

01 OEM加工先の紹介 化粧品のOEM

詳しいお話は、
担当営業へ！



《担当 岩本》

製造商品	無添加化粧品・石鹸、シャンプーなど 化粧品全般をプロデュース
製造ロット	50本（石鹸は144個）
製造期間	商品・ロットによる



02 食品表示に関する情報 添加物を販売する際の、表示ルールが改善されました。

	食品衛生法とJAS法のルールで定められていたルールの統一	新たに追加された事項
一般消費者向けの添加物	●名称 ●賞味期限(品質の変化が極めて少ないものは、省略可能) ●保存の方法(同上) ●製造所(加工所又は輸入者の営業所)の所在地及び製造者(加工者又は輸入者)の氏名又は名称 ●製剤である添加物にあっては、成分及び重量パーセント ●使用の方法の基準が定められた添加物にあっては、使用の方法 ●食品添加物である旨 ●アレルギーに由来するものについてはアレルギーを含む旨 ●タール色素の製剤にあっては、実効の色名 ●規格上表示量に関する規定があるものにあっては、その重量パーセント ●ビタミンAの誘導体において、ビタミンAとしての重量パーセント ●アスパルテーム又はこれを含む製剤にあっては、L-フェニルアラニン化合物である旨又はこれを含む旨	●内容量 ●表示責任者の氏名又は名称及び住所 ●栄養成分の量及び熱量 ※「栄養上、意味のない食品」については表示義務を免除する。
業務用添加物		●表示責任者の氏名又は名称及び住所

【表示例：バニラエッセンス】

名称	食品添加物 香料製剤
成分	香気成分 10%、エタノール 47%、グリセリン 4%、水分 39%
内容量	30ml
賞味期限	枠外上部に記載
保存方法	直射日光、高温多湿を避けて保存してください。
販売者	〇〇株式会社 福岡県〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇
製造所	△△株式会社 △△県〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇

03 食品衛生に関する情報 サニテーションにおける洗浄の役割について

食品を取り扱う現場では手洗いに始まり、食材、調理器具、設備等多くのものを洗浄します。そこで今回は洗浄の重要性、汚れを効果的に落とす為の要素、洗剤の選び方についてご案内いたします。

洗浄の重要性……………

洗浄は汚れや有害な微生物を取り除き洗浄後に行う除菌の効果を高めるために行います。食中毒3原則である「つけない」「ふやさない」「やっつける」のベースであり適切な洗浄が食中毒の事故を防ぎます。

汚れを効果的に落とす為に必要な要素

①洗浄剤(化学的な力) ②温度 ③時間 ④物理的な力

洗剤の選び方

汚れの種類や汚れ具合によって洗浄剤・洗浄方法を適切に選ぶことがポイントになります。

- 油脂・タンパク質・でんぷん等の軽い汚れ→中性洗剤(ブラシやスポンジによるこすり洗い)
- やや変性した油脂などの汚れ→弱アルカリ洗剤(洗剤を塗布して3～5分程度時間をおいてからふき取る)
- 加熱や乾燥により変性した油脂やたんぱく質のしつこい汚れ→アルカリ洗浄剤(洗浄剤を塗布または洗浄液に浸透して10～30分程度置いた後にこすり洗い)



※食中毒
予防の
3原則

洗剤・汚れに関して
お悩みがございましたら
一度弊社担当営業に
お尋ねください。



《担当 中村》

04 新商材情報 OKACカード

今回ご紹介する商材は OKACカード というカラーの厚紙です。

通常の白のコートボールにベタ印刷を行うと、切り口が白くなりますが

カラーの原紙を使用することで切り口が白くならず仕上がりに高級感が出ます。

上記の理由から、カラーの原紙を使用されるお客様が増えていらっしゃいます。

少し高級感を出したい!と思われた際は是非カラーの原紙の

使用をされてみては如何でしょうか?

厚みも各色132kg～354kgまで6種類が御座いますので多種多様に活用出来ますよ。



《担当 西村》

05 まなちゃん奮闘記

みなさんこんにちは! 4年目になりました営業のまなです! お客様のお役に立てるようがんばります!

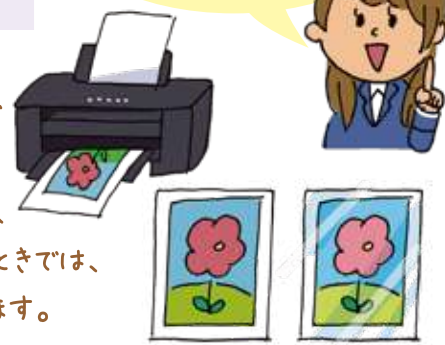
まなちゃん

同じデータ、同じ色でも、
印刷する本体の材質に
ご注意ください! ^^

※32色
色に注意!!

新商品で資材を作るとき、
同じデザインでも
色が思った
色と違う
ことはありませんか?

例えば、ご家庭のプリンターで
写真を印刷するとき、
コピー用紙に出力するときと、
写真用の光沢紙に出力するときでは、
同じデータでも違って見えてきます。



06 今月の社長 パブリシティの威力

先日弊社営業社員がお客様の新商品について、プレスリリースを書き、マスコミ各社に発信したところ、あるTV番組(ローカルですが)が取材に来て、放映されました! 大きな反響があり、来店多数となり最盛期の12月の売上を上回るという事が起こりました。入社2, 3年目の若手がお客様のお役に立てて、心から嬉しくなりました。

もう3年くらい続けていますが、実はパブリシティの専門家の方に営業の指導に来ていただいております。営業がお客様のお取組みについてプレスリリースを書き、それを先生に添削してもらってます。切り口が斬新であったり、社会性を帯びてなければマスコミも取り上げてはくれません。そのあたりの工夫を先生と一緒に考えていくという講座です。半年間で卒業させ、メンバーを入れ替えて続けております。

お客様の中にはパブリシティには相当長けていらっしゃる方も多々おられるでしょうし広報担当を置いていらっしゃる企業様もあるでしょう。

しかし、うちにはそんな余裕がない、やってみたいけどやり方が分からないというお客様がもしいらっしゃったら是非、弊社営業担当までお声掛けください。必ずマスコミが取材に来るという保証はできませんが、専門家の力を借りながら一緒にお取組みさせてください。