

OTC
医薬品

みんなのセルフメディケーション

改訂版 健康と薬の正しい関係

DVD
VIDEO

みんなのセルフメディケーション

健康と薬の正しい関係

OTC
医薬品

セルフメディケーション

ハンドブック 2011

OTC
医薬品

セルフメディケーション

ハンドブック 2011

将来自立した健康管理が望まれる中学生に「セルフメディケーション」の概念「薬についての知識」について理解できるようにストーリー仕立てで作成。
1500枚制作し、全国の1000校に配布。

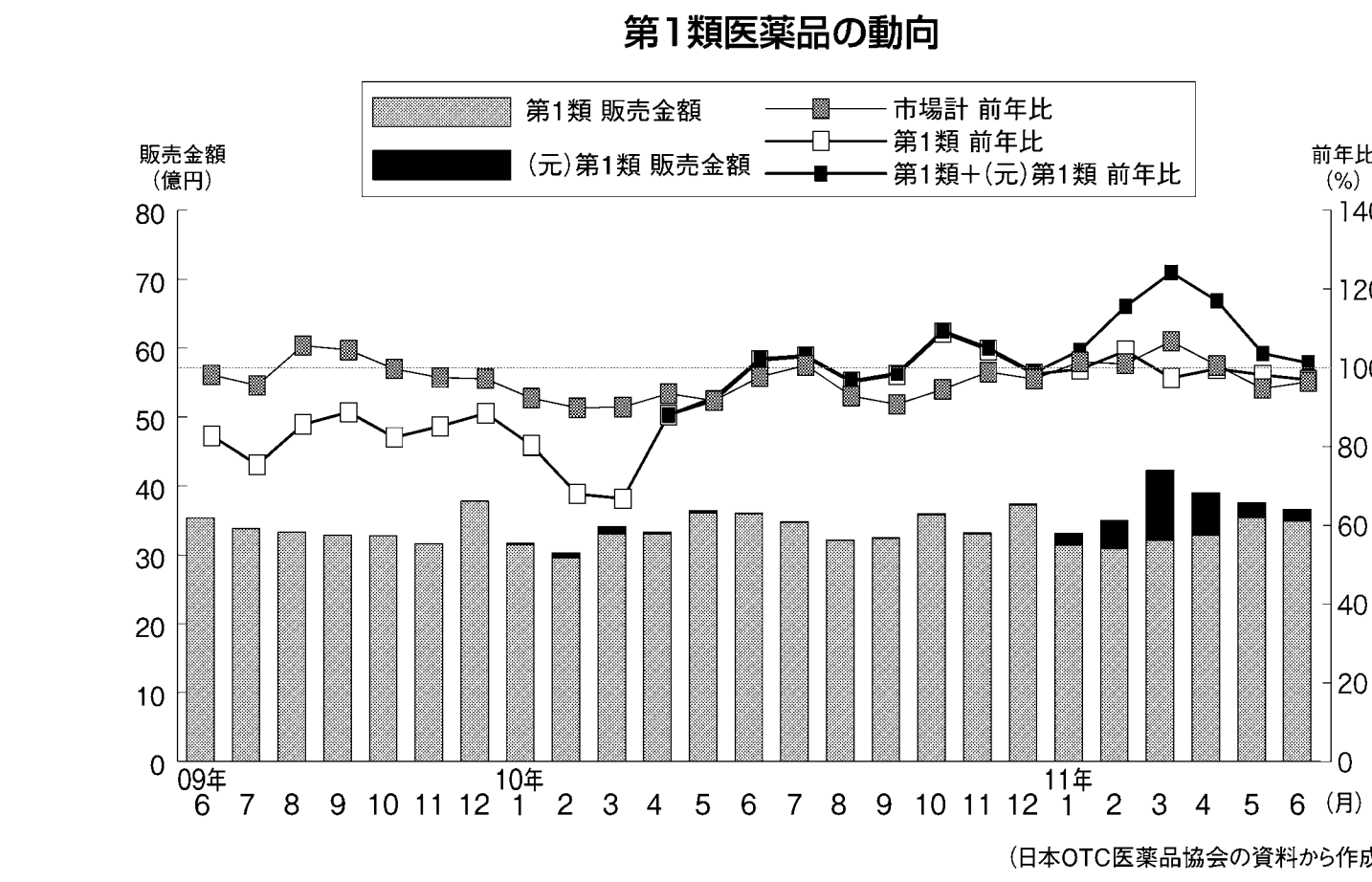
セルフメディケーションって何!? から、実践するためのOTC医薬品の正しい使い方を解説。
薬の基礎知識/家族で考える上手な薬の使い方/薬といつまでもよい関係にあるために

