企業探訪

バーモントソープ・ジャパン

〝米国農務省認証〟のオーガニック商品が話題

米国農務省（USDA）認証のオーガニック石鹸やオーガニックコスメを輸入・販売するバーモントソープ・ジャパン（神戸市中央区・菖蒲恵美代表）。昨今の安心・安全に対する消費者意識の高まりに伴い、同社が取り扱う〝アメリカ基準のオーガニック〟な商品群に注目が集まっている。

＊　＊　＊

2014年1月、日本のオーガニック市場において、大きな出来事があった。日本のオーガニック（有機）検査認証制度である農林水産省「有機JAS規格」と、USDAのオーガニック認証制度「全米オーガニックプログラム」（NOP）が、相互に「同等性」を認め合うことで合意し、協定を締結したことがそれだ。

「オーガニック」という文言は自由に商品に表示して良いというものではなく、表示するためには各国ごとに異なるオーガニック基準に適合していることを認定機関に検査・承認してもらう必要がある。しかし、「同等性」を相互に確認し合った国同士では、一方の国でオーガニックの認証を取得すれば、他方の国でもオーガニックとして販売することが可能となる。

つまり、日本とアメリカのオーガニックが同等性を認め合ったということは、アメリカの消費者は日本の優れたオーガニック商品を、日本の消費者はアメリカの優れたオーガニック商品を、これまで以上に手軽に入手できる環境が整ったということである。

USDAオーガニックマーク

これは、USDA認証のオーガニック石鹸やオーガニックコスメを取り扱う同社にとっても追い風となる出来事であった。

VERMONT SOAP
GREEN
Organic Anti-Aging Moisturizer
Net wt. 1.9 oz (55g)
VERMONT SOAP
Honey Love Beauty Mask
Net wt 2.5 oz (70g)
グリーンゴールド（左）とビューティマスクハニーラブパック

アメリカは市場規模だけでも日本の20倍以上を誇るオーガニック先進国の1つ。そのアメリカでオーガニックとして認められた証しである「USDAオーガニック」マークを表示している同社の商品は、日本のオーガニック市場でも強い優位性を持ち、大きな存在感を発揮している。

そんな同社が現在、力を入れて拡販に取り組んでいるのが「スキンケアシリーズ」だ。

同シリーズには、アフリカで手摘みされたシアの実を原料にした「シアナッツバター」や、チョコの香りがする「スキンスムージーチョコ」などを取り揃えているが、中でもヘンプオイル配合の保湿美容クリーム「グリーンゴールド」はおすすめとなっている。

同品は、洗顔後の化粧水、乳液、美容液がこれ1つでOKのオールインワンタイプ。美容効果・健康効果が話題のヘンプオイルを豊富に配合しており、年齢に応じた肌のお手入れに最適。もちろん、USDA認定のオーガニック商品だ。

また、洗顔後に塗布して15分後に洗い流すだけでお肌つるつるへと導く「ビューティマスク」（ハニーラブパック／ハニークレイパック）と、この「グリーンゴールド」を併用すると、より効果が期待できる。

同社では、安心・安全を求める消費者に向けて、明確な基準と制度で運用される「オーガニック」の特長を訴えながら、更なる拡販に取り組んでいる。

らいたあ

今回視察で訪れたタイ・バンコクには、ドラッグストアの「マツモトキヨシ」「ツルハドラッグ」のほかにも、スーパーの「マックスバリュ」、コンビニエンスストアの「セブン―イレブン」「ファミリーマート」など、

KREMIL
マツモトキ

現地の習慣に合わせローカライズされているため、品揃えや店頭展開の方法も異なる。海外視察で最も面白いことの1つが、こうした日本との違いを発見することであるが、興味深かったのが、「医薬品」と「生理用品」における両国での購入に対する考え方の違いであった。

日本では、医薬品を購入する場合、薬局やドラッグストアなどで1箱単位で購入し、数日間服用し症状が改善すれば、残った薬を常備薬として家庭で保管するケースが大半である。

必要な時に必要な分だけ
日本と異なるタイの購入習慣

シート単位や1錠単位で薬を購入するのが一般的となっている。バンコクの街中に今なお小さな薬局が多数存在するのも、「1錠単位」で購入できる点にある。

こうした背景から、現地のマツモトキヨシでは、シート単位

的ではないという。

一方、「生理用品」についても、日本とタイで違いがある。

日本では、徳用の大容量パックが主流で、「安心感」を担保するため、家庭や職場のロッカーに常備するとともに、バッグに入れて持ち歩く人も少なくない。

しかし、タイでは医薬品と同様、「必要になった時にコンビニエンスストアに

ぶ商品は、少量パックの製品が主流となっている。日本のように「安心感」を担保するために常備するという考え方の有無については残念ながら、現地では明確な答えは得られなかった。

