

全粧協ホームページ
http://www.cosme.or.jp
全粧協へのご意見等は、e-mailで
crc@cosme.or.jp



全粧協新報

THE ZENSHOUKYO SHIMPOU

発行所 全国化粧品小売協同組合連合会
東京都中央区日本橋堀留町1-6-5
〒103-0012 TEL 03(3861)7733
FAX 03(3861)7731
発行人・津村 昌秀 編集人・大村 健

6月理事会をZoom開催 2026年度下期事業計画の 委員会答申を審議・承認決議

6月24日(水)14時よりZoomによる理事会が開催されました。

会議は長尾専務理事による第1号議案「本部報告」に続き第2号議案「5月迄の財務報告と今後の予算執行承認の件」では28期5月末時点での貸借対照表と損益計算書で財務報告が行われ、津村理事長が「事業収入、事業費用ともほぼ前年と変わらない。資生堂は美容食品手数料収入が落ちているがBQ第2クォーターが達成したので総計では変わらない。一般管理費で会議費が年次大会開催のため前年比16.4%となっている。今年度は全体協議会を理事委員長会議に変更し、年次大会との同時のリアルで開催、通常総会もリアルでなくZoomで開催し費用減を試みたが、年次大会における交通費・会場代など費用高騰の影響により、開催方式の変更の効果が薄れた。11月の全体協議会の開催方法(リアルかリモートか)については財務状況を勘案して8月Zoom理事会で決定する」とし全会一致で可決決議されました。

第3号議案「年次大会収支報告承認の件」では2年前の前回東京大会に比べて約60万円内輪で終了することが出来たことが報告され全会一致で承認決議されました。

続いて第4号議案「委員会答申案審議の件」では各委員会の答申案がそれぞれ全会一致で承認決議されました。

事業推進第一委員会では答申案に加えて、本紙6面に毎号カネボウ・コーセーに加えてBQ店頭売上全国上位100店を掲載すること、DHA+EPA年間3万個達成のために取扱店の裾野拡大を目指して粧協単位で6+1の品揃え施策を実施することが承認決議されました。

各社上期達成状況

「向上きに!!」

資生堂BQ協働取組チャレンジは中東状況の影響を勘案した化粧品デパートの開催見送りに関連して協働取組チャレンジ第2Q(クォーター)の開催期間が当初の4/1~6/30が4/1~6/15に変更となったことも奏功して40粧協が達成、全国計も目標比・前年比107.7%と達成しました。

また

事業推進第二委員

会では答申案に加えて、

本年2月発売の日生バイオ「すらら茶」について、

初回500個生産のうち

現段階で半年弱の在庫数

となっていて生産に3~

4ヵ月間掛かることから

追加500個生産すること

とが承認決議されました。

また経営改善・教育

情報委員会では答申に加

えて、全粧協推奨品のス

マレジへの商品登録を進

めるべく、委員会と事務

局とが連携して対象企業

へ案内していくことが承

認決議されました。

(各委員会の答申書(抜

粋)を後記)

第5号議案「粧協脱退

中東情勢の影響による

下期取組が変更にな

る(詳細は6・7面)

BQ協働取組チャレンジ

欠品リスクを完全に排除

できる状況には至ってい

ない状況から、6月に続

き9月並びに12月の「化

粧品デパート」開催が見送

れることになりました。

一方で、楽しみにされ

ているお客さまのご期待

にお応えすべく、10月か

ら12月にかけて「Beauty Key

ポイント2倍キャンペーン」を

ロングランで開催するこ

とになりました。

7月からの下期のBQ

協働取組みの「BQ協働

取組チャレンジ」は、当

初四半期締め(第3Q・

第4Q)としておりまし

たが、「Beauty Key

ポイント2倍キ

ャンペーン」の開催によ

り、四半期毎の判定では

売上時期によりバラつき

が生じる可能性があるた

め、下期全体で取り組み

成果を正しく確認できる

6ヵ月累計での下期半期

締め(7月~12月の6ヵ

月間)に変更しました。

また目標については9

月中旬に期中解約店を見

直して各粧協毎の目標数

値を再設定します。

なお「BQブランド新

規獲得チャレンジ」につ

いては当初計画に変更あ

りません。

他の紙面の主要記事

- 2026年度下期事業計画
委員会答申(抜粋).....2・3面
- 「スマレジ全粧協プラン」特集.....4面
- 資生堂・カネボウ・コーセー上位店紹介...6面
- 上期の主な事業の結果.....7面
- DHA+EPA品揃え施策.....8面

2026年度下期 事業計画 委員会答申 (抜粋)

事業推進第一

全粧協と組合員、そして資生堂が一体となり、ベネフィークを専門店の大切なブランドとして育て、未来へつなぐ。

上期においては、全粧協の屋台骨である資生堂活動費を支える重要ブランドとして、ベネフィークを中心とした活動計画の達成に向けて取り組んできた。しかし施策や方針が組合員の末端まで十分に浸透せず、現場では

一瞬も一生も美しく

In every moment, in every life

Beauty

SHISEIDO



BQ 3施策の推進

柱事業	役割	数値目標	主な実践内容
① BQ協働取組チャレンジ	全体売上の基盤づくり。BQ全商品(BQBF除く)で県粧協別に達成を判定。	店頭売上前年比100%以上	売上計画の県粧協別共有、月次進捗確認、達成県の事例発信、活動費活用計画の明確化。
② BQブランド新規獲得チャレンジ	BQアクティブメンバーの拡大。BF含むBQ全品で判定。	前年比106%以上を目標 101%以上を最低目標	未購入者・1年未購入者の抽出、売場接点拡大、デジタルアプローチ、CRMでの再来店促進。
③ BQ拡売応援施策	重点商品の短期集中拡売。揺らぎ×季節訴求で自分事化を促す。	対象商品の個数前年比105%以上	9～10月の集中展開、セラム・ホットクレンジング・リセットクリアの訴求、見える化ツール活用。

1面からつづく

「共有された目標」ではなく掲げられた目標」に留まった側面があった。各地の好事例や実践内容の発信も不足し、組合員一人ひとりが何をどのように行動へ移せば良いのかが見えにくかったことは大きな反省点である。

下期はこの反省を改善に転換し、全粧協上層部とメーカーだけの連携に留まらず、県粧協、組合員、店舗現場までが同じ方向を向く情報共有と行動設計を進める。方針を伝達するだけでなく、数値目標、対象商品、実施期間、店頭での実践方法を明確に示し、各店が「自分ごと」として取り組める答申とする。

○ベネフィークは、女性の肌・からだ・心の「揺らぎ」に寄り添うホリスティックケアブランドで、26年下期は、更年期市場の拡大、デジタル上での更年期関連発信量の増加、専門店における50代のチャネルエントリの伸長を機会として捉え、50代中心の揺らぎ世代を戦略的コミュニケーションターゲットとする。但し、ブランドの提供価値は更年期世代に限られるものではなく、30代・40代の毛穴・乾燥・ざらつき、60代以降の乾燥・たるみ・シミ・シワにも、店舗特性に合わせ継続対応する。

○下期の三つの柱は、単独施策ではなく「売上維持・新規獲得・重点商品拡売」を連動させる実行計画として設計する。入口商品であるセラム、ホットクレンジングジェル、リセットクリアで接点を増やし、化粧水・乳液へのスケールアップ、赤い実への育成、ロイヤル化につなげる。

○顧客育成は「セラム・ホットクレンジングジェルで新規接点をつくる」↓「化粧水・乳液へ併用提案する」↓「赤い実へ育成する」↓「ロイヤル化する」という流れを基本とする。特に施策翌月に化粧水・乳液促進策を行うことで、単発購入で終わらず、専門店らしい継続提案へつなげる。

