



2026 年 10 月 5 日

各 位

会 社 名 株式会社UNIVA・Oakホールディングス
代表者名 代表取締役会長兼社長グループCEO 稲葉 秀二
(コード：3113 東証スタンダード)
問合せ先 取締役グループCFO 作田 陽介
(TEL. 03-6682-9884)

連結子会社・UNIVA Marketing Limited による新製品「IZUMIO AIR」供給開始に関するお知らせ

当社連結子会社である UNIVA Marketing Limited (以下「UNIVA Marketing 社」といいます。)は、株式会社ナチュラリープラス (本社：東京都港区、代表者：代表取締役社長 田嶋隆志、以下「ナチュラリープラス社」といいます。)が取り扱うナチュラリープラスブランド製品の販売拠点に対し、栄養機能食品およびビューティケア製品を独占的に供給しております。

このたび、ナチュラリープラス社は 2026 年 10 月 4 日より新製品 水素ガス生成器「IZUMIO AIR」(以下「本新製品」といいます。)の販売を開始し、これに併せて UNIVA Marketing 社は、ナチュラリープラス社に対し本新製品の供給を開始いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。本新製品の供給開始により、UNIVA Marketing 社は水素製品の供給ラインナップを拡充し、新たな顧客層および利用シーンの開拓を図ってまいります。

記

1. 「IZUMIO AIR」製品化の背景¹

国内の水素関連市場は拡大を続けており、水素関連商材の市場規模は 2021 年の 208 億円から 2025 年には 303 億円へ成長しております。水素製品は、水素水、水素サプリメント、水素入浴剤、水素ガス吸入器へと用途を広げ、健康維持やセルフケアを支える身近な選択肢として定着しつつあります。

なかでも水素ガス生成器市場は、2020 年以降、健康意識やセルフケアへの関心の高まりを背景に、エステサロン、スポーツ施設、家庭用市場など、ウェルネス分野へと裾野を広げてまいりました。今後は、機器性能に加え、信頼できるブランド、分かりやすい商品提案、販売後のサポート体制、実際に製品を体験できる機会の提供など、総合的な顧客価値が選ばれるための重要な要素になると考えられます。

こうした市場環境のもと、UNIVA Marketing 社は、グループの調達・供給機能および販売ネットワークを活用し、水素をより身近なものとして提案する新たなカテゴリーとして、「IZUMIO AIR」の供給を開始いたします。

¹ 出典：健康産業新聞 2026 年 4 月 15 日号 8 面

2. 製品概要・特長

〈製品概要〉

「IZUMIO AIR」は、水素ガスを生成し、専用チューブを通じて吸入するための水素ガス生成器です。水素ガス生成技術により、安定した水素ガスの生成を実現しております。コンパクトな設計と静音性を備え、ご家庭やオフィスなど、日常のさまざまな場面で使用できる製品です。

