

""**jimos** one to only one



—— 理念 ——

JIMOSは、
現状に満足することなく、常に向上心を持ち、
人々の生活をより豊かにする
提案を発信し続けていきます。

JIMOS発展の可能性は、
ひとえに時代の要請を見逃すことなく応えていくために、
私たち自身が日々、努力と向上を重ねることにあります。
現状に満足することなく、本質や理想に目を向け、良いものを生み出す創造力を培う。
そして、人々の生活をより豊かにするために、
一人ひとりに寄り添いながら、価値ある提案を行う。
何気ない毎日にも、未来への可能性に満ちた時が流れている。
前向きな思考こそがJIMOSを動かす原動力です。

—— 使命 ——

one to only one
誰かではなく、たった一人のあなたのために。

「商品だけで、お客様とつながるのではなく、人でつながる仕組みをつくりたい」

「笑顔や希望をつくり、つたえ、つなげたい」

そんな理想をダイレクトマーケティングの世界で実現させるため、
私たちはコミュニケーションの仕組みづくりに取り組んできました。

そんな私たちが大切にしてきた言葉がone to only one
誰かではなく、たった一人のあなたのために。

JIMOSは、私たちと関わるすべての人へ誠実な関心を寄せながら、一人ひとりの生活の豊かさを追及しています。

本当に良いものをつくり、想いとともにお客様へ届ける。

使う人の喜びは、周りの人につたわり、私たちにも届く。そしてつながっていく。

かけがえのないものと出会える喜び、そして幸せをつくり、つたえ、つなげていくことが、私たちの使命なのです。



—— 目指す姿 ——

えごえ
笑声数 No.1企業

私たちは、お客様と商品だけでつながっているとは思っていません。
むしろ想いや人で結ばれていると考えています。たった一人の“あなた（お客様）”のために、
笑顔や喜びをつくり、つたえ、つなげたい。
そして、たった一人の“あなた”に私たちのスタッフが誰かではなく、
“あなた”と呼んで頂けるような関係をつくりだしていきたい。
そんな願いが、私たちの活力となっています。キーワードは笑声。
それは、私たちが笑顔で発する元気な声。そして、お客様から頂戴する嬉しいお声、
喜びのお声、感謝のお声。“笑声数No.1企業”をめざして。
私たちの挑戦は日々続いています。

—— 強み ——

本質的な強み

誰かではない、たった一人のあなたに寄り添い、
ブランドとダイレクトマーケティングを常に進化させる。

一人のお客様の声にならない声までも聴き、掘り下げ、価値の本質を見つける。
その価値を商品化、ブランド化し、お客様にお届けする。
そしてダイレクトマーケティングの仕組みを通して、
多くのお客様にもその価値（ブランド）を知ってもらい、役立ててもらう。
誰かではない、たった一人のあなたに寄り添い、
ブランドとダイレクトマーケティングの仕組みを常に進化させる。
それが私たちの本質的な強みです。



事業領域における強み

美しく、健やかに、生きる。

美しくあること。そして健やかでいること。

それは、人の根源的な欲求であり、

誰もが失いたくないと願うもの。しかし、どうしても失われていくもの…。人々のそんな不安や悩みを、喜びや幸せに変えることが、1998年の創業以来、一貫してJIMOSが掲げているテーマです。生活の様々なシーンで、本当に良いものをお客様に使用してほしい。

