

FANCL

美容と健康の最新情報をお届けします

株式会社ファンケル

ファンケル ニュースレター

2010.03.31 Vol. 20

ご質問・お問合せ(担当 広報・大塚)

TEL 045-226-1230

FAX 045-226-1202

HP www.fancl.co.jp

〒231-8528 横浜市中区山下町 89-1

ファンケル ヒット商品 ランキング

2009.04.01-2010.03.31

& 2010 年度 ヒット予測!



リーマンショックによる世界的不況の影響を受け、2009 年は、「激安ジーンズ」や「1,000 円高速」など“低価格”を売り物にした商品やサービスが脚光を浴びました。また、エコポイントの導入も始まり、エコ関連商品も好調な売れ行きを見せたようです。

3 月は、ファンケルにとっても一年の締めくくりとなる決算期。そこで、数あるファンケル商品のなかから、2009 年度、最も人気の高かった商品をランキング形式で発表。納得の定番商品もあれば、知られざるヒット商品もランキング圏内に登場しています。また、商品企画担当者に聞いた「2010 年、注目の商品・サービス」とあわせてお知らせいたします。

※ 集計期間 2009 年 4 月 1 日～2010 年 2 月末日

※ ランキングは集計期間内の売上を基準に、ファンケル広報グループで再構成しています。

化粧品編

化粧品市場は飽和状態が続き、市場全体ではやや縮小傾向にあるとされています。そのような状況の中、ファンケルの化粧品は、国内はもちろん、中国市場で好調に推移。商品別の人気ランキングはこちら。

1	マイルドクレンジングオイル	2009年2月のリニューアル以来、6秒に1本売れ続け、すでに510万本を売り上げているクレンジングの大ヒットアイテム。「高いクレンジング力」と「洗いあがりのうるおい感」を両立し、圧倒的な人気を獲得。
2	洗顔パウダー	ファンケルの洗顔といえばこれ。もっちり極密な泡で肌を優しく洗い上げ、洗顔後のうるおい感が、リピーターの心をつかんだ商品。男女問わず支持を集めている。
3	ホワイトエッセンス	2010年2月にリニューアル新発売。美白有効成分ビタミンCの働きが持続する処方に。春夏限定の美白&紫外線ダメージケア用シートマスク「ホワイトクリアマスク」も人気！
4	無添加スキンケアベーシック	うるおいをすぐに実感でき、無添加のチカラで肌のキメを整えるスキンケアライン。
5	無添加スキンケアDX	エイジングケア用スキンケアシリーズ。大人の肌をサポートする成分や機能があり、高い保湿力が人気。
6	ビューティ コンセントレート	1本でハリ・つや・うるおい・透明感へアプローチする、エイジングケア美容液。高い効果実感にリピーター続出。
7	パウダーファンデーション	美容液成分がたっぷり配合され、1日中しっとり感が持続。
8	サンガード 30	スキンケアのようにうるおう使用感と白くならない処方で、年間を通じての人気商品。
9	ツウウェイファンデーション	汗や皮脂に強く、メイク崩れがしない頼れるファンデーション。2010年3月にリニューアル。
10	スキン リニューアルパック	年代、季節問わずリピーター続出の、人気の洗い流しタイプパック。

番外編

ポアカバーベース

2009年6月に発売したキットに限定商品として登場以来、お客様からの再販売希望の声が最も多かった商品。毛穴を目立たなくする部分用メイク下地としてだけではなく、エイジングケアにも役立つ多機能商品。



美肌鑑定

バンダイとの共同開発で生まれた、若年層向けの携帯型美容玩具。美肌センサーで肌の水分チェックをしながら、10個の質問に回答すると自分の肌状態に合わせたアドバイスが表示される。美肌度=「肌値」を競う美肌対決モードなども搭載し、宴会シーズンの話題に。



健康食品編

ここ数年続いている健康食品市場低迷の影響を受け、2009年度はファンケルの健康食品事業も厳しい状況が続いています。しかし、美容訴求のサプリメントや、中高年のお客様を対象にしたサプリメント、青汁などは不況の風もどこ吹く風。注目の健康食品編はこちら。

