



株式会社 あらた

本社
〒135-0016

東京都江東区東陽6丁目3番2号 イースト21タワー
TEL 03-5635-2800 FAX 03-5635-2845

関連会社

北海道支社 TEL 011-742-4111
東北支社 TEL 022-342-6675
関東支社 TEL 03-5635-1635
中部支社 TEL 052-231-7872
関西支社 TEL 072-362-2000
中国支社 TEL 086-292-5805
九州支社 TEL 092-632-7501

ジャパベル(株) TEL 0568-85-4111
ジャパベルパートナーシップサービス(株) TEL 0568-85-8822
株式会社 アラタ TEL 011-741-9111
株式会社 アラタ マーケティング TEL 03-5635-1113
株式会社 アラタ マーケティング(株) TEL 072-875-3341
株式会社 アラタ(上海)貿易有限公司 +86-21-3220-6210
ARATA (THAILAND) Co.,LTD. +662-262-0671
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD. +852-2339-4010
SIAM ARATA Co.,LTD. +66-2-258-2223

女性の買い物価値観と求められる売り方

1. なぜ女性なのか

今、女性市場に注目が集まっています。働く女性が増えることによる所得アップや仕事、家事、育児の両立に伴う困りごとの増加、主婦を専業とせず30代、40代、50代と働き続けるライフスタイルが新たなニーズを生み出しマーケットを潤すことに期待がもたれているのです。

そして、女性は家族で消費される物の購買決定権を握っています。企業の一方的な宣伝、広告よりもクチコミによる購買が注目されるようになって久しいですが、女性のクチコミ力は男性の3倍あると言われ、クチコミによって購買が促されやすいのもまた女性です。このように、女性市場への期待とは、単に所得の上昇による経済効果だけでなく、そのあまりある影響力にあるのです。

2. 男と女は違う

これからのビジネスは、女ゴコロをつかむことが成功のカギとなります。では、どうすれば女ゴコロをつかむことができるのでしょうか？ 男と女は平等ですが、「性差」はあります。男女は身体づくりが違うし脳も違います。また、ライフスタイルも違えば、それらに伴う価値観も異なります。ここからは男女の違いについて、買い物における価値観にスポットを当ててお話ししましょう。

①「スペック」にこだわる男性、「イメージ」にこだわる女性

男性は商品を選ぶ際、機能や性能を

重視します。男性向け情報誌には、商品とスペックをずらっと一覧にして徹底比較する記事が多く、男性はそれを見てワクワクしながら、このすごい性能を試してみたい、誰よりも早く手に入れたいと考えます。一方、女性がモノを買う時は、その商品を手に入れた瞬間から、自分の生活がどう変わるかをイメージし、これを持っていたら、今よりもっと幸せな気分になれるだろうか、自分がどう見えるだろうかというイメージをします。頭の中に「私の幸せ」のイメージが鮮明に浮かべば浮かぶほど、その商品を買いたいと思うのです。

②「勝負」にこだわる男性、「共感」したい女性

買物におけるコミュニケーションの一つに「質問」があります。男性にとって質問は「勝負」です。わからない、知らないことは「負け」であり、知っている、人に教える行為は「勝ち」です。負けを認めて頭を下げて質問するので、男性が店員や営業担当者から求めるのは、それでも聞いてよかったと納得できる問題解決につながるような的確で深い商品知識です。一方、女性にとって質問は相手と親しくなるためのコミュニケーション手段であり、店員や営業担当者から求めるのは「共感」です。女性から質問や相談をされた時、いきなり情報提供や問題解決をしようとするのではなく、相手の話をよく聞き、「嬉しい」「悲しい」「辛い」「楽しい」「不安」といった感情に共感すると、お客様はその人を信頼し、その人の勧めを

信じて購入に至るのです。

また、男性の買い物は人より勝つことが大事ですから、お気に入りには内緒にします。自分が気に入ったからといって、誰彼となく勧めるようなことはしません。一方、女性は主観的で、私が気に入ったのだから、きっとみんなも気に入るはずだと考えます。共感してもらえると嬉しいから、自分のためにクチコミをします。女性は共感能力が高いので、「素敵でしょ」「かわいいでしょ」と投げかけられると、本心からそう思っているかは別として、「素敵ね!」「かわいいね!」と返します。ツイッターやフェイスブック、インスタグラムといったSNSは、まさに共感のツール。気に入った写真をアップすると、みんながいいねと褒めてくれます。すると嬉しくなってまた拡散し、そうやってクチコミがどんどん広がっていくのです。

