

# 「観光士」の認定制度

## 日本販路コー ディネータ協 民間資格で開始

日本販路コーディネータ協会(東京都北区、小塩稻之理事長、03・3598・6898)は、観光関連大学の大学生や観光産業に携わる社会人を対象とした民間資格「観光士」の認定制度を始める。

300人前後を認定する見通しだ。協会内に設置している日本観光文化検定協会が認定の実施主体となる。

検査の実施主体となる。第1回試験を12年6月17日、第2回を同11月18日に全国6・7会場で開催

予定。「毎年6月と11月の計2回開く」(小塩理事長)方針。日本販路コーディネータ協会が10月

に発行した『コトづくりに、モノづくり、場おこし学』を公式テキストとする。試験は観光産業の経営やマーケティングなどに関する内容が中心。小塩理事長は「よりビジネスに直結する内容の検定を実施したい」としている。

## 免震で長期優良認定

### 三菱地所レジ デンスと鹿島 高層集合住宅を発売

海月 晴2  
東京 東来

三菱地所レジデンスは鹿島と共同で、免震構造の集合住宅として都内で初めて長期優良住宅認定を受けた超高層マンション「12年2月下旬に発売す

る。地上49階建て(住戸3148戸)高さ約175m、総戸数883戸のうち第1期分300戸程度を販売。住戸は96タイプ

別化したい」と、ビタミリ返る。常に刷新

同社の女性向けドリンク剤「アルフェ」シリーズは、今年20周年を迎えた。ロングセラーだからこそ常に新しさを出さないといけない。大正製薬は製品数が膨大なため、以降、出荷ベ



あり、価格は1LDK(専有面積40平方メートル)

# 市場規模100億円突破

## 女性向けドリンク剤

女性向けドリンク剤市場が元気だ。市場規模は小さいものの2007年度以降順調に成長を続け100億円を突破した。一般的なドリンク剤市場は90年代後半の規制緩和で医薬部外品ドリンク剤の販売チャンネルが広がり、販売増が続いた。だがその効果が落ちつき、女性向けドリンク剤を次の成長のけん引役に定める。配合成分やイメージ、販売チャンネルなどで工夫し、差別化を進めている。(石橋弘彰)

「ハイスードリンク」を発売した。米田さんによると「疲れを取り除いて肌に良い効果がある。2ステップのイメージで差

別化したい」と、ビタミリ返る。常に刷新

同社の女性向けドリンク剤「アルフェ」シリーズは、今年20周年を迎えた。ロングセラーだからこそ常に新しさを出さないといけない。大正製薬は製品数が膨大なため、以降、出荷ベ

やハートをもたななものになった。商品は説明り星について戸惑った」とだが、この性への訴求は素。熱心な商業担当者も発以降、出荷ベ

# 成分・イメージで差別

## 疲れを取る

「働く女性が増えて疲れやビタミン不足を意識している。ここに訴求する」と、武田薬品工業へ

ルスケアカンパニーマーケティング部の米田純子さんは狙いを説明する。同社は7月、女性をメ

年度	市場	対前年度比
07年度	70	13
08年度	79	14
09年度	101	28
10年度	105	4

※単位億円、対前年度比は%、金額は小売ベース、大正製薬調べ

理解してもらおうのが大変だった」と、大正製薬ブランドマネージャー部の中村絨子アルフェ・西洋ハーブブランドマネージャーは、リニューアル時の苦労を振

営業に注目してもらわないうと埋没してしまうからだ。同シリーズは、08年に「アルフェネオ」として大幅刷新した。クマのイメージキャラクターやピンク色をメインにした外装を採用。販売促進ツールも、キラキラした星

女性向けドリンク剤の棚は小さく落ち込むとすれてしまう。タ成長を継続

## 商社・物流・医食住