

(報道資料)

**女性に特化した新ブランドの第1弾として「La Muse」を立ち上げ  
まず、統一デザインの体組成計、活動量計、皮下脂肪厚計を4月1日に発売  
オンワード樫山のファッションブランド「Ferox」とコラボし、新規販路を開拓**

2014年3月6日

株式会社タニタ

健康総合企業を標榜する株式会社タニタ（東京都板橋区前野町1-14-2、社長・谷田千里）は、女性に向けた新ブランドの第1弾として「La Muse（ラ ミューズ）※」を立ち上げます。20代後半から30代前半の女性に向けたシリーズで、まず体組成計、活動量計、皮下脂肪厚計を4月1日に発売します。いずれの商品も女性ならではの機能やデザインにこだわり、体組成計では美脚度や皮下脂肪率といった新たな指数を取り入れています。また、初めて商品化した皮下脂肪厚計は、体組成計と同じ生体電気インピーダンス法を採用し、二の腕など三つの部位の皮下脂肪の厚みを高精度に計測できるようにしました。価格は体組成計が1万円（税抜き）、活動量計が6000円（税抜き）、皮下脂肪厚計が1万5000円（税抜き）。専用サイト（<http://www.tanita.co.jp/content/lamuse>）での販売のほか、これまでの健康計測機器にはなかったファッションブランドショップや雑貨店などでも展開します。まず先行してオンワード樫山のレディースファッションブランド「Ferox（フェルウ）※」と協業。主要店舗での期間限定販売に加え、6月には同社とのコラボレート商品の発売も企画しています。こうした新たな取り組みにより3機種で初年度3万台の販売を計画しています。

理美容家電業界は女性の嗜好の多様化により活況を呈する一方で、商品やサービスに対するお客様の目も厳しくなっています。タニタでは新しいブランドを立ち上げる上で、こうしたお客様のニーズに応えながら明確な存在感を示せることに重点を置いて取り組んできました。このため発売に向けて組織の枠を取り除いた女性社員中心の専門チームを編成。コンセプトづくりから企画、デザイン、マーケティング、商品化、営業（流通チャンネル開拓、販売支援）に至るまで一貫して対応しました。今回、新たに立ち上げるブランド「ラ ミューズ」は、インナービューティー（内面からの美＝健康美）をコンセプトとし、20代後半から30代前半の女性に向けたシリーズです。パッケージにもこだわりました。美しくなりたい自分へのプレゼントを意識し、ロゴやカラーなどに統一感をもたせプレミアム感を高めています。



第1弾として発売するのは体組成計「BC-800」、活動量計「AM-132」、皮下脂肪厚計「SR-803」の3機種各3カラー。パステル調のカラーを基調として女性を意識したデザインとなっています。それぞれの機種の具体的な機能としては、体組成計は体重、体脂肪率、基礎代謝量、体内年齢に加え、新たに脚の筋肉量から美脚度を、また全身の皮下脂肪率をそれぞれ5段階で判定する指標を表示することができます。女性が使いやすいように小型・軽量化を図り、冬に計測しても冷たさを軽減するように樹脂電極を採用しました。

活動量計は1日の総消費エネルギー量を計測。その結果を数値やグラフで表示するだけでなく、女性の月経周期に合わせてダイエットチャンス期とリラックス期を知らせる女性ダイエットモードを搭載。また、月経日を入力することで次回の月経予定日を表示したり月経周期の管理もできるようになりました。さらにネクストラップの付いたシリコンケースを付属。本体を保護するほか、洗うことができるので常に清潔に保てるとともに肌に触れても冷たさを感じないなど女性の生活環境に配慮しました。

今回新たに投入する皮下脂肪厚計は、本体背面の電極を計測部位に軽く押し当てて、その電気抵抗値から独自のアルゴリズムにより皮下脂肪の厚みを推定します。計測部位は女性が特に気になる二の腕、お腹、太もも。0.1cm単位の高精度計測が可能で、「薄い」「標準」「厚い」の3段階で判定します。また、タニタがサポートしている2014ミス・ユニバース・ジャパンのファイナリスト43人に実際に皮下脂肪厚計を使用してもらっており、そのデータを今後の新しい美容指数開発に反映させていきます。