ただ、タイの人も全ての商品において、「必要な時に必要な分だけ購入する」というわけではなく、毎日一定量使用する

ライオン

1月1日付　組織改正　人事異動

ライオンは11月30日、来年1月1日付の組織改正、役員の分担・担当職務変更、人事、人事異動を次の通り発表した。（敬称略）

◎組織改正

【本部の新設】

①経営戦略本部を新設し、傘下に「経営企画部」「事業開発部」「経理部」を置く。

②「人事総務本部」を新設し、傘下に「人事部」「総務部」を置く。

③「SCM本部」を新設する。また、「LOCOS推進部」を「SCM統括部」に、「全国業務センター」を「サプライチェーン業務部」に改称する。さらに、「需給管理部」を新設する。

【国際事業本部】

①本部傘下に「戦略企画部」を新設する。

②「第1事業推進部」「第2事業推進部」「オレオケミカル事業推進室」を統合し、「事業推進部」を新設する。

③「統括部」を「事業管理部」に改称する。

④「商品開発部」を「商品企画部」に改称する。

【研究開発本部】

①「薬品第2研究所」の機能を「リビングケア研究所」に移管し、「薬品第2研究所」を廃止する。

②「薬品第1研究所」を「薬品研究所」に改称する。

【ヘルス&ホームケ

◎役員の分担・担当職務変更

代表取締役社長執行役員　取締役会議長、最高経営責任者＝濱逸夫▽同専務取締役執行役員　企業倫理担当、SCM本部分担、購買本部分担、生産本部分担、生産技術研究センター担当＝渡祐二▽常務取締役執行役員　ヘルス&ホームケア事業本部分担、ヘルス&ホームケア営業本部分担、特販事業本部分担、ウェルネス・ダイレクト事業本部分担、宣伝部、生活者行動研究所、流通政策部担当＝掬川正純▽取締役執行役員　人事総務本部分担、秘書部、コーポレートブランド推進室、統合システム部、コーポレートコミュニケーションセンター、CSR推進部担当＝小林健二郎▽同研究開発本部分担、化学品事業全般担当、海外関係全般担当、国際事業本部分担、知的財産部担当＝角井寿雄▽同リスク統括管理担当、経営戦略本部分担、お客様センター、薬事・品質保証部、法務部担当

発本部長＝岡野知道▽同ライオン・スペシャリティ・ケミカルズ㈱代表取締役社長＝千葉弘之▽同特販事業本部長＝中澤龍司▽同生産本部長＝篠原隆▽同ヘルス&ホームケア事業本部長＝久米裕康▽同ウェルネス・ダイレクト事業本部長＝乗竹史智▽同ヘルス&ホームケア営業本部長＝三國正晴▽同国際事業本部長兼戦略企画部長＝鈴木均▽同SCM本部長兼SCM統括部長＝平岡真一郎（新任）▽同人事総務本部長＝長澤二郎（新任）▽同経営戦略本部長＝福田健吾（新任）

◎人事異動

経営戦略本部経営企画部長＝南川圭▽同経営企画部特命担当部長＝三井寺直樹▽同事業開発部長＝和田啓二▽同事業開発部事業戦略担当部長＝森貞光▽同事業開発部事業育成担当部長＝安達宏▽同経理部長＝鎌尾義明▽人事総務本部人事部長＝村上智▽同人事部多様な人材の活躍推進担当部長＝山下善直▽同人

部長＝磯部
本部材料部
廣▽同製品
明人▽研究
ユーティケ
＝岩崎英明
究所長＝近
ングケア研
村慎一郎▽
センター所
章紀▽ヘル
ケア営業本
部営業戦略
&ホームケ
オーラルケ
レードマー
担当部長兼
ケア事業部
ーケティン
＝鈴木康輝
ホームケア
業統括部営
ヘルス&ホ
業本部ファ
ア事業部ト
ケティング
リビングケ
レードマー
担当部長＝
ヘルス&ホ
業本部北海
長＝當間浩
道東北支店
山清▽同首
＝荒木克文
陸支店長＝
同近畿中四
三好謙太郎
店長＝岡田
コマース営
業企画室長
ウェルネス
ト事業本部
長＝橋本浩
本部事業管
橋英治▽同
長＝三井雅