③「結果」がよければいい男性、「買い方」にこだわる女性

男性の買い物は、意中の商品を手に入れるという「結果」を得るために最も効率のよい方法を選びます。メーカーや品番を調べて価格.comやアマゾンで検索し、一番安く、一番早く買えるところから買います。結果として欲しいものが手に入れば、どこで買うかはあまり関係ありません。

一方、女性は「買い方」にこだわります。どんな店で、店員とどんな会話をし、どんな雰囲気の中で商品を買うか。そうしたプロセスも商品の価値



女ゴコロ
マーケティング研究所
所長

木田 理恵 様

なのです。同じ品質で同じ価格だとしたら、「買い方プロセス」の満足度が高い方で買います。そして、時には「買い方プロセス」の価値が、価格や便利さを超え、どうせ買うなら、少し高くてもあの店で買いたい。そう動くのが女性の心理なのです。

女性に人気のカフェや美容室。彼女たちは食事で空腹を満たしたり、髪を切ったりという結果だけでなく、その空間、そこでの時間の過ごし方といった周辺価値を楽しみ、その価値を認め、そこにプラスαのお金を払います。

メーカーにとって、モノだけで圧倒的に勝てる時代ではなくなってきました。そうすると、売り方で差別化して、同じ買うならこのメーカーから買いたい、この店から買いたいと思わせるようなプロセス開発が非常に大事になってくるでしょう。

ここまでお話しした男女の価値観はもちろん個人差があり、女性でも男性的な価値観の人たちは存在しますが、自社商品を男性的な価値観にフィットする売り方をするのか、女性的価値観にフィットする売り方をするのか今一度見直す機会になればと思います。

新時位

夏がきました。突然ですが、『夏』を一言でいうと皆様は何を思い浮かべますでしょうか。遠い日の記憶？それとも昨年の夏の出来事でしょうか。色々あるでしょうけど、うーんと唸って考えて、ひとつに絞ろうとすると、そのひとつの記憶が鮮明に浮かび上がってきますよね。

私にとって夏は『麦茶』です。人生で初めて飲んだ日を思い出します。驚かれるでしょうが、真夏に野球をやって遊んだ帰り道、友人宅で飲んだのが初めて

でした。今でも麦茶を飲むとその時の情景を思い出します。1年生の私が、6年生ピッチャーのカーブやホップするような速球に驚いたのもこの頃です。

幼少期を過ごしたサッポロに行く機会があり、懐かしさからアサヒの早朝に10分程歩いてみました。初めて麦茶を飲んだあの頃通った一本道です。途中、神社のトリイに着きふり返ると、あれ？こんなに近かったかなと驚くほど短い道がそこにありました。

ふと思い立ち、その場でしゃがんでみました。なるほど、この目線で見ると道は長く見える。50代となり、当時と比べて体と心の身長も伸びた自分にとって短く感

じる道程も、心でしゃがんでみると長い道のりなのかなと。相手の目線で指導するという言葉が妙に腑に落ちました。

キリンも老いては驚馬(どば)に劣るといわれます。夏バテしないためにも良い成分が含まれる麦茶を飲んで、若い人に体力気力で遅れをとらないように。且つ目線は低くして、焦らせぬよう心がけたいものです。

文中、かなり誘っていますが、麦茶を麦酒と読んだ方へお伝えいたします。ホップがきいてしましますがビールの泡と共に、今日の仕事の苦味も飲み干すといいたしましょうか。夏を乗り切りましょう。(A.T)

こんにちは
あらた

HELLO

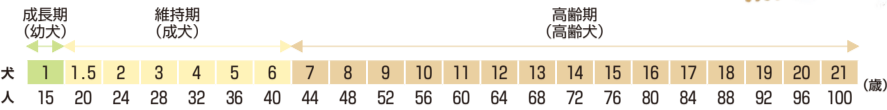
香川県高松市仏生山町甲
株式会社マルナカ
仏生山店
住居余暇グループ
濱谷 亜希子さん