1	HTC®コラーゲンシリーズ	ファンケル健康食品の不動の人気商品といえばこちら。日本国内はもちろん、中国・香港での売上も好調に推移し、堂々の1位。
2	カロリミット	ファンケルの隠れたヒット商品。大々的なプロモーションを行っていないにもかかわらず、コンビニなど一般流通で高い人気。
3	発芽米	2009年末には、含有成分PSGの効用を発表するなど、機能性の高さが評価され堂々の3位にランクイン。リゾットなど関連商品も人気。
4	グルコサミン&コンドロイチン 楽のび	中高年層の支持を受け、人気商品に定着。効果実感の高さから、リピーター続出。
5	青汁(粉末&冷凍)	「ケールまるごと搾り」など粉末タイプが好調。
6	パーフェクトスリムシリーズ	発売以来高い人気を維持する脂肪燃焼系のサプリメント。
7	ビューティグリーン	美容訴求で青汁の新しい飲み方を提案。新規顧客の獲得に貢献。
8	グッドチョイスシリーズ	必要な栄養素をワンパックで摂れる、隠れたヒット商品。
9	ブルーベリー関連製品	中高年層だけでなく、ビジネスマンにも人気のサプリメント。
10	美時	“たんぱく質代謝サイクル”に着目した、大人の女性のためのサプリ。

番外編

共同開発商品

『かんで食べるサプリメント ディズニーパッケージ』やイトーヨーカドーとの共同開発商品『ベジカクテル』など、2009年は異業種との共同開発商品が注目を集めました。



© Disney

ファンケルファミリー

ファンケルでは初となるファミリー向け業態の直営店舗。2010年2月、ららぽーと横浜店内に初出店。小さなお子様が遊べるスペースや、お父さんも体験できる血圧計や骨量計を設置。



ファンケル健康院

2009年8月に開院した、日本で初めての、トータルヘルスケアサービスを提供する施設。オンリーユーサプリメントの提供や、最先端のアンチエイジング医療の提供により話題に。

商品開発担当者に聞く！2010年はここに注目！

不況の底がまだまだ見えない2010年。子供手当での受給開始や高速道路の無料化など、行政主導の需要喚起政策も期待されていますが、消費者の財布の紐は固くなる一方です。毎日、新商品の開発に頭を悩ませている商品企画担当者は2010年をどう見ているのでしょうか？化粧品・健康食品、それぞれの部門の担当者に、2010年注目している「モノ」「コト」について話を聞きました！

化粧品カンパニー商品企画部 商品企画第一グループマネジャー 土井 幸永子

キーワードは『美容医療／部分ケア』『内外美容』『遺伝子コスメ』

「2009年度は、不況の影響を受けにくいといわれる化粧品市場も厳しい状況が続きました。その中でも、異業種からの化粧品への参入増加が目立ったほか、不景気に連動して台頭してきたファストコスメなどの低価格・高機能の商品が消費者の支持を集めました。一方で美容医療の垣根がさがってきており、アンチエイジングケアの一環として美容皮膚科へ訪れる人も増えてきています。また、ヘアやまつげのエクステや爪の補強（ジェルネイル）などの部分ケアをする人が増加し、市場を賑わせました。

そして、近年改めて注目を集めているものが『内外美容』。消費者意識の高まりから美容はコスメに留まらず、食事やサプリメントなど内側からのケアや医療にまで幅が広がっています。私たちも内外美容という観点から相乗効果をもたらす化粧品とサプリメントの開発し、美白ケアやニキビケアの新商品を発売してまいりました。今後も肌のお悩みに対応した内外ケアを提案していくつもりです。また、医療という視点でいうと私たち化粧品分野においても遺伝子レベルの研究をすすめ、肌を根本的に改善していく無添加ならではの商品を提案し続けていきたいと考えています。」



健康食品カンパニー商品企画部 サプリメント第二グループマネジャー 岡島 大源太

キーワードは『中高年』『美容』『パーソナル』

「2010年度、私が注目しているキーワードは『中高年』『美容』『パーソナル』です。市場は厳しいながらも、中高年層の関節の悩みに対応したサプリメントや、美容目的のコラーゲン市場などは堅調に推移しており、このトレンドは2010年度も続くでしょう。

また、市場に多くの商品や情報が溢れている中で、消費者に支持をしてもらう商品を生み出すためには、開発のアプローチやマーケティングなど、今まで通りの手法では駄目だと痛感しています。こちらからの価値の押し売りではなく、お客様が本当に必要としているものを、一人ひとりにあった形で提供していく。そんなパーソナルな対応が、いまの時代は求められています。ファンケルが昨年開院した「ファンケル健康院」では、お客様一人ひとりにあった、「オンリーユーサプリメント」の提供もすでに始まっており、近い将来、通信販売や直営店舗のお客様にも、ご提供ができればと考えています。」