○BQ協働取組チャレンジは、下期全体の売上基盤を支えるKGI施策である。全粧協と資生堂の協働により専門店専用ブランドBQのアクティブメンバーを拡大し組合員・県粧協・全粧協本部・メーカー双方の経営に貢献することを目的とする。

・県粧協別の100%目標を単なる資料配布で終わらせず、店頭売上の進捗確認と実践事例の発信に結び付ける。

・月次で「達成見込み」「不足商品」「成功した声かけ」を整理し、県粧協と資生堂支店が同じ資料で確認する。

・活動費は達成後の結果配分ではなく、次の売場づくり・販促物・好事例発信へ再投資する考え方を明確にする。

○BQブランド新規獲得チャレンジは、下期重点取組のKPI施策である。新規メンバー化、既存メンバーのBQ初購入、直近1年未購入者の復活購入を「BQブランド新規」として捉え、アクティブメンバー数の拡大につなげる。

○BQ拡売応援施策は9月・10月の短期集中施策として、季節の揺らぎに合わせた肌悩みを訴求し、ターゲットの自分事化を強化する。セラム、ホットクレンジングジェル、リセットクリアを軸に、体験価値と購入理由を明確化し、ブランド新規獲得と化粧水・乳液への育成を同時に進める。

・9月は猛暑・紫外線ダメージ・汗による乾燥やくすみ、10月は寒暖差・ほてり・冷えによる揺らぎを訴求する。

・ホットクレンジングジェルは毛穴・つまり・ざらつきの実感に結び付け、セラムは導入機能と使用前後の価値を分かりやすく伝える。

・リセットクリアは季節の肌変化に合わせ、化粧水・乳液前の肌準備として提案する。

・購入者には化粧水・乳液、赤い実への併用提案を徹底し単品拡売からブランド定着へ転換する。

○ベネフィークは化粧品専門店にとって大切な財産である。単なる売上施策としてではなく、専門店だからこそ届けられる体験価値、肌から心へのつながりに寄り添う対応、そしてお客様との長期的な関係づくりを支えるブランドとして、組合員一丸となって育成していく。

○第28期下期は①BQ協働取組チャレンジによる売上基盤の確保、②BQブランド新規獲得チャレンジによるアクティブメンバーの拡大、③BQ拡売応援施策による重点商品の短期集中拡売を三位一体で推進する。各県粧協・組合員・メーカーが同じ目標を共有し、実践事例を循環させることで、下期活動計画の必達と、全粧協活動の安定的な推進基盤の確保を目指す。

○資生堂美容食品 答申の方向性・BQと資生堂美容食品を連動させ組合員の販売機会拡大と活動費確保を両立する。

特に全粧協専売品のDHA+EPAについては明確な数値目標を完遂すべく、具体的な手立てを講ずる。

以上、2026年下期事業推進第一事業について、重点方針と三つの柱事業を具体的な数値目標に結び付け、組合員の現場行動に落とし込む計画として答申する。

各都道府県粧協別の感謝金総額は、全粧協本部に一括送金し、全粧協本部と達成県粧協の折半で分ける。(上期、下期とも)

上・下期コンクールについて、仕入上位50店(賞金なし)を新報に掲載する。

○コーセー(特別推奨品) 年間推奨品コンクール 上期・下期の2期制で行なう

・対象商品 下記ブランドの化粧水・乳液全品(デコルテ、ブレイディア(BLU)を含む)、雪肌精(BLU・クリアウェルネス・ブライティングを含む)、コーセーリディングブランド(OBK・ルンエリ)

・目標達成感謝金 目標達成粧協に対し「目標達成感謝金」各粧協実績の0.1%を進呈※各粧協の達成感謝金総額をまとめて全粧協へ送金し、全粧協本部と達成県粧協で折半とする。(上期・下期とも)

・上期 2026年1月1日～6月30日 目標94,497万円(前年比108%)

5月末までの実績81,349万円 進捗率86% 前年比102%

・下期 7月1日～12月31日 目標113,700万(前年比106%)

コンクール商品仕入上位50位(賞金なし)を新報に掲載する。

3面につづく



スハダに波風たつ前に。
ニキビ・肌あれを防ぐ
薬用化粧水“スキコン”

肌あれ防止有効成分：グリチルリチン酸ジカリウム

70th
ALBION

アルビオン 薬用スキンコンディショナー エッセンシャルN 〈化粧水(敏感肌用)〉 〔医薬部外品〕

2面からつづく

○(株)肌箋舎(推奨品)

・肌箋集28 2026年
目標 1、500万円
1月～5月実績 416
万円 進捗率27・7%、
PB商品
・CRCハンドクリーム
2026年目標5、0
00個(¥450)
1月～5月実績 2、2
68個 102万円 進
捗率45・4%、
○(株)アウラ(推奨品)
・ニールミナマジック
ライト・ファイン
2026年目標 3、0
00本(¥2、500)
1月～5月実績 470
本 117万円 進捗率
15・7%、
・ルミナマジック プレ
ミアム リタッチ
2026年目標 2、1
11本(¥900)
1月～5月実績 738
本 66万円 進捗率35・
0%
・楽節楽座温感クリーム
2026年目標 500
本(¥1、900)
1月～5月実績 33本
6万円 進捗率 10・5
%
本年度はルミナマジッ
クの拡販に注力。プレミ
アムリタッチの売れ行き
が良いのでチューブタイ
プも拡販を続けたい。
・キャンペーン企画 10
月1日～12月18日
ホワイトシーズンキャン
ペーン
ルミナマジックファイ
ンを3本1口、6本1口
として、プレミアムリタ

ツチを3本1口、6本1
口として購入ごとに特典
(特典・現品1本・商品
チラシ・店頭用POP・
商品ポスター)を添付
・9月30日でルミナマジ
ックライトを終売、同系
統の「ファイン」に一本
化します。
・10月1日から、プレミ
アムリタッチの販売価格
を1、800円から2、
300円(税抜)に、卸
価格を900円から1、
150円(税抜)に変更。
(本紙同送のチラシをご
覧ください。)
○白鶴綿業(株)(PB商品)
・CRC キレイコット
年間目標15、000個
1月～5月実績1、20
0個27万円
進捗率8・0%
○日生バイオ(株)(推奨品)
・グリーンナチュラリス
・ノースグリーン
年間目標100セット
1月～5月実績78セット
進捗率78%
キャンペーン発注店に対
する販促支援を9月10月
に行う。
・新商品「すら茶」(15
包入り2、500円小売
(税抜))の拡販を進め
ているが好評で5月末時
点で総出荷数335箱、
残りの在庫が180箱とな
ったことから追加生産を
決定した。
○(株)ビオティック(推奨
品)
・延寿湯温泉 努力目標
1、400個(¥1、
750)
1月～5月実績180個
41万円 前年比48・3
%
(紹介商品)
・延寿石鹸(¥750)
努力目標なし 5月迄の
実績125個 前年比52
・1%
・ルイボステイ(¥1、
500) 努力目標なし
5月迄の実績 540個
前年比105・9%
○(株)日本トリム(紹介商
品)
・電解水素水浄水器
目標なし 2026年
5月迄の実績 販売台数
4台 76万円
・手数料収入お店(10%)
粧協(2%) 全粧協(2
%)
○アンドウ電気照明(株)
(幹旋商品)
・照明用電球等
目標 200万円5月迄
の実績61万円 進捗率
30・6%
○(株)丸大(幹旋商品)
・オリジナル買い物袋
目標300万円 5月迄
の実績123万円 進
率41・2%
原材料費・物流費高騰
に加え中東情勢の影響に
より9月1日受注分より
値上げとなります。詳し
くは本紙8面と同送のチ
ラシをご覧ください。
○(株)大興貿易(紹介商品)
・ダイコウ ヘアファン
デーション 10g 3色
参考価格2、800円
(税抜き)
組合員卸価格1、456
円(税抜き) 52%
初回セット テスター3
色×各1、商品×9(フ
リーチョイス)、什器×
15、120円(初回セ
ットのみ商品60%の価格
税抜き)
全粧協へ6%の報奨金
(本部2%粧協4%
5月迄の実績 32万円
(目標設定なし)
○(株)シャリオン(紹介商
品)
実績・4店契約
2026年度下期目標
セルフホワイトニング
新規加盟店100で各ア
ロック1粧協以上での
「事業案内・体験会」を
開催できるように活動し
新規加盟店を増やす。

