

60年以上にわたる哺乳研究から生まれた日本・中国で市場シェア第1位の哺乳器

中国の「自然実感」シリーズから新商品発売

2021年9月23日（木）より中国販売開始

ピジョン株式会社（本社：東京、社長：北澤 憲政）は、中国で発売している哺乳器「自然実感」（日本における商品名：母乳実感[®](※1)）をリニューアルし、「自然実感Ⅲ」として2021年9月23日（木）より中国の主要ECサイトならびに一部の店頭にて先行発売、さらに2022年2月からは日本ならびに中国の他の流通エリアでも発売を開始します。



▲全世界共通デザインの白を基調としたシンプルなボトル

日本国内の病院・産院で最も多く使われ^(※2)、日本の哺乳器市場シェアトップ^(※3)である哺乳器「母乳実感[®]」は、中国では「自然実感」の商品名で販売をしております。販売以来ピジョンブランドへの高い信頼性や製品の安全性などが中国の“^{バーリンホウ}8 0 後・^{ジューリンホウ}9 0 後・^{ジュウーホウ}9 5 後^(※4)”等と呼ばれる幅広い世代のママ・パパに支持され、口コミも広がり、現在中国でもシェア第1位^(※5)を獲得しています。また中国では第3子容認政策の法案も2021年8月に可決されました。このような状況から、今後益々の事業の伸長を期待し、今回は中国から「自然実感Ⅲ」の発売を開始。中国国内主要ECサイトである「Tmall（天猫）」や「JD.com（京東商城）」ならびに一部のチェーンベビーショップ等において先行発売をします。

「自然実感Ⅲ」は、赤ちゃんの哺乳に大切な要素の一つである吸着（ラッチオン）に適切に導けるよう、赤ちゃんが乳首をくわえる深さの目安を示す「ラッチオンライン[®](※6)」を新たに採用し、初めての授乳でも安心して、より効果的に授乳ができるようにしました。また乳首の素材はママのおっぱいのやわらかさと弾力に近づけるために新開発したシリコーンゴムを使用し、赤ちゃんがママのおっぱいから直接哺乳する時と同じようななめらかな舌の波動状運動ができるようにしました。この結果、ピジョンが60年以上にわたり続けている哺乳研究が導き出した「哺乳の3原則」（^{きゅうちやく}吸着・^{きゅうてつ}吸啜・^{えんげ}嚥下）を継承しつつ、従来品よりさらに赤ちゃんがママのおっぱいを飲むときと同じような哺乳運動が出来ることを目指した商品となりました。

さらに、全世界共通デザインの白を基調とした清潔感を追求したシンプルなボトルの他、動物のイラスト等、育児を楽しく彩るように各国独自のデザインボトルも発売します。

「自然実感Ⅲ」の発売を機に、何らかの理由でママからの直接授乳が叶わないような場合でも、いつでも安心して母乳育児が継続できるという価値を、これまで以上にお客様へ提供してまいります。さらに、現在40%を超えている中国市場シェア^(※7)を数年以内には50%超へと上昇させ、ひいてはピジョングループ全体の事業の伸長を目指してまいります。

※1：「母乳実感」はピジョン株式会社の登録商標(日本国内)です。

※2：2020年当社病産院回訪活動調べ（直付け式哺乳器・キャップ式哺乳器合算による）

※3：当社調べ(2020年12ヵ月平均、インテージPOS全国ベビーショップ・ドラッグストア合算拡大推計値による)

※4：中国における年代を表す言葉で、80後は1980年代生まれの中で一人っ子政策施行後の生まれの方、

90後は1990年以降に生まれた方、95後は1995年～1999年生まれの方を指す。

※5・7：ともに当社調べ(セルアウト/金額ベース)

