

Market Information

-Indonesia Vitamin and Dietary Supplement

Agenda

1. 市場概要
2. 参入企業、ブランド
3. タイプ別シェア
4. 価格
5. 販売チャネル

Appendix市場統計データ (Excel)

市場規模、カンパニーシェア、ブランドシェア、タイプ別シェア、販売チャネル、価格

市場概要

市場トレンド

- ・ インドネシアのビタミン・サプリメント（栄養補助食品）市場規模は、健康志向の高まりにより、2008-2013平均成長率14.2%で伸長し、2013年度で14兆Rpの規模となった。
※ US\$ベースでは平均成長率12.7%、2013年度で13.5億USドル
- ・ 子供用ビタミン、および栄養補助サプリメントは2013年度それぞれ19%、14%と高い成長率を記録
- ・ ビタミンおよび栄養補助サプリメントの将来成長率は、2013年基準価格で9%、物価上昇を含む現行価格で14.5%と予測されている。

- ・ 予防的ケアという概念が、特に中～高所得者層の間で高まっており、ビタミン・サプリメント市場の拡大を後押ししている。
- ・ さらに、メーカーだけではなく、薬局や他の小売チャネルを含めたプレイヤーのマーケティング活動も同市場の成長を促進。インドネシアの不順な気候が、身体の免疫力低下、風邪や流行感冒の増加といった悪影響を与えていることもあり、ビタミンやサプリメントを使った予防的ケアのマーケティング活動は積極的に行われている。

- ・ インドネシア人の大半は、未だ貧困層であり、ビタミン・サプリメントを購入する十分な可処分所得は限られている。したがって、2013年まで、ビタミンやサプリメントの使用をリードするような公的活動は行われていなかった。ただ、医療コストや医者への費用が上昇し、より多くのインドネシア人が病気になる前の予防ケアに気を遣うようになっている。
- ・ メーカー側も、積極的なTVCMやプリントメディアを使った広告活動を展開、またセレブリティの起用で認知を高めようとしている。

カテゴリー

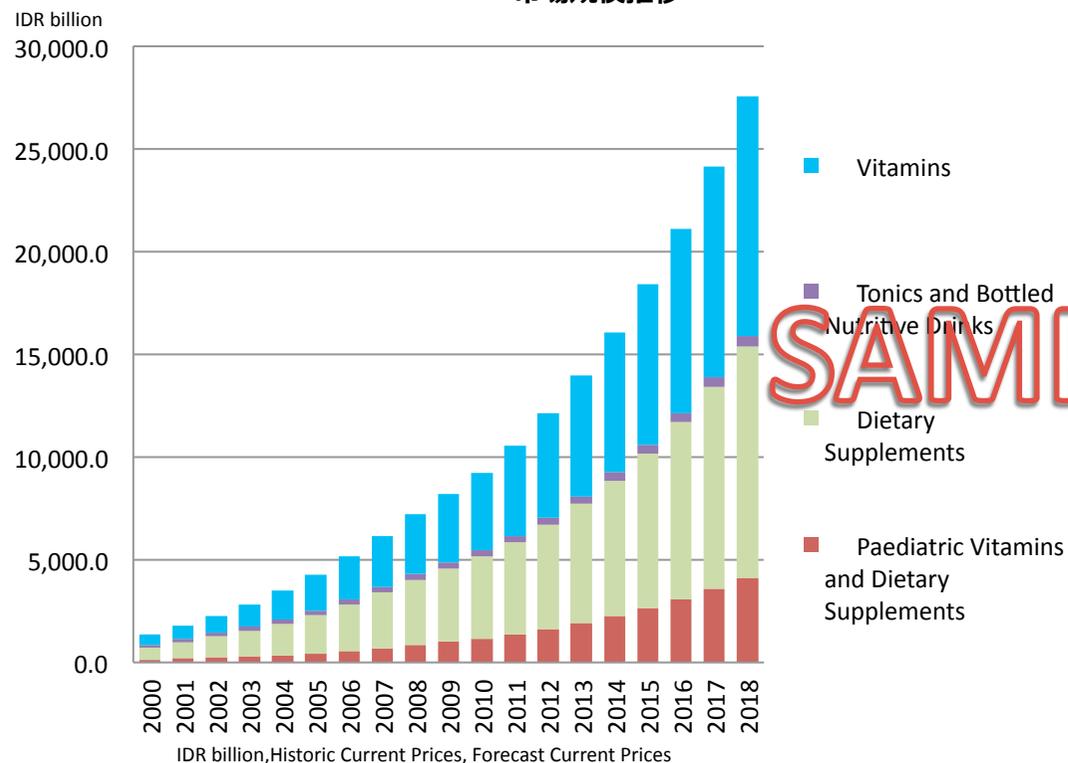
- ・ 子供用商品カテゴリーは、ビタミン・サプリメント市場のなかでも2013年度に19%の成長を記録し、市場全体を支えた。広告活動だけではなく、小売業界も、定期的なプロモーションで、ディスカウント、あるいは小売カタログでの広告を行っている。