- お店で心掛けていることは…
「この店にまた来たい」と思ってもらえるよう、出会えたお客様には誠意を持って対応しています。
- ご当地お奨め品は何ですか？
香川といえば讃岐うどん。店によって麺や出汁の味が違うので、いつ食べても飽きません。
- ご趣味は何ですか？
温泉地巡り。観光して温泉に入って…という旅が今一番の楽しみです。

大切な愛犬に長生きしてもらえるように、高齢犬との向き合い方について考えてみましょう。

犬のライフステージと高齢化

犬種や身体の高さによって異なりますが、一般的に犬は人の年齢に換算すると3歳以降、4歳ずつ年を取っていきます。7歳頃から体の変化が現れ始め、10歳を過ぎると本格的な老化が始まってきます。



2016年の犬の平均寿命は14.4歳です。家族の一員である愛犬の高齢化は飼い主さんにとって向き合わなければならない課題となっています。

2016年犬の大きさ別平均寿命

全体	中・大型	小型	超小型
14.4歳	13.7歳	14.1歳	15.0歳

高齢化の理由

- 予防医学の発達・普及
- 獣医療の高度化
- 去勢/避妊手術の普及
- ドッグフードの普及
- しつけの向上と室内飼育の普及

高齢期の愛犬との向き合い方

生活環境におけるケア

段差にはスロープや踏み台を設置する



カーペットを敷くなど滑りにくくする



大半の時間を過ごす寝床を居心地よく整える



食事におけるケア

年齢に合わせて、消化がしやすく、エネルギー量と栄養素がバランスよく配合されている食事を与えましょう。

高齢犬専用フードへの切り替えを！



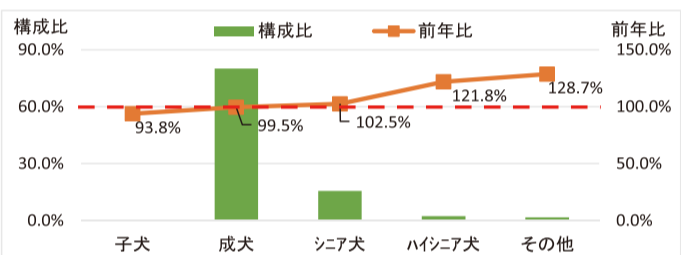
- 低脂肪・低カロリー
- たんぱく質の強化
- 適切な量のミネラルを配合
- 胃腸に優しい炭水化物源の使用
- 抗酸化物質の強化
- 関節の健康維持のためのグルコサミン配合など



年々増加している高齢犬。高齢犬の健康維持には、専用フードが欠かせません。専用フードの認知度・必要性を訴求し、売上拡大に繋げましょう！

シニア犬用、ハイシニア犬用は伸長傾向！

犬フード（年齢別）金額構成比&前年比

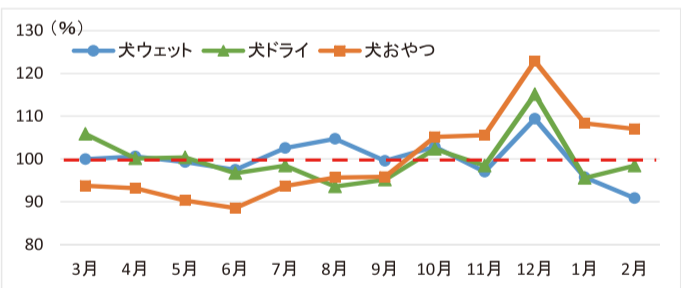


構成比では成犬用が約80%を占めますが前年割れの状況です。一方、構成比は低いもののシニア犬用・ハイシニア犬用が伸長しています。現在飼育されている犬のうち、シニア犬（7歳以上）は約55%を占めており、シニア犬にも成犬用フードを与えている飼い主が多く存在することが伺えます。