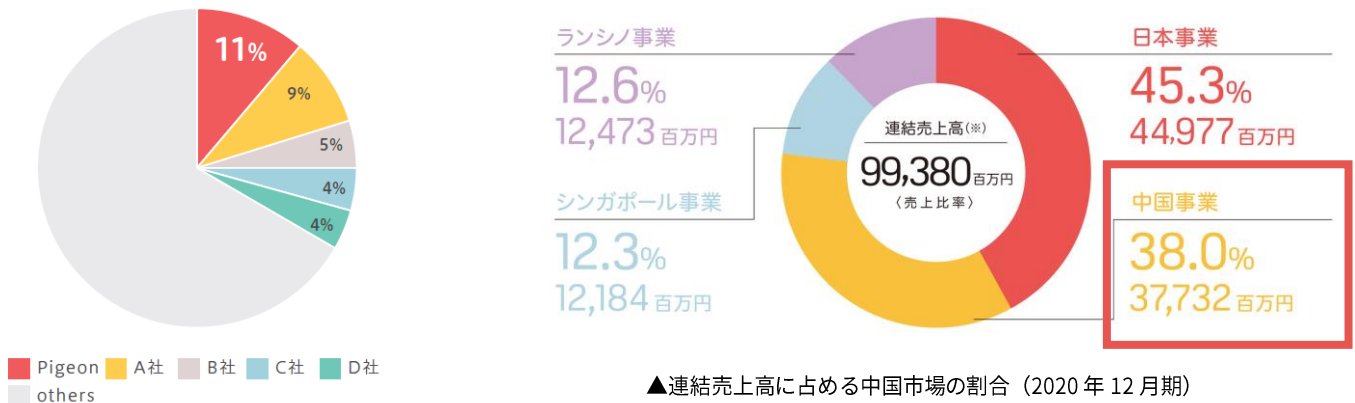
※6：「ラッチオンライン」はピジョン株式会社の登録商標(日本国内)です。

Celebrate babies the way they are

■哺乳器の世界シェアと、中国事業が当社に与える影響について

2010年に日本で販売を開始した一世代前の母乳実感®は、2020年までの11年間で約1億4千万本、乳首単体では約2億9千万個を世界中で販売してきました。売上は年々増加し、2020年は哺乳器のグローバルシェアの約11%をピジョン製品が占め、世界シェア第1位(※8)を記録しています。

また、当社全体の売上高の38%を中国事業が占めるまでに成長し、中国事業が及ぼす売上高・純利益への貢献度も年々高まっています。



Legend: Pigeon (Red), A社 (Yellow), B社 (Grey), C社 (Blue), D社 (Green), others (White)

Global Baby Bottles. Market 2021 by Manufacturers, Regions, Type and Application, Forecast to 2026. Global Info Research.

▲連結売上高に占める中国市場の割合 (2020年12月期)

※上記の事業売上高には事業間取引に係る売上が含まれているため、売上構成比は総計100%にはなっていません。

※8：▲2020年哺乳器グローバルシェア (金額ベース)

■中国発売の自然実感Ⅲの商品概要 (一部)

商品名	自然実感Ⅲ ガラス製	自然実感Ⅲ プラスチック製 (※PPSU製)	自然実感Ⅲ プラスチック製 (※PP製)
商品画像			
容量	80ml、160ml、240ml	80ml、160ml、240ml、330ml	160ml、240ml、330ml
対象月齢	80ml：0ヵ月頃～、160ml：1ヵ月頃～、240ml：3ヵ月頃～、330ml：6ヵ月頃～ (PP製160ml：0ヵ月頃～)		
税込価格	80ml：139 RMB 160ml：149 RMB 240ml：159 RMB	80ml：119 RMB 160ml：129 RMB 240ml：149 RMB 330ml：169 RMB	160ml：79 RMB 240ml：82 RMB 330ml：85 RMB
URL	https://www.pigeon.cn		

■中国で発売するデザインボトル一覧

ユニークな商品を好み、デザインの面でも妥協をしない 1990 年代後半～2010 年頃に生まれた Z 世代のママ・パパを意識し、デザインボトルにおいては様々なデザインをラインアップしました。



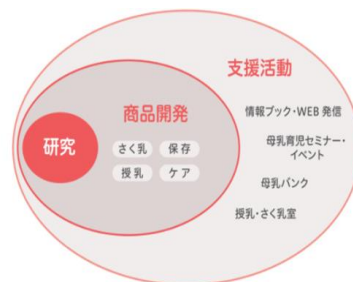
■各事業における発売日

中国事業での発売からスタートし、その後他の事業エリアでも発売を予定しております。

- 中国事業：2021 年 9 月 23 日（木）より中国の主要 EC サイト、一部のチェーンベビーショップより順次発売
- 日本事業：2022 年 2 月より全国の主なベビー専門店などで発売予定
- シンガポール事業：東南アジア諸国は 2022 年夏頃より順次発売予定

■ピジョンの母乳育児支援の考え方

ピジョンは適切な情報や商品・サービスを通して、赤ちゃんのご家族が望むだけ長く母乳育児を続けられるよう応援します。また、さまざまな理由で母乳育児が困難な場合も、赤ちゃんの健やかな成長のために最善な方法をお届けします。



■「自然実感(母乳実感®)」が目指すもの

母乳育児を阻害しないため、赤ちゃんがおっぱいを飲む時と同じような哺乳運動ができる哺乳器を目指しています。何らかの理由で一時的に哺乳器を使用しても無理なく直接授乳へ戻れることを目指して研究・開発した哺乳器が自然実感(母乳実感®)です。

※国により商品名が「自然実感」「母乳実感®」「SofTouch」のいずれかで異なります。