スの企業と切事例を示をベースと業務連携は

く盛り込ま・着用シーせるように

ゴンと携帯

健食販促の会員誌「はればれ」

化へ

は「その健必要ですトがいら

ない生活。」と銘打ち、健食の販促媒体であることを逆手にとった内容。旬の野菜や日本の伝統的な食生活を推奨すると共に、〝サプリメントがいらない生活〟に近づくために、いまこそ、確かなサプリメントを選びたい」として、同社製品の

ができる。また、独自の市場調査も積極的にやっていて、ここ最近では一千万円強の資金を投入して四十一

電話の通販サイトを大きく告知し、誘引を図っている。

同誌は季刊。年間発行部数は百六十万部強。

進んでいないという指摘もあるが、シニアの中には我々が想像している以上にアクティブで、ネットも十

るようになれば、新たな収益の柱になり得ると見ている」

ブランディングを図った。

そうしたことから、〝売り〟の姿勢を控え、カタログページは設けられていない。唯一、挟み込んだチラシ（四つ折二枚）と裏表紙だけを商品ページとしている。それ以外は、同社が健食に使用している素材の訴求や生活習慣の提案、九州地方の紹介など読み物にページを割いた。

カタログページは先行して発行している会員誌「よか」に掲載されていることや、会員誌とは別に送付しているDMがあるため、様々な接点を得て、全体として健食の注文が増加することを狙う。

ドに接続して利用が可能となる。「企画・開発中」（同社）としているが通販のほかニュース配信や出前・宅

ット・ジャパン、ディーエイチシー、ナチュラムなどが出店している。

# 行部数、増加傾向に

## 主要カタログの冬号 冬場商戦拡販へ

社・香川県（社長）は「カタログ」した。創

（予定数）は、女性アウターファッション等の「レディースセシール」が二百八十万部、女性インナーの「セッズセシール」が百四十万部。

「昨年は、秋カタログに重点を置いた形だったが、

で、「あったか暮らしカタログ」（発行部数二百万部）も発行する。一時、年五回

数を増やし拡販へ

発行していた「セシールリビング」については、発行頻度を減らしてきた。今年は春夏と秋冬の年二回発行で、季節感を持たせた増刊カタログの展開により、冬物商材の拡

「セシールブランヌ」の三冊。「すてきさろん」は、六十代以上をメーンターゲットとしたカタログで、百十万部を発行。また、「冬が好きになる服」は、二十代―三十代女性向けに七十万部を発行する。同社の主要客層は、四十代前後だが、創刊カタログを通じ、幅広

## 沖縄チャンネル

# 来年10月、CS開局へ

## 沖縄県産品に特化 12月に楽天TVでテスト

沖縄県産商品のCS（通信衛星）テレビ通販を企画している沖縄チャンネル（準備室・沖縄県浦添市、崎山英則社長）は、来年のCS局開局へ向けて準備を進めている。沖縄県の生産者や企業から商品供給を募集し、十二月にはスカイパーフェクTVでテスト放送を実施する。レスポンスなどを検証すると共に、今後もテスト放送を継続。開局前に番組内容、運営モデルなどを詰める計画だ。

テスト放送の枠は、楽天グループ会社でCS放送事業の楽天ティービーが運営する「楽天ショッピングチャンネル」（217チャンネル）。十二月二日から同十七日にかけて、三十分一番組、合計六十回前後を放送する。「お歳暮」商戦や正月の「お取り寄せ」需要も狙う。

実施に当たり、沖縄県健康食品事業共同組合も協賛した。これにより、地元の健食販売事業者の商品供給が決定し、果物などを含め約三十商品を同枠で販売する。

楽天ショッピングチャンネルでのこうしたテスト放送は三回ほど実施する計画。売れ筋などを検証し、本放送に生かす。

ビジネスモデルは、視聴無料のCS放送とし、物販売上を収益の柱とする。生産者や農園を登場させ、ドラマ仕立ての通販番組を目指す。加えて沖縄文化や歴史なども盛り込み、「従来とは違った通販番組にしたい」（大場洋介取締役開局準備室長）としている。

同社は二〇〇六年一月に設立。沖縄にはドラゴンフルーツや車えび、もずくといった特徴のある商品が多い一方、全国的な販路を持つ生産者や企業は少ないと判断。全国一斉に視聴・販売できる衛星を使ったテレビ通販に需要があるとして、二〇〇七年十月のCSテレビ局開局を計画した。

資本金は一千万円。来年に第三者割当増資を行い、一億円にする意向だ。

通販新聞



# 計画達成への

## 大手総合通

## ベルーナ

前期（二〇〇六年三月期）の連結業績で売上高が五・九%増の千二百十九億三千八百万円、営業利益が三・五%増の百十二億六千百万円と、十四期連続の増収増益を果たしたベルーナ（本社・埼玉県上尾市、安野清社長）。依然、好調な推移を迎る同社では、今期から、五カ年の中期経営計画「あすなら計画」をスタートさせた。従来のカタログ事業依存の構造から脱却し、各事業でのポートフォリオ経営を進め、グループ全体としての成長を図るというもので、最終年度で営業利益二百億円を計画する。初年度の滑り出しとしては、順調な動きを見せているが、同社の安野社長は、「カタログ事業、単品通販事業、アドバンスド・ファイナンス（A・F）事業」が計画達成の「カギ」と見る。

第一四半期時点での各事業の売上高は、カタログ事業が前年同期比八・一%増の二百二十三億九千八百万円、単品通販事業が同一・三%増の六十九億三千九百万円、A・F事業が同三八・九%増の十九億九千四百万円、OT事業

庁間の情報共有やより緊密な連携が必要と判断。今回の検討会以外にも九月九日付けで、関係省庁の消費者政策担当課長会議の設置を決めている。

検討会は死亡・重篤事故のみならず、幅広い苦情相談を効果的に活用する方策について議論することが目的。情報収集の迅速化および

第一―二回では苦情相談情報の収集・提供や利用ルール、「パイオネット」検索についての現状を把握。第三―四回で関係省庁や消費者センターからのヒアリングおよび論点整理を実施する。

第五―六回では苦情相談情報登録の期間短縮方法や、現行手法の改善および

## キューサイ

青汁を

手がける

・福岡市

十月二日