経営改善・
教育情報

○資生堂S-CORE改
変とスマレジ社との「ス
マレジ全粧協プラン」
令和8年4月16日に大
阪で開催された「全粧協
年次大会2026」にお
いて、経営改善・教育情
報委員会は「スマレジ全
粧協プラン」をテーマに
約50分間の委員会企画を
実施した。
本企画では(株)スマレジ
及び主要化粧品メーカ
ー4社との協力のもと、「商
品マスター自動連携」を
はじめとする業界DX推
進の方向性について発信
し、全粧協が業界共通イ
ンフラのハブとして取り
組む姿勢を全国の会員へ
示す機会となった。
また、本大会では年次
大会として初めてライブ
配信を実施し、その後ア
ーカイブ動画も公開し
た。これにより、従来は
参加者に限定されていた
情報を全国の組合員へ広
く発信できる仕組みを構
築することができた。
大会内容については、
全粧協新報、粧サポホ
ムページおよび粧サポL
INE等を通じて周知を
行った。さらに、「スマ
レジ全粧協プラン」に関
する問い合わせの増加に
対応するため、「スマレ
ジ全粧協プランポータル
サイト」を開設し、最新
情報やQ&Aを随時掲載
する体制を整備した。
今後の「スマレジ全粧
協プラン」運営の事業モ
デルについて
①理事会↓ 全体方針決
定
②委員会↓ テーマ別に
議論・提言によるガバ
ナンス管理
③プロジェクトチーム↓
代理店業務として実
行
④粧サポ事務局↓ 基盤
維持管理・プロジェク
ト運営管理
今後の「スマレジ全粧
協プラン」の運営につ
いては理事会が全体方針を
決定し、経営改善・教育
情報委員会がテーマ別の
議論および提言を行うこ
とでカバナンス機能を担
う。また事業の実行につ
いてはプロジェクトチ
ームが担当し、代理店業務、
メーカー折衝、仕組み構
築等を推進する。更に粧
サポ事務局が基盤維持管
理およびプロジェクト運
営管理を担う体制とす
る。
その運営にあたって
は、(株)スマレジとの代理
店契約における「第三者
への業務委託(外注)の
禁止」条項を遵守すると
ともに、システム保守体
制の補完および専門プロ
ジェクトチームの一元管
理を行う必要がある。
このため既に包括的な
DX推進業務および保守
業務の実績を有する粧サ
ポ事務局(運営母体・一
般社団法人化粧品教育優良
店認定機構)に対し、当
該実務及び基盤維持管理
業務を包括的に委託する
方向で調整を進めてお
り、現在「スマレジ全粧
協プラン プロジェクト
チーム業務委託契約書」
の締結準備を行ってい
る。
商品マスター連携につ
いては、資生堂、コーセ
ー、アルビオン、花王カ
ネボウの4社との協議お
よび契約手続きが完了
し、現在実装に向けた開
発・調整を進めている。
さらに令和8年6月以
降は、その他メーカーと
の協議も順次進め、サー
ビス開始時点で可能な限
り多くのメーカーとの連
携が実現できるよう取り
組んでいく。
○各都道府県粧協の運営
課題について
各都道府県粧協の運営
課題は、全粧協全体の将
来に関わる重要なテーマ
であることから、三役を
中心に各都道府県粧協の
現状と課題を整理し、今
後の組織のあり方につ
いて検討を進めている。
現在、全国中小企業団
体中央会からの助言をも
とに、事務局にて制度設
計の整理を行っている。
今後は、任意団体や個人
が参加できる仕組みにつ
いても検討し、必要な規
程等の整備を進める予定
である。
引き続き三役を中心に
中央会との協議を重ね、
持続可能な組織運営の方
向性を検討していく。ま
た、各都道府県粧協の現
状および将来見通しにつ
いてアンケート調査を実
施し、実態把握に努める。
○各メーカーに関する諸
課題について
化粧品業界を取り巻く
市場環境は大きく変化し
ており、特にネット通販
の拡大やメーカーによる
直販強化の動向について
注視している。
近年、ネット先行発売
やオンライン限定商品の
展開など、メーカー直販
チャネルを優先する施策
が見受けられる。一方で、
化粧品専門店が地域密着
型のカウンセリング販売
や顧客育成という重要な
役割を担っている。
全粧協としては、専門
店の価値向上と健全な市
場環境の維持を目的に、
引き続き各メーカーとの
意見交換を行い、専門店
が持続的に発展できる環
境整備に努めていく。

洗うたび、肌に透明感。
天然泥^{ファンゴ}で毛穴の奥まですっきり。

プレディア スパ・エ・メール ファンゴ W クレンジ
300g 4,950 円 (税込) / 150g 2,750 円 (税込)

【皮脂吸着成分 (天然ミネラル泥)】*フラインクファンゴ 配合
フラインクファンゴはホワイトです。

Prédia





【現地導入サポート、まるごと無償を実現】
全粧協スマレジプロジェクトチームでは、スマレジ全粧協プランを選択されたお店から寄せられた「初期設定が難しい」「店舗での切り替えが不安」「導入費用を抑えたい」といったご意見をもとに、スマレジ社と粘り強く交渉を重ねてまいりました。

その結果、店舗導入に向けた心配ごとを一つずつ解決し、安心して切り替えていただける、これまでにない充実した導入支援を実現することができました。

【現地サポート】スマレジ全粧協プランでは、通常21万円相当となる初期設定、操作説明、訪問時の出張費を、対象店舗へすべて無償で提供します。外部委託業者が店舗を訪問し、機器のセットアップ・設置・動作確認を丁寧にサポートします。（※設置月前にはプラン利用開始が条件となります。）なお、資生堂SICOREとの連携サポートや、作業範囲を超える対応は対象外となりますので、あらかじめご了承ください。

【ご自身の作業】また、「販売設定・商品登録・独自の初期設定等」は、事前にマニュアルやオンライン研修を参考に、ご自身で設定していただく必要があります。それでも設定が難しい場合は、「電話サポート付き」プランでは、コールセンターによるサポートをご利用いただけます。