⇒シニア犬・ハイシニア犬用フードへの切り替えを訴求し、単価UP & 継続購入に繋げましょう！

夏場はウェットの需要増

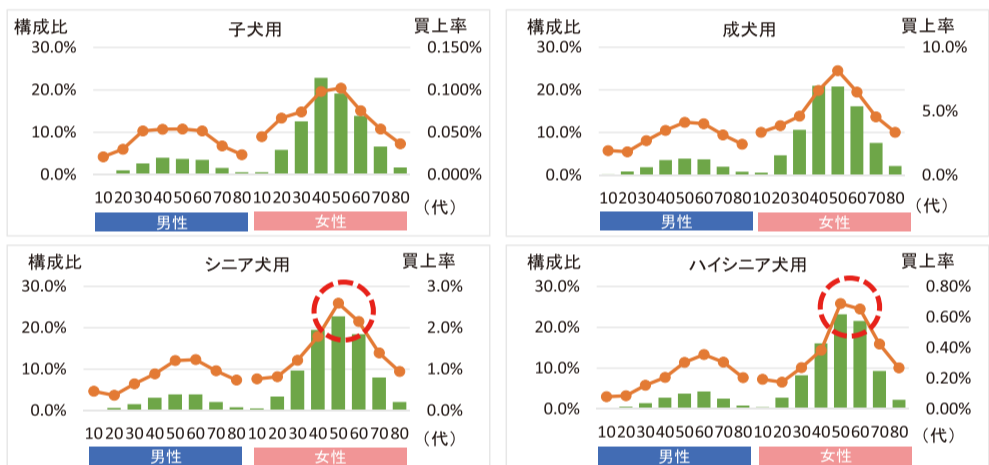
シニア犬用フード 季節指数



犬フード全体の傾向と同様で、夏場はドライの需要が低く、ウェットが高くなります。

50～60代の飼い主に訴求！

犬フード（年齢別）性年代別人数構成比&買上率



シニア犬用は構成比・買上率ともに50代が高く、ハイシニア犬用は50～60代が高いことが特徴です。⇒50～60代の飼い主に向け、販促物等で専用フードの必要性をアピールしましょう！

園芸用品とのリフト値が高い！

シニア犬・ハイシニア犬用フード 併買リフト値

JICFS 小分類	JICFS 品名	リフト値
犬	犬用品・用具	15.10
猫	猫用品・用具	4.67
猫	猫フード	4.53
園芸用品	鉢・フラワースタンド類	4.20
園芸用品	種・球根類	4.14
園芸用品	用土	3.85
園芸用品	肥料	3.42
園芸用品	生花用品	3.30
その他家庭用品	その他家庭用品	3.30
食卓用品	弁当箱・ウェア	3.14

ペット関連品以外に、園芸用品との併買リフト値が高くなっています。⇒園芸用品と隣接した売場で展開し、同時購入に繋げましょう！

まとめ

- ・飼育率に対し、シニア犬用フード購入率は低い！
- ・専用フードへの切替で単価UP & 継続購入
- ・ターゲットは50～60代
- ・園芸用品との関連販売が効果的

愛犬の健康寿命を考えた 国産プレミアムフード

メディコート〈ライフアシスト〉は、介護期の愛犬を抱えるオーナーの声から生まれた、栄養サポートフードです。



国産品 | ヨーロ | 卵 | 光



介護状況で選べるウェットフード

3つの介護状況に合わせて、愛犬の食欲と栄養をサポート。オリゴ糖配合で、おなかの健康維持にも効果的です。

介護期用



超小粒で食べやすいドライフード

口の小さな小型犬にも食べやすい超小粒タイプ。ふやかして与えれば、噛む力の弱くなった介護期の愛犬にもぴったりです。

EVENT CALENDAR & WEATHER MD イベントカレンダー& ウェザーマーチャндаイジング

9月

	36週	37週	38週	39週	40週
	9/1~3	9/4~10	9/11~17	9/18~24	9/25~30
行事・歳時	1日 防災の日 2日 空くじの日 3日 ロコミの日	4日 クラシック音楽の日 5日 国民栄養の日 6日 黒豆の日 7日 クリーナーの日 8日 ニューヨークの日 9日 温泉の日 10日 屋外広告の日	11日 公衆電話の日 12日 宇宙の日 13日 世界の法の日 14日 コスモスの日 15日 大阪商船の日 16日 龍馬の日 17日 台風襲来の特異日	18日 敬老の日 19日 稲刈りの日 20日 空の日 21日 ファッションショーの日 22日 脚蹴り・チランアップデー 23日 秋分の日 24日 満月の日	25日 10円カレーの日 26日 台風襲来の特異日 27日 女性ドライバーの日 28日 パソコン記念日 29日 招き猫の日 30日 くるみの日

