

美と健康を追求する全てのチェーンストアに向けて

月刊 H&Bリテイル

Health & Beauty Retail

新春
記念号2019
Vol.38

1

月刊 H&B リテイル 2019年1月号 通巻第38号 発行日:1月1日 発行元:ヘルスビジネスマガジン社 発行人:大矢 均 編集人:八島 充

〒101-0021 東京都千代田区外神田 6-5-3 信楽ビル新外神田 5F TEL.03-3839-0751 FAX.03-3839-0753 info@health-mag.co.jp 年間購読料:13,200円(税別) 振替口座:00190-5-611380

2019年、日本版Drg.Sの存在感増す

従業員の資質と行動力試される年に

2018年のドラッグストア業界は、変化する消費者行動を的確に捉えた政策が奏功したほか、インバウンド需要の拡大もあり堅調に推移した。また同年は、東アジアや東南アジアに進出する企業も目立った。2019年のドラッグストアは、国内ではヘルスケアの拠点としての重要度が高まり、海外では独自進化を遂げた日本版ドラッグストアの存在感が各国で増すと予想される。そうした追い風を生かし次のステージに移行するために、働く従業員の資質と行動力も試される年となる。

海外攻略はやり切ること重要

今年度のドラッグストア業態は概ね堅調に推移している。食品、調剤、インバウンド需要の買場として、さらにはヘルスケアをトータル提案する拠点として信頼されていることがその理由だ。今後国や地方行政あるいはヘルスケア産業界が目論む健康寿命延伸策との連携が深まれば、さらなるシナジーが創出できるものと期待している。

他方、海外ではすでに台湾でトモズの店舗が成功を収め、そこに続くサツドラの店舗も3店体制となった。同国は医薬品の販売申請が比較的容易であることから、トモズの店舗は

日本のドラッグストアに近いフォーマットを展開し、それが現地生活者に受け入れられていると聞く。

また、マツモトキヨシのタイの店舗が30店に達し、同国に先行参入するツルハHDも今期から出店を加速している。ウエルシアHDは中国に続きシンガポールにも進出し、今期中に同国に5店、早期に2ヶタ体制を築き現地の認知度を高める計画だ。

シンガポールで指揮をとるウエルシアHDの松本副社長は、「店舗数が増えれば地元ベンダーやデベロッパーの信用が高まり運営のレベルは間違いなく向上する。大切なのは途中で諦めずやり切ること」と語る。

「食と健康」で市場創造を

日本の総人口は2004年をピークに減少しており、2030年に1億1,522万人、2050年には9,515万人になると言われる。同時に高齢化率も上昇し、2030年に31.8%、2050年には4割に迫る。

国内では当面、増え続ける高齢者のケア、高齢になる手前のケアの市場拡大が継続する。すでに「やわらか食」などのシニア食は生活者から市民権を得ており、各社とも売場の確立を急ぐべきである。

また生活習慣病予防の観点から、一般食品と健康食品と合体させた「食と健康カテゴリー」が市場創造に寄与するのも間違いない。今年は日本チェーンドラッグストア協会が管理栄養士を活用した同カテゴリーの実証実験を始める。会員企業は是非この活動の輪に加わって欲しい。

ちなみにタイやシンガポールでも急速に高齢化がすすんでおり、生活習慣病予防のニーズが高まっている。

我が国のドラッグストアは、そうしたニーズにいち早く対応した店づくりをおこなっており、高齢化を背景に独自進化を遂げた当フォーマットが、世界に認められる可能性は高い。

その夢を実現し業界の発展を支えるのは、言うまでもなく現場の従業員である。昨年は本部とのリレーション不足による従業員の不幸事もあったが、その遠因は夢と希望を現場で見出せなかったことかも知れない。ヘルスケア産業の中核となり得るドラッグストアの従業員の、資質とモチベーションを高める教育が、目下最大の課題と心得るべきである。