今回のサポート体制は、全粧協ならではの特別な支援策です。導入サポートの日程は順次ご案内いたします。導入をご検討中の店舗様はぜひ8月末までにお問い合わせください。

初めて問い合わせの方限定

スマレジ

2026年7月発行ver

スマレジ・全粧協プランのご案内

「スマレジ」とご確定頂いた店舗について、まだスマレジ社に問い合わせをしていない場合は

8月までに、スマレジ社への申込が必要です

△資生堂社へのアンケート回答のみでは、申込は完了しません。

推奨：24時間受付中

WEBからのお問い合わせ

右記のQRコードを読み取り、必要事項をご入力ください。後ほど担当営業より折り返しご連絡いたします。

△お問い合わせ内容に以下の「合言葉」をご入力ください

「スマレジ・全粧協のチラシを見ました」

PC・スマホから1分で入力完了



OR お電話でのご相談（操作が難しい場合）

△重要：お電話の際は必ず以下の「合言葉」をお伝えください

「スマレジ・全粧協のチラシを見ました」

※合言葉をお伝えいただくことで、担当営業とのやり取りがスムーズになります。

スマレジ：導入に関する問い合わせ先

03-6897-6235

受付時間：平日 10:00～18:00（土日祝除く）

※既にスマレジ社からご連絡を差し上げている方はお断りしております。

※アンケートに登録頂いている方は、スマレジ営業より連絡差し上げます。

スマレジ全粧協プランについては、
全粧協×スマレジポータルをご確認ください。
（右のQRから資料をご確認いただけます）



本パンフレットの配布対象は
資生堂社提供のS-CORE利用中の店舗様に限ります。

【全粧協×資生堂×スマレジ 3社合同オンライン説明会を開催】
スマレジ全粧協プランを導入される店舗は、資生堂SICOREとの連携方法として、「シングルスキャン」または「ダブルスキャン」のいずれかを選択する必要があります。そのため、「操作が簡単だから」という理由だけで選択するのではなく、自店の運営体制や将来の活用方法も踏まえて判断していただくことが大切です。

今回の3社合同説明会では、全粧協・資生堂・スマレジの3者が、それぞれの方式の特徴やメリット、導入後の運用イメージを分かりやすくご説明します。

自店に最適な運用方法を選択していただくためにも、ぜひご参加いただき、導入前の疑問や不安を解消し、自店に合った方法を見極める機会としてご活用ください。

ご案内

- お申込みは不要です。開始時間になりましたら、上記のリンクよりご入室ください。
- スマートフォンからご参加される場合、QRコードを読む前にGoogle Meetのアプリをインストールください。
- 後日、全粧協×スマレジポータルにて録画を配信します（右のQRから資料をご確認いただけます）。

録画・資料
（後日配信）

NEW INFORMATION

全粧協 × 資生堂 × スマレジ

3社共催 オンライン説明会のご案内

下記の概要でオンライン説明会を開催いたします。
ご都合のよい回にご参加ください。

- Beauty Key バーコードスキャン機能追加について
- スマレジ全粧協プランでの、
シングルスキャン・ダブルスキャンの違いについて

第1回	8月19日（水） 午前10:30～午後12:30
① まずはメイン会場へ meet.google.com/wed-hqzg-zia	
② 入室できない場合 サテライト会場（視聴専用） meet.google.com/uaz-kaxp-dov	

第2回	8月31日（月） 午前10:30～午後12:30
① まずはメイン会場へ meet.google.com/qay-ddex-unf	
② 入室できない場合 サテライト会場（視聴専用） meet.google.com/tpo-egbb-eeb	

※ 第1回・第2回の内容は同じです。どちらか一方にご参加ください。

全粧協の推奨品、肌箋集28です。
コンセプトはパワフルオーガニック。
肌に良い処方箋を集めました。



やさしいだけじゃない、やさしく力強い、究極のうるおいを求めた大人のエイジングケア化粧品です。

＜推薦ブランドになり3年経ちました＞
“お店と顔の見える関係”それが弊社の一番のこだわりです。「きせんしゃ」の「しゃ」の字を「社」でなくて「舎」にしたのもそのためです。それは制度品メーカーの創設期の志です。設立15年になりますが、専門店様とのこれまでのお付き合いを通して、近年その思いをますます強くしています。大手に負けない個性的なアイテムを配置しているつもりです。まずは試していただき、よろしければマイストアブランドとして採用していただければ(1品からでも)幸いです。

＜こんなお店様に採用いただいています＞
種々の事情で大手とのお付き合いを辞退されるお店にとって、マーケティング上の制約がなく、お店の色に染めやすい肌箋集は受け入れやすいブランドだと思います。またすべての商品が標準偏差値から離れて作られていることから、エステを専らにするお店や大手に無い個性的な商品を求めるお店からの引き合いが多くなっています。今お使いのアイテムに挟んで、あるいは代えて、使用していただくのが肌箋集の存在価値になっているようです。

『肌箋集28 & クリスカカ』

パワフルオーガニックを
お試しになりませんか？

無料パウチサンプルセットお送りします！

希望のアイテムからはじめられる
セレクト

1品種／2個単位から
例)ジェルビューリファイ＜洗顔料＞2個の場合
3,500円～(税込)

ご購入アイテムのテスター、サンプル、POP等のご提供
2万円以上で送料無料

シリーズではじめられる
全アイテムセット (税別)

全9品種／各2個
※ハンドリフレッシュのあ8個
51,200円

全アイテムのテスター、サンプル、POP等のご提供
送料無料

お取引条件

01 0%

振込率

初年度1年間:48%
次年度以降:50%

02 45日

支払いサイト

(月末締め翌々月15日期限)

03 送料

＜日頃のお店とのコミュニケーションは＞

月刊のニューズレター(170号になりました)は店頭でお客様との話題になるような素材を集めて発信しています。またお店の要望にこたえて、個店単位でPOPやチラシなどを作成して速やかに提供しています。頻繁な営業活動が出来ない分、HPやインスタ、粧サポを充実させるとともに、可能なかぎりの個別のコミュニケーションに務めています。

POWERFUL ORGANIC
パワフルオーガニック

criscaca
KISENSHU

クリスカカ クリアトナー
＜ふき取り化粧水＞
200mL 5,500円(税込)

大きく深呼吸したくなるフィトンチッドの香りを感じながら、みずみずしいうるおいてスッキリと整え、肌荒れを防ぎ、ゆらぎのない肌へ導きます。古い角質や汚れをやさしく除去し、キメを整え、なめらかさ、透明感を引き出す化粧水です。

お申込み・お問合せ TEL: 03-5227-5857 FAX: 03-5227-5858 肌箋舎

ジェルビューリファイ＜洗顔料＞ 180g 3,850円(税込)  ぶるぶるの新感触のナチュラルメイクも落とせる洗顔料。赤藻の吸着力で、肌への負担なく汚れを落とします。事前の泡立ては必要ありません。セラミドやコラーゲンが洗顔後の肌に潤いを与えます。くせになるほど気持ちいい感触です。	フロンティアマッサージ＜導入液＞ 60mL 7,150円(税込)  洗顔後、化粧水の前に。短時間で血行促進するビタミンP配合。30秒で肌のコリをほぐす本格マッサージが実現。角層を水分で満たし、肌を柔らかくし、次に使う化粧品がスーッと吸い込む吸収肌へ。角層を若々しく保つ肌のサイクルが回り始めます。	プレスオブウォーター＜化粧水＞ 180mL 5,500円(税込)  化粧水としては類をみない保湿剤量(処方成分の25%を占めます)だから肌へのしっとりとしたうるおいが高度に長続します。オーガニック植物エキスをふんだんに配合されたセラミドが角層に体力をつけ、ゆらぎを防ぎます。究極のうるおい提供化粧水です。	バイタルUジェル＜美容液・マスク＞ 90g 7,150円(税込)  ポリフェノールで乳化した新しい感触のジェル。油分少な目保湿剤超多めの処方。乳液嫌いの方に新乳液としてもおすすめ。美白効果(クレアチニン)やハリ効果(レチノール)も併せ持つ高機能スキンケアで、ゲルマスクとしてもおすすめです。
エッセンシャルクリーム＜クリーム＞ 35g 7,700円(税込)  植物バターや植物オイル配合。独自の乳化法でコクのあるクリームを作りました。翌朝の肌はどんな高価なクリームにも負けません。ピタッと密着するから目元などの部分使用もおすすめ。吟味された原料は安全性が高く、敏感肌の人にもお勧めします。お手入れの最後にお使いください。	プレミアムオイルドロップ＜オイル＞ 32mL 6,600円(税込)  果実オイルとオーガニック植物エキスを厳選し配合したオリジナルオイル。肌や体のドライスポットに塗るだけでなく、入浴時の濡れた体や髪に使うと、うるおいとつやが蘇ります。シャンプー後の濡れた髪に使うと、翌朝の白髪の目立ちを抑え、ハリつやのある若々しい髪に。男性にもおすすめです。	マルチバフォーマンスBB SPF36・PA++＜日中用美容液＞ 40g 4,950円(税込)  高い保湿効果で日中もみずみずしいうるおいを保つエイジングケアクリームです。素肌を美しく魅せるBBクリーム効果で、つやのある透明感仕上げ。エステの最終仕上げアイテムとしても最適です。	ハンドリフレッシュ＜ハンドローション＞ 60mL 1,980円(税込)  アルコール濃度67%の消毒効果のあるハンドローション。植物性の保湿剤とエキ스가アルコールによる脱脂後の肌に潤いを与えます。レモンと柚子の爽やかな香りで、外出先や、食事の前など、いつでもお使いいただけます。