生活行事	防災の日	敬老の日	遠足・修学旅行・秋の行楽・紅葉・体育祭・文化祭	お彼岸
生活リズム	不快害虫の気になる時期			
	クーラー病予防&対策		衣替えの準備 秋の長雨	
	台風シーズン到来 防災関連の需要			

季節指数	化粧品	日用品	紙・衛生	家庭用品	ペット
	化粧水 118.5% ・ アイカラー 115.2% ・ リップクリーム 110.0% ・ 女性用育毛・養毛剤 105.2% フェイスパウダー 104.8% ・ ヘアリンズ・コンディショナー 104.2% ・ パーマ剤 103.0% ・ 洗顔料 102.9% チークカラー 102.9% ・ リップカラー 102.3% ・ アイブロウ 101.9% ・ 男性用育毛・養毛剤 101.5% シャンプー 101.3% ・ ヘアスプレー・ヘアグロス 100.5% ・ バック 100.1%	除湿剤 131.3% ・ 蚊取り線香 129.4% ・ 防虫剤 121.8% ・ 台所用漂白剤 111.1% ・ 漂白剤 108.6% 室内用芳香・消臭・防臭剤 108.1% ・ 畳・カーペットクリーナー 108.0% ・ 水洗トイレ用タンククリーナー 105.8% 化粧石鹸 105.6% ・ ボディシャンプー・リンス 104.9% ・ 台所用クレンザー 104.5% ・ 仕上げ剤 104.2% トイレ用洗剤 104.2% ・ 台所用洗剤 102.9% ・ トイレ用芳香・消臭・防臭剤 102.6% ・ 台所用除菌・消臭剤 102.3% ハンドソープ 101.9% ・ 柔軟剤 101.8% ・ カビ防止剤・カビ取り剤 101.6% ・ 洗口液 100.9% ・ 洗濯用石鹸 100.8%	ヘルスマーター 119.3% ・ 包帯 112.2% ・ サポーター 108.5% ・ ペビー用ヘルスケア 108.3% 固定テープ・巻絆創膏 107.9% ・ ガーゼ 106.0% ・ ウェットティッシュ 105.0% ・ トイレ用ペーパー 103.8% 綿棒 103.6% ・ ペーパーハンドタオル・用具 102.9% ・ 脱脂綿 102.1%	皿 114.0% ・ キッチンペーパー 107.3% ・ ふきん・鍋つかみ類 107.0% ・ アルミホイル 106.9% ラッピングフィルム 106.8% ・ 物干し用品 104.9% ・ 簡易食器 104.5% ・ ちり取り 103.4% ・ 洗面用品 102.4% 身体洗い用品 102.2% ・ 食品調味料容器 102.0% ・ ゴミ袋 101.9% ・ 洗濯仕上げ用品 101.9% 弁当箱・ウェア 101.8% ・ 裁縫・手芸用品 101.3% ・ 掃除用ブラシ 101.0% ・ 鉢・鉢 100.8% たわし・スポンジ 100.5% ・ ライター 100.3% ・ 壁紙・障子紙 100.1%	爬虫類・両生類フード 143.0% ・ 爬虫類・両生類用品・用具 129.3% ・ 観賞魚フード 123.1% ・ 昆虫フード 113.8% 観賞魚用品・用具 109.7% ・ 猫用品・用具 103.7% ・ 猫フード 102.3% ・ 小鳥用品・用具 102.3%

ウェザーマーチャндаイジング

●今月の前線「秋雨」 ～夏から秋へ～

- ・夏の終わりに秋にかけて降る雨で、長雨になりやすい。
- ・夏の間感じられなかった肌寒さを感じ、秋冬物の需要が突発的に上がる。
- 週間予報などで情報を収集し、このタイミングに備えておくことが大事。

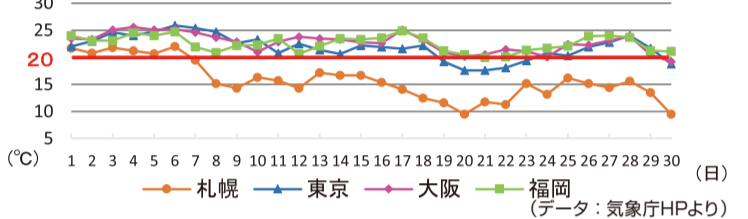
秋雨シーズンに前日から大きく気温を下げた日(2016年)