セルフメディケーション
ハンドブック 2011

OTC医薬品を上手に活用するためのハンドブック

OTC医薬品を上手に活用するためのハンドブック

>>> あなたの健康管理に日本OTC医薬品協会のウェブサイト【www.jsmi.jp】をお役立てください <<<



OTC医薬品市場が低迷する中、各社は新製品の投入を軸に、さまざまなアイデアでユーザーの心をつかむ努力を続けている。各社の動向を追って、配合の製品や、レバーをとするコンドロイチン群、07年頃からテレビCMを開始し、消費者の認知度の高まりを追い風に売り上げを伸ばしている。ゼリア新薬は卸を介さない直販流通で、薬局の推奨販売に頼ってきただけで、最近ではOTC医薬品販売の主流はドラッグストアに移行。消費者が自ら棚から選んで購買するスタイルに変化した。そこで、消費者に直接製品を訴求するテレビCMなどの広告に力を入れている。

ゼリア新薬はコンドロイチンを生産するデマティックのバイオファクトリーエスピアを子会社化するなど、今後の需要増を

見込んだ安定供給にも取り組む。コンドロイチン群で100億円の売上高を目標としている。

滋養強壮剤の第2類医薬品「新ハバリーゼ」などのヘパリーゼ群もコンドロイチンに次ぐ柱として期待が大きい。10年から全国でテレビCMを開始。製品の特徴が消費者に伝わることで売り上げが急伸し、11年度第1四半期で、前年同期比35%の売上高の伸びを示した。

胃腸薬「強力わかもと」として知られるわかもと製薬。強力わかもとは台湾でもトップブランドで、胃腸薬のシェア1位を誇る。だが、日本ではヘパリーゼの年齢層が上がり、若者の訴求が課題となっている。一方、同社はヘルスケア製品開発のトップに女性を据え、女性の視点からニーズをくみ取るよう新製品開発に取り組んでいる。年間二つ以上の新製品を市場に投入することを目標としている。

そんな中、次代の柱として力注ぐのがオラルケア。同社が得意とする乳酸菌を生きたまま配合した薬用ハミガキ粉「アバンビーズ」シリーズ(医薬部外品)を3月にリニューアルし、ブランド力の向上を図っている。

ターゲットはパーソナルユース。いまやハミガキ粉も個人ごとに好みのモノを使う時代。あらゆる世代・性別の層に受け入れやすいよう、さまざまな味を採用した、全4品に、歯周病に効果があるという乳酸菌を配合している。

また、4月には新領域の製品として、腔カンジダの再発治療薬「エンベシド」(第1類医薬品)を投入した。腔カンジダは女性生殖器の感染症のうちでも頻繁に見られる疾患で、疲労や免疫力の低下により腔に常在しているカンジダ菌が異常繁殖してかゆみを引き起こす。