製品名	名称	価格（税込）
IZUMIO AIR 〈イズミオエア〉	水素ガス生成器	398,000 円

〈製品特長〉

①PEM 方式による高純度水素の生成

水を電気分解して高純度の水素を生成する PEM（固体高分子電解質膜）方式を採用。水素と酸素を分離する構造により、99.9%以上の水素ガス純度を実現する設計です。

②毎分 300mL の安定した水素発生

コンパクトな水素生成コアモジュールを採用し、毎分 300mL の水素を安定して生成。設置しやすく持ち運びにも配慮した設計としています。

③静音・省スペース設計

約 30～50dB の静音設計で、ご家庭やオフィスなどさまざまな環境で使用しやすい設計です。

※使用環境や運転条件により異なります。

④長期使用を見据えた耐久設計

電解槽の設計耐用時間は約 5,000 時間です。

⑤毎日の使用を支えるランニングコスト

通常運転時の消費電力約 100W を基に、1 日 1 時間使用した場合の電気料金は約 93 円／月の試算です。

⑥安全性・メンテナンスに配慮

転倒、水位、水質を検知するセンサーを搭載。精製水を使用するシンプルなメンテナンス設計としています。



〈製品イメージ〉

3. 「IZUMIO AIR」のマーケティング戦略等

（1）ブランドイメージ

ナチュラリープラス社が取り扱う IZUMIO ブランドの主力製品である水素水「IZUMIO」は、累計出荷本数 3 億本以上を誇り、日本国内の水素水市場（生成機器、サプリメントを除く）において 16 年連続売上 No. 1²を獲得しています。こうした長年の販売実績とブランド力を基盤に、「IZUMIO AIR」は、「飲む『IZUMIO』『OLEMIO』」、「つかる『バスマジオ』」に続く、「吸う」水素という新たな選択肢として展開する製品です。

これにより、水素を日常生活のさまざまな場面で取り入れる「水素のあるライフスタイル」を提案し、水素カテゴリーにおける新たな需要の創出と、IZUMIO ブランドの認知拡大・ブランド価値の向上を目指します。

² 日本国内水素水市場（生成機器、サプリメント除く）2010～2025 年、ブランド別売上 No. 1。（2010～2019 年度：IZUMIO の売上、2020～2025 年度：IZUMIO および OLEMIO の売上合計）。主要対象事業者に対する調査に基づき推計。イブソス株式会社調べ（2026 年 8 月）

（２）ターゲット層

健康・美容・ウェルネスへの関心が高く、日常生活に新たな健康習慣を取り入れたい生活者を主な対象としております。また、スポーツやトレーニングを習慣とする方々などにも提案することにより、幅広いウェルネスニーズの取り込みを図ってまいります。

（３）マーケティング戦略

これまで水素関連製品の展開を通じて培ってきたブランド資産や販売チャネルを活用し、「飲む・つかう・吸う」という水素のあるライフスタイルを提案いたします。また、家庭やオフィスなど日常生活における具体的な使用シーンを紹介することにより、製品への理解を促進し、利用シーンの拡大と新たな顧客層の獲得を目指してまいります。

※本新製品は医療機器ではなく、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。

４．「IZUMIO AIR」にかかわる問い合わせ窓口

販売元	株式会社ナチュラリープラス
コールセンター	0120-989-329
公式サイト	www.naturally-plus.com

５．今後の事業展開

UNIVA Marketing 社は、今回の「IZUMIO AIR」の供給開始を通じ、水素関連製品のラインナップを拡充してまいります。本新製品は、これまでの消耗品とは異なる耐久消費財であることから、ナチュラリープラス社と連携し、安全性や品質管理に加え、購入後のアフターサポートや修理・メンテナンス体制まで含め、長期的に安心してご利用いただける環境の整備に取り組んでまいります。

また、水素水「IZUMIO」、スポーツニュートリション水素水「OLEMIO」、浴用化粧料「バスミオ」とあわせ、「飲む・吸う・つかう」という３つの水素習慣を提案し、新たな顧客層の獲得を目指してまいります。

今後も、UNIVA Marketing 社は、そのグループの調達・供給機能およびナチュラリープラス社の販売ネットワークを活用しながら、製品ラインナップと顧客接点の拡充を進め、事業基盤の強化とトレーディング事業のさらなる成長につなげてまいります。

６．今後の見通し

本件による連結業績への影響については軽微と見込んでおります。

当社は、ナチュラリープラスブランドの販売拠点に対し、栄養機能食品およびビューティケア製品を独占的に供給・展開する UNIVA Marketing Limited を、UNIVA・Oak グループにおけるトレーディング事業を担う中核会社と位置づけております。今後も、同社のグローバルな供給・販売ネットワークを活用した安定的な商品供給と販売機会の拡大を通じて、トレーディング事業の拡大および収益基盤の強化を図り企業価値の向上に向けて注力してまいります。

以 上