



CoReは昨年11月18日、東京・有楽町の東京交通会館で「2025CoRe

「2025CoRe」開催

eシンポジウム」を開催、専門店やメーカー関係者ら約100名が参加した。3回目を迎えたシンポジウムでは、資生堂の魚谷雅彦、ニアドバイザーが講演したほかCoRe会員の専門店経営者4氏による座談会を開催、「化粧品専門店舗創出のための経営者の資質とは」をテーマに意見交換を行なった。



花王の酒田工場を視察

花王の酒田工場を視察するメンバーは、自らの店舗づくりや活動について学びたいと参加した。CoReの会員企業の代表者は、自分の店の未来について、様々な情報交換ができる場になると

田工場は、全国に2カ所しかない花王様の焼却設備を持つ拠点で、全国から集まる膨大な返品を、人手を通して細かく分別しながら焼却していくそうである。こうした現状を目の当たりにし、私たち専門店販売だけでなく、その先に責任を持たなければならないと、まずは私たちができるサステナブルに取り組んでいくと改めて考えさせられる有意義な時間となりました。

今回の花王より、メーカーとの協働施策では、かつてないような取り組みを実施されており、まさしくCoReならではの活動

といえますね。

田代 現時点でも様々なメーカー様から面白い提案をいただいておりますが、今年もCoReらしい独自のあり方、内容で色んなことにチャレンジしていきたいと考えています。我々がメーカー様の窓口的な役割を担った、化粧品業界の団体として存在する意義があるので、積極的に考えているとか。

情報交換の場「Chatwork」が稼働

人材育成を重要課題と位置づけ推進

昨年11月18日に開催された第3回のシンポジウムでは、人の力が題材となっていました。今年もCoReとして、人材育成を強化されるのでしょうか。

田代 接客の質を担保する人材育成については課題認識が強く、CoReの中でも教育は非常に重要な取り組みに位置づけています。次世代の育成に注力しているメンバーも多いため、つい最近、現場で働く人同士のネットワークとしてビジネスチャットワーク「Chatwork」を、メンバーがチャットワーク「Chatwork」を使い始めました。店長を筆頭に異業種やスタッフなど、店頭で活躍している人たちにとって、様々な情報交換ができる場になると

会員企業の店舗見学が決まっております。また多くの学びを深めることができるのではないかと楽しみにしています。

田代 まだテスト段階でこれから本格稼働していきますが、これは非常に喜ばれているのではないかと考えています。以前CoReが店長研修を実施した際には、全国の会員企業の店長さん

が参加し、とても熱心に勉強してくださる中、夜の懇親会では初対面というケースが少なくなかった中、店長同士で交流を深め大変盛り上がり、本場のために「1時間」が足りないくらいだったと好評のお声を頂戴しました。店長さんたちは日々、現場でいろんな壁にぶつかり悩むことも多いと思うので、このチャットワークを利用して、店頭での悩みや好事例を共有していただければ。

今後、CoReで教育関係での研修会実施やメニュー提携なども検討していくのでしょうか。

田代 会員企業の皆さんは独自に工夫して様々な人材教育に取り組んでおられますが、スキンケアやメイクアップ技術のスキル向上等において、教育ノウハウを共有できるようにすれば、CoReの強みになっていくと感じています。

メイクアップに関しては、JBA（日本化粧品工業会）の資格取得をCoReとして推奨する動きもあり、今後はこういった資格や検定を活用していくことも考えています。

田代 現在は、総務委員会、人材委員会、販促委員会の3つの委員会が動いていますが、今期から広報委員会が新たに立ち上がり、さらに販促委員会が企画委員会と販促委員会の2つに分かれ、全部で5つの委員会運営して参ります。やりたいことはたくさんありますが、まずは会員企業それぞれが自店の質を高めた上で、アライアンスとして相互に助け合い、発展への地盤づくりを丁寧に進めていきたいと考えています。

日本化粧品専門店協会 田代正樹理事長インタビュー

メーカーとの協働施策や会員連携進む



田代正樹理事長

今年3月でCoRe設立から丸3年が経過します。振り返ってみていかがですか。

田代 一般社団法人としてまだ「できること、取り組まなければならないこと」はたくさんありますが、まずは足元の会員企業のお店の活性化というところに注力し、自店の売上アップを実現するところから、今のメンバーでやれることを進めています。

