

『奥長良川の秘水』が

ミネラルウォーター部門の売上げ最上位ランク

ケンコーコム(株)

日本最大級の健康関連Eコマースサイト“ケンコーコム”。健康食品や医薬品など11万点を品揃えし、1日のサイト訪問者数は約17万人、商品購入者数は約4100人に達する。今年1月に発表された『楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2008』において、総合第1位、グランプリにも輝いた。そのケンコーコムのミネラルウォーター部門で売上げが急増している商材がテクノス(株)の『奥長良川の秘水』だ。同サイトに登場して2年、リピート率の高さが特徴だ。今号ではケンコーコム(株)商品本部の野口亮介バイヤーに話を聞いた。



ケンコーコム(株)商品本部商品部
野口亮介バイヤーに聞く

本誌：『奥長良川の秘水』取り扱いの経緯について。

野口：弊社取引先のご担当者からサンプル品をいただいたのがきっかけです。飲んだ感想としては、冷やして美味しいのはもちろん、常温でもその美味しさが変わらないんですよ。家族全員で試してみたところ、私の両親が定期購入を始めました。早速、ケンコーコムでも取り扱いを決め、現在、テクノス(株)の商品は『奥長良川の秘水』と『龍泉洞の水 ファインアクアウォーター』を販売しています。

本誌：購入客層について教えてください。

野口：当サイトはEコマースには購入客の年齢層が高く、健康に対する目的意識を持ったユーザーが主流です。それだけに顧客の商品を見る目は厳しいのですが、『奥長良川の秘水』は、**口コミだけで徐々に売上げが伸び**、現在では数百点あるミネラルウォーターの中で常に**最上位ランクをキープ**しています。短期間でこれだけの人気商材になるとは予想以上でした。20サイズを5、6ケース（1ケース6本入り）まとめて購入する人も多く、確実に定期ユーザーを獲得しています。

本誌：『奥長良川の秘水』の人気の理由について、どのように分析していますか。

野口：ミネラルウォーターの中でも、内容にこだわりを持った商品だということです。天然水を**非加熱無菌充填**したことで、活性水素量が多く、“健康”を体感できます。巨人軍の**長嶋茂雄さんも脳梗塞**をきっかけに愛飲していると聞いています。通常、ミネラルウォーター関連は夏場に売上げが伸びるのですが、『奥長良川の秘水』は年間を通じて**コンスタントに売れています**。

大手ブランドのマス商品はどうしても価格競争にならざるを得ません。そうした中であって、美味しさと健康食品としての機能性を兼ね備えた『奥長良川の秘水』は小売にとって**末永く扱っていきたい商品の代表**ではないでしょうか。

『奥長良川の秘水』



『龍泉洞の水ファインアクアウォーター』



トピックス (別ページ)

ナチュラルミネラルウォーターについて

テクノス株式会社 代表取締役 中川 則成

2007 年度には 2500 億円のマーケットに見込まれているミネラルウォーターブームの根拠には要約して3つある。

1. 健康ブーム
2. 経済的ゆとり
3. 発ガン性物質の問題

また、おいしい水の条件として水に含まれる「成分」の条件をあげている。

1. 硬度：カルシウムとマグネシウムの合計量が硬度である。適量は1ℓ中10～100mgの含有範囲で、50mg くらいのものが良いようだ。水の硬度はカルシウム×2.5+マグネシ

ウム×4で計算する。

2. 炭酸ガス：水を飲んで清涼感や爽快感を感じるのはこの成分のためである。適量は1ℓ中3～30mgの含有範囲が良い。

3. 酸素：酸素のない水は死んだ水で、1ℓ中5mg以上必要だ。

「東京都消費者センター」が数年前に「おいしい水の試買テスト」を行ったことがある。市販されている32銘柄のミネラルウォーターと水道水の湯冷ましの水を比較したもので、参考にして下さい。

ここでは次の5項目の結果を紹介したい。

1. 水の品質について：ミネラル成分は銘柄によりかなり異なっていた。水の品質は硬度・酸化還元電位・PH値・クラスター値・硝酸性チッソ・有機物等の含有量の大小等で決定される。最近、高濃度酸素水や水素水が機能水として注目されている。機能性は水の成分だけでは決定されない。

2. 硝酸性チッソについて：生活排水や農薬汚染により、水道水よりもチッソの含有量の多い製品が数社の大手ミネラルウォーターや著名な欧州産からも検出されている。

3. アセトアルデヒドについて：高温加熱殺菌充填するとペットボトルから微量だが発ガン性物質であるアセトアルデヒドが溶出することが関係者には知られている。証拠にガラスボトルや常温充填の欧州産の水からは検出されていない。

4. 細菌について：大腸菌群はすべての銘柄が陰性だったが、8銘柄については「水道法の水質基準」を超えていた。

5. 官能テストについて：32銘柄中、湯冷ましの水道水と識別できたのは、たったの4銘柄だった。その4銘柄についても「おいしさ」にそれほどの違いはなかった。この理由は日本のミネラルウォーターは殆ど加熱殺菌方式の製法のためである。海外ではボトルドウォーターと呼んでいる。

※ 全国に400工場以上の水工場がありますが、非加熱フレッシュパック充填工場は10工場前後しかありません。完成度の高い非加熱無菌濾過(フレッシュパック充填)方式の水工場は4～5工場です。加熱殺菌充填(ホットパック充填)方式が日本の水工場に多いのは、非加熱無菌濾過方式のノウハウを持っていない設備業者が多いのも大きな理由である。国際的には加熱殺菌充填方式は認められていません。

(広告原稿) ※前回と同じ内容です。

からだに美味しい水 「奥長良川の秘水」

読売ジャイアンツ終身名誉監督

長島茂雄氏も愛飲している水です

自社開発の高速循環式活水装置(特許取得済み)を用いて、遠赤外線放射セラミック処理と磁場処理を施しました。水の分子集団が小さいので体に吸収されやすく、また非加熱無菌ろ過方式による充填を行っているため、熱に弱い活性水素を十分に維持した状態で飲用できます。

希望小売価格

2L : 300円

500ml : 150円



全国に「秘水」ブランドを展開する
中川代表取締役

超軟水・非加熱
甘くてまろやかな味



モニターのご協力により、多数の貴重なデータが準備できました。(ホームページに実名で公開中)

【秘水のページ】 <http://www.hisui-technos.com/~water>

「テクノス秘水」で検索できます。

プラント
設計・施行



テクノス株式会社 TECHNOS
CORPORATION

販売代理店募集中

〒162-0056 東京都新宿区若松町33-6(菱和パレスビル7F) TEL:03-3204-9771 FAX:03-3204-9770
水工場建設ホームページ <http://www.hisui-technos.com> E-mail: technos@infy.com