



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 9 月 17 日発行

展示会・見本市レポート第4号

発行：全国商工会連合会

編集：(財) 日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

ダイエット&ビューティーフェア 2009

ビューティービジネスが変わる、「信頼」と「有効性」の時代へ

会 期	2009年9月1日(火)～3日(木)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	CMP ジャパン
後 援	経済産業省、日本貿易振興機構
協 賛	日本エステティック協会、日本全身美容協会、日本スパ振興協会、日本フィットネス協会、日本健康スポーツ連盟、日本ヘルス協会、日本スポーツクラブ協会、日本ネイリスト協会、日本フィットネス産業協会 等
事 務 局	http://www.dietandbeauty.jp
出 展 者	235社
小 間 数	360小間
出 展 料	1小間(3m×3m)=399,000円(税別)
募集期間	2008年11月4日～2009年5月29日
来場者数	23,129人
出展業種	サプリメント・高機能化粧品・オーガニック製品・ホームケア用製品と各種チェック機器・美容機器・美容サプリメント・スパ機器・OEM等のメーカー
来場者の職業	セレクトショップ・ドラッグストア・百貨店・量販店・コンビニ等の小売店、ダイエット食品・健康食品・化粧品等のメーカー、エステサロン、ヘアサロン 等
次回開催予定	2010年9月13日(月)～15日(水) 東京ビッグサイト

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財) 日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

◆ 時流商流 ◆

美容・健康分野で商工会会員の出展目立つ

出展者の顔ぶれをみると、都会的なイメージの強い展示会ながら地域からの出展企業の多いことに気づかされる。商工会会員の出展が少なくないのである。

とくに美容・健康に関連するビジネスを手掛ける会社が目立つ。美容と健康事業は、むしろ天然の地域資源を活用すれば容易に参入できる分野でもあるようだ。

出展の中身をみると、エステティック関係ではホームケア用の新製品、新機能を搭載したチェック機器類。スパ関係では海外から出展したスパプロダクツ、オーガニック、ナチュラルコスメ、スパ用品。化粧品では高機能素材や抗酸化素材を配合し、アンチエイジングを訴求した高機能品やナチュラルを追求したオーガニックなどが代表的な製品。

展示品の大半が新製品

出展商品の特徴から読み取れるのは、美容サプリメントでは美容ドリンクの品数が増えたこと。ダイエット食品についても美容素材を強化する傾向がみられる。そして、商品に共通するのは、その多くが新製品であること。中には展示会を新製品発表の場として有効利用している会社がみられることである。

今ひとつの特徴は、新規市場として化粧品などの各分野で、男性ユーザーを掘り起こそうとの意欲が窺えることだ。

地域の天然資源や農産物を使った新たな商品分野として、展示会から学ぶ点は多そうだ。

次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行っている地域のブースを紹介する。



◆ ブース細見 ◆

赤川温泉の石鹸、代理店と OEM 先を募集

★出 展 目 的 :代理店と OEM 先の募集、赤川温泉のPR

★代表商品の価格 ;スパージュ「赤川名湯温泉石鹸」(100g)=2,980円(税込み)

大分県・赤川温泉の温泉コスメティックス (<http://akagawaonsen.com>) は、石鹸と化粧水の製造・販売会社。温泉の濃縮液を配合した「石鹸」を初めて出展、来場者の関心を集めた。出展の目的は代理店の募集。

赤川温泉もご多分に漏れず、旅行客減が悩みの種。そこでアトピーに効果がある温泉を使った化粧品を事業化した。同社は、九州アルプス商工会の会員である。



展示会でカラートリートメントの新商品発表

★出 展 目 的 :新製品の発表

★代表商品の価格 :育毛剤「黄金樹」=7,140円(税込み)

日本かんきつ研究所 (<http://www.n-kankitsu.com>) が育毛剤事業をはじめたのは、かんきつ類の果皮から抜け毛を抑えるエキスを発見したのがキッカケ。今では全国のドラッグストア、生協、通販、美容院などを通じ、月間 2 万本を販売する同社の主力商品である。出展の目的は 10 月から発売するカラートリートメント「黄金妃」の発表を兼ねた商品PR。

「このフェアは女性の来場者が多いので出展しました」(岩本智也特販部課長)。

コラーゲン入りコンニャク麺で美容と健康強調

★出 展 目 的 :販路開拓

★代表商品の価格 :「ヌードル・塩味」(280円×20食)=5,600円(税別)

群馬県のコンニャク加工メーカー、丸大オヲツヤ商店 (<http://bodystyling.jp>) が

コンニャクの麺製品事業に参入したのは約3年前。今年9月からはうどん製品も新発売。麺にコラーゲンを練り込んでいるのが特徴。くずきり、ところてんなどのダイエット食品での実績を生かし、他社製品との差別化を図った。

食品関係の展示会には数多く出展している同社だが、美容と健康をコンセプトにしている同展は、ライバル製品との違いを強調する格好の場でもある。

地域資源の蛭川みかげ石で健康機器

★出 展 目 的 : 販路開拓と新製品の発表

★代表商品の価格 : みかげ温浴ベッド(Sタイプ)=882,000円(税込み)

石材メーカーの**田口石材** (<http://www.gallery-den.com>) の出展目的は、岩盤温浴製品のPR。ミネラルとラジウムを抱負に含む蛭川みかげ石を使った足岩盤浴、座いす、みかげ温浴ベッドなどの健康機器を商品化。

鳥居・灯籠・玉垣・狛犬といった主力製品が輸入石材に押され気味のため、新市場開拓策として地域資源である蛭川みかげ石を使った健康機器に着目した。展示会は全国に市場を広げる有力な販売ツールという。

同社は、岐阜県の中津川北商工会の会員である。



農商工連携で化粧品の市場開拓に弾み

★出 展 目 的 : 化粧石鹸のOEM先の募集

★代表商品の価格 : 「遠赤青汁V1」(1250粒)=10,500円(税込み)

遠赤青汁 (<http://www.enseki.com>) の主力商品は無添加青汁、八片黒にんにく、化粧石鹸。青汁と黒にんにくの原料はいずれも愛媛県産の農産物。中でも有機農法で栽培されたケール配合化粧品は、「平成21年度の農商工連携事業」に認定された地域期待の商品でもある。

展示会では美容と健康への有効性をPRするとともに、化粧石鹸のOEMを提案。同社は、東温市商工会の会員である。