



カラダを変えていく。

AEROLIFE

2011年6月1日（水） フジサンケイビジネスアイ

10 成長企業・VB 2011年6月1日（水）

Fuji Sankei Business i.

第三種郵便物認可

モダンロイヤル シニア向け商品中心

ネット通販支援サービス開始

通信販売向け商品の開発製造を手がけるモダンロイヤル（東京都台東区）は、インターネット通販会社の商品提案力を高め、事業展開を後押しする「総合支援・卸サイト」を開発した。このサイトに掲載された同社製品を紹介する動画や情報ページを、ネット通販会社が簡単に自社ホームページに取り込んだりすることができる。商品の魅力をネット上でわかりやすく伝える仕組みづくりに協力することで、各通販会社の販売活動に弾みをつけて、自社商品の売れ行き拡大を図る。

同社は、「エアロライフ」というブランドで商品を展開。健康器具などの「フィットネス」、空気清浄機などの「リビング」、高齢者が健康に暮らす

ための製品群「シニア」といった分野に商品を投入し、全体で約20点を大手通販会社やテレビショッピングなどを通じて販売している。

今回、中高年層向け商品を中心に6点の製品について、使用方法などを3～5分程度で解説する動画を自社で作成し、ネット通販会社向けに提供することにした。

動画はデータ容量が大きく、ネット通販会社のサーバーを使用すると動作が重くなってしまうため、ネット閲覧者が提供動画を見る際には、同社のサーバーに自動接続されるなどシステム上の細かな配慮もしている。

同社は、創業45年目の昨年、商品を大幅に見直し、売れ筋以外は取り扱いを休止し、利益率

を大幅に向上させた。今後は、従来のカタログ通販やテレビショッピングに加え、ネット通販などへ販路を拡大するほか、売れ筋商品を積極的に開発投入して攻勢をかけていく。

なかでも、中高年層向け健康器具は高機能でありながら価格を抑え、ネット通販の目玉商品に育てる方針だ。4月には、椅子に座ったまま足踏み運動ができる新製品「エアロライフ・モーションナビ」（1万2800円）を投入した。加齢とともに衰える下半身の筋肉を強化しつつ、柔軟性を高めることができる商品としてアピールしていく。

市川誠社長は「今後、年間6～8種のペースで新製品を発表し、事業を拡大したい」と意欲をみせている。



モダンロイヤルが今年2月の東京インターナショナルギフトショーで披露した骨盤ストレッチ用器具。同社はインターネット通販会社を通じて健康器具などの売り上げ拡大を図る。東京江東区の東京ビッグサイト

モダンロイヤル株式会社