地点	日付	最高気温 (°C)	前日の最高気温 (°C)	気温差 (°C)
札幌	9/8	21.1	27.7	6.6
仙台	9/8	25.0	29.5	4.5
東京	9/11	25.1	31.2	6.1
大阪	9/13	26.3	31.2	4.9
福岡	9/12	26.5	30.4	3.9

■味覚の変化 ～高カロリーを求める「20℃」～

- ・最低気温が20℃くらいになると、おでん食材など秋冬の代表的な季節商品が売上が伸びてくる。
- ・20℃よりさらに気温が下がると、人はエネルギーを必要とし、甘いものや味の濃いものなど高カロリー食材を求めるようになる。

2016年9月の最低気温推移



addgood 夏場の除菌対策アイテム大集合!



JANコード	商品名
① 4560309810909	WashLab 除菌アルコールスプレー 本体 400ML
② 4560309810916	WashLab 除菌アルコールスプレー 詰替 350ML
③ 4560309810886	WashLab オレンジクリーナー 本体 400ML
④ 4560309810893	WashLab オレンジクリーナー 詰替 350ML
⑤ 4560309810466	ADG クリームクレンザー 400G
⑥ 4560309810473	ADG クリームクレンザー オレンジ 400G
⑦ 4560309810121	ADG キッチンブリーチ 600ML
⑧ 4560309810480	ADG キッチンブリーチ 1500ML
⑨ 4560309810824	WashLab 泡のキッチンブリーチ 本体 400ML
⑩ 4560309810831	WashLab 泡のキッチンブリーチ 付替 400ML

JANコード	商品名
⑪ 4560309810985	fabrush 洗濯槽クリーナー 550G
⑫ 4560309811241	fabrush 酸素系洗濯槽クリーナー 280G
⑬ 4560309850172	ADG エコ ふる水清浄剤 20錠
⑭ 4560309810305	ADG エコ おふる用洗剤 替 900ML
⑮ 4560309810817	WashLab おふる用洗剤 詰替 350ML
⑯ 4560309810657	WashLab 液体風呂釜洗浄剤 350G
⑰ 4560309810855	WashLab フロアクリーナー 1つ穴用 瞬間発泡パワー 160G
⑱ 4560309810794	WashLab 泡のトイレ洗剤スプレー 本体 400ML
⑲ 4560309810800	WashLab 泡のトイレ洗剤スプレー 詰替 350ML
⑳ 4560309810633	WashLab トイレブリーチ 500G

【お問い合わせ先】株式会社あらた商品本部商品開発部 東京都江東区東陽6丁目3番2号イースト21タワー TEL:03-5635-6033

日清製粉グループ 日清ペットフード いままでなかった! 業界初!

学術研究に基づいて開発されたワンちゃん用の朝&夜ごはん

本製品は日本獣医生命科学大学との「時間栄養学を利用したペットフードの開発」の研究に基づいて栄養設計されています。

活動的な日中はエネルギーが必要

朝ごはん

活発に過ごす日中にぴったりの腹持ちのよいごはん

お腹が空きにくいので、お留守番も安心

お休み前の夜は消化吸収が低下

夜ごはん

ゆったり過ごす愛情時間はおなかにやさしいごはん

低脂肪、低繊維でおなかにやさしい栄養設計

プッチーヌ

いぬめしあわせ 国産 着色料・香料不使用

時間に合わせておいしいごはん

朝ごはん(夜ごはん) 220g(22g×10分包)

朝ごはん(夜ごはん) 22g×4連パック

CROSS ROAD

私の分岐点



北海道函館市西桔梗町 589-124
株式会社テオーリテイリング
代表取締役社長
西谷 英樹 様

(株)テオーリテイリングは(株)テオーホールディングス100%出資の子会社でホームセンター事業を主としており、ホームセンター「イエローグローブ」を北海道全域に29店舗展開しております。

