

### ボールの空気圧、1年維持

スポルディング・ジャパン (03・6408・0451) の空気が減りにくいバスケットボール「ネバーフラット」

空気を何度も入れなくてすむバスケットボール。通常のボールは空気を入れてから時間がたつごとに空気が抜けていき、1年後には空気圧が約50%低下してしまうという。ネバーフラット



には空気の分子より大きな「ナイトロプレート」と呼ばれる微粒子がボール内に含まれており、ボール内の空気が外に漏れるのを防ぐ仕組みになっている。

同社試験によると、1年間は空気を入れたばかりのときの空気圧を維持できる。

《6090円。販売中》

### 解凍→焼き上げ、調理短縮

パナソニック (0120・878365) のスチームオープンレンジ「NE-R3300」

100度を超える高温の過熱水蒸気を使って調理する高級レンジ「3つ星 ビストロ」の最新機種。グリル皿の上に流れるマイクロ波の量を従来機種と比べて2割増やしたことで解凍速度を速めた。凍った食品でも解凍から焼き上げまで一度に調理でき、調理時間も3割短縮できる。

グリルとレンジを同時に使えるセット調理機能ではパスタとおこわを追加。一度に調理できる主食とおかずの幅が広がった。搭載レシピも 300種類を用意した。

《オープンだが店頭想定は15万円前後。9月1日》



## New Face

### 「スティッチ！」の紙おむつ

ユニ・チャーム (0120・192862) のベビー用紙おむつ「マミーポコベビースティッチデザイン」

ディズニーの人気キャラクターをあしらった限定商品。テレビアニメ「スティッチ！」のエピソードで、赤ちゃんにされた主人公スティッチの姿をもとにパッケージや紙おむつをデザインした。



ブランドやキャラクター関連の商品を好み、価格にも敏感な若い母親層が主なターゲット。ベビースティッチのデザインの紙おむつは1袋に10種類入っている。Mサイズは48枚と78枚入り、Lサイズは42枚と68枚入り。

《オープンだが店頭想定は 880～1380円。8月上旬》

発売元、製品名、特徴、文末のカッコ内は希望小売価格、発売日

### 甘さと酸味楽しむケーキ

ロッテ (0120・302300) のカスタードケーキ「カスタードケーキ〈ネーブルオレンジ〉」

ジャム大手のアヲハタと組み、瀬戸内で収穫したネーブルオレンジを特製のフルーツソースにして使用した。カスタードクリームと一緒に、しっとりした食感のポンジケーキに閉じ込めた。カスタードクリームの甘さとオレンジソースのさわやかな酸味の組み合わせが楽しめる。

商品パッケージやホームページでは、アヲハタのジャムとカスタードケーキを使ったレシピも紹介。主に30歳代主婦をターゲットとする。

《オープンだが店頭実勢は 298円前後。販売中》



7月に入って蒸し暑くなり、涼しく眠るための寝具が売れている。水にぬらして使うスカーフや送風機能付きの敷布団などで、前年の同時期に比べて2倍近い売れ行きの商品もある。できるだけエアコンを使わずに電気代を節約したい消費者が多いようだ。

小林製薬の「熱さまシート」(同756円)も6月の売上高が前年同期比2倍増。シートに含まれる水分が熱を吸って蒸発するため、8時間後でも冷たさが続く点が受けられている。

西川産業(東京・中央)が5月に発売した敷布団「エアロスリープ・ミニ」(2万9800円)も好調だ。足元の筒状のファーンから空気を取り込み、こもった湿気や熱気を取り除く。昨年の同種の商品に比べて4倍の売れ行き。1カ月間、1日8時間使っても電気代は約16円ですむという。

9月は北日本から西日本にかけて昨年と比べて暑くなる見通し。9月は全体的に残暑が厳しいなる見込みと見られる。

## 冷房いらず涼しく快眠

### 寝具グッズ、売れ行き2倍

紙製容器「カートカン」は軽さと値ごろ感で支持を集めている(東京都江東区のイトーヨーカ堂アリオ北砂店)



## 時計修理も「飛脚」が担う

理業のドクターウォッチ(東京・豊島)と組み、電池切れや故障した時計の宅配修理サービスを開始した。インターネットで注文を受け付け、修理後に客の自宅に送り返す仕組みだ。

花火大会の検索サイト「ウェザーニュース」(気象情報サービス) 全国の花火大会情報を取りまとめた情報サイトを開設した。全国約1000カ所で開催される花火大会を網羅しており、地域や日程から花火大会を検索できる。

# エコ商品 決め手は「お得」

「関心あるが買っているわけではない」47%



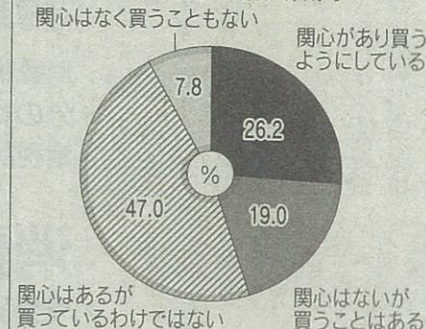
イトーヨーカ堂のアリオ北砂店(東京・江東)では、筒状の紙製容器に入った飲料が人気だ。「飲んで気軽にエコ参加」と「缶入りより軽くて持ち帰りやすいのがいい。値段も手ごろだわ」。20代後半の女性は買い物かごのなかに2本入れた。

### 1万4500種類も

筒状の紙製容器はカートカンと呼ばれる10年以上前からあった。注目を集めたのは、原料に国産の間伐材や端材を30%以上使ったほか、売り上げの一部を森林整備に寄付するなどエコをアピールし始めてからだ。

エコ容器だからといって売れるわけではない。ファミリーマートはサトウキビの搾りかすなどを

### エコ商品の購入傾向



原料にした容器を一部の総菜で使っている。昨秋、実験的に店頭の掲示物で説明したが売り上げは伸びなかった。客自身がメリットを感じにくかったためとみられる。

日経が20～60代の男女1000人を対象に5月末に実施した調査では、エコが必ずしも消費に結びついていない実態が分かった。

自身にどんなメリットがあるのかを見極めようとしている。説明受け納得よく知られているヒット商品が日本コカ・コーラのミネラルウォーター「い・ろ・は・す」だ。飲んで後に手で絞って捨てるかわかりやすさが受けて、昨年5月の発売から1年足らずで3億本を売り上げた。

型落ち生活用品 5～8割値下げ ダイエー、家電など 型落ちの生活雑貨をメーカー希望小売価格より5～8割安い価格で販売する。対象は小型家電や寝具、文具、台所用品など約250品目。象印マホービンのホットプレートが約7割引きの4980円、京都西川(京都市)の敷布団が約4割引きの9980円。

## 消費の現場

「愛用の腕時計なので、よろしくお願いします」。川崎市の主婦、春畑勝代さん(57)は玄関で小さな箱を差し出す。両手で大事そうに受け取ったのは佐川急便の配達員だ。佐川急便は今年5月、時計修

理業のドクターウォッチ(東京・豊島)と組み、電池切れや故障した時計の宅配修理サービスを開始した。インターネットで注文を受け付け、修理後に客の自宅に送り返す仕組みだ。

「理由(わけ)ありバーゲン」という名称で59店で実施する。期間中に約1億円の売り上げを見込む。メーカーから在庫処分品や生産中止になっている古い型の商品を格安で仕入れた。