わたしのすべてにめぐる
赤い実の美容液。

この1滴から、溢れだすうるおい。
ハリとつや満ちて、毛穴を忘れるほどのなめらかさへ。
高保湿エイジングケア。

ベネフィーク セラム＜美容液＞50mL

BENEFIQUE



＊年齢に応じたうるおいケア

屋台骨の事業を牽引して下さっている組合員をご紹介します

資生堂「ベネフィーク」 1～6月 上位100店 【店頭売上実績】 (敬称略)

No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名
1	神奈川	(株)柳屋	26	岐阜	サンヘルスマーゴ店	51	千葉	ピオレッタ	76	兵庫	SHISEIDO plus
2	岡山	イナバ化粧品店	27	大阪	メガフォン・ラビット	52	奈良	コスメフルフル	77	千葉	(株)だいのみせサンピア店
3	東京	ミヤモトドラッグ新成増店	28	岐阜	ヒロセヤラ・ボーテ&アイ	53	大阪	(株)まるい化粧品店	78	北海道	株式会社レジェ
4	埼玉	コルソエリザベス	29	山形	株式会社松屋	54	東京	@cosme TOKYO	79	静岡	REBIRTH APITA島田店
5	北海道	ビーハウス星の国	30	神奈川	COSMETICSすずやモアーズシティ店	55	和歌山	化粧品のピンク	80	愛知	アマノサカエチカ店
6	福岡	BOTANYA Camelia	31	熊本	ベニコの化粧品icks荒尾店	56	愛知	増屋	81	大阪	株式会社すみれやCOSMETICS
7	愛知	王美堂	32	岐阜	あすか県庁前店	57	兵庫	ルック姫路大津イオンモール店	82	愛知	アマノゲートウォーク店
8	佐賀	株式会社ドンキー薬局	33	兵庫	SEIBI 上月清美堂	58	青森	C. S O K I D A T E	83	福岡	コスメショップまつだプランシユくずはら店
9	佐賀	わかまつや	34	静岡	やまだ化粧品店	59	静岡	(株)大平薬局	84	東京	ドラッグフタバ武蔵小山駅前店
10	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ青葉台店	35	徳島	チャームショップふじもと脇町店	60	岐阜	ひかりヤルビットタウン店	85	兵庫	ハリマ堂ジョイタウン店
11	滋賀	ビューティーケアつかもと	36	栃木	美京イオンモール佐野新都市店	61	大阪	(株)ブティックベにや	86	東京	三共薬局
12	兵庫	k o c o e	37	三重	コスメティックス紅筆	62	宮崎	L a - v i e p l a c e	87	兵庫	コスメティック楠公堂
13	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ日吉店	38	奈良	お化粧品パークはるみちやならファミリー店	63	静岡	ふしみやサントムーン店	88	三重	C O S M E T I C S K O Y O
14	群馬	@cosmeSTOREイモール高崎店	39	大阪	かもじやリノアス店	64	千葉	(有) なかはら	89	大阪	おしゃれ巧房マツモト
15	徳島	ひかりやワイワイブラザ	40	静岡	いなとりアピタ磐田店	65	福岡	古賀薬局サンリブ	90	福島	あいりす門田店
16	岡山	コスメティックROOMイオンタウン水島店	41	兵庫	メディアジヤ	66	兵庫	大正屋	91	兵庫	(有) 文化堂
17	埼玉	ギンザビビ岩槻店	42	香川	センコヤイオンモール綾川店	67	兵庫	BEAUTY BASEFANDE	92	熊本	同仁堂上通店
18	長崎	おしゃれの泰徳	43	大阪	(株) やよい	68	鳥取	リアン	93	福島	コスメティックサロンのまた
19	山形	M O R I	44	広島	サンローゼ・ヤマナカサンリブ店	69	東京	なかだや	94	埼玉	(有) コスメティックバズ
20	岡山	コスメティック ナビ	45	千葉	THE COSMOSららぽーと店	70	岐阜	ヒロセヤコスメラウンジ忠節	95	愛知	ドラッグオオイ薬局いなり店
21	岡山	コスメティックR a n	46	神奈川	THE COSMETICTERRACE TASHIROジョイナス	71	群馬	U	96	岡山	くすりのポニー
22	兵庫	C o s m e t i c クレハ	47	東京	コスメチック真美	72	埼玉	(有) ビューティショップむかわ	97	福井	セキセイ武生薬市
23	石川	フルールとくひさ	48	大阪	コスメ&エステサロンF U T A B A	73	広島	フランス屋L I B R A R Y	98	埼玉	なべやグリーンハウス
24	福島	コスメチックパルカオル	49	愛知	サンマルシェ化粧品のマルサ	74	三重	化粧品のいせや	99	岡山	メイビ堂マルナカ新倉敷店
25	香川	二川化粧品店	50	兵庫	ビューティーパートナーおちあい	75	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ海老名店	100	大阪	ヤマグチ薬局

資生堂「ベネフィーク」 1～6月 上位100店 【店頭売上実績】 (敬称略)

