びの日 9日 野球の日 10日 トイレの日	11日 スポーツ中継の日 12日 晴れの特異日 13日 左利きの日 14日 国民皆泳の日 15日 刺身の日 16日 女子大生の日 17日 バイナップルの日	18日 米の日 19日 バイクの日 20日 蚊の日 21日 献血記念日 22日 チンパン電車の日 23日 白虎隊の日 24日 大震災の日	25日 即席ラーメン記念日 26日 人権宣言記念日 27日 仏壇の日 28日 バイオリンの日 29日 焼肉の日 30日 冒険家の日 31日 野菜の日

生活行事	花火・盆踊り/海・山・レジャー	夏休み お盆	防災の日
-------------	-----------------	-----------	------

生活リズム	不快害虫の気になる時期/食中毒が気になる時期	クーラー病予防&対策
	お盆・来客準備	日差しが強く、肌・髪のダメージが気になる

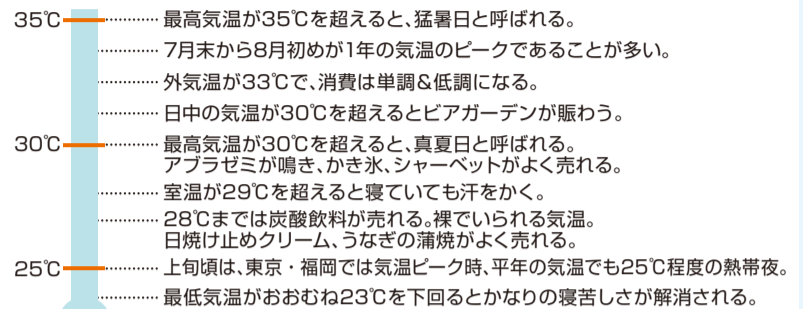
季節指数	化粧品...男性用制汗防臭剤 216.2%・むだ毛処理剤 180.7%・制汗防臭剤 167.4%・女性用ヘアトニック 165.4%・ネイルカラー 160.9% UVケア 158.3%・男性用洗顔料・パック 130.6%・男性用フレグランス 123.4%・ネイル化粧用品 120.9%・アイライナー 116.5% 男性黒髪用カラーリング剤 116.1%・ヘアトリートメント・パック 115.4%・パーマ剤 114.0%・黒髪用カラーリング剤 111.3% シャンプー 111.0%・フレッシュ・シェービング剤 109.3%・アイブロウ 109.1%・カミソリ 109.1%・男性用育毛・養毛剤 107.2% マスカラ 106.9%・コロン 106.7%・ヘアリンス・コンディショナー 106.0%・ヘア化粧用品 105.8%・ファンデーション 105.2% パック 104.3%・洗顔料 103.3%・トワレ 103.1%
	日用品...蚊取り線香 329.7%・線香 328.5%・蚊取りマット・リキッド 229.7%・殺虫剤 211.1%・ローソク 200.6%・電子蚊取り器 164.6% ゴキブリ捕獲器 161.5%・虫よけ剤・虫よけ器 141.9%・台所用除菌・消臭剤 140.7%・化粧石鹸 138.0%・住居用ワックス 137.1% 電気製品用クリーナー 134.6%・漂白剤 126.3%・台所用漂白剤 123.7%・衣料用合成洗剤 121.3%・仕上げ剤 119.3% ボディシャンプー・リンス 116.6%・トイレ用芳香・消臭・防臭剤 114.9%・トイレ用洗剤 112.4%・室内用芳香・消臭・防臭剤 111.8% 柔軟剤 111.7%・水洗・トイレ用タンククリーナー 111.5%・住居用洗剤 110.4%・洗濯用石鹸 109.0%・カビ防止剤・カビ取り剤 107.2% パイプ・風呂釜クリーナー 106.2%・使い捨て紙クリーナー類 104.6%・脱臭剤 103.7%・台所用クレンザー 103.3%・ハンドソープ 102.8%
	家庭用品...ライター 161.2%・マッチ 128.9%・浴室用品 125.4%・洗濯用品 122.8%・モップ・雑巾 121.5%・身体洗い用品 119.8% コップ・グラス 118.7%・弁当箱・ウェア 116.8%・ラッピングフィルム 116.2%・皿 116.0%・鉢・鉢 113.1% テーブルクロス 109.9%・たわし・スポンジ 107.8%・流し用品 107.5%・キッチンペーパー 106.8%・ゴミ袋 104.9% ふせん・鏡つみかみ類 103.3%・缶切り・検査器類 102.3%・フライパン類 102.2%・洗面用品 100.2%
	紙・衛生...熱冷却用品・用具 281.8%・ヘルメーター 197.8%・フットケア用品・用具 155.4%・ハサミ・ピンセット 145.3%・包帯 136.0% ガーゼ 131.6%・ベビー用スキンケア 131.2%・救急絆創膏 130.8%・脱脂綿 122.2%・大人用衛生用品 120.4% 固定テープ・巻絆創膏 120.1%・コンタクトレンズ用剤・用具 119.7%・避妊用品 118.8%・ウェットティッシュ 114.1%・綿棒 113.1% 血圧計 109.4%・ベビー用衛生用品・用具 108.2%・ペーパーハンドタオル・用具 106.5%・授乳用品・用具 105.8% サボーター 105.5%・生理用品・用具 105.4%・飲薬補助用品・用具 101.3%・ベビー用オムツ 100.6%
	ペット...昆虫フード 439.9%・昆虫用品・用具 424.2%・爬虫類・両生類フード 230.8%・爬虫類・両生類用品・用具 158.2% 観賞魚フード 146.2%・小鳥フード 134.2%・小動物フード 110.0%・観賞魚用品・用具 105.8%

