ヒノキ新薬

首都圏ヒノキ会 新年方針説明会を開催

ヒノキ新薬は1月8日、都内で新年方針説明会を開催し、当日は系列販社（首都圏・仙台）から15店の販売店が出席した。

会の冒頭、昨年6月に首都圏ヒノキ会の会長に就任した辻美佐子氏（浅草の保健室 ネオ・東京）が年頭挨拶に立ち、「今年の干支は、積極的な行動で感性の鋭さを磨いていく性質を持った『庚子』であり、それに倣って積極的な行動で何か1つ苦手なことにチャレンジしていく年にしていきたい。ヒノキ新薬さんは苦手としていたSNSを克服し、今やフェイスブックやツイッター、インスタグラムで商品を1つひとつ詳しく発信している。私としても今年、新たなチャレンジとして男性にヒノキ肌粧品を紹介することに取り組んでいく。ここにおられる皆様も是非苦手なことに1つでもチャレンジする1年にして欲しい」と語った。

続いて登壇した阿部武彦社長は、「こうしようと想うだけでなく、汗をかく努力をする。しかし、それだけでは物事は中々うまくいかない。出会った人の縁を大事にし、それを豊かにしていくことが重要であり、その縁の力を高めるためには笑いの力が大切だ。人と人が対面して顔を見て販売し、お店の人の想いがお客様とのつながりを強める。しっかりとお客さまを笑顔で迎えて接することに徹底できれば、必ずお店の力になる。時には手を握って対話できるのも路面店だからこそできることであり、通信販売など他の売り方ではできないことを絶えず考えながら今後も突き詰めてもらいたい」と挨拶を締め括った。

説明会では、昨年冬に開催された「サイトアクティクリーム」「ヒノキクリニカルREクリーム」販売コンテストの優良店表彰も行われた。

日本石鹸洗剤工業会
日本界面活性剤工業会

令和2年 新年合同懇親会を開催

日本石鹸洗剤工業会と日本界面活性剤工業会は1月8日、都内で令和2年新年合同懇親会を開催した。

2019年1月～10月の統計では、油脂製品の販売数量は12万2000トン（前年比95%）、販売金額は109億円（同95%）、家庭用製品の販売数量は202万8000トン（同106%）、販売金額は7399億円（同106%）となった。界面活性剤の販売数量は71万2000トン（同91%）、販売金額は2109億円（同94%）で推移している。

新年の挨拶に登壇した界面工の根来昌一会長（花王常務執行役員）は、「今年は社会問題解決のための節目である」としたうえで、「今、世界では具体的な成果を出すことが求められている。東京オリンピック・パラリンピックが開催される今年は、世界中から日本に注目が集まる。こうした中で、各社が関係各所と連携し、具体的な対応をスタートさせることが重要となる」と述べ、業界の持続的な成長に意欲を見せた。

続いて、来賓を代表して経済産業省大臣官房審議官（製造産業局担当）上田洋二氏が挨拶した後、石洗工の掬川正純会長（ライオン社長）が乾杯の発声を行った。

掬川会長は、「3C・3Sをキーワードにしながら、『サステナビリティへの取り組み』『広報啓発活動の強化・充実』『パートナーシップの強化』『イノベーションの支援』の4つのテーマに向かって、具体的な取り組みを強化していく」と同会の活動姿勢を説明した。

カネダ

竹中平蔵氏を招いて 第63回経済講演会を開催

化粧品・医薬品原料や食品油脂などを扱うカネダは1月17日、東洋大学教授・慶應義塾大学名誉教授の竹中平蔵氏を招聘して「第63回 新春経済講演会」を開催した。会場には取引先など約540名が参集し、竹中氏の90分間の講演に耳を傾けた。

竹中氏

金田社長

昨年に続いて登壇した竹中氏は、今回も「これからの日本経済」をテーマに掲げて講演した。

人口減少・少子高齢化にともなう出生率や貯蓄率の低水準など日本が抱える課題を上げながらも「今年は21世紀として大きく進展する20年代の幕開けだ」と述べ、こう続けた。

「20世紀を振り返れば、世界が大きく進展したのは第一次世界大戦後の1920年代だった。日本においては、1923年に関東大震災が起きたことにより、郊外へと移り住む人々が増え、通勤や買い物など移動のために交通網が発達し鉄道会社が急成長していった。人口オーナス期（生産年齢人口（15歳以上65歳未満）以外の人口割合が高まる時期）を迎えて経済発展が難しい状況にあるが、2020年代はAIなどのデジタル革新が進み、21世紀の発展基盤が築かれることになるだろう」

講演会後の懇親パーティでは、金田康男社長が「2020年は1870年（明治3年）に曽祖父が升定油店を開業して150年、祖父母が後を継いで1905年（明治38年）に升田油店を開業して115年という節目の年である。明治から大正、昭和、平成を経て、令和という新しい時代に暖簾を継ぐことができた。油問屋の良き伝統は残しつつ、変えるべきところは大胆に変えていく。そうすることで、時代の大きな変化にも対応できるような体制を整えていきたい」と挨拶した。

日本通信販売協会

新年賀詞交歓会を開催

日本通信販売協会（JADMA）は1月10日、都内のホテルで「2020年 新年賀詞交歓会」を開催し、約500名の参加者が活発な交流、意見交換を行った。

挨拶に登壇した阿部嘉文会長は、「自然災害と消費増税の影響を受けた年で、会員の皆様の2019年11月度売上についても、マイナス3・4%だった」と2019年を振り返った。

一方、「昨年のラグビーW杯や今年の箱根駅伝の人気を見ると、これからの未来がバラ色とは言えないような社会情勢の中で、人々は共感や感動といった、生きていく上でのワクワク感を求めていると感じる」と述べ、機能や利便性といった通販業界のこれまでの強みだけでなく、消費者が「共感」できる商品・サービスづくりの重要性を強調した。

最後に、「広告表示の問題や、健康食品の公正競争規約作成への取り組み、物流・配送の効率化に向けた取り組みなどの課題と向き合いながら、未来に向けてワクワクできるような商品・サービスを提供していく方向へのターニングポイントとしていきたい」と2020年の意気込みを語った。