

# 「思い、伝える、広がる」をテーマに商談会

## 東流社

東流社(宮城県仙台市)は1月23日(土)24日(日)「思い、伝える、広がる」をテーマに

この流れを受け、当社の今年(2020年)3月の実

的に検討していく必要がある。また、年金問題などから高齢者に不安が広がる中、健康志向の商品

「酸」を原料として製造される生分解性を持った素材で、使用後は水と二酸化炭素に生分解され、土

れるというデータを取得済みだという。近年、海洋プラスチックごみの問題がクローズアップされる中、一般的

従来のプラスチックの代替として使うことで、海洋プラスチックごみ問題に対する解決策となり得る。新製品の用途開拓を

# 「トリポラス」を配合した環境配慮の化粧石鹸を開発

## 昭栄薬品

化学専門商社で、持続可能なパーム油ネットワーク(JASPON)の正会員社である昭栄薬品ではこのほど、世界で年間1億トン以上廃棄されている米の粉殻を活用したソニーの新素材「Triporous(トリポラス)」を配合し、持続可能なパーム油に貢献する化粧石鹸「ボタニカルフレームドソープ」を企画・開発した。

「2020年春の商談会」を開催した。出展した146社(新規5社)が新製品や地元商品等の紹介を行い、2日間で予定していた590人を大きく上回る640人が来場した。創業20周年記念のマーチャングラフアを契機に開かれた同商談会は、メーカーや販売店の声を受けて継続して開催されるようになり、今年で6回目を迎えた。大手メーカーのほか、中小メーカーや地元メーカーの商品を見ることができると好評を受け、今回は5社のメーカーが新たに出品した。「今回はメーカーの出場提案」「ペット売場提案(嶋氏)」「今回はメーカーの出場提案」「ペット売場提案(嶋氏)」

「思い、伝える、広がる」をテーマに「東北地方の少子高齢化を踏まえ、高齢者に受け入れられる商材の提案について模索していきたい」と(寺嶋氏)と先を見据えた。

ダイセルは、化粧品原料として幅広く利用されている天然由来プラスチック「酢酸セルロース」の海洋での生分解性を従来の2倍に向上させ、環境により配慮した新製品の開発を進めた。まずは昨今の海洋プラスチックごみ問題に対する有効な解決策として広く提案。将来的には年間数千トン以上の生産を目指していく。

酢酸セルロースは、植物由来の「セルロース」と自然界に存在する「酢酸」の2倍近い速度で分解さ

る。この新製品は従来品の2倍近い速度で分解さ

る。この新製品は従来品の2倍近い速度で分解さ

トリポラスは、粉を再生利用することで、殺から生まれた天然由来の低減などに貢献する。今回の化粧石鹸は、トリポラスのコンセプトに賛同し、ライセンス(使用許諾)を受けた昭栄薬品として



# ダイセル 天然由来プラスチックの海洋での生分解性を向上

ダイセルは、化粧品原料として幅広く利用されている天然由来プラスチック「酢酸セルロース」の海洋での生分解性を従来の2倍に向上させ、環境により配慮した新製品の開発を進めた。まずは昨今の海洋プラスチックごみ問題に対する有効な解決策として広く提案。将来的には年間数千トン以上の生産を目指していく。

酢酸セルロースは、植物由来の「セルロース」と自然界に存在する「酢酸」の2倍近い速度で分解さ



トリポラスは、粉を再生利用することで、殺から生まれた天然由来の低減などに貢献する。今回の化粧石鹸は、トリポラスのコンセプトに賛同し、ライセンス(使用許諾)を受けた昭栄薬品として

品が2020年に創立60周年を迎えることを記念して開発した非売品で、今後も環境と安全に配慮した価値ある商品の開発に努めていく(同社)