私は、昭和61年、現在の職場へ入社し現在に至っております。最初は店舗の担当者、その後店長・商品部バイヤー・店舗開発部・イエローグローブ統括部長を経て現在の役職となりました。私自身、店舗そして商品部を経験しておりますので現場の気持ちを大事に会議の場でも「お客様第一」「現場第一」を掲げ業務に取り組んでいます。会議など、議案についての判断も基本は「お客様のため」「現場の声」を基に結論を出すことにしております。私自身の転機として一つは、店舗・商品部の後に配属となった店舗開発部を経験した事と思っております。店舗開発部の経験は非常に大事な部分でありました。出店地を探し、その地域のお客様の状況、店舗損益の見込み、品揃えの模索、経費試算など店舗開発の業務は一経営に通ずる部分もあり大変勉強になったと今でも思っています。もう一つの転機は、上司との出会いです。今は退任されましたが当時のイエローグローブの責任者との出会いは大きな転機となりました。店舗から商品部に異動になった時から、多くの指導を受けました。商品の選び方、交渉の仕方等の営業面での基本、そして店舗開発部に移ってからも出店地の選び方や損益・売上予測の基本等、多くを教えて頂いたと思っております。その分、多く叱られもしました。多分、イエロー

グローブの中で一番、多く叱られたのは私とっています。一番多く叱られた分、一番多く教えて頂いたと感謝しています。私の基礎を作ってくれたと思ひ、この出会いが今の職場で私の一番大きな転機だと思ひます。イエローグローブ統括部長に就任してからは、良く本を読むようになりました。部下への指導には自分の哲学向上も必要と思ひたからです。

今でもよく部下への指導に使っているのは「松下幸之助・道をひらく」「ピーターFドラッカー・マネジメント」の本です。商売に対する基本的な考え方やマネジメントとして基本的な考え方等、とても勉強になっています。人は誰でも、いろんな壁に当たり挫けそうになる事があると思ひます。しかし大事な事は「そこで諦めるか」「前を向くか」だと思ひます。ここの差は非常に大きいと思ひます。私の好きな言葉というよりは常に心にしている言葉があります。それは「冬は必ず春になる」です。どんなつらい時、大きな壁にぶつかった時、しっかりと負けないで前を向いて行く事によって必ず道は開ける。そう確信して行動できるよう常にこの言葉を心に持つようにしています。

北海道の経済環境も人口減少などにより大変厳しくなっており、ホームセンターのイエローグローブを取り巻く環境も決して良くは無く厳しい状況が続くと思ひますが「お客様第一」「現場第一」でそして「冬は必ず春になる」で進んで参ります。

TOPIC 話題のCM

今回のテーマは、「金鳥の渦巻」だけが持つあの「香り」、効き目はもちろん、あの香りが好きな方も多はず。その秘密は、金鳥ならではの、こだわりの製造方法と厳選した原材料。そんなこだわりの証である、深みある心地良い香りを、本当に金鳥の蚊取り線香の香りのファンである藤原電也さんに語っていただきました。撮影では目隠しされているのに、蚊取り線香の香りについてうっとりしている表情が見えるような藤原電也さんの演技にスタッフ一同感激しておりました。

大日本除虫菊株式会社 宣伝部 課長
小林 裕一様よりご寄稿いただきました。



日本製の誇りとこだわり。

世界に誇る日本の伝統文化や工芸品には伝承された技が凝縮しています。FUJITSU電池は長年日本で培ってきた精密さや高品質のものづくりにこだわった「日本製」。さらなる安心・安全をお届けするために、日々性能の向上に努めています。

保存性能、漏液防止性能、
放電性能を進化させました。^{*1}



アルカリ乾電池シリーズ 日本製^{*2}
●プレミアムタイプ ●ハイパワータイプ ●ロングライフタイプ

FUJITSU



充電式電池シリーズ 日本製
●高容量タイプ ●スタンダードタイプ

FUJITSU電池は信頼の日本製です。

*1. リアメタルコート採用により保存性能と漏液防止性能が向上。(プレミアムタイプ・ハイパワータイプ 単3形・単4形) ロングライフタイプ(単3形・単4形)の漏液防止性能は新メッキ採用により向上。新導電剤採用により放電性能が向上。(プレミアムタイプ 単3形・単4形) 2017年4月以降製造品より *2. 単5形、9Vは除く