そして、美しく生きる喜びと、

健やかに生きる幸せを実感してほしい。人々が“美しく、健やかに、生きる”の領域において、JIMOSは一人ひとりの生活の豊かさを追及しています。

ビジネスモデルにおける強み

価値をつくり、物語をつたえ、人をつなげる。 JIMOSの one to only oneマーケティング。

価値をつくる

お客様の声を聴き、お客様が求めていることを深く理解し、掘り下げ、本当に良い商品（ブランド）をつくる。

そして一人ひとりのお客様に直接届けることで、お客様の笑顔や喜びをつくる。

JIMOSの強みは“価値をつくる one to only oneマーケティング”です。

物語をつたえる

商品開発にかけた私たちの想いや意志、商品の情報や魅力、そしてお客様の声を、一つひとつ言葉に紡いで直接プロモーションする。

JIMOSの強みは“物語をつたえる one to only oneマーケティング”です。

人をつなげる

きれいになったり元気になると、人と話したくなる。

人に会いたくなる。そして、人に教えたいくなる。

コミュニケーションで笑顔や喜びはつながっていく。

JIMOSの強みは“人をつなげる one to only oneマーケティング”です。



OUR MIND

マキアレイベルの理念

あなたの輝きひらく鍵

MACCHIA LABEL

マキアレイベル

自分らしく女性であることを楽しみたい。
それを邪魔する肌とメイクの悩みから解放されたい。
その思いにお応えするために、マキアレイベルは中身にこだわります。
シンプルでありつつも心が弾む+αを追求します。
自分らしい輝きを、大人の輝きをもっとひらいていく、
そのカギとなる化粧品と体験をご提供する事が私たちの使命です。



OUR WAY OF MAKING PRODUCTS

私たちのモノづくり

1. 商品開発は、
お客様の日常をイメージ
することから始まります。

マキアレイベルのものづくりは、お客様の声を聴く事から始まります。お客様の困り事や課題を直接お聴きし、日常の些細な問題に目を向ける。そこから、みえてくる”肌にとって本当に必要なこと”と徹底的に向き合います。

2. ホメオスタシスの考えで、
「あなたらしい輝き」を
導きます。

マキアレイベルの肌理論は、肌本来（ホメオスタシス）の力を高めることです。”肌は自ら生まれ変わる。”といった考えに基づき、無添加※を取り入れ、肌本来の力をより高める研究と技術にこだわっています。

3. 女性の心が弾む
「+α（プラスアルファ）」を
追求します。

毎日行うスキンケアとメイクだからこそ、うきうきした気持ちになっていただきたい。シンプルでありつつも、成分、香り、色、使い心地、パッケージデザインで、気持ちが上がることを追求。女性であることを、心から楽しめるきっかけを創ります。

※合成香料・石油系鉱物油・タル系色素は無添加。



商品を通して生産者と消費者をつなぐ化粧品

2010年に誕生したCoyori (こより) は、皮脂によって肌の健康と美しさが守られるという、シンプルで美しい日本の知恵に学んだ自然派スキンケアです。こよりのエイジングケア理論は、肌の皮脂に着目しています。実は、加齢によって皮脂の「量」が減少するだけでなく、「質」も悪化します。こよりは、皮脂の変化が起点となって年齢肌の悩みが深刻化することをつきとめました。加齢が引き起こす皮脂の悪循環に対し、健康な肌状態を保つエイジングケアを提唱し、たるみ、シワ、くすみなどに悩む大人の肌をしっかり守ります。

こよりは原料の調達に当たって「商品を通して生産者と消費者をつなぐ(こより)」というこれまでにない理念を立てました。国産オリーブの発祥の地である香川県小豆島の農家で育てられたオリーブをはじめ、植物学者や研究者の指導のもと、スタッフ自ら全国各地の産地を訪ねて集めた60種類の自然素材を使用しています。この自然素材と、調合という科学の知恵をこより合わせて美しさを追求。確かなエイジングケア結果を引き出します。

ブランド・ロゴに込めた思い

こより(紙繕り)は、和紙を繕り合わせて紡いだ糸のことです。

七夕では願いを書いた短冊を飾るために使われます。

Coyori (こより) の名前には、「日本の自然素材と、美肌づくりの知恵」を繕り合わせることで確かな実感があるスキンケアをつくりたいという想いと、「生産者とお客様」の想いをつなぎ、日本の豊かな自然を未来につないでいきたいという想いが込められています。

