

日用品化粧品新聞

Since 1946

http://www.hpc-news.co.jp

【フェイスブック開設中】

家庭用品・生活用品の専門紙 **生活用品タイムズ** 毎月第1月曜発行

日経テレコン21 記事データ提供中 http://telecom21.nikkei.co.jp

発行所 **日用品化粧品新聞社**
 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町1-1-21
 人形町ビル/編集・発行人 柚山 洋
 TEL.03(3662)8668 FAX.03(3661)5800
 E-mail info@hpc-news.co.jp
 購読料 6ヶ月8,000円 1年15,000円(税別・送料込)
 振替口座 00100-5-55475 毎週月曜日発行

全卸連 O-NEXT

業界のより良き未来へ

若手主体の委員会、活動本格化

全卸連日用品卸連合会(全卸連)に加盟する組合員の若手経営者、次期経営者候補で構成する委員会「O-NEXT(ゼロ・ネクスト)」が、昨年の発足から1年余りを経ていよいよ本格的な活動に入る。3月27日午後4時から、東京都中央区の森友通商・会議室で会見を開き、今後の計画などについて発表した。

会には村田玲委員長(富貴堂社長)、平井誠一副委員長(まさ屋社長)、早水由副委員長(森友通商副社長)、全卸連から森友徳兵衛会長(森友通商社長)、藤原愛三専務理事が出席し、内容について説明した。

O-NEXTは、全卸連の青年部としての位置づけで、森友会長が発案し、平成28年に29年度のメンバー

新スローガンづくり、独自の展示会

谷浩介(豊栄)、余語一輝(ヤマダヤ)、田代広輝(田代商店)の各氏。次年度以降は増員も図りたい意向。

動きに落とし込みにくいとも感じられた。今回、具体的な行動計画を立てやすい内容とした(平井副委員長)という。

より良い業界にしていくことを目的とする。29年度のメンバー

取引制度については、店頭価格差に着目し、自分たちの仕入れた価格より安い店頭販売価格が出ないような制度が望ましいとした(3面へ続く)



「若い力で業界を変えていく」左から平井副委員長、村田委員長、早水副委員長

は、村田委員長、平井、早水両副委員長の他、秋葉宗一郎副委員長(秋葉商店社長)、黒田拓志(シエムコ常務)、宇山佳孝(宇山商事常務)、遠藤聡(遠藤商店)、水

は、村田委員長、平井、早水両副委員長の他、秋葉宗一郎副委員長(秋葉商店社長)、黒田拓志(シエムコ常務)、宇山佳孝(宇山商事常務)、遠藤聡(遠藤商店)、水

今週の紙面

- 特集 ヘアカラー 4
- 日本香堂、お台場で子ども絵画館 3
- アース製薬がモンダミン工場見学会 7
- アース製薬がハイポネックスと業務提携 7
- 相模ゴム工業が各カテゴリーで積極販売 8
- 牛乳石鹸が渋谷にアンテナショップ 9
- 1月度洗浄剤統計 10
- 伊勢半が「ヒロインメイク」体験型イベント 13
- ポーラが販売員を起業家に育成強化 16

「1面から続き」
スローガン決定に伴い、常任理事会は29年度の重点活動項目を「未来型の取引制度構築」「製・配で返品削減に取り組もう」「組合活動の活性化のため支援する」「卸売業の地位向上と人材育成を図る」「公平・公正な取引を遵守する」「製・配・販

のシステム標準化の推進」の6項目とした。5月の全卸連総会で活動内容を報告するの続き、6月には返品処理工場の見学、9月には流通懇談会で見学の成果などを報告する。7月には首都圏での展示会「Great Deal Show (グレート・デール・

ショウ)」を開催する。来年1月には30年度間計画会議を行う予定。これらの活動内容については、委員の余語、水谷両氏を広報担当として、全卸連のホームページを通じて報告していくことに加え、フェイスブックも活用する。また、移動の時間やコストを効率化するために、スカイプによる会議も試験的に行う計画。活動が本格化するのには際し村田委員長は「例えば全卸連の規約にしても、昭和60年代からほとんど変わって来なかった。時代に合せて変えていくべきなのに、そうした声を出さずさえないなかつた。声を出せば反対されるということもあつたかもしれないが、その点で若手にもっと声を出せと言われていたと受け止めている」と言い、将来へ向けた具体的な取り組みを一段と推進していく意向を示した。

首都圏で独自に展示会

O-NEXT

O-NEXTが企画・立案した首都圏での展示会「Great Deal Show」は、首都圏化粧品日用品卸組合が主催、全卸連の後援という形で7月7日午前10時～午後5時、東京都台東区の産業貿易センター台東館で開催する計画だ。プロジェクトのメ

ンバーとして、村田委員長その他、全卸連の森友会長や各常任理事、全卸連事務局、東京卸組合事務局など10人が携わる。開催の背景には、セールス担当の訪問が少なくなるなどメーカーの商品情報が地域卸に伝わりにくくなっているという現状があり

「今回は首都圏の地域卸の経営トップ、営業や仕入れの担当者らを対象として行う。また、この機会を通じてメーカーの方々にも、日頃は巡回しきれない地域卸に商品提案していただくことを期待したい」(早水副委員長)という。展示会に招待するのは、首都圏の卸

店75社。250人程度の来場を見込んでおり、集客が成功の鍵を握るとして、達成へ向けてプロジェクトのメンバーが全力を挙げる方針。現在、全卸連の賛助会員のうち中堅の化粧品・日用品メーカーら57社を候補として、出展の交渉を進めており、高い確率で参加してもらえ

社説

桜前線が北上し、各社が新入社員を迎えるこの季節。日用品・化粧品業界の卸売業も大きな変化の時を迎える。期待と不安が入り交じる中での船出という意味では、こちらも同じかもしれない。

このほど、全国化粧品日用品卸連合会(全卸連)の若手による委員会「O-NEXT」の活動内容が明らかになった。発足から約1年、外部からは活動の状況

や実態が見えにくいという指摘もあったが、ようやくベールを脱ぎ、本格的なスタートを切る。設立の背景や経緯、目的、運営するメンバーの年齢層など、あらゆる面で全卸連、また卸売

業界としては初の試みだけに、当面は活動に対して賛否両論の声、様々な意見が出てくることだろう。これらを受け止めた上で業界の悪しき慣習などの是正に向けた取り組みを今後も強化

O-NEXTへの期待

未来を託すと言えば聞こえはいいが、無批判に任せきりにするのはいけないし、上から目線で批判したり色眼鏡で見たりするのはもってのほか。業界により良い未来をもたらしたいと考え

る同志であるならば、時には黙って見守り、より良い方法をともに考え、あるいは必要とされる時には的確な協力をするなど、可能な限り若手がやりやすい環境を与えてあげてほしい。若手も、重要な役割と責任を背負っていることを自覚しなければならぬ。「高い壁を越えれば、その壁は自分たちを守る壁になる」。

O-NEXTのメンバーに最も相応しい言葉として、エールの代わりに贈りたい。