ウェザーマーチャダイジング

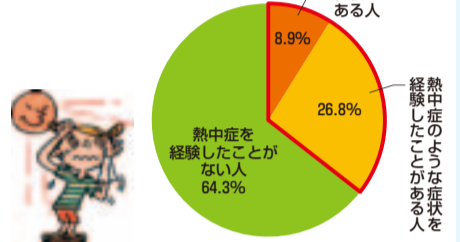


●今月の前線「天候」

最大のポイントは湿度の高さです。前半は雨が降ったりやんだりの天気が続く、後半も熱帯の高温多湿な空気を持つ太平洋高気圧の影響で、月間を通して常に湿度は高めです。湿度が高いと体感温度を押し上げるので、8月は気温以上に蒸し暑く感じることが多くなります。



■熱中症調査



熱中症に対する意識

～人々の行動への影響～

熱中症のような症状を経験したことがある人が約4割弱という結果に。それ以外の方も熱中症に対する意識が強く「こまめに水分補給を行う」「帽子や日傘を使う」といった対策をとっている方が多いように感じます。

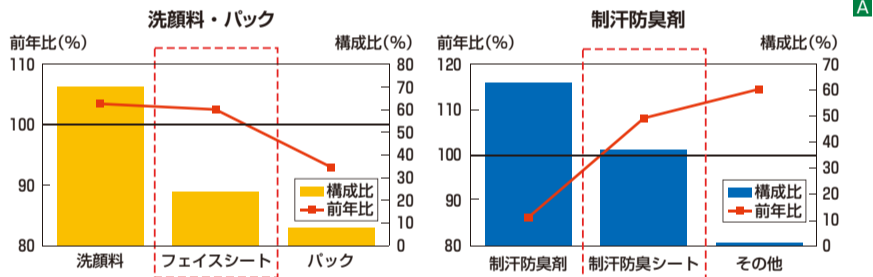
ARMSナビ データで見る「男性化粧品(シート)」



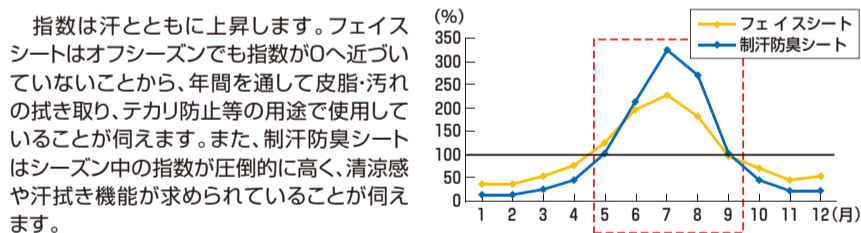
データ: 2013.01~12 A...あらた調べ市場データ S...SOOパネルデータ