チャネル

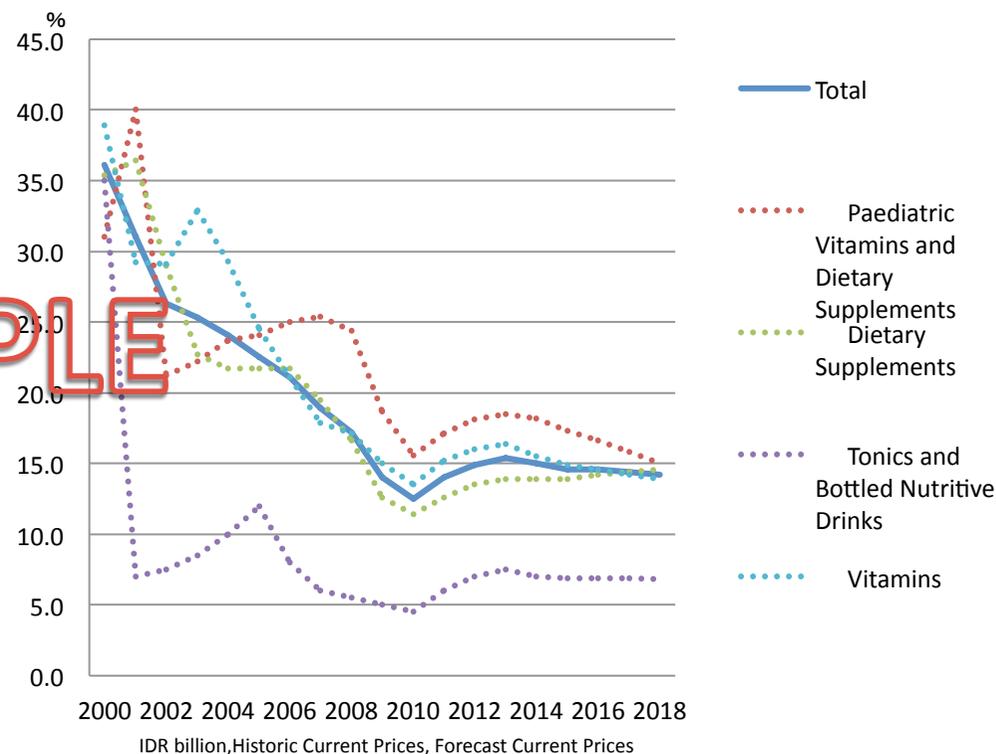
- ・ モダントレードの伸長もビタミン・サプリメント市場の拡大を後押ししている。ハイパーマーケットやコンビニエンスストアが、インドネシアの小規模都市にも出来たため、消費者のビタミン・サプリメントの購買が一層便利になった。
- ・ 2013年時点で、グロサリーストアは、ビタミン・サプリメント販売チャネルの33%のシェアを占める。
- ・ また、ダイレクト販売は口コミ販促で成長し、チャネル全体の30%を占める規模となっている。

市場概要—市場規模と成長率推移

市場規模推移



成長率推移



Source: Euromonitor International を元にSensing Asia 加工

VITAMIN

- インドネシア人の中でビタミン人気は増加し、Fatigon (by Kalbe Farma) のようなコモディティブランドも台頭もあって、中所得～低所得層も購入するようになった。
- この人気は、メーカーがマーケティングキャンペーンに多額の投資をしている結果でもある。
Ex. “Aksi Semangat Indonesia Produktif”(2013年) :
生産的なインドネシア人スピリットキャンペーン・・・ジャカルタのオフィスワーカーを対象に、マルチビタミンと無料朝食を配布したキャンペーン



Source: ciputra news

SAMPLE

- ビタミンカテゴリーは、2013年度、前年度比16.4%成長。健康志向と、広告などメーカーのプロモーション投資、新商品のローンチが寄与した。
- その中でもビタミンCは19%の高い成長率を記録した。ビタミンCはシングルビタミンでは最もポピュラーであり、免疫力の向上と、病気に対する耐性を助けるビタミンとして知られている。
- インドネシアでは大気汚染が激しくなり、また気候変動もあり、多くの人々が咳や感冒予防として、ビタミンCを摂取するようになった。
- 2013年度まで、インドネシア政府によるビタミンに対する補助金は無かった。2014年度に新しい社会保障システム：SJSN (National Social Security System) が施行されたが、まだ医者の方以外の、ビタミンは含まれていない。

VITAMIN

サブカテゴリー

- マルチビタミン
 - 売上規模では、マルチビタミンが、その利便性から最大のシェアを占め、ビタミントータルの55%のシェアであった（2013年）。
 - Tempo Scan Pacific Tbk PTのHemavition Actionが、同カテゴリーのトップシェアブランド（2013年度13.5%）



Source: "Tempo Scan PT HP".

