

「ヒュッゲ 北欧の丁寧な暮らし展」を開催

エトワール海渡

エトワール海渡は2月1日から3月25日まで、新生活の始まる時期に向けて「ほど良い心地よさ」をキーワードにした展示会「ヒュッゲ 北欧の丁寧な暮らし展」を開催し、2カ月の会期の前後半でテーマを変えて商品提案していく。

「ヒュッゲ」は、デンや、デスク周りで使えるマーク語で「心地よい時間や空間」を意味する言葉。文房具、新生活に向けた部屋模様替えにも好適な北欧テイストのインテリア小物などをラインナップ。毎日使うものの中

前半の2月は、おうちのシーンを中心に、家族や友人たちとコーヒーやお菓子でくつろぐ時間を楽しむためのアイテム



また、北欧といえば欠かせないのが、大人にも愛されるキャラクターであるムーミンであり、今展示会では、ムーミングッズも豊富に取り揃えており、マグカップや、ギフト用としてスプーンセットのほか、同社オリジナルのムーミン人気キャラクターデザインのとバックも注目を集めている。

通して、春に向けて新たな品揃えを検討している小売店に、端境期に好適な商材とライフスタイル提案を行っていく。

伊勢半

伊勢半は、2020年新卒採用にて、通常の採用に加え、学生の個性を表現することを推奨する顔採用制度を導入する。WebやInstagramからエントリーすることができ、選考通過者は商品企画部門やデジタル・広報宣伝部に配属

2020年新卒採用にて顔採用制度を導入



KISSME



lojus 代表取締役

田中 麻里奈 氏

The Voice

2015年創業のlojus(ロフス)は、ボディケアブランド「MAPUTTI(マプティ)」を展開している。元々は、美容品の卸業をメインとしていたが、2016年6月に「マプティ」の展開を始め、現在はメーカーとしての売上が全体の8割を占めている。

「マプティ」は、女性の悩みを解決したい」という思いからスタートしたブランドだ。田中麻里奈社長は、商品開発にあたり、まず女性たちにボディの悩みについてアンケートを行ったという。

「アンケートの結果、デリケートゾーンやバストに関する悩みを抱える女性が多いことがわかり、そうした悩みに対応するニッチな商品の開発を始めた」

「マプティ」は現在4商品を展開しており、全品共通して、「天然由来成分」「香り」「多くのフリーと弱酸性」にこだわっている。

女性特有の悩みに寄り添い ニッチなボディケア商品を展開

オーガニック成分を主体とした優しい処方

「マプティ」は、現在4商品を展開しており、全品共通して、「天然由来成分」「香り」「多くのフリーと弱酸性」にこだわっている。