男性化粧品が苦戦している中、フェイスシート・制汗防臭シートは伸張傾向にあります。男性化粧品全体の牽引が期待できるカテゴリーです。

チャンスを読み取ろう! 金額構成比&前年比

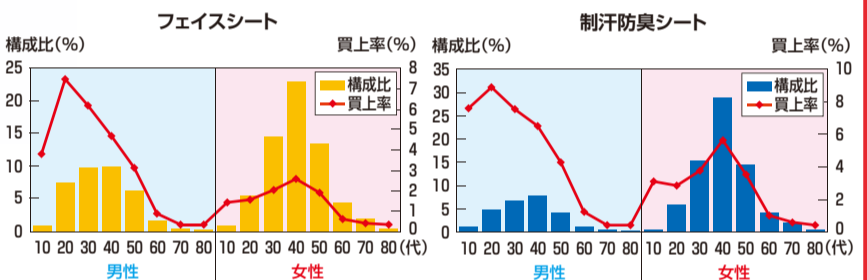


売れる時期を知ろう! 月別販売指数

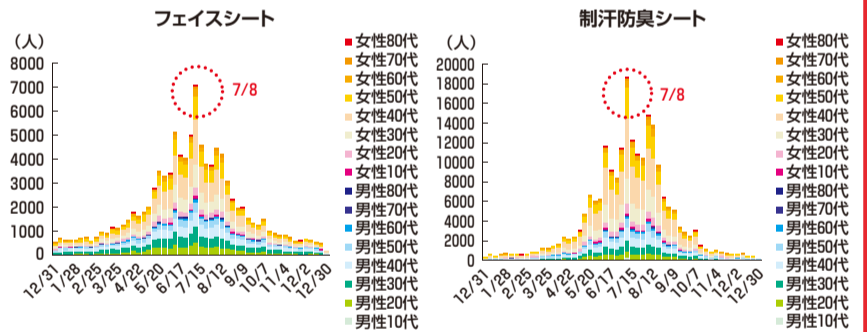


ID-POSでターゲットを明確に!

性年代別売上構成比&買上率



性年代別購入人数週別推移



“かわいい”は選べる。

※アロマティックフローラルの香り※

※吊下げ型

※アソビ用

日用品質
フマキラー

女性だけの開発チームがこだわって作りました。

虫よけバリア

Kawatta Select

CM放送中
動画でチェック!
製品情報をご覧ください。

フマキラー株式会社
本社・東京支店 〒101-8606 東京都千代田区神田美倉町11
お客様相談室 ☎03-3255-6400
ホームページ <http://www.fumakilla.co.jp>

CROSS ROAD

私の分岐点



福岡県糟屋郡篠栗町
生活協同組合連合会・
コープ九州事業連合
非食品事業部 部長
尾籠 信義 (おごもり のぶよし) 様

私の学んだ事～「先人の知恵」「他人への配慮」「ぶれない、折れない姿勢」

「これは大変な事になった。いったいどうなるのだろう？ 自分はどうしたらいいのだろうか？」2011年3月11日、未曾有の東日本大震災に見舞われてから数日間、私は「日本人として何が出来るか」という、日本中の誰もが抱いた衝動に駆られながら、一方で大きな悩みを抱え込んでいました。

当時私はコープ九州事業連合（九州の各県の生協の購買事業を委託された組織）の無店舗事業の中の非食品事業＝ぱれっと事業（カタログの名前「ぱれっと」が事業部の名前）の部長を引き継いだばかり。3月14日には、主要取引先のみなさんを集めて、「2011年度ぱれっと事業方針説明会」を開催し、新体制で臨む事業の方向性と意思をお伝えする予定でしたが、説明会は中止。貴重な機会を失ったばかりか、事業方針の根底が全て崩れてしまったような感覚で、少し混乱していました。結局、今後どのようにこの事業の舵取りをしていけばいいか明確な答えを持たないまま、震災後最初のぱれっと事業部運営会議（事業部全員参加の会議）に参加してしまいました。

その会議の中で、今の被災地の状況や全国の生協の被災地支援の取り組み等を共有化。当面の事業の方向性については曖昧な提案をしてしまったのですが、その年の3月一杯をもって退任予定の大先輩が「九州は日本の中で、最も被災地から遠く、その影響を受けない地域。被災地支援の取り組みに力を注ぐだけでなく、商品調達や組合員へのお届けも全て被災地・東日本を最優先にした行動をすべき。」とはっきりとした口調で主張されました。阪神淡路大震災直後に起きた商品調達をめぐる様々なトラブルに直面した経験から発せられたこの「先人の知恵」は大変力強く、確かな響きを持っていました。