- インドネシアでは、現地企業が販売するマルチビタミンのほとんどが、性別や年代を特定したのではなく、総合的な健康を志向したものである。しかし、輸入ブランドは、Nature Plus, Wellness、Nature's Health のように、骨・カルシウム強化、関節、あるいは妊娠期といった特定の用途やオケージョンにフォーカスしたものもある。ただこれらのブランドは都市部におけるチェーン化された薬局やドラッグストアでの販売に限られ、高価格帯のものである。

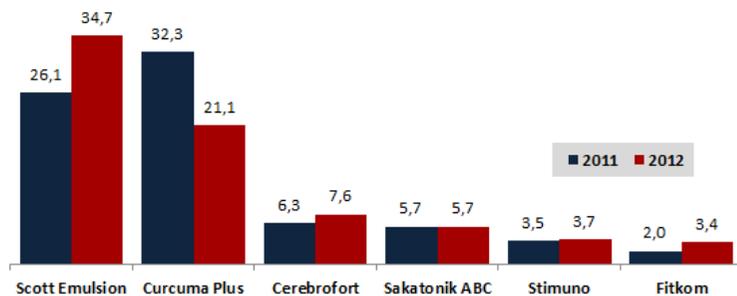
- 子供用のビタミン・サプリメント
 - 2013年度19%の成長率。
 - Curcuma Plusブランド（by Soho Industri Pharmasi）や小売の積極的なマーケティングが寄与した。

SAMPLE



- また、子供用マルチビタミンも注目カテゴリーであり、同分野ではScott Emulsion(by Sterling Products Indonesia PT)が主カブランドとなっている。

Grafik. Merek Multivitamin Anak yang Dikonsumsi, 2011-2012 (%)



Source: "Mars Indonesia".

DIETARY SUPPLEMENT (栄養補助サプリメント)

- 健康志向の高まりが、サプリメント市場を支え、メーカーや小売りも予防ケアへ興味喚起すべく、施策を講じている。チェーンの薬局は、特定ブランドの販促策としてプロモーションガールを使うことも多い。また、小売店ではディスカウントや店頭カタログでのプロモーションも定期的に行われている。
- サプリメントカテゴリーは、2013年は前年度比14%成長。中～高所得者が購買層であり、低所得者層にはサプリメントは必要商品とは認識されていない。
- インフレの高まりとルピーの価値低下により、低所得層は生活必需品以外の商品への興味は薄い。
- サブカテゴリー概況
 - Omega-3-6-9：2013年度売上、前年度比25%増で、引き続き高成長のカテゴリーである。Omega-3-6-9のベネフィットである「心循環器系疾患、アルツハイマー、骨粗鬆症、喘息、関節炎のリスクを低下させる」という点も認知が高まりつつある。
 - Amindoway Jaya PT (Amway) のNutriliteはOmega-3-6-9カテゴリーのトップシェアブランド (2013年度34%)



Source: "Amindoway Jaya PT HP".

SAMPLE

- タイプ別：
 - General Healthタイプが栄養補助サプリメントの19%を占める。(P15参照) このタイプのシェアが高いのは、インドネシアの消費者がバリューフォーマネーを重視する傾向にあることが要因。また、忙しい生活の中で運動が欠けがちなこともある。
 - General HealthタイプのトップブランドはScott's Emulsion (by Sterling Products Indonesia PT)



Source: "Mars Indonesia".

- 骨・カルシウム強化タイプも高いシェアを占める。このタイプは骨粗しょう症予防として女性に人気がある。

DIETARY SUPPLEMENT (栄養補助サプリメント)

- コンビネーション型サプリメント：
 - ハーブ系のコンビネーション型サプリメントが主力。その中でも、手に入りやすいジャムーを使用した男性用のサプリメントが最も人気がある。
 - ジャムーは伝統的にインドネシアで受け継がれている数種のハーブが含まれる生薬。身体を活性化されると言われている。男性用のジャムー製品は、価格が安いこともあり、低所得層にも人気。精力増強用途で使われる。
- 栄養ドリンク (tonics and bottled nutritive drinks)
 - 2013年度の成長率は8%であり、ほかのカテゴリーが2桁成長を記録しているのに比べ、成長スピードが遅い。
 - 同カテゴリーでは、人気の高いブランドは少ない。インドネシア人はタブレットのビタミンやサプリメントは実用的だと考え、より好む傾向がある。
 - 栄養ドリンクの主要企業/ブランド：
 - Sido Muncul (薬用ハーブ製品、栄養ドリンク、ソフトドリンクのメーカー) 2013年3月、Kuku Bima Ener-GPlus Vitamin C をローンチし、積極的なプロモーション展開を実施。



Source: " Sido Muncul HP".

