日本トリム

イニエスタ選手をアンバサダーに

スポーツ界での認知拡大も狙う

イニエスタ選手（中央）と森澤紳勝社長（左）、第13代日本サッカー協会会長の大仁邦彌氏

電解水素水整水器の職域販売を展開する日本トリムは4月7日、プロサッカー選手のアンドレイ・イニエスタ選手とアンバサダー契約を結んだと発表した。日本トリムでは、電解水素水整水器のスポーツ業界での認知拡大を図っている。イニエスタ選手のアンバサダーへの起用を、スポーツ業界でのさらなる認知拡大につなげていきたい考えだ。

日本トリムはイニエスタ選手をアンバサダーに起用し、イニエスタ選手のサインが入った電解水素水整水器「トリムイオンRefine（リファイン）」を数量限定で発売するという。イニエスタ選手が電解水素水整水器を使用している様子などを収めた動画を、特設サイトで配信する。イニエスタ選手とのアンバサダー契約の期間は22年12月末までとしている。

同日開かれた記者会見では、イニエスタ選手と、日本トリムの森澤紳勝社長が登壇。イニエスタ選手が普段飲んでいる水へのこだわりなどについて語った。

日本トリムでは現在、日本のプロサッカーチーム15チームと契約し、選手が活動する拠点に電解水素水整水器を設置している。プロスポーツ業界における電解水素水の認知拡大を図るほか、選手や関係者の自宅への整水器の設置を提案する目的があるという。

日本トリムでは20年4月、立命館大学と共同で、電解水素水と持久性運動時のエネルギー消費に関する研究成果を発表した。水素水が、持久運動のエネルギー消費量を有意に低減することなどが確認されたという。日本トリムとしては、こうしたデータを足掛かりに、スポーツ業界への認知を拡大させていきたい考えだ。

22年3月期の出荷台数、大幅に減少

24時間風呂協議会

24時間風呂協議会（事務局徳島県、堀晋司会長）の22年3月期における24時間風呂の出荷台数は、前期比36・2%減の4819台となった。

コロナ禍による需要低迷や販売不振の影響が響いている結果だとしている。特に22年1―3月期（純第四半期）における販売数の減少が大きく、前年同期と比べて968台減った。

協議会によると、「会員1社の販売終了も大きく影響した。依然として厳しい状態にある」としている。22年3月末までの会員数は、正会員が5社、賛助会員が4社となっている。

日本流通産業新聞　2022年4月14日（木）発行