

全粧協関東ブロック

第70回ブロック大会を開催

小田田 次年度の新年会ブロック大会のブロック長 リアル開催に意欲

全粧協関東ブロックは7月4日、第70回「全粧協関東ブロック大会」をリアルとオンラインのハイブリット型で開催した。第1部ではイムダイン・本多伸吉社長による特別講演「高齢化社会におけるサプリメントの重要性」、第2部ではブロック大会が行われた。

本多社長は、創業者で命を延ばせるのが重要なあるメーカーアップアテ

イスト・植村秀氏と商品健康な期間(健康寿命と平均寿命の差)を極力短くしていくことが課題と

02年、イムダインに入社。現在は、植村氏の遺志を継ぎ、「真の美しさは心身の健康」という考

えのもと、内面からのケアに着目したサプリメントの開発・販売を行っている。

高齡化社会に突入した日本では、いかに健康寿

命を延ばせるかが重要なテーマになっており、不健康な期間(健康寿命と平均寿命の差)を極力短くしていくことが課題と

なっている。そのような時代背景がある中、同社では、課題解決の1つの方法として酵素配合サプリメントを推奨している。

第2部大会では、小田田の津村昌秀理事長(和歌山)による挨拶、山田眞による挨拶の後、全粧協司務理事による本報報

告が行われた。主権者を代表して大会の冒頭で挨拶した小田田は「今回も完全なリアルでの開催とならなかつたのは残念だが、来年の新年会、ブロック大会はリアルで開催したいと強く思っている。関東ブロックでは、新たな収益拡大に向けた商材の斡旋や、県協単位でのセミナーの実施など、商

売繁盛につながるさまざまな機会を設けているので、積極的に参加してほしい」と述べた。

続いて、津村理事長が挨拶に立ち、「2021年度はコロナ禍で事業収入が激減した。多くの都道府県協の財政が弱体化し厳しい状況となっている。2022年度はこの

困難な状況を一丸となつて乗り越えるべく、都道府県協への財政支援を積極化していく。コロナ禍の3年間で賦課金については4500万円の支援を行い、資生堂美容食品の還付金約2000万円についても実績に応じて、23年1月より事業年度

に引き上げを行う。現在のところ、今後も様々な支援策を検討していくが、最も重要なのは組合事業を活性化し、事業収入を増やしていくことだ。国際会

計基準に対応しているメーカー各社の事業年度と合わせることで、円滑な事業推進を実現する。また、事業運営にあたる各委員会の人数・構成について、スリム化を図っていく。

信販売チャネルが大きく伸びている。コロナ前のライフスタイルに戻る中でも、同チャネルを利用する消費者は増加するとみられることから、引き続き市場全体の成長に貢献するとみられる。

マレーシアは前年比5.5%増の980億円の売上をけん引している。シンガポールは前年比3.3%増の593億円となった。近年、メー

クアップアイテムの紹介や、メーグの方法を紹介するスリム系インフルエンサーが増加していることから、さらなる市場の拡大が期待される。ベトナムは前年比9.7%増の286億円となった。近年、メー

クアップアイテムの紹介や、メーグの方法を紹介するスリム系インフルエンサーが増加していることから、さらなる市場の拡大が期待される。ベトナムは前年比9.7%増の286億円となった。近年、メー

クアップアイテムの紹介や、メーグの方法を紹介するスリム系インフルエンサーが増加していることから、さらなる市場の拡大が期待される。ベトナムは前年比9.7%増の286億円となった。近年、メー

クアップアイテムの紹介や、メーグの方法を紹介するスリム系インフルエンサーが増加していることから、さらなる市場の拡大が期待される。ベトナムは前年比9.7%増の286億円となった。近年、メー

私のH & B日記

情報過多多味の現代では、流行というものはすぐ入れ替わる。流行っているなあと認識したものが、実は数年前から流行っているなんてこともままある。私自身は保守的な人間なので、新しいものを毛嫌いし、慣れ親しんでいるものを選択す