参入企業/ブランド

- インドネシアのビタミン・サプリメント（栄養補助食品）市場は、主要なローカル企業が強い。Kalbe Farmaをトップに、Tempo Scan Pacific、そして直販企業の Citra Nusa Insan Cemerlangが上位3企業である。
- Kalbe Farma—インドネシアローカル企業。シェア8%でトップに立つ（2013年度）。強固な販売チャネルを保有し、インドネシア全国の様々な店舗で販売。比較的 低価格レンジの商品で、ミドルから低所得層もターゲットの範囲である。
 - Kalbe Farma が保有するトップブランド：
 - Fatigon
 - Cerebrovit
 - Xonce
- Nusa Selaras—ダイレクト販売の同社は、成長率24%のトップ成長企業。（この成長率は、同社の規模が小さいことに起因する） Nusa Selaras は他のダイレクト販売企業のブランド（CNI、Nutrilite、Herbalife）よりも高価格のプレミアムブランドを保有する：
 - Nusa Selarasが保有するブランド：
 - Pharmanex,
- 注目の新ブランド（2013年度）
 - Kuku Bima Ener-G Plus Vitamin C by Sido Muncul
 - マスメディアで、人気タレントAde Rai、Donny Kusumaを使った積極的なプロモーションで知られる。
 - Champ's Emulsion by CCM Pharmaceuticals Sdn Bhd
 - ソーシャルメディアを利用してFacebook、Twitter ユーザー、特にヤングマザーの間で認知率を高めた。
- 輸入ブランド
 - 薬局でのプロモーションがマーケティングの中心である。販路は都市部の薬局やモダントレード、いくつかのオンラインストアに限られている。
 - Nature's Plus, Sea-Quill, Wellnessといった有名輸入ブランドは、チェーン化された薬局（Guardian や Century等）での販売が中心で、価格設定も高いため、高所得者層をターゲットとしている。

SAMPLE

ブランドランキング

Vitamins and Dietary Supplements ブランドランキング 2013

Rank 2013	Local Brand Name	Global Brand Name	National Brand Owner	Global Brand Owner	IDR billion		
					2013 (%)	Unit 2013	Growth% 2012-2013
1	Fatigon	Fatigon	Kalbe Farma Tbk PT	Kalbe Farma Tbk PT	5.2	731.4	20.9
2	Hemaviton	Hemaviton	Tempo Scan Pacific Tbk PT	Tempo Scan Pacific Tbk PT	5.1	709.7	12.4
3	CNI	CNI	Citra Nusa Insan Cemerlang PT	Citra Nusa Insan Cemerlang PT	4.6	644.5	7.9
4	Natur-E	Natur-E	Darya-Varia Laboratoria Tbk PT	Darya-Varia Group	2.9	402.2	20.6
5	K-Link	K-Link	K-Link Indonesia PT	K-Link International Sdn Bhd	2.7	377.2	15.7
6	Curcuma	Curcuma	Soho Industri Pharmasi PT	Soho Industri Pharmasi PT	2.7	373.2	22.6
7	Nutrilite	Nutrilite	Amindoway Jaya PT	Amway Corp	2.6	370.0	14.2
8	Cerebrofort	Cerebrofort	Kalbe Farma Tbk PT	Kalbe Farma Tbk PT	2.4	334.9	20.2
9	Holisticare	Holisticare	Indocale Citrapasific PT	Indocale Citrapasific PT	2.2	302.4	20.6
10	Stimuno	Stimuno	Dexa Medica PT	Dexa Medica PT	2.1	287.1	22.9

SAMPLE

カテゴリー別ブランドランキング

Positioning	Brand ranking	Brand
Beauty	1	Nourish Skin
	2	CNI Progene
	3	Sea-Quill Silk Skin
Bone	1	Calcium D Redoxon
	2	CDR Fortos
	3	Protecal
Digestive	1	CNI Sun Chlorella
	2	CNI BioPlus
	3	Tianshi Double Cellulose
General Health	1	Scott's Emulsion
	2	Sangobion
	3	Elken Spirulina
Heart Health	1	Nature's Blessing Garlic
	2	Garlic
	3	Sea-Quill DMC
Immune System	1	Tianjin Noor
	2	Pacekap
	3	Imboost
Joint	1	CNI Narish
	2	Sea-Quill Glucosamine Plus
	3	Tianshi Bone Treasure
Memory Health	1	Cerebrovit Ginkgo Biloba
	2	Nature's Blessing Memory
	3	Sea-Quill Ginkgo Biloba
Menopause	1	Sea-Quill Women Multi Nutrient
	2	Femicap
	3	Nutrimax Hers
Mood/Relaxing	1	Sea-Quill Melatonin
	2	High-Desert Melatonin
	3	Tianshi Sweet Dreams
Sexual Health	1	Kuku Bima TL
	2	NEO Hormoviton
	3	Tripoten