ロゴマークは、皮脂を補う4種の植物オイルの素材「椿、オリーブ、柚子、米」をモチーフにしています。全て口に入れても安心・安全な自然の恵みです。





MINDFUL BEAUTY®

香りではじめるMINDFUL BEAUTY®(マインドフルビューティー)
スキンケア時間を最高のマインドフルネス習慣に。

SINN PURETÉ(シン ピュルテ)はオーガニックとサイエンスを融合したハイブリッドナチュラル処方と、感性に働きかける香り”をもちいた、心と肌に働きかけるMADE IN JAPANのスキンケア&ベースメイクブランドです。スキンケアのはじめに、まずは香りを使って静かに呼吸をし、一瞬でムードを整える。マインドフルビューティーの習慣が、より確かなスキンケア効果をもたらします。

SINN PURETÉ
natural&organics



スキンケアアイテムにおいて、徹底した研究精神のもと
6つの指針を大切にしています。

1. 植物由来成分90%以上を目指します。
2. 皮膚科学とサイエンスの視点から、エビデンスのある原料を厳選して採用します。
3. 自然由来の原料やサステナブルな原料を可能な限り採用します。
4. エコサートやCOSMOSなど、オーガニック認証のある原料を積極的に採用します。
5. 製品の製造過程において、動物実験をおこないません。
6. 化粧品箱やカタログ、インクなどは環境に配慮した資材を、可能な限り採用します。

BRAND PHILOSOPHY





大豆のチカラですこやかに美しく ♪

私たち豆腐の盛田屋が化粧品をつくるようになったきっかけは、
「豆腐づくりをするうちに荒れた手が白くつややかになった」という工場で働く女性スタッフの声でした。

きれいになる喜びをもっと多くの女性に届けられるよう、
原料として大豆のチカラを一から研究し、ものづくりへの想いをかけ合わせて開発しました。

乾燥やハリ不足、敏感肌、体の不調など、
年齢を重ねバランスが崩れることで起こりやすい変化にお応えするため、
化粧品とサポート食品を揃えています。

SKINCARE



きれいを手づくりする 発酵豆乳※のやさしいスキンケア

「豆腐屋の手がキレイ」から始まったせっけん作りの
ストーリーを柱に、食べ物屋発という自然派の安心
感を持った化粧品をお届けいたします。

※ 豆腐の盛田屋独自の美容成分：乳酸桿菌／豆乳発酵液（保湿成分）

SOY FOODS



大豆のチカラを もっと手軽に美味しく健康に

豆腐・豆乳だけに縛られず、大豆のプロとして、大豆
の持つ健康のチカラと可能性を現代に合わせた形
でお届けいたします。



豆腐の盛田屋



NeedsとSeedsを掛け合わせた 自社オリジナル製品の開発

創業以来、JIMOSはダイレクトマーケティング事業に邁進してきました。特に化粧品通販は、美と健康に関心のある女性層をメインターゲットに、オリジナルブランドを中心とする価値ある商品を開発しています。

データやお客様の声に基づくNeeds開発はもちろん、Seeds（より良い素材・成分や最新の技術）に基づく製品開発に力を入れています。原料や技術にもとことんこだわり、既存の化粧品づくりにとらわれない、新たな取り組みにチャレンジしています。

お客様にずっと選ばれ続ける、より良い製品を提供するために

OEMメーカー様、原料メーカー様、大学などの研究者の方の、優れた原料や技術と、JIMOSの長年培ってきたマーケティング力とで、お客様から望まれる新しい製品を一緒に世の中に提供しています。





会社名	株式会社 JIMOS	
事務所	[福岡本社] 〒812-0039 福岡県福岡市博多区冷泉町2番1号 博多祇園M-SQUARE 7F	
	[東京オフィス] 〒163-0216 東京都新宿区西新宿2丁目6番1号 新宿住友ビル16F	
設 立	1998年9月14日	
資本金	3億5,000万円	
決算期	3月	
役 員	代表取締役	安藤 二郎
	取 締 役	香原 隆人
	取 締 役	嶋内 穰
	取 締 役	渡辺 一喜
	監 査 役	中川 昌史
従業員数	149名[2024年3月末時点]	
事業内容	通販事業(化粧品・健康食品) 卸売事業	