No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名
1	神奈川	(株)柳屋	26	岐阜	サンヘルスマーゴ店	51	千葉	ピオレッタ	76	兵庫	SHISEIDO plus
2	岡山	イナバ化粧品店	27	大阪	メガフォン・ラビット	52	奈良	コスメフルフル	77	千葉	(株)だいのみせサンピア店
3	東京	ミヤモトドラッグ新成増店	28	岐阜	ヒロセヤラ・ボーテ&アイ	53	大阪	(株)まるい化粧品店	78	北海道	株式会社レジェ
4	埼玉	コルソエリザベス	29	山形	株式会社松屋	54	東京	@cosme TOKYO	79	静岡	REBIRTH APITA島田店
5	北海道	ビーハウス星の国	30	神奈川	COSMETICSすずやモアーズシティ店	55	和歌山	化粧品のピンク	80	愛知	アマノサカエチカ店
6	福岡	BOTANYA Camelia	31	熊本	ベニコの化粧品icks荒尾店	56	愛知	増屋	81	大阪	株式会社すみれやCOSMETICS
7	愛知	王美堂	32	岐阜	あすか県庁前店	57	兵庫	ルック姫路大津イオンモール店	82	愛知	アマノゲートウォーク店
8	佐賀	株式会社ドンキー薬局	33	兵庫	SEIBI 上月清美堂	58	青森	C. S O K I D A T E	83	福岡	コスメショップまつだプランシユくずはら店
9	佐賀	わかまつや	34	静岡	やまだ化粧品店	59	静岡	(株)大平薬局	84	東京	ドラッグフタバ武蔵小山駅前店
10	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ青葉台店	35	徳島	チャームショップふじもと脇町店	60	岐阜	ひかりヤルビットタウン店	85	兵庫	ハリマ堂ジョイタウン店
11	滋賀	ビューティーケアつかもと	36	栃木	美京イオンモール佐野新都市店	61	大阪	(株)ブティックベにや	86	東京	三共薬局
12	兵庫	k o c o e	37	三重	コスメティックス紅筆	62	宮崎	L a - v i e p l a c e	87	兵庫	コスメティック楠公堂
13	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ日吉店	38	奈良	お化粧品パークはるみちやならファミリー店	63	静岡	ふしみやサントムーン店	88	三重	C O S M E T I C S K O Y O
14	群馬	@cosmeSTOREイモール高崎店	39	大阪	かもじやリノアス店	64	千葉	(有) なかはら	89	大阪	おしゃれ巧房マツモト
15	徳島	ひかりやワイワイブラザ	40	静岡	いなとりアピタ磐田店	65	福岡	古賀薬局サンリブ	90	福島	あいりす門田店
16	岡山	コスメティックROOMイオンタウン水島店	41	兵庫	メディアジヤ	66	兵庫	大正屋	91	兵庫	(有) 文化堂
17	埼玉	ギンザビビ岩槻店	42	香川	センコヤイオンモール綾川店	67	兵庫	BEAUTY BASEFANDE	92	熊本	同仁堂上通店
18	長崎	おしゃれの泰徳	43	大阪	(株) やよい	68	鳥取	リアン	93	福島	コスメティックサロンのまた
19	山形	M O R I	44	広島	サンローゼ・ヤマナカサンリブ店	69	東京	なかだや	94	埼玉	(有) コスメティックバズ
20	岡山	コスメティック ナビ	45	千葉	THE COSMOSららぽーと店	70	岐阜	ヒロセヤコスメラウンジ忠節	95	愛知	ドラッグオオイ薬局いなり店
21	岡山	コスメティックR a n	46	神奈川	THE COSMETICTERRACE TASHIROジョイナス	71	群馬	U	96	岡山	くすりのポニー
22	兵庫	C o s m e t i c クレハ	47	東京	コスメチック真美	72	埼玉	(有) ビューティショップむかわ	97	福井	セキセイ武生薬市
23	石川	フルールとくひさ	48	大阪	コスメ&エステサロンF U T A B A	73	広島	フランス屋L I B R A R Y	98	埼玉	なべやグリーンハウス
24	福島	コスメチックパルカオル	49	愛知	サンマルシェ化粧品のマルサ	74	三重	化粧品のいせや	99	岡山	メイビ堂マルナカ新倉敷店
25	香川	二川化粧品店	50	兵庫	ビューティーパートナーおちあい	75	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ海老名店	100	大阪	ヤマグチ薬局

カネボウ「トワニー」タイムリフレッシャー 1～6月 上位50店 【仕入実績】 (敬称略)

No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名
1	岡山	安達太陽堂昭和町店	14	島根	化粧品のうえの	27	大阪	木下化粧品店	40	京都	ヒトミ間屋町店
2	長崎	おしゃれはうすY O U 諫早店	15	長崎	くすりの新生堂国道店	28	岐阜	サンヘルス マーゴ店	41	千葉	ウチヤマ
3	広島	サンローゼ サンリブ可部店	16	島根	ビューティ つぼみ	29	神奈川	ビューティショップ しの	42	千葉	ショッピングセンターみどり薬品
4	東京	ビューティサロン 名久井	17	岡山	コスメティック ルーム	29	徳島	チャームショップふじもと脇町店	43	埼玉	(有) 絵梨邑
5	東京	くすりのダイイチ ソレイユ保谷店	18	静岡	ふしみや 呉服町本店	31	東京	おしゃれの店 田中屋	44	愛知	アマノ ゲートウォーク店
6	兵庫	楠公堂薬局プロコ神戸店	19	埼玉	コルソエリザベス	32	東京	ドラッグフタバ武蔵小山駅前店	45	広島	ルックポートブラザ店
7	兵庫	ユーミー立花店	20	東京	TASHIRO蒲田東急プザグ店	33	宮崎	B e l i e v e	46	千葉	(株) 星野薬局
8	東京	コスメチック 真美	21	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ 日吉店	34	広島	B. S コバタケ	47	兵庫	C o s m e t i c クレハ
9	北海道	ビーハウス 星の国	22	神奈川	オダギリ	35	岡山	コスメティック R a n	48	神奈川	THE COSMETIC TERRACE TASHIROジョイナス店
10	宮崎	ながの化粧品店	23	福井	ターキー ベル店	36	岐阜	カトー薬局	49	福岡	古賀薬局 サンリブ店
11	高知	おしゃれショップ メイク	24	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ センター北	37	青森	中里ショッピングタウンベルリミテッド	50	島根	さぬきや化粧品店
12	長野	ふじや	25	福島	(株) 菊屋	37	神奈川	ミュゼ・ド・ポウ 青葉台店			
13	静岡	スケサン I D E X	26	愛知	アマノ J R 名駅中央店	39	岡山	武久化粧品店			

コーセー 化粧水・乳液拡売コンクール 1～6月 上位50店 【仕入実績】 (敬称略)

No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名	No	都道府県	店 名
1	東京	@コスメT O K Y O	14	北海道	コスメテリア旭川駅前	27	高知	カラースタジオ高知店	40	岐阜	ヒロセヤアピタ大垣店
2	東京	アットコスメ池袋店	15	香川	コスメテリア高松店	28	静岡	ふしみやサントムーン	41	福岡	まつだBくずはら店
3	東京	アットコスメ新宿店	16	北海道	コスメ9 1 0旭川西店	29	岩手	ピエスシャルマン	42	広島	フランス屋アクア店
4	神奈川	アクアファーマシー	17	神奈川	ミュゼ日吉	30	福岡	コスメテリア福岡天神	43	広島	森の朝 水辺
5	東京	アットコスメ上野店	18	埼玉	コルソエリザベス	31	大阪	& F L E U R	44	神奈川	ミュゼ新横浜ペペ
6	青森	P. B R I L L E R	19	群馬	R i v e t S M A R K	32	広島	フランス屋ライブラリ	45	神奈川	柳屋
7	和歌山	タケナカ 近鉄店	20	神奈川	ミュゼ青葉台	33	山形	ラ・メールエスパル店	46	東京	エルメドボーテ新橋店
8	千葉	ザ・コスモスららぽー	21	福島	大野屋	34	岩手	エレース	47	東京	D r e s s C o d e
9	東京	アットコスメ有楽町店	22	埼玉	e s p o i r	35	東京	アットコスメン高輪店	48	静岡	I N D E X パルシェ店
10	静岡	コスメテリア沼津店	23	北海道	コスメテリア帯広店	36	岐阜	Hラ. ボーテ&アイ	49	東京	タシロ東急P 蒲田D
11	佐賀	コスメテリア佐賀店	24	広島	L O O K 天満屋店	37	神奈川	森の朝湘南店	50	島根	ホープ化粧品店
12	大阪	京阪モールやよい	25	群馬	アットコスメ高崎店	38	岐阜	ヒロセヤ@コスメ			
13	青森	C S オキダテ	26	北海道	星の国アピタ店	39	香川	センコヤイオン綾川店			