Source: Euromonitor International

参入企業/ブランド

市場全体のブランドシェアは、Fatigon (Kalbe Farma Tbk PT)、Hemaviton (Tempo Scan Pacific Tbk PT)、CNI (Citra Nusa Insan Cemerlang PT) が上位3ブランドでそれぞれシェア5.2%、5.1%、4.6%である。



企業概要

Kalbe Farma Tbk PT はジャカルタに本拠を置くコンシューマーヘルス企業。インドネシアだけでなくASEANで最大の製薬/健康製品企業になることをめざしている。同社の短期戦略は、エナジードリンクビジネスの活性化、新商品開発、国内外でのビジネス拡大、グローバルでの戦略パートナー企業開拓および協業、およびインドネシア国内の特にローカル地域におけるディストリビューションカバレッジの拡大、である。同社は、幅広い商品ポートフォリオと新商品開発・プロモーションへの積極的な投資により、市場リーダーとしてのポジションを保持している。

Kalbe Farma Tbk PT

Address: Kawasan Industri Delta Silikon, Jalan MH Thamrin Blok A3-1, Lippo Cikarang, Bekasi 17550, Indonesia

Tel: +62 21 8990 7333

Fax: +62 21 8970 2874

www: www.kalbefarma.com

商品: Analgesics, cough, cold and allergy (hay fever) remedies, digestive remedies, medicated skin care, vitamins and dietary supplements, soft drinks, meal replacement products, baby food, ethical products

SAMPLE

業績

	2011	2012	2013
Net sales	Rp10,91 trillion	Rp13,64 trillion	Rp16 trillion
Net profit	Rp1,48 trillion	Rp1,73 trillion	Rp1,92 trillion
Number of employees	Over 9,766	10,030	10,572

生産

工場: Cikarang, West Java province 設立1997. 100,000 sq m
Cikarangに新工場設立の予定あり。

海外拠点

in Sri Lanka, Malaysia, Myanmar, South Africa, Vietnam, Cambodia, the Philippines and Thailand
上記8カ国への輸出割合 約7% (前期売上総額に占めるシェア)

商品カテゴリー別シェア、売上順位

Product type	Value Share	Rank
Analgesics	1.5%	10
Cough, cold and allergy (hay fever) remedies	13.1%	2
Digestive remedies	42.6%	1
Dermatologicals	2.0%	10
Vitamins and dietary supplements	8.0%	1
Weight management	0.7%	13

Source: 企業HP、Euromonitor International, JETRO

参入企業/ブランド



沿革

企業理念：“The scientific pursuit of health for a better life”

1966年設立。以前はローカルの小規模製薬会社で、スキンケア商品Bioplacentonを製造していた。

1980年代に、M&Aを通して成長。多角化戦略で薬品および健康食品分野を伸ばし、2006年にはこれらの分野が売り上げの95%を占めるようになった。

1991年、ジャカルタおよびスラバヤ株式市場に上場。

1980に、Kalbe Farma は、インドネシアのMinistry of Healthが出した規制に従って、製造、および販売会社を分割。Ensevalが、Kalbe Farmaのメイン販売会社となった。

※Kalbe Farmaは、インドネシアの群島全てのリテールをカバーする2000におよぶ強固な販売ネットワークを保有している。

2005年、Woods' Sugar-free, Cerebrofort Gold and Promag Double Action をローンチ。それぞれWoods' cough remedies, Cerebrofort paediatric multivitamins, Promag antacids のエクステンションブランド。

2005年、事業効率化を目的とし、子会社Dankos Laboratories およびその持ち株会社Enseval を統合。

※ディストリビューション部門Enseval Putera Megatradingは、国の規制により、別会社のまま。

2007年、ミルクフォーミュラを製造するブランドを建設。日本の森永乳業とのJVである、子会社Kalbe Morinaga Indonesiaが運営。Morinaga ブランド：Morinaga BMT, Chil Mil, Chil Kid and Chil Schoolを製造。

2009年、ディストリビューション企業Enseval Putera Megatradingへの持ち株割合を58%から84%へ増加。

2009年、ナイジェリアに工場設立。（Orange Kalbe Limited）

2010年、ハーブ/伝統薬系の商品開発に注力。新商品：Procold Promuno, Neo Entrostop Herbal Anak, Mextril BDF, Mixagrip Pegal Linu