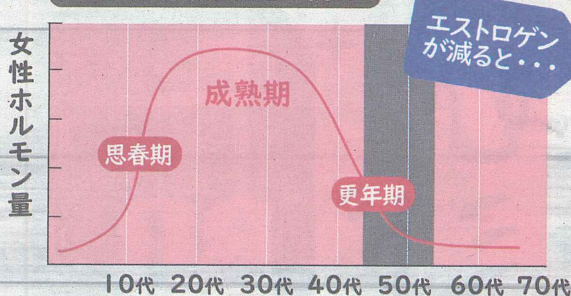
今号の主な内容

- ウエルシアHD・池野会長インタビュー…3
- JAH1 会長・JACDS 事務総長・今西氏インタビュー…4
- アンファーマ・叶屋事務インタビュー…5
- 連載「経営トップの視点」ツルハHD・堀川社長…6
- 連載「米国の健康・予防治療最新情報」天野氏…7
- 中国チェーンドラッグストア協会・武会長が語る②…9
- シンガポール流通視察・セミナーレポート①…10
- 「食と健康アワード2019」ノミネート商品特集…11～15
- 機能性表示食品ランキング…16
- シリーズ「ラカント」知られざる誕生秘話…17
- 連載「DgS 今昔物語」鈴木孝之氏②…20
- 連載「ドラッグストアのヘルスケア戦略」…21
- 「食と健康」マーケット拡大へ…22
- 「食と健康アワード」吉野家HD…24

更年期にはITはなびらだけ

更年期世代の
2人に1人が
悩んでいます!

エストロゲン分泌量の変化

のぼせ
ほてり憂鬱
イライラ

めまい

肌の衰え

基礎代謝
低下

記憶減退

骨粗鬆症

Point

特徴的な
成分

※産学官共同研究によりITはなびらだけから
細胞増殖しないエストロゲン様活性を発見!

サイレントエストロゲン

ITはなびらだけとは

生産者のインタートレード(略称IT(アイティー))が山梨県で自社栽培するエストロゲン様活性の確認されたハナビラタケのこと。

※国立研究開発法人 産業技術総合研究所、学校法人東京女子医科大学、株式会社インタートレードによる共同研究

ITはなびらだけ含有の
更年期対策サプリメント エストロリッチ

【お問い合わせ】株式会社インタートレードヘルスケア

03-4540-3140

9時~18時
土日祝 休みINTERTRADE
Healthcare

「食と健康アワード2019」

さらに4社が追加ノミネート
2019年の市場占う商品に注目

「食と健康アワード2019」

前号で開催概要とノミネート商品を発表した本紙主催「食と健康アワード2019」は、その直後からメーカー様からの問い合わせが相次ぎ、10を超す商品が追加エントリーされました。そこで、編集部では第2回予備審査を実施し、新たに4社の商品を正式にノミネートすることにしました。

より多くの商品エントリーを受け入れることで、選出基準となる視点が広がり、「2018年の“食と健康”市場を総括し19年の新市場を先取りする」ことを目的とした本賞の精度をさらに高めることにつながります。