# 中国クチコミ分析で探る「美」のツボ

## 第13回 クチコミデータで見る春節前後の中国消費者

### 森下智史

株式会社トレンドExpress「中国トレンドExpress」編集長 高校卒業後、約10か月間日本で中国語を学ぶ。1998年2月～上海で学部および大学院(中国現代史)で学ぶ。2005年に卒業後、上海で在留邦人向け情報誌の編集、ライターとして業務。2012年に日系市場調査会社上海現地法人でマーケティングリサーチ(商標調査)業務に携わる。2015年5月、17年間の中国生活に区切りをつけ、帰国。東京で日中間のビジネスコンサルティング業務を経て2018年1月にトレンドExpress入社。現在に至る。



春節も過ぎ、中国の発表するデータを見て、限られた範囲では、患者数も落ち着き始めているかのように見えている中国の新型コロナウイルス。今回はその感染症が本格化した春節前後のクチコミの動きを見つ

つ、状況を分析した。今後の中国コスメ市場を考えてみよう。中国SNSクチコミ データバンクであるトレンドビューワで、春節前後のデータを見てみると、やはり大きな変化がみられる。まず、日本商品に関するクチコミ件数全体を見ると、春節前では45万件から50数万件で推移していた。

しかし、1月22日の週、すなわち武漢封鎖が始まり新型コロナウイルス対策が本格化した週では、一気に32万件と、前週比で約18万件もの減少を見た。

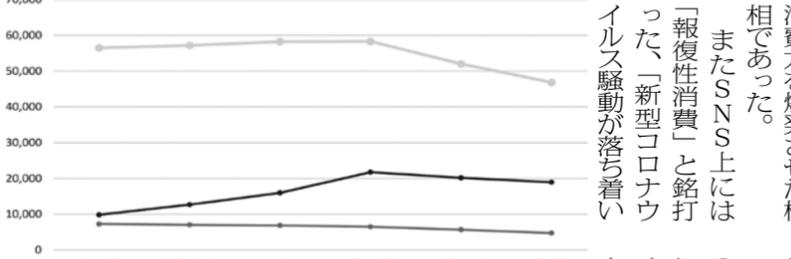
その後の減少を続け、最新の2月5日から11日までの1週間では22万件余りと、1カ月前の半数以下にまで減少した。各地で移動が制限され、患者数の増加も続いており、多くの人たちが不安な生活を送っていた。

さらに「メイクアップ」に関しては、クチコミ件数は減少している。「スキンケア」は22日週においては件数が増えたが、その後は全体件数とともに減少に転じた。特に翌29日週の減少幅は大きい。

それに比べて「マスク」を含む衛生用品に関しては、22日週にクチコミ数が前週比で36%も増加した。29日週に減少はしたものの、減少幅は「スキンケア」などに比べて小さい。

これだけ見ると、中国コスメ市場がこのまま落ち込むのではという不安にも駆られる。しかし、明るい兆しもある。中国メディアの報道によると2月19日に浙江省杭州市の高級百貨店では短縮時間での営業を行ったが、わずか5時間の営業で1000万円(約1億5000万円)を売り上げた。売れたのは高級時計や高級化粧品。セレクトの多い杭州市ではあるが、鬱屈していた

「00」をする」といった今後に向けた内容の記事が転載されており、「化粧品を買いまくる」「東京にある最大のブランド旗艦店に行く」「数多くの消費の夢が語られている。新型コロナウイルスの終息後、一気に消費に走るのではないかと期待感を感じさせられる。ただ、中国側から思われるように、日本側も早期終息をさせたいものである。



「スキンケア/メイクアップ/衛生用品」の「買ったランキング」クチコミ推移

出所：中国トレンドExpress「トレンドViewer」の数値を基にグラフ化

「スキンケア/メイクアップ/衛生用品」の「買ったランキング」クチコミ推移

「スキンケア/メイクアップ/衛生用品」の「買ったランキング」クチコミ推移

「スキンケア/メイクアップ/衛生用品」の「買ったランキング」クチコミ推移

Advertisement for Chanson Cosmetics featuring UV protection products. Text: ハワイで紫外線吸収剤不使用の日やけ止め発売. Includes images of UV Protect Milk and Eco Cert Organic Cosmetic products.