2012年、咳・風邪・花粉治療薬の新商品 Komix DT をリリース。小さいチューブ状で一回使用。その他Bintang Toedjoe Masuk Angin Bintang, Toedjoe Turun Panas Anakの新商品をローンチ。

2013年、海外マーケット、特にベトナム、韓国、ミャンマーでのビジネス拡大を目指し、拠点設立。

参入企業/ブランド



業界ポジション、ブランド

Kalbe Farma Tbk はインドネシアのコンシューマーヘルス業界において、国内ブランドオーナーとして売上シェア9%を占める（2013年度）咳止め、風邪薬、花粉症、整腸剤、ビタミン・サプリメント分野で強い。
国内ブランドオーナーとしてのKalbe Farmaのブランドは、インドネシアの消費者にはなじみが深く、認知も高い。商品はグローバルブランドと比較して低価格である。

グローバルブランドオーナーとしてのポジションは、子会社のBintang Toedjoe, Saka Farma等が貢献し、さらに高く11%のシェア（2013年度）となる。しかしながら、Bintang Toedjoe およびSaka Farmaは、中小規模企業の台頭により厳しい競争環境に置かれ、売上も減少しつつある。

Bintang Toedjoe :

Puyer No 16, Komix および IREXブランドを保有し、それぞれ併用鎮痛薬、咳止め、健康補助食品の分野のトップブランドの一つ。

Saka Farma :

Mextril, Sakatonik ABC, Sakatonik Liver, VCO Wonderブランドを保有。

※ Kalbe Farmaのコンシューマーヘルス以外の商品
パッケージフード

ブランド名 : Prenagen, Milna, Morinaga, Entrazol Gold, Dabetasol.

SAMPLE

ビタミン分野の商品ブランド



Fatigon

Kalbe Farma Tbk PTが製造販売する、マルチビタミンのブランド。疲れを取り除き、痛みやうずきを緩和する。

Fatigon Putih, Fatigon Spirit, Fatigon Viro, Fatigon C-Plusという 4つのサブブランドを持つ。



Fatigon Spirit

Cカルニチン、プロテインを補強し、身体のパワーと持久力を高める



Fatigon C-Plus

自然の脂質代謝物質（植物性由来）およびバイオフィラボノイドにより、体内で利用されるビタミンCの効果を高める。

Source: 企業HP、Euromonitor International, JETRO

参入企業/ブランド

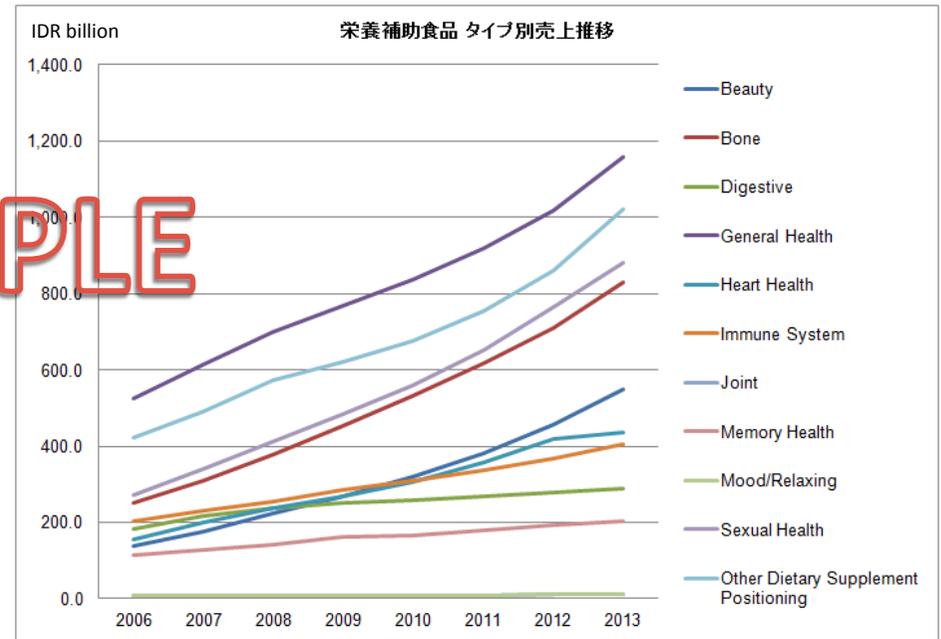
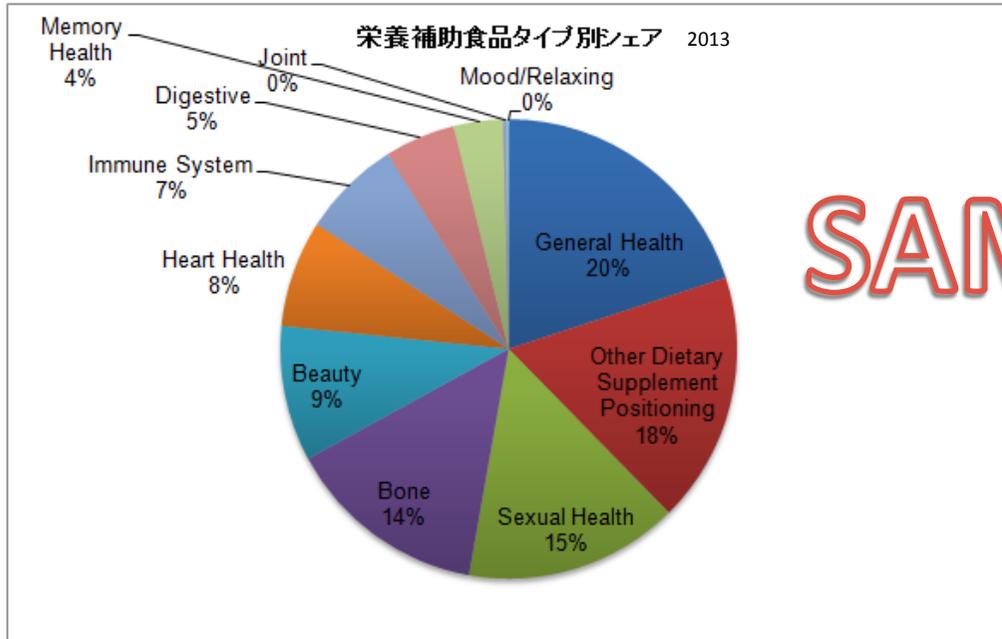
SAMPLE