新規の流通チャンネルを獲得するため、異業種とのコラボレーションを本格的に展開します。まずオンワード樫山のファッションブランド「フェルウ」と連携。4月1日から東京と大阪の店舗で2週間の期間限定販売を実施するとともに、6月にはコラボ商品の発売およびキャンペーンの実施を計画しています。タニタでは今後も「ラ ミューズ」ブランド商品の拡充とともに、新たな流通チャンネルの開拓やコラボレーション商品の企画などに取り組んでいく考えです。

※La Muse(ラ ミューズ)とは

「love」「muse(女神)」「use」から生まれた造語で、女性の健康的で美しいからだづくりをサポートするタニタの戦略的ブランドです。若い女性のやせすぎが社会問題化する中、商品化にあたってはタニタが持つ膨大な体組成のデータをもとに“筋肉と脂肪のバランスがとれた健康的な女性を一人でも多く”をテーマに開発。女性社員を中心とした専門チームが企画を立ち上げ、デザインから商品化、営業に至るまで一貫して取り組み、ちょっと頑張る女性達を応援します。

※F e r o u x (フェルゥ) とは

誰からも好感の持たれる『愛される服』をコンセプトに2005年に誕生したオンワード樫山のオリジナルブランド。  
気軽に楽しめるリーズナブルなプライスと着まわし可能な汎用性の高さを併せ持ったスイートカジュアルファッションとして、大学生・OLに向けてフェミニンでスイートな洋服・バッグ・アクセサリなどを取り扱い、現在、全国に約100ショップを展開しています。

## 【商品仕様】

<体組成計>

商品名	体組成計 BC-800
カラー	ベビーピンク、シャーベットピンク、スノーホワイト
最大計量	150kg
最小表示	0～100kgまで100g 100～150kgまで200g
表示内容	体重、体脂肪率、体脂肪率判定(5段階)、基礎代謝量、基礎代謝量判定(3段階)、体内年齢、皮下脂肪率、皮下脂肪率判定(5段階)、美脚度、美脚度判定(5段階)
皮下脂肪率 ※1	2.8～72.8%(0.1%単位)
皮下脂肪率判定 ※1	少ない/ー標準/標準/+標準/多い
美脚度 ※2	50～100点(1点単位)
美脚度判定 ※2	レベル1～5
過去データ	前回値
登録人数	4人/ゲストモード付き
商品サイズ(質量)	D211×W260×H32mm (約900g/電池含む)
価格	1万円(税抜き)

※1 対象：18～99歳まで

※2 対象：18～99歳までの女性

<活動量計>

商品名	活動量計 AM-132
カラー	ベビーピンク、シャーベットピンク、スノーホワイト
検出方法	3軸加速度センサー
表示内容	24時間カロリズムグラフ、総消費エネルギー量、安静時代謝量、消費目標エネルギー量、摂取目標エネルギー量、今日の達成度、目標の達成度、歩数、女性ダイエットモード、月経日からの経過日数、次回月経日までの残り日数
女性ダイエットモード ※	チャンス期／チェンジ期／リラックス期
月経日からの経過日数	1～99日
次回月経日までの残り日数	1～40日
過去データ	14日間（目標達成度、過去の月経周期記録は12回分）
商品サイズ（質量）	D13×W66.5×H32mm（約22g／電池含む）
価格	6000円（税抜き）

※対象：18才～閉経まで

<皮下脂肪厚計>

商品名	皮下脂肪厚計 SR-803
カラー	ベビーピンク、シャーベットピンク、スノーホワイト
表示内容	皮下脂肪厚、皮下脂肪厚判定
計測範囲	0.1～5.0cm
最少表示	0.1cm
皮下脂肪厚判定	薄い／標準／厚い
過去データ	前回値（各部位、女性のみ）
商品サイズ（質量）	D138×W44×H26mm（約87g／電池含む）
価格	1万5000円（税抜き）

**【発売日】**

2014年4月1日

**【年間販売目標】**

3万台（3機種合計）



**女性に特化した新ブランド第1弾「La Muse」  
統一デザインの体組成計、皮下脂肪厚計、活動量計（左より）**

### お客様からのお問い合わせ先

株式会社タニタ お客様サービス相談室  
ナビダイヤル: 0570 (099) 655  
受付時間: 平日9:00-18:00

報道資料に記載されている情報は発表日現在のものです。このため、時間の経過あるいは後発的なさまざまな事象によって、内容が予告なしに変更される可能性があります。あらかじめご了承ください。