2026年度上半期の主な事業の結果

資生堂ベネフィーク協働取組プログラム

協働取組チャレンジ 【2026.4.1～6.15確定】					BQ新規獲得チャレンジ 【2026.4.1～6.30確定】				
都道府県粧協	2.5ヶ月目標 前年比	実績 (万円)	達成率	達成	都道府県粧協	3ヶ月目標 前年比 101%	実績 (人数)	達成率	達成
北海道	5,531	6,023	109%	達成	北海道	445	446	100%	達成
北海道B	5,531	6,023	109%	(達成)	北海道B	445	446	100%	(達成)
青森	2,062	2,316	112%	達成	青森	121	133	110%	106%達成
秋田	1,349	1,416	105%	達成	秋田	79	74	94%	
山形	2,523	2,815	112%	達成	山形	127	225	177%	106%達成
岩手	2,266	2,393	106%	達成	岩手	187	172	92%	
宮城	1,993	2,015	101%	達成	宮城	75	73	97%	
福島	4,268	4,706	110%	達成	福島	230	171	74%	
東北B	14,461	15,662	108%	(達成)	東北B	819	848	104%	(達成)
栃木	3,689	4,118	112%	達成	栃木	145	210	145%	106%達成
茨城	2,163	2,442	113%	達成	茨城	68	86	126%	106%達成
群馬	3,521	3,663	104%	達成	群馬	464	315	68%	
千葉	5,067	5,069	100%	達成	千葉	489	474	97%	
埼玉	7,200	7,857	109%	達成	埼玉	507	529	104%	達成
東京	14,854	15,447	104%	達成	東京	2,198	1,685	77%	
神奈川	9,156	9,466	103%	達成	神奈川	947	923	97%	
関東B	45,650	48,062	105%	(達成)	関東B	4,818	4,222	88%	
長野	2,171	2,568	118%	達成	長野	169	127	75%	
甲信越B	2,171	2,568	118%	(達成)	甲信越B	169	127	75%	
石川	2,491	2,696	108%	達成	石川	171	298	174%	106%達成
福井	2,922	3,577	122%	達成	福井	223	218	98%	
北陸B	5,413	6,273	116%	(達成)	北陸B	394	516	131%	(達成)
静岡	7,422	8,287	112%	達成	静岡	511	506	99%	
愛知・岐阜	16,700	18,500	111%	達成	愛知	1,805	1,537	85%	
三重	5,515	5,456	99%		三重	758	581	77%	
中部B	29,637	32,243	109%	(達成)	中部B	3,074	2,624	85%	
滋賀	2,519	2,604	103%	達成	滋賀	139	171	123%	106%達成
京都	3,462	3,575	103%	達成	京都	171	145	85%	
大阪	12,509	12,556	100%	達成	大阪	1,059	846	80%	
兵庫	11,467	12,136	106%	達成	兵庫	1,002	1,142	114%	106%達成
奈良	1,947	2,255	116%	達成	奈良	140	91	65%	
和歌山	2,884	3,230	112%	達成	和歌山	128	180	141%	106%達成
近畿B	34,788	36,357	105%	(達成)	近畿B	2,639	2,575	98%	
鳥取	768	897	117%	達成	鳥取	91	43	47%	
島根	1,583	1,849	117%	達成	島根	92	81	88%	
岡山	5,232	6,052	116%	達成	岡山	833	1,057	127%	106%達成
広島	5,908	6,025	102%	達成	広島	842	809	96%	
山口	1,874	1,995	106%	達成	山口	119	94	79%	
中国B	15,365	16,818	109%	(達成)	中国B	1,977	2,084	105%	(達成)
香川	2,868	3,400	119%	達成	香川	213	217	102%	達成
徳島	2,998	3,093	103%	達成	徳島	120	154	128%	106%達成
愛媛	1,891	1,967	104%	達成	愛媛	75	88	117%	106%達成
高知	1,504	1,761	117%	達成	高知	121	111	92%	
四国B	9,261	10,221	110%	(達成)	四国B	529	570	108%	(達成)
福岡	4,873	5,135	105%	達成	福岡	416	453	109%	106%達成
佐賀	1,861	2,115	114%	達成	佐賀	145	189	130%	106%達成
長崎	2,602	2,980	115%	達成	長崎	183	188	103%	達成
熊本	4,002	4,392	110%	達成	熊本	377	248	66%	
大分	1,478	1,814	123%	達成	大分	73	74	101%	達成
宮崎	1,245	1,354	109%	達成	宮崎	117	98	84%	
九州B	16,061	17,790	111%	(達成)	九州B	1,311	1,250	95%	
全国計	178,338	192,018	108%	達成	全国計	16,175	15,262	94%	

資生堂美容食品

【2025.12.21～2026.7.20】

都道府県粧協	年間目標 (万円)	実績 (万円)	進捗率	前年比
北海道	4,710	2,000	42%	87%
北海道B	4,710	2,000	42%	87%
青森	1,514	635	42%	85%
秋田	734	291	40%	77%
山形	2,264	1,043	46%	93%
岩手	1,566	705	45%	91%
宮城	930	375	40%	82%
福島	2,321	1,038	45%	89%
東北B	9,327	4,091	44%	88%
栃木	2,627	1,152	44%	91%
茨城	1,471	635	43%	84%
群馬	2,022	863	43%	87%
千葉	2,521	1,112	44%	90%
埼玉	4,986	2,303	46%	93%
東京	9,269	4,593	50%	99%
神奈川	5,885	2,593	44%	90%
関東B	28,778	13,256	46%	93%
長野	1,449	641	44%	87%
甲信越B	1,449	641	44%	87%
石川	2,175	993	46%	91%
福井	1,760	792	45%	88%
北陸B	3,934	1,786	45%	90%
静岡	4,305	1,883	44%	88%
愛知・岐阜	11,953	5,276	44%	88%
三重	2,657	1,125	42%	86%
中部B	18,914	8,285	44%	88%
滋賀	1,295	589	46%	96%
京都	11,215	1,127	10%	18%
大阪	41,011	15,645	38%	84%
兵庫	7,621	3,383	44%	89%
奈良	1,695	761	45%	88%
和歌山	1,639	790	48%	97%
近畿B	64,472	22,298	35%	72%
鳥取	942	406	43%	84%
島根	1,120	380	34%	65%
岡山	4,513	1,839	41%	78%
広島	3,409	1,520	45%	92%
山口	1,232	517	42%	89%
中国B	11,215	4,664	42%	82%
香川	1,791	773	43%	85%
徳島	1,427	647	45%	88%
愛媛	1,346	547	41%	89%
高知	1,438	653	46%	94%
四国B	6,001	2,621	44%	88%
福岡	3,979	1,749	44%	85%
佐賀	1,016	494	49%	97%
長崎	1,960	848	43%	86%
熊本	2,076	911	44%	87%
大分	1,376	637	46%	91%
宮崎	801	346	43%	90%
九州B	11,206	4,989	45%	88%
全国計	160,000	64,634	40%	82%