Sampleのため、1社のみ掲載。

タイプ別シェア

ポジショニング-栄養補助食品

栄養補助サプリメントのタイプ別シェアは、General Health等を除く特定分野では、性的健康（15.2%）、骨・カルシウム強化（14.3%）、美容（9.5%）となっており、この3分野の伸長率も高い。



SAMPLE

価格

Subcategory	Brand (GBO)	Company Name (NBO)	Outlet	Pack size	Pack type	Price
Multivitamins	CNI Ester-C Plus	Citra Nusa Insan Cemerlang PT	Direct selling	40 units	Rigid Plastic Container	IDR 105000.00
Multivitamins	Enervon-C	Medifarma Laboratories Inc PT	Hypermarket	4 units	Blister and Strip Packs	IDR 3700.00
Multivitamins	Enervon-C	Medifarma Laboratories Inc PT	Hypermarket	30 units	Rigid Plastic Container	IDR 30950.00
Multivitamins	Fatigon	Kalbe Farma Tbk PT	Chemist/pharmacy	4 units	Blister and Strip Packs	IDR 3300.00
Multivitamins	Fatigon	Kalbe Farma Tbk PT	Convenience store	4 units	Blister and Strip Packs	IDR 3100.00
Multivitamins	Fatigon Spirit	Kalbe Farma Tbk PT	Chemist/pharmacy	5 units	Blister and Strip Packs	IDR 7000.00
Multivitamins	Fatigon Spirit	Kalbe Farma Tbk PT	Convenience store	5 units	Blister and Strip Packs	IDR 6200.00
Multivitamins	Hemaviton Action	Tempo Scan Pacific Tbk PT	Convenience store	5 units	Blister and Strip Packs	IDR 6000.00
Multivitamins	Hemaviton Stamina Plus	Tempo Scan Pacific Tbk PT	Convenience store	5 units	Blister and Strip Packs	IDR 6000.00
Multivitamins	Herbalife Mega Garlic Plus	Herbalife Indonesia PT	Direct selling	30 units	Rigid Plastic Container	IDR 216000.00
Multivitamins	Herbalife Multivitamin Complex	Herbalife Indonesia PT	Direct selling	90 units	Rigid Plastic Container	IDR 333000.00
Multivitamins	Herbalife Tri-Shield	Herbalife Indonesia PT	Direct selling	30 units	Rigid Plastic Container	IDR 596000.00
Multivitamins	Nutrilite Daily	Amindoway Jaya PT	Direct selling	70 units	Rigid Plastic Container	IDR 267000.00
Multivitamins	Nutrilite Double X	Amindoway Jaya PT	Direct selling	62 units	Rigid Plastic Container	IDR 550000.00
Multivitamins	Pharmaton Formula	Boehringer Ingelheim Indonesia PT	Convenience store	5 units	Blister and Strip Packs	IDR 17000.00
Vitamin B	Neurobion	Merck Tbk PT	Convenience store	10 units	Blister and Strip Packs	IDR 13000.00
Vitamin B	Neurobion	Merck Tbk PT	Hypermarket	10 units	Blister and Strip Packs	IDR 13500.00
Vitamin B	Neurobion 5000	Merck Tbk PT	Chemist/pharmacy	10 units	Blister and Strip Packs	IDR 23000.00
Vitamin B	NeuroSanbe	Sanbe Farma PT	Chemist/pharmacy	10 units	Blister and Strip Packs	IDR 11000.00
Vitamin B	Nutrilite Natural B Complex	Amindoway Jaya PT	Direct selling	100 units	Rigid Plastic Container	IDR 138000.00
Vitamin C	Fatigon C-Plus	Kalbe Farma Tbk PT	Chemist/pharmacy	4 units	Blister and Strip Packs	IDR 5500.00