そのくせ人に勧められて、稀に新しいものに手を出したりすると、とてもなく入れ込んだりする。自身の態度を省みて、もったいないことをしたなあと、新しいものを積極的に取り込もうと意気込むが、気づくといつも後悔する。

一方で「新しいモノ」に触れるには一種のギャンブル性を伴う。自分が好みのものに当たればいいが、好みでない映画なんかを引いてしまうと、それなりに後悔する。

「今どきの若者は」という言葉は、年を取り、考えが変化して「若者」という存在が理解できなくなっている結果だと思っていた。実際は、若者の時には多大な努力を要するといった方が正しいかもしれない。

新しい成分を摂取しようとしても、これまでの経験からその「新

今どきの若者は

「若者」という存在が理解できなくなっている結果だと思っていた。実際は、若者の時には多大な努力を要するといった方が正しいかもしれない。

新しい成分を摂取しようとしても、これまでの経験からその「新

花王 美容専門学校学生を化粧品で支援



花王は、2022年7月より、すでに販売終了となつたアイテムや限定品など、計約6500点に、カネボウ化粧品のアレスティシリーズブランド7月12日に行われた特別授業では、マーケティング担当者によるブランド概要説明や、商品開発担当者による提供商品の開発秘話の解説、花王ビューティリサーチ&クリエイションセンターのアーティストによるメイクアップのレクチャーが行われた。今後、商品の教材提供を継続するほか、様々な企画を通じて、将来のメイクアップアーティストの育成支援に向けた活動をベルエポック美

花王は、2022年7月より、すでに販売終了となつたアイテムや限定品など、計約6500点に、カネボウ化粧品のアレスティシリーズブランド7月12日に行われた特別授業では、マーケティング担当者によるブランド概要説明や、商品開発担当者による提供商品の開発秘話の解説、花王ビューティリサーチ&クリエイションセンターのアーティストによるメイクアップのレクチャーが行われた。今後、商品の教材提供を継続するほか、様々な企画を通じて、将来のメイクアップアーティストの育成支援に向けた活動をベルエポック美

「一丸ファルコス」中国の化粧品規制に対応した登録原料数350超に

化粧品原料メーカーの販売する化粧品に配合した各原料に対して「原料安全情報提供報告書」の添付、または中国当局のWebサイトから取得した「原料提出コード」を記載することが求められる。新管理規定は2021年5月に施行され、中国で

7月よりWeb版の製品カタログ「IC H I M A R U W e b P G」にて、中国で販売可能な全ての掲載製品の原料提出コードを表示し、登録会員の利便性を向上を図っていく。また、中国化粧品原料登録に関する原料情報をまとめた資料も、同Webカタログより順次ダウンロードを可能にしている。

TPCマーケ

東南アジアの化粧品市場

について調査結果を発表

TPCマーケティングリサーチは、2021年11月〜2022年6月にかけて、東南アジアの化粧品市場について調査を実施し、その結果を発表した。2021年(1〜12月)の東南アジア6カ国(タイ・インドネシア・マレーシア・ベトナム・シンガポール・ミャンマー)の化粧品市場は、前年比3.7%増の971.2億円で推移した。同地域は、化粧品習慣の浸透や可処分所得の増加など、インターネット・SNSの普及などを背景に、直近10年

10月1日〜9月30日までから、1月1日〜12月31日までに変更し、国際会計基準に対応しているメーカー各社の事業年度と合わせることで、円滑な事業推進を実現する。また、事業運営にあたる各委員会の人数・構成について、スリム化を図っていく。シンガポールは前年比3.3%増の593億円となった。近年、メー

信販売チャネルが大きく伸びている。コロナ前のライフスタイルに戻る中でも、同チャネルを利用する消費者は増加するとみられることから、引き続き市場全体の成長に貢献するとみられる。マレーシアは前年比5.5%増の980億円の売上をけん引している。シンガポールは前年比3.3%増の593億円となった。近年、メー