病院に行くのをためらうことが多く再発も多い。手軽に手に入るOTC医薬品のニーズは高い。ただ、同業は薬剤師との相談が必要な第1類

含、乳酸菌による機能面の特徴と併せ、価格1000円以上の薬用ハミガキ粉市場の開拓を進めている。

長く使われた医療用医薬品の成分で比較的制作費が少なく、安全性が高い成分をOTC医薬品に転用したものを「スイッチOTC医薬品」と呼ぶ。佐藤製薬は第1類医薬品、特にスイッチOTC医薬品の新製品投入が目立っている。10年12月にはOTC医薬品で初めて、ベクロメタゾンプロピオン酸エステルを配合した点鼻ステロイド薬「ナザールAR」(季節性アレルギー専用)。(第1類医薬品)を発売した。花粉などによる鼻つまり・鼻水に効果を発揮する。

11年3月には急性鼻炎、副鼻腔炎による鼻つまり向けにスイッチOTC医薬品の点鼻薬「ナシビンMSプレー」(第1類医薬品)を発売した。効果に分けて製品を投入していることも、消費者にとって求める効果に分かりやすく、好意的に受け入れられているようだ。

チヨコラBBドリンクは3月に香港で発売し、アジア展開を開始した。市場の成長が著しいアジアでの取り込みも今後積極化していく。

ほかでは、加齢などで弱った肩を整える「セルベール」シリーズがベストセラー。10周年を迎えた。今月13日には、新セルベール「整肩入錠」(「同ハミガキ」)といずれも第2類医薬品を新発売。ラインアップを充実し、ブランド力の向上に努めている。

年中無休で働く胃腸に!

3つの天然由来成分の効き目をおすすめします。

強力わかもと

●麹菌が、胃もたれに!
●乳酸菌が、便秘・軟便に!
●ビール酵母が、疲労時の栄養補給に!

指定医薬部外品

【主な効能・効果】胃もたれ、食欲不振、軟便・便秘、滋養強壮、肉体的疲労、病中病後・産前産後などの場合の栄養補給
【メーカー希望小売価格(税込)】瓶入り1000錠 2,625円、300錠 1,050円/分包(9錠パック×12)525円
◎説明書をよく読んで正しく服用してください。◎薬局・薬店・ドラッグストアなどで買い求めください。
お客様相談室 03-3279-1221(直通) 受付時間: 9:00~17:30(土・日・祝日除く) わかもと 検索 モバイルわかもと

わかもと製薬

CMなどで製品訴求

ドリンク剤、女性向け伸びる

各社の動向

OTC医薬品市場が低迷する中、各社は新製品の投入を軸に、さまざまなアイデアでユーザーの心をつかむ努力を続けている。各社の動向を追って、配合の製品や、レバーをとするコンドロイチン群、07年頃からテレビCMを開始し、消費者の認知度の高まりを追い風に売り上げを伸ばしている。ゼリア新薬は卸を介さない直販流通で、薬局の推奨販売に頼ってきただけで、最近ではOTC医薬品販売の主流はドラッグストアに移行。消費者が自ら棚から選んで購買するスタイルに変化した。そこで、消費者に直接製品を訴求するテレビCMなどの広告に力を入れている。

ゼリア新薬はコンドロイチンを生産するデマティックのバイオファクトリーエスピアを子会社化するなど、今後の需要増を

見込んだ安定供給にも取り組む。コンドロイチン群で100億円の売上高を目標としている。

滋養強壮剤の第2類医薬品「新ハバリーゼ」などのヘパリーゼ群もコンドロイチンに次ぐ柱として期待が大きい。10年から全国でテレビCMを開始。製品の特徴が消費者に伝わることで売り上げが急伸し、11年度第1四半期で、前年同期比35%の売上高の伸びを示した。

胃腸薬「強力わかもと」として知られるわかもと製薬。強力わかもとは台湾でもトップブランドで、胃腸薬のシェア1位を誇る。だが、日本ではヘパリーゼの年齢層が上がり、若者の訴求が課題となっている。一方、同社はヘルスケア製品開発のトップに女性を据え、女性の視点からニーズをくみ取るよう新製品開発に取り組んでいる。年間二つ以上の新製品を市場に投入することを目標としている。

