

日用品化粧品新聞

新春特別号 2021 目次



新春トップインタビュー

・ライオン	・ユニチャーム	・牛乳石鹸共進社	・エステー	・サンギ	・NS77-ファクト	・ミヨシ石鹸	・加トニホールディング	・東邦	・ミタグリーン	・マックス	・フタバ化学	・日本香堂	・加トニホールディング	・グラフィコ	・あらた	・PALTAC	・花王CMK
・松浦 由治	・松野健太郎	・木名瀬 博	・大塚 匡宏	・吉松 徹郎	・村上 由泰	・小林 孝雄	・島田 和幸	・藤井 敬二	・寺田 正秀	・松崎 淳	・直川 紀夫	・澤江 潔	・乾 正孝	・小久保好章	・鴻池総一郎	・遠藤 浩彰	
社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥	社長 ⑤⑥

〈地域卸が語る〉 イースト 須永 秀則社長 ⑤⑦ セツカ商事 関塚 弘行社長 ⑤⑦
 ときわ商会 相澤 昭三会長 ⑤⑦

特別企画

- ・P&GのSDGsに向けた多種多様な取り組み ②③
- ・友和、担当者が語る「クレンジング」シリーズの魅力 ③④
- ・丸富製紙、長尺ロール、ペーパータオルに新価値 ④⑤
- ・日本家庭紙工業会 トイレトペーパー現状調査 ⑤⑥
- ・コアレックス信栄が「えんとつ町のプペル」とコラボ ⑥⑦
- ・市場拜見「子供用紙おむつ」 ⑦⑧
- ・森友通商がタブレット型除菌剤投入 ⑧⑨
- ・大幸薬品がマスク、二酸化塩素の発生機など投入 ⑨⑩
- ・アライドアーキテクツがSNSサンプリングの支援サービス ⑩⑪
- ・注目企業・成和インターナショナル ⑪⑫
- ・@cosme ベストコスメアワード2020受賞品 ⑫⑬
- ・ヒットの要因 コーセー「メイクキープ」シリーズが存在感 ⑬⑭
- ・アルピオンが多彩な新製品で市場活性化 ⑭⑮
- ・日本サニパック、ポリ袋メーカーの新たな挑戦 ⑮⑯

巻頭企画

2020~21「ポストコロナ時代に向けて」

withコロナ時代・新価値発掘2021

- ・効力ある成分の啓発が鍵「除菌剤」①②
- ・巣ごもり需要は引き続き「殺虫剤・虫ケア」③④
- ・落ちない商材の人気上昇「メイク」④⑤
- ・敏感になった肌いたわる「スキンケア」⑦⑧
- ・肉食需要どこまで浸透が「キッチン関連用品」⑨⑩

・花王中期経営計画「K25」策定	8
・花王が手指のバリア機能発見	9
・エステー春の新製品&マーケティング	10
・グリーンベルの深爪防止爪切りに注目集まる	10
・フェザー安全剃刀2WAYボディヘアトリマーを発売	38
・ウエルコが「マスクリフレッシュ洗剤」発売	38
・グリーンベルが関工場内に中部店を開設	38
・花王「ビオレUV」からミルク、エッセンス	50
・カネボウ化粧品「KATE」オンラインイベント	50
・10月度化粧品出荷統計	71
・大木製薬「ウイルオフ」携帯タイプの訴求を拡充	71
・コーセー「アレルテクト」新製品発売	86
・ヤマサキ 主力品がアットコスメ殿堂入り	90
・ファンケルがネスレ日本と「ネスキーノ」発売	92
・伊勢半「ヘビローション」春の新製品	94
・JACDSが年末会見	98
・アース製薬が児童に虫ケア啓発	98
・BRITAが風邪に関するアンケート調査	107
・オルディがCSRで大阪・御堂筋を清掃	109
・ロフトがベストコスメ、ベストコスメ発表	109
・オルディがパンテック社と提携	110
・ダイヤが「洗濯槽ゴミすくいネット」刷新	110
・2020年節目の年を迎えたアイテムのプロモ紹介	111

激変する環境に創造的思考を

新春特別インタビュー2021



木名瀬 博 社長

ソフトブレイン・フィールド

「今年、担当者が語る「クレンジング」シリーズの魅力」
 「丸富製紙、長尺ロール、ペーパータオルに新価値」
 「日本家庭紙工業会 トイレトペーパー現状調査」
 「コアレックス信栄が「えんとつ町のプペル」とコラボ」
 「市場拜見「子供用紙おむつ」」
 「森友通商がタブレット型除菌剤投入」
 「大幸薬品がマスク、二酸化塩素の発生機など投入」
 「アライドアーキテクツがSNSサンプリングの支援サービス」
 「注目企業・成和インターナショナル」
 「@cosme ベストコスメアワード2020受賞品」
 「ヒットの要因 コーセー「メイクキープ」シリーズが存在感」
 「アルピオンが多彩な新製品で市場活性化」
 「日本サニパック、ポリ袋メーカーの新たな挑戦」

「改めて昨年を振り返ると、昨年後半は前年を上回る動きが続き、緊急事態宣言が出た12月を境として、訪問を自粛したり、小売業も訪問を中止し、売上げは微減した。7月以降は活動再開の動きが活発化しています」

店頭での演出やメンテナンスを行うフィールドマーケティングサービスマンや、全国の消費者が実際に購入したレシートを収集・分析した「マルチプルDPOS購買理由データポイント of BU」の提供を手掛けるソフトブレイン・フィールド。データを用いたデジタル販促の重要性が増す中、同社への期待も高まると見ている。木名瀬博社長に昨年の状況や今後の方向性などを聞いた。

「改めて昨年を振り返ると、昨年後半は前年を上回る動きが続き、緊急事態宣言が出た12月を境として、訪問を自粛したり、小売業も訪問を中止し、売上げは微減した。7月以降は活動再開の動きが活発化しています」

「改めて昨年を振り返ると、昨年後半は前年を上回る動きが続き、緊急事態宣言が出た12月を境として、訪問を自粛したり、小売業も訪問を中止し、売上げは微減した。7月以降は活動再開の動きが活発化しています」

レシートデータを用いた新たなデジタルサービス

プラットフォームの構築へ

フィールドマーケティングがデジタル用いて進化

「1月間のレシート枚数が現在の90万枚から300万枚へと拡大し、WED社との提携、部署の新設など施策拡充」

「1月間のレシート枚数が現在の90万枚から300万枚へと拡大し、WED社との提携、部署の新設など施策拡充」

「1月間のレシート枚数が現在の90万枚から300万枚へと拡大し、WED社との提携、部署の新設など施策拡充」

「プラットフォームの構築へ」

「プラットフォームの構築へ」

「プラットフォームの構築へ」

「フィールドマーケティングがデジタル用いて進化」

「フィールドマーケティングがデジタル用いて進化」

「フィールドマーケティングがデジタル用いて進化」