

● Non-Foods

現在、オープンラッシュに沸いている。女性限定の「DIET-END フィットネス」を全国展開する業界大手の(株)DIET-END (東京都港区)では、昨年夏からFC展開を開始。1店舗に最低5台のマシンを設置する形式で、直近オープンの店舗も含めるとすでに100店舗以上に成長している。「開業ペースが加速しており、現在は3日1店舗ほどのペース」という。

また、エステサロンやフィットネスクラブ、スポーツ施設をはじめ、治療院、クリニック、ゲームセンターやコインランドリーなど、さまざまな施設も同マシンの導入に積極的だ。現在、参入メーカーは20社以上にも関わらず、ほとんどが欠品状態で予約待ちという。価格帯は10万円台～150万円台と幅広いが、最も多いのが80万円前後の商品。さらにコインタイマー式の商品も登場しており、異業種など導入先の幅を拡大する一因となったとも言われている。

同マシンのブームは現在、名古屋や東京にも飛び火しており、東京でも専門店が相次いでオープンしているほか、エステサロンや岩盤浴サロン、コンビニフィットネスなどでも導入が始まっている。さらに、一般家庭への普及も進みつつあるもようで、ネット通販大手の高額商品ヒットランキングでもトップになっている。3月開催の健康博覧会でも同マシンの展示を行う企業が少なくなく、関西発のブームが今年、全国に飛び火しそうな勢いだ。その他、乗馬運動機器も06年は家庭用が登場。廉価版も登場し、TV通販などで人気となっている。

■ フィットネス分野ではヨガ、サーキットトレーニング人気定着

スタッフの指導の下、マシンと有酸素運動を交互に行いながら、約30分間で効率良いトレーニング効果を得られるという「サーキットトレーニング」を提供す

2007年 本紙注目のノンフーズ商材・サービス

ジャンル	1位	2位	3位
医療・健康機器	振動トレーニング機器 ※06年関西を中心に大ヒット、07年ブームは全国区に	磁気治療器 ※伝統素材・磁石の健康効果が見直されている	乗馬運動器 ※06年半ばに家庭用が登場、廉価版がTV通販でヒット
健康雑貨	健康ジュエリー ※ゲルマニウムが人気、次いで磁石やチャームも	機能性枕 ※快眠市場の拡大を受け、いびき対応枕がヒット	遠赤外線関連 ※温熱効果を訴求したサポーターやマットなどが人気
温熱・温浴関連	人工炭酸泉製造装置 ※温浴施設・フィットネスクラブなど施設普及から一般家庭への普及へ	マイクロバブル温浴装置 ※小型・低価格商品の登場で、一般家庭への普及に期待	小型砂風呂システム ※カプセル型や浴槽型など小型化。砂状サンゴやセラミック粒を砂代わりに
水関連	逆浸透膜(RO)浄水器 ※消費者ニーズ・トップの「安全な水」を提供。低価格化・スリム化進む	電解還元水生成装置 ※水を電気分解して「還元力」の高い水を生成する医療機器	機能水生成装置 ※水素水や酸素水など、「健康に良い水」のニーズに対応
リフレッシュ/癒し	酸素関連 ※酸素カプセル人気再燃、酸素缶などがヒット商品に	マイナスイオン関連 ※リフレッシュには定番。06年に測定法JIS化され、再注目に期待	アロマ関連 ※酸素バーや岩盤浴施設とのコラボなど、需要が拡大
化粧品素材	EGF ※化粧品受託企業へのアンケート調査で07年人気受注予想No.1	白金ナノコロイド ※DHCのCMで話題の抗酸化素材、アンチエイジングブームに乗れるか	AC-11 ※キャットクローの抽出液。DNAリペア素材として注目度急上昇
フィットネス	ヨガ(ホットヨガ) ※フィットネスクラブに欠かせないメニューに成長	ピラティス ※米國セレブに人気とのフレーズで登場。女性会員に大人気	サーキットトレーニング ※マシンと有酸素運動を交互に行う30分トレーニング。専門店も急増
その他	健康管理機器のIT化	※歩数計や体組成計をUSB端子を通じてパソコンや音楽プレーヤーなどと接続。毎日の運動量やその経時的変化を記録・確認することでセルメディケーションに有効。	

るコンビニフィットネスと呼ばれる省スペースのフィットネス施設も06年は成長が目立った分野だった。こうした施設は女性限定のところが多く、買い物帰りの主婦層をターゲットとして成功している。

経済産業省が3年に1度行っている「特定サービス産業実態調査」によると、05年のフィットネスクラブの売上高は、3,858億円で前回調査(02年)と比較して18.4%と大幅な伸びを示している。国民のセルフメデュケーション意識は高まっており、フィットネス人口は着実に増加している。06年には振動トレーニングマシンやサーキットトレーニングの人気を受け、これらを導入した大型店も見られた。その他フィットネスで人気のプログラムには、「ヨガ」「ピラティス」などがある。特にヨガ人気は目覚しく、06年は大手

クラブ等で自社開発のヨガプログラムを差別化に掲げるところも見られた。またヨガ専門のスタジオや、岩盤浴などとコラボして、温熱ルーム内で行うホットヨガなど、ヨガをキーワードとした業態も多様化を見せている。

■ “体と心を癒す”がヒットワード

その他、各分野の動向を見ると、水関連商品では逆浸透膜(RO)浄水器、水素水や酸素水、炭酸水などの機能水生成装置がそれぞれ注目だ。また酸素関連では、セブンイレブンがヒットさせた酸素缶をはじめ、夏の甲子園優勝投手が利用したとの報道を受け、昨秋以降は酸素カプセルの人気が再燃している。健康雑貨関連では、ゲルマニウムジュエリーが05年から引き続き人気だった。また磁石への

人気が再燃していることを受け、磁気ジュエリーや磁石を利用した商品群も見直されている。化粧品では、本紙が昨年11月に行った受託メーカーへの調査から、07年は「EGF」や「白金ナノコロイド」「フラーレン」「AC-11」といった新たなアンチエイジング素材が人気となりそうだ。

06年のノンフーズ市場を分析すると、「ダイエット」「癒し」「予防(未病)」「アンチエイジング」といった“目的(ニーズ)”が見えてくる。さらに、それを達成する手法として、「運動」「療法」「レジャー」「睡眠」が挙げられる(33面表参照)。傾向的には「体に効く(ヘルスケア効果)だけでなく、心にも効く(メンタルケア効果)」商材・サービスが人気となっており、07年以降もこの動きは継続しそうだ。