そんな中、次代の柱として力注ぐのがオラルケア。同社が得意とする乳酸菌を生きたまま配合した薬用ハミガキ粉「アバンビーズ」シリーズ(医薬部外品)を3月にリニューアルし、ブランド力の向上を図っている。

ターゲットはパーソナルユース。いまやハミガキ粉も個人ごとに好みのモノを使う時代。あらゆる世代・性別の層に受け入れやすいよう、さまざまな味を採用した、全4品に、歯周病に効果があるという乳酸菌を配合している。

また、4月には新領域の製品として、腔カンジダの再発治療薬「エンベシド」(第1類医薬品)を投入した。腔カンジダは女性生殖器の感染症のうちでも頻繁に見られる疾患で、疲労や免疫力の低下により腔に常在しているカンジダ菌が異常繁殖してかゆみを引き起こす。

病院に行くのをためらうことが多く再発も多い。手軽に手に入るOTC医薬品のニーズは高い。ただ、同業は薬剤師との相談が必要な第1類

含、乳酸菌による機能面の特徴と併せ、価格1000円以上の薬用ハミガキ粉市場の開拓を進めている。

長く使われた医療用医薬品の成分で比較的制作費が少なく、安全性が高い成分をOTC医薬品に転用したものを「スイッチOTC医薬品」と呼ぶ。佐藤製薬は第1類医薬品、特にスイッチOTC医薬品の新製品投入が目立っている。10年12月にはOTC医薬品で初めて、ベクロメタゾンプロピオン酸エステルを配合した点鼻ステロイド薬「ナザールAR」(季節性アレルギー専用)。(第1類医薬品)を発売した。花粉などによる鼻つまり・鼻水に効果を発揮する。

11年3月には急性鼻炎、副鼻腔炎による鼻つまり向けにスイッチOTC医薬品の点鼻薬「ナシビンMSプレー」(第1類医薬品)を発売した。効果に分けて製品を投入していることも、消費者にとって求める効果に分かりやすく、好意的に受け入れられているようだ。

チヨコラBBドリンクは3月に香港で発売し、アジア展開を開始した。市場の成長が著しいアジアでの取り込みも今後積極化していく。

ほかでは、加齢などで弱った肩を整える「セルベール」シリーズがベストセラー。10周年を迎えた。今月13日には、新セルベール「整肩入錠」(「同ハミガキ」)といずれも第2類医薬品を新発売。ラインアップを充実し、ブランド力の向上に努めている。

ユンケル、投入!

ユンケル® 黄蓍液

OTC 医薬品

滋養強壮・かぜによる熱などの場合の栄養補給 大人(15才以上)1回1本を1日1回服用します。【第2類医薬品】

佐藤製薬株式会社 東京都港区元赤坂1丁目5番27号 お客様相談窓口: 03-5412-7393 受付時間: 9:00~17:00(土・日、祝日を除く)

ユンケル・オフィシャルサイト / www.yunker.jp

たとえば、ナイチンゲールだったらどうするだろう、と考えてみる。

彼女の直筆の文字を使ったこのマークを見るたびに、いつも、自分たちに問いかけています。

自ら志願し、クリミア戦争で傷ついた戦士たちの看護に向かったナイチンゲール。怪我や病気で苦しんでいる人たちは、何をしてほしいのか。それが、彼女の行動のすべての出発点だったのだと思います。治療する側の発想だけではなく、

ベッドの上にいる人の視線で医療を見つめること。病氣と闘う人の不安な気持ち、少しでも良くなりたいという切実な思いを、真っすぐに見つめること。「ヒューマン・ヘルスケア」。私たちエーザイのスローガンには、そんな思いが込められています。

h/hc

ヒューマン・ヘルスケア エーザイ

http://www.eisai.co.jp