いずれの商品も、「独自成分・機能」「機能性と剤型やターゲット層、プ



昨年の授賞式の様子

ロモーションとの組み合わせの新しさ」といったそれぞれの魅力で、ドラッグストアの“食と健康”新市場に貢献するものばかりです。

3月15日（金）のJAPANドラッグストアショー初日に、ショーの公式イベントとして授賞式・受賞商品発表会を開催します。ぜひご来場ください。

選考委員（就任予定者）

今西 信幸氏

日本チェーンドラッグストア協会事務総長・日本ヘルスケア協会会長

杉浦 伸哉氏

株式会社スギ薬局常務取締役・第19回JAPANドラッグストアショー実行委員長

阿部 皓一氏

日本ビタミン学会功労会員・武蔵野大学薬学部SSCI研究所分析センター長

板本 敦志氏

大木ヘルスケアホールディングス株式会社取締役執行役員

佐々木 誠氏

国分グループ本社株式会社ヘルスケア統括部事業推進課長

八島 充

「月刊H&Bリテイル」編集長

「食と健康アワード2019」各部門大賞ノミネート商品

	商 品	メーカー
保 健 機 能 食 品 部 門	「チョコラBBリッチセラミド」	エーザイ
	「アラプラス糖ダウン」	SBI アラブプロモ
	「マイサイズ」	大塚食品
	「賢者の快眠」	大塚製薬
	「いつでも新鮮 大豆ペプチド減塩しょうゆ」	キッコーマン食品
	「ダイドーブレンド スマートブレンド微糖世界一のバリスタ監修」	ダイドー
	「DHC DHA」	ディーエイチシー
	「önaka」	ビルボックスジャパン
	「内脂サポート」	ファンケル
	「メタバリア 葛の花イソフラボン」	富士フィルム
一 般 サ プ リ メ ン ト 部 門	「プロフィット」	丸善
	「大麦若葉粉末」	山本漢方製薬
	「サラ牛」「ペブ牛」「ギャバ牛」	吉野家
	「ロートV5」	ロート製薬
	「乳酸菌ショコラ」	ロッテ
	「歯につきにくいガム 記憶力を維持するタイプ」	ロッテ
	「ディアナチュラプロテイン」	アサヒグループ食品
	「しおナイン」	アルフレッサヘルスケア
	「キッズハグ」	井藤漢方製薬
	「ママベビースマイル」	井藤漢方製薬
一 般 食 品 部 門	「ネイチャーメイド スーパービタミンD」	大塚製薬
	「骨麗肌」	CBC
	「サンファイバー」	太陽化学
	「キングバイオ みどりむしダイエット」	ロッツ
	「生酵母」	ロッツ
	「はとむぎエキス」	ディーエイチシー
	「メリロート」	ディーエイチシー
	「焙煎ごぼう茶」	あじかん
	「糖質をおさえたようかん」	榮太樓商事
	「SUNAO」	江崎グリコ
素 材 成 分 部 門	「しっかりと芽が出た発芽玄米」	SBI アラブプロモ
	「マンナンヒカリ」	大塚食品
	「ボディメンテ」	大塚製薬
	「ロカボスタイル 低糖質スイートナッツ」	サラヤ
	「ステビアヘルス」	日本リコス
	「ぬちまーす」	ぬちまーす
	「糖質が気になるひとのモーニングブレッド」	ベーカリーシステム研究所
	「メイバランスアイス」	明治
	「トリプルアタックヨーグルト」	森永乳業
	「ITハナビラタケ」	インタートレードヘルスケア
機 能 性 表 示 食 品	「MCT オイル」	日清オイリオグループ
	「L-137 乳酸菌」	ハウスウェルネスフーズ
	機能性表示食品受理件数ナンバーワン企業	ファイン



▲前回の「キノウ食アワード」にノミネートされた商品群



「キノウ食アワード」の選考会風景▶

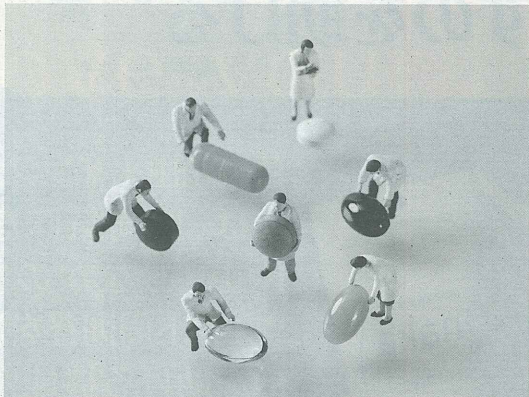
◀選考会には、JACDS事務総長だった故・宗像氏も参加してくれた

FANCL

正直品質。

お客さまと真正面から向き合い、目の前のひとりひとりに嘘のないものを。

私たちはお客さまに本当に必要とされるものを
自ら考え、生み出し、責任をもってお届けしていきます。



F067 薬とサプリメントの飲み合わせもお調べします。

◎「正直品質。」を裏づける「ファンケル100の事実」。

WEBでは、その全てを公開中です！ www.fancl.jp/fact100

お客さまセンター ☎0120-153-222（月～土/朝9時～夕方5時 日・祝日/休み）
株式会社ファンケル 〒231-8528 横浜市中区山下町89-1



「栄養補給」「美容」「スポーツ」幅広い層にリーチする健康素材

日清オイリオ「MCT オイル」(中鎖脂肪酸油)

オイル、パウダー、ゼリーなど幅広い剤型でMCT商品を展開する日清オイリオグループでは、「栄養補給」「美容」「スポーツ」の3通りの購買層を想定したプロモーションを行っている。

MCTの主成分である中鎖脂肪酸は母乳に含まれていることでも知られる成分。一般的な油脂の主成分である長鎖脂肪酸に比べて構成する炭素の数が短いことから代謝経路が異なり、4～5倍速く分解され、短時間でエネルギーとなるのが大きな特徴だ。

その特性から、高齢者や消化器系手術後患者など向けの栄養補給食として、医療や介護の現場では古くから用

いられており認知度が高かったが、最近では短時間でエネルギーに変わり、体内に溜まりにくいことから良質なエネルギーが必要なアスリートや、ダイエットに関心のある人からも注目を集めているという。

日清オイリオグループでは、ダイエット・美容へのアンテナが高いユーザー向けにモデルの長谷川潤さん、スポーツ・フィットネス系のユーザー向けにサッカーの長友佑都選手をそれぞれ広告キャラクターに起用したプロモーションを通じ、さらなる認知度の向上を狙う。



吉野家「サラ牛」「ペプ牛」「GABA牛」注目される機能性表示食品の牛丼の具

「サラ牛」は外食チェーンとして初めてとなる機能性表示食品。インドやスリランカなどで、古くから健康維持のために、お茶などとして愛飲されてきた天然植物「サラシア」に含まれる成分で、食事から摂取した糖の吸収をおだやかにし、食後の血糖値の上昇をゆるやかにする機能があることが報告されている「サラシア由来サラシノール」が含まれている。