田代 25年度も様々なことに取り組みしましたが、なかでもメーカー様との協働施策で成果を残すことができました。具体的には、花王様と「リサージメン」の協働取り組みを実施。花王様からは、花王の商材を通じて製販がWinWinになる循環型ビジネスを構築し、CoRe及び、各社の社会的地位向上を目指すという提案をいただきました。その中から、しっかりと稼げる環境づくりと、SDGsへの取り組みという2つのテーマを設定。一

つ目のしっかりと稼げる環境づくりとして取り組んだのがリサージメンの協働販促企画でした。昨年のコリーメンの協働販促に続き、男性顧客獲得を目指し、5月・6月及び、11月・12月と販売の山場を2回設け、企画参加店に売場づくりツールやサンプル、ギフトラッピングツールなどを提供し、店頭活動をサポートさせていただきました。協働販促の成果はいかがでしたか。

田代 49店舗が参加し、売上や新規獲得率、36・6%で想定を上回る結果を残すことができました。現在、

花王との協働施策で想定を上回る成果内容の濃い店舗見学で学びを深める

もう一つのテーマとしてSDGsへの取り組みをあげています。

田代 実はCoRe設立時に作成した定款書の主な事

業内容に「SDGs事業」をあげていたのですが、なかなか実現に至らず、今回花王様からSDGsの話が出てきたことが一歩前に踏み出すきっかけになりました。

――モノづくりの現場ではなく、化粧品を廃棄する工場の視察されたということですが。

田代 我々小売側も化粧品の廃棄やリサイクルの現場を見ることはあまりないので、非常に貴重な体験となりました。視察先の花王酒

一般社団法人 日本化粧品専門店協会（以下、CoRe（コア））設立から今年3月で3年が経過。田代正樹理事長（たしろ薬品）を筆頭に、メーカー各社との協働取り組みや会員同士の連携が進み、次世代に向けた専門店業界の地盤づくりができつつある。昨年は花王との協働企画を推進し、なかでも「リサージメン」による店頭施策では新規獲得率や売上で想定を上回る成果を達成。さらに、花王酒田工場の見学を行なうなど、SDGsの取り組みも強化している。25年度の活動内容や今後の展望について、田代理事長に聞いた。

2回目の販売の山場へ挑戦していますが（取材は25年12月11日、スタッフ教育の一環として男性顧客の接客動画なども提供し、さらなる取り組みへの強化を推進しています。1月中旬に結果が出ていますが、良い報告ができると思います。

――実際に田代理事長のお店でも男性客が増えてきていると聞いています。

田代 当社は都心の店舗なので、元々男性のお客さまが多く、今回の取り組みもリサージメンでもこの数字が取れたと評価しています。実はこの協働施策においては、リサージメン以外の男性化粧品も動いた、というところが肝で、男性化粧品を強化することで他ブランドにも波及効果があったことが大きな収穫

――CoReとして今後も引きつづき、男性市場をしっかりと捉えていくお考えですか。

田代 そうですね。昨年のコリーメンの取り組みに続き、今回リサージメンでもしっかりと成果を上げることができたので、今後はメーカー横断の施策も視野に入れていきます。我々化粧品専門店としてどのようなメンズ市場を攻略していくべきなのか。男性向けの取り組みはまだまだ工夫ができています。

となりました。当社では以前から男性化粧品に注目しており、昨年アトレ川崎店で実施した「SHISEIDO MEN」のイベントでも土日の2日間で700名を超える男性にタッチ活動を実施し、しっかりと成果に結びつけることができました。改めまして男性市場における化粧品が広がり手応えを感じました。

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
SERUM

＊年齢に応じたうるおいケア

株式会社コーセー
代表取締役社長

田中 慎二

株式会社アルビオン
代表取締役社長

小林 章一

株式会社カネボウ化粧品
代表取締役社長
（花王株式会社 上席執行役員化粧品事業部門長）

内山 智子

株式会社ナリス化粧品
代表取締役社長

村岡 弘義

ハリウッド株式会社
代表取締役CEO

牛山 大輔

株式会社三香堂
代表取締役社長

佐々木 基之

香椎化粧品
香椎化学工業株式会社
代表取締役

原田 浩之

株式会社本舗
代表取締役社長

津村 昌秀

長尾 正幸

副理事長
福田 恵介

副理事長
吉永 正弘

専務理事
山田 真司

全国化粧品小売協同組合連合会