Vitamin C	Fatigon C-Plus	Kalbe Farma Tbk PT	Convenience store	4 units	Blister and Strip Packs	IDR 4500.00
Vitamin C	GNC Vitamin C 1000	Guna Nutrinindo Sehat PT	Other Healthcare Specialist Retailer	90 units	Rigid Plastic Container	IDR 239990.00
Vitamin C	Redoxon Double Action Effervescent Orange	GlaxoSmithKline Indonesia PT	Hypermarket	10 units	Others	IDR 35500.00
Vitamin C	Redoxon Double Action Effervescent Orange	Bayer Indonesia PT	Hypermarket	10 units	Others	IDR 38700.00
Vitamin C	Vicee Orange	Prafa PT	Hypermarket	10 units	Blister and Strip Packs	IDR 6470.00
Vitamin C	Vitacimin	Takeda Indonesia PT	Hypermarket	2 units	Blister and Strip Packs	IDR 1560.00
Vitamin C	Xon-Ce	Kalbe Farma Tbk PT	Convenience store	2 units	Blister and Strip Packs	IDR 1300.00
Vitamin E	GNC Vitamin E 400	Guna Nutrinindo Sehat PT	Other Healthcare Specialist Retailer	90 units	Rigid Plastic Container	IDR 376990.00
Vitamin E	Natur-E	Darya-Varia Laboratoria Tbk PT	Convenience store	16 units	Blister and Strip Packs	IDR 17300.00
Vitamin E	Natur-E	Darya-Varia Laboratoria Tbk PT	Hypermarket	16 units	Blister and Strip Packs	IDR 16900.00
Vitamin E	Nutrilite Lecithin E	Amindoway Jaya PT	Direct selling	110 units	Rigid Plastic Container	IDR 209000.00
Vitamin E	Nutrilite Wheat Germ E	Amindoway Jaya PT	Direct selling	100 units	Rigid Plastic Container	IDR 192000.00
Vitamin E	Well 3 Complete E	Citra Nusa Insan Cemerlang PT	Direct selling	30 units	Rigid Plastic Container	IDR 200000.00

Sampleのため、一部のみ記載。

販売チャネル

店頭販売が70%、直販が30%。

店頭チャネルは、薬局、ドラッグストアがそれぞれ22.5%、13.9%と主流である。絶対額では薬局（3145IDR billion）がトップチャネル。

ハイパーマーケット（11%、2008-2013売上CAGR 24.2%）、スーパーマーケット（11%、2008-2013売上CAGR 18.8%）は伸長。トラディショナルトレード（ワルン）での販売は10%程度である。

Outlet	Share		Retail Value RSP(IDR billion)		
	2008 (%)	2013 (%)	2008	2013	historic CAGR% 2008-2013
Store-Based Retailing	66.0	70.0	4,756.9	9,784.5	15.5
Grocery Retailers	28.7	32.5	2,069.4	4,542.8	17.0
Modern Grocery Retailers	16.2	22.0	1,168.7	3,075.1	21.3
Hypermarkets	7.2	11.0	520.2	1,537.6	24.2
Supermarkets	9.0	11.0	648.5	1,537.6	18.8
Traditional Grocery Retailers	12.5	10.5	900.7	1,467.7	10.3
Independent Small Grocers	12.5	10.5	900.7	1,467.7	10.3
Non-Grocery Retailers	37.3	37.5	2,687.6	5,241.7	14.3
Health and Beauty Specialist Retailers	37.3	37.5	2,687.6	5,241.7	14.3
Chemists/Pharmacies	17.5	22.5	1,260.9	3,145.0	20.1
Parapharmacies/Drugstores	19.0	13.9	1,369.0	1,942.9	7.3
Other Healthcare Specialist Retailers	0.8	1.1	57.6	153.8	21.7
Non-Store Retailing	34.0	30.0	2,448.4	4,193.4	11.4
Direct Selling	34.0	30.0	2,448.4	4,193.4	11.4
Total	100.0	100.0	7,205.3	13,977.9	14.2