カネボウ トニータイムリフレッシャー

【2026.1.1～6.30上期確定】

都道府県粧協	上期目標 前年比 100% (万円)	実績 (万円)	達成率	達成
北海道	81	87	108%	達成
北海道B	81	87	108%	(達成)
青森	38	32	87%	
秋田	7	8	129%	達成
山形	13	21	167%	達成
岩手	85	69	82%	
宮城	4	8	262%	達成
福島	60	45	76%	
東北B	205	186	91%	
栃木	42	42	101%	達成
茨城	42	40	97%	
群馬	48	36	77%	
千葉	125	145	117%	達成
埼玉	149	149	100%	達成
東京	435	323	74%	
神奈川	195	227	117%	達成
関東B	1,034	964	93%	
長野	37	47	131%	達成
甲信越B	37	47	131%	(達成)
石川	55	66	120%	達成
福井	83	100	122%	達成
北陸B	138	166	121%	(達成)
静岡	117	108	93%	
愛知・岐阜	180	200	111%	達成
三重	62	47	77%	
中部B	359	356	100%	
滋賀	41	37	93%	
京都	47	46	100%	達成
大阪	209	208	99%	
兵庫	222	211	95%	
奈良	3	2	82%	
和歌山	31	36	119%	達成
近畿B	552	543	98%	
鳥取	38	38	103%	達成
島根	70	84	121%	達成
岡山	169	142	85%	
広島	294	183	63%	
山口	10	16	185%	達成
中国B	579	467	81%	
香川	39	48	125%	達成
徳島	51	56	111%	達成
愛媛	14	12	96%	
高知	25	37	153%	達成
四国B	128	155	122%	(達成)
福岡	64	58	93%	
佐賀	25	20	85%	
長崎	113	118	106%	達成
熊本	6	4	83%	
大分	19	16	87%	
宮崎	47	51	110%	達成
九州B	272	270	100%	
全国計	3,381	3,246	96%	

コーセー 化粧水・乳液拡売

【2026.1.1～6.30上期確定】

都道府県粧協	上期目標 前年比 108% (万円)	実績 (万円)	達成率	達成
北海道	6,161	6,938	113%	達成
北海道B	6,161	6,938	113%	(達成)
青森	2,796	3,057	109%	達成
秋田	292	285	98%	
山形	1,167	1,331	114%	達成
岩手	2,358	2,673	113%	達成
宮城	178	174	98%	
福島	2,860	2,840	99%	
東北B	9,647	10,361	107%	(達成)
栃木	2,243	2,418	108%	達成
茨城	851	860	101%	達成
群馬	2,907	3,141	108%	達成
千葉	3,983	4,343	109%	達成
埼玉	3,210	3,305	103%	達成
東京	15,042	15,329	102%	達成
神奈川	6,631	7,704	116%	達成
関東B	34,864	37,104	106%	(達成)
長野	1,707	1,972	116%	達成
甲信越B	1,707	1,972	116%	(達成)
石川	830	932	112%	達成
福井	323	378	117%	達成
北陸B	1,153	1,311	114%	(達成)
静岡	3,506	4,117	117%	達成
愛知・岐阜	6,192	6,494	105%	達成
三重	2,578	2,925	114%	達成
中部B	12,275	13,538	110%	(達成)
滋賀	683	785	115%	達成
京都	669	791	118%	達成
大阪	3,799	4,084	108%	達成
兵庫	4,107	4,620	113%	達成
奈良	201	202	101%	達成
和歌山	1,472	1,565	106%	達成
近畿B	10,929	12,050	110%	(達成)
鳥取	60	51	86%	
島根	509	512	101%	達成
岡山	913	1,085	119%	達成
広島	5,159	5,340	104%	達成
山口	531	594	112%	達成
中国B	7,170	7,585	106%	(達成)
香川	1,833	1,971	108%	達成
徳島	1,073	993	93%	
愛媛	575	657	114%	達成
高知	998	1,000	100%	達成
四国B	4,477	4,622	103%	(達成)
福岡	2,263	2,213	98%	
佐賀	1,313	1,442	110%	達成
長崎	739	755	102%	達成
熊本	1,345	1,348	100%	達成
大分	387	415	107%	達成
宮崎	73	72	99%	
九州B	6,118	6,248	102%	(達成)
全国計	94,497	101,733	108%	(達成)

うるおい包囲網で、
みずみずしさ
ハリめぐらせる。

うるおいを抱え込み、持続する。
進化し続ける誘導美容液®。

トワニー タイムリフレッシャー

TWANY
Time Refresher

TWANY

*誘導美容液は登録商標です。

全粧協専売品「DHA+EPA」セール

口数上限なし、11月度・12月度の2回納品が可能に

添付品を活用して「お店メート」を獲得しましょう!!

口種	対象商品	品揃え数量	品揃え金額 (卸・税抜)	添付品
A	DHA+EPA	12口	23,100円	現品見本 1個
B		30口	57,750円	現品見本 5個
C		60口	115,500円	現品見本 12個

申込期日 9/30 商品納品日 10/21頃配送
申込期日 10/20 商品納品日 11/21頃配送
添付品現品見本納品日 11/24頃



DHA+EPA
Omega-3
DHA 255mg EPA 42mg

1日摂取目安
3粒 8.7kcal

参考小売価格：3,500円（税抜）
容量：90粒(30日分)

すっきりと健やか、若々しくありたい方に

カツオ・マグロ・イワシなどの魚油から抽出したDHA・EPAをW配合

日本人が古くから親しんでいる海の恵み青魚パワー

注目成分オメガ3

DHA+EPA Omega-3

栄養成分：3粒(1.305g)あたり

DHA 255mg	EPA 42mg	エネルギー 8.6kcal	脂質 0.71g	タンパク質 0.44g	炭水化物 0.1g
-----------	----------	---------------	----------	-------------	-----------

最近よく聞かれることありませんか？

- ☐ 体重が増える
- ☐ ひらめきが減った
- ☐ 健康が気になる

さあ、DHA・EPA!!

DHA(ドコサヘキサエン酸) EPA(エイコサペンタエン酸)とは？

話題の必須脂肪酸“オメガ3”の一種。マグロやカツオ、イワシなどの青魚に含まれる成分で、体内ではほとんど作り出すことができません。

オメガ3とは？

脂質の一種で、常温でも固まりにくいサラサラの液体。熱によって失われやすく、酸化しやすいと言われています。健康をサポートする上で大切な栄養素の一つとして注目されています。

オメガ3の1日の目安量は？

50～60代女性で2,000mg

出典：厚生労働省「日本人の食事摂取基準(2015年)」

ツナ缶1個あたりを80gとした場合のオメガ3量

ツナ缶で換算すると約4.5個

90粒入(1日3粒目安)

水などと一緒にかまずにお召し上がりください

全国化粧品小売協同組合連合会 御中

令和8年6月

株式会社丸大
〒556-0003 大阪府大阪市浪速区恵美須西1-4-11
TEL:06-6632-0781 FAX:06-6632-0783

買物袋価格改定をお願い

拝啓 時下ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、既にご高承の通り、緊迫する中東情勢の影響により原油供給が制限され、プラスチックの基礎原料であるナフサが極めて入手困難な状況となっております。国内外のエチレンプラントにおいても稼働率が大幅に低下しており、ポリエチレン・ポリプロピレンなどの樹脂原料、さらには溶剤やインキ等の副資材に至るまで、過去に類をみない価格高騰と供給不足が深刻化しております。

このような状況下、コスト増加分の内部吸収を第一義に考え努力してまいりましたが、短期間での急激なコスト上昇は既に自助努力の限界を遥かに超えるものとなっております。また、紙袋につきましても、原材料費および加工・物流費の上昇により、現行価格の維持が困難となっております。

つきましては、今後も供給体制を維持するため、コスト増加分の一部を販売価格へ反映せざるを得ないと判断し、甚だ遺憾ではありますが、弊社が販売する商品の価格改定実施を下記の通りお願い申し上げます。

なお、今回の事態は原材料の供給ルートそのものが脅かされる異例の状況にあり、弊社におきましても確保に全力を尽くしておりますが、今後の情勢次第では一時的な納期遅延や数量調整をお願いせざるを得ない場面も想定されます。心痛の極みではございますが、諸事情をご賢察いただき、何卒ご理解とご協力を賜りますよう伏してお願い申し上げます。 敬具

○価格改定 本紙同送のチラシをご覧ください
○実施日 令和8年9月1日出荷分より