「ペプ牛」には、「グロビン由来バリン・バリン・チロシン・プロリン」(以下グロビンペプチド)が含まれている。グロビンペプチドとは豚の血液に含まれるタンパク質を酵素分解して得られる成分で、食べた脂肪の吸収を抑

制し、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える機能があることが報告されている。

「GABA牛」には、血圧低下効果が得られることが実証されているギャバが含まれている。ギャバとは、野菜や果物に多く含まれるアミノ酸の一種で、ヒトの体内では神経伝達物質として重要な働きを担う。また「GABA牛」は従来の「冷凍牛丼の具」と比べて塩分を25%カットしており、塩分を気にする人にも安心して食べられる。



女性のからだに寄り添う新成分「サイレントエストロゲン」

インタートレード「IT はなびらたけ」

「サイレントエストロゲン」が脚光を浴びている。インタートレードが産官学共同研究でハナビラタケから発見した成分だ。

女性のからだは閉経の前後に、卵巣から放出される女性ホルモンのエストロゲンの分泌量が低下することからホルモンバランスが崩れ、うつや不眠、高血圧といった様々な症状を引き起こすことが知られている。これがいわゆる更年期障害であり、緩和のためにはイソフラボンのようなエストロゲンと分子構造が近く体内で似た働き(エストロゲン様作用)をする成分の摂取が有効とされる。

一方で、エストロゲンには細胞増殖を助ける作用があり、がん細胞のような“悪い細胞”も増やしてしまうリスクがある。エストロゲン様作用が認められる他の成分についても、同様の指摘がなされている。

インタートレードが発見した、ハナビラタケの「サイレントエストロゲン」は、エストロゲン様作用が確認されながら細胞増殖活性がなく、上記のような健康上のリスクがない新機能成分として期待されている。細胞増殖を活性化しないことから「大人しいsilent」エストロゲンとの名がついた。

ハナビラタケには食物繊維のベータグルカンなども豊富に含まれることから、インタートレードではサプリメント形状の商品だけでなくふりかけなど素材を「丸ごと」摂れる商品も開発している。



将来担う顧客の創造に寄与 「メリロート」「はとむぎエキス」 カテゴリーけん引し続ける 「DHA」(機能性表示食品)

ディーエイチシー

ディーエイチシーからは、サプリメント部門に「メリロート」と「はとむぎエキス」、保健機能食品部門(機能性表示食品)に「DHA」の計3品がノミネートされた。

素材のメリロートはマメ科のハーブのエキスで、同社「メリロート」はここにジャワティーエキス、イチヨウ葉エキス、トウガラシ抽出物を加え、「4大成分で水分すっきり」というコピーを添えてある。店頭販売を開始した2004年以降じわじわと人気が出て、特に足のスタイルを気にする女性層に受けている。

「はとむぎエキス」は、化粧品などにも使われる はとむぎエキス末(13倍濃縮)(1粒にはとむぎとして2,210mg相当)とビタミンEを加えた商品で、「透明感をめざしたい」というコピーが添えられる。昔から知られた素材が今見直されていること、さらに購入しやすい価格などから、右肩上がりの推移が続く。

同社健康食品の主要購入層が40～50代女性であるのに対し、「メリロート」と「はとむぎエキス」は20～30代の女性为中心で、「将来を担う顧客を創造するツールとして機能している」(同社)という。

また、サバ缶ブームを背景に急成長しているのが「DHA」である。2018年はDHA関連の店頭販売額No.

2メーカーとなり、10月の「DHA」売上高は前年比2割増と好調だった。弊社の「機能性表示食品ランキング10月度」も、DHAのサプリメントとしてNo.1の位置に付けている。

同商品は、2018年春に機能性表示食品としてリニューアルしており、DHAの魅力の1つである「血中中性脂肪の低下」を前面に出し、購入意欲の喚起に成功した事例となっている。

2019年は「DHA」を重点販売商品としていく予定で、店頭を彩る販促ツールも多彩に用意した。今年もDHA市場は拡大が予想され、同商品がそのけん引役となるのは必至だ。



NISSHIN oilio
「植物のチカラ」

Move your body
キレイを、かなえよう。

体脂肪は、運動で燃やそう。
キレイをめざすあなたのオイル。

日清オイリオのMCT

日清オイリオグループ株式会社
○ホームページアドレス <http://www.nissin-oillio.com>