私はこの知恵に目覚めさせられ、「組合員への商品のお届けは被災地・東日本最優先」「被災された取引先・メーカーには最大限の配慮をする」「素早い情報収集に注力し、商品お届けの可否についてはできる限り早く判断し、対応する」この3点を事業部全体の行動原則とする決意を固め、徹底的に注力することを確認しました。

それからはほぼ毎日、取引先のみなさんに、生協が取り組んでいる被災地・被災者支援に可能な限り協力していただきたいというメッセージと、事業としては被災地への商品お届けを最優先にするということを伝え、被災された取引先やメーカーの状況把握や、商品お届け可否に関する情報収集の徹底を呼びかけました。

この際、常に心がけたのは「他人への配慮」。これは私達協同組合組織の倫理的価値「正直、公開、社会的責任、他人への配慮」の一つですが、日々刻々と変わる状況や、煩雑な業務の中で、常に被災者や被災地のみなさん、その中で必死に商品を作るメーカー、大混乱の中で商品を調達する取引先のみなさんの立場に立って奮闘できたのは、この言葉のお陰と思っています。

商品調達の可否によっては、カタログ掲載商品の差替えやお届けできない旨を組合員にお詫びしました。

このような事が数週間続き、多くの組合員からお叱りや疑問の声をいただいた時には、流石に心が折れそうになりましたが、こんな時こそ「信念をもったぶれない姿勢」を持つ事が大切であると自分を奮い立たせました。

次第に震災直後の混乱が落ち着きを取り戻し、被災したメーカー・工場も少しずつ復興しはじめた5月末の事。工場が被災し、殆どの商品の案内を停止していたあるメーカーから、お取引先を通じて「ぱれっとの紙面でメーカーフェアをさせて欲しい」とのお申し出がありました。「震災直後に被災メーカーの立場に立って真摯に丁寧に対応していただいたコープ九州に対し、メーカーとして協力させて欲しい」ということで、この時は、本当に胸が熱くなった事を今でも覚えています。早速8月に半ページを割いてメーカーフェアを実施した所、多くの組合員の利用で過去最高の供給実績となり、この未曾有の事態の判断は間違っていなかったと実感しました。

2014年度を迎え、消費税率引き上げによる買い控えで、我々流通・小売に身をおく者にとっては先行き不透明で大変厳しい局面となっておりますが、今こそ震災時の教訓を活かして様々な「先人の知恵」に学び、消費者（組合員）や取引先・メーカーの立場に立った倫理価値を第一に、ぶれない・折れない姿勢を貫いていきたいと思えます。

そして、今尚復興半ばで、大変なご苦勞をされている被災地・被災者のみなさんに少しでもお役立ちできる取り組みを、事業を通じて継続していきたいと思えます。

TOPIC 話題のCM

スキンアクアサラフィットUVシリーズは、夏の悩みである日焼けと汗に着目し、2014年2月3日に新発売しました。

CMでは、「汗と日焼け止めが混じるとベタベタして不快…」というお客様の声をもとに【汗をかいてもベタつかない日焼け止め】を伝えています。

CMキャラクターにはタレントの大政絢さんを起用。日焼け止めのベタツキや、サラフィットUVを使って颯爽と街を歩く様子を等身大で演じてくださり、共感性の高い内容に仕上がりました。

これから暑くなる季節にピッタリの日焼け止めシリーズです。

ロート製薬株式会社 マーケティング企画部
賛川栄美様よりご寄稿いただきました。



アース モンダミンカップ

EARTH MONDAHMIN CUP

6/26[THU] 27[FRI] 28[SAT] 29[SUN]

Camellia Hills カメリアヒルズ・カントリークラブ 千葉県袖ヶ浦市大竹265 TEL.0438(75)4111

賞金総額：140,000,000円
優勝賞金：2,520万円

■主催：アース製薬株式会社 ■公認：日本女子プロゴルフ協会

チケット 発売中 お問い合わせ先：アース・モンダミンカップ大会事務局 TEL.03-3261-3206
大会ホームページ：<http://www.earth-mondahmin-cup.com/>

4日間連日、テレビ朝日系列全国ネット、BS朝日にて生中継

