

特集：「2022 OHKI 春夏用カテゴリー提案商談会」 松井秀夫会長インタビュー

「DgSで提案すること サプリの開く新しい分野はまだまだある」

いよいよ2月8日(火)、9日(水)、東京流通センターで大木ヘルスケアホールディングスの「2022 OHKI 春夏用カテゴリー提案商談会」がリアル開催される。新型コロナウイルス禍において2回にわたるオンライン提案商談会で同社は急激に進む生活者の潜在ニーズの顕在化にいち早く対応してきた。同社経営トップの松井秀夫会長は「生活者の健康向上ニーズに対応すべく、ヘルスケア産業がいまこそ顕在化ニーズに応じるべきだ。そのためには健康食品による「健康レベル」向上が不可欠。「ドラッグストアで提案できることはまだまだこんなにある」という提案に込めた思いを共有してほしい」と呼び掛ける。ドラッグストア企業関係者は、今こそ生活者の健康課題の解決に向けた大木の提案を現地で共有し、ビジネスにつなげていくべきだ。

(文・中西陽治)

——2回のオンライン開催を経て、今回のリアル開催となりました。変化するヘルスケア業界をどのように捉えていらっしゃいますか。

松井会長 ヘルスケア産業における需要創造型の新しい中間流通業として、市場に新たな提案力を注入していかなければいけないと強く感じています。

その中で健康食品事業、とりわけサプリメント市場は、特段に力を入れていかなければいけない。具体的には免疫のマーケットについて、もっとヘルスケア業界は頑張らなければいけないと感じます。

今回の新型コロナウイルスの影響を受け、やはり一番残念なのは、ヘルスケアにおいてOTC医薬品がマーケットで力を発揮できなかったことです。

これは、ヘルスケア産業にとって大変遺憾なことです。むしろ本来は新型コロナウイルスに感染しないことが大切ですが、感染したとしても重症化しないことも重要でしょう。

その重症化しない体づくりに欠か

せない、健康的な身体機能の真ん中に、免疫力があります。感染症対策にヘルスケア業界側がもっとやれることがある、と感じるのです。

ですが、感染防止一辺倒の風潮に対しヘルスケア業界側は、残念ながらマスク、手洗い、うがい、消毒といった対策のみに注力せざるを得ないこととなりました。

コロナ禍に関わらず、生活者の健康ニーズは変わってきています。OTC医薬品、すなわち一般用医薬品の薬効が大枠で定められてから、アレルギーや新型の病気など、時代の変化に合わせて、生活者が抱える症状と健康に対する意識も変わってきました。

行政側もセルフメディケーションを推奨しながら、新型コロナウイルスに対してOTC医薬品でのケアができていなかったのです。

——現在の健康課題にどのように取り組んでいかれますか。

松井会長 生活者の新しい健康ニーズに適切に対応していこうと思った

ならば、薬効の規制緩和を待つより機能性表示食品の「機能性」に期待するべきだと考えています。

この新しい健康ニーズに対して的確にメリットを表示し、効果を発揮する臨床例を添えて消費者庁に査読データを持って届出受理を行っていく。コストの面でもOTC医薬品より有利です。

こうした点を踏まえ業界では、OTC医薬品でフォローしきれなかったヘルスケアの課題にチャレンジしていくべきです。我々は国民の健康を守っていく上で、機能性表示食品を積極的に拡大していかなければならないと感じています。

食品成分を見つけてしっかり臨床にかけ、市場に供給していくというのが大変大事になると思います。そこで今回提案会では、健康食品事業としては、「免疫」で貢献していくべく提案を行っていきます。

——“免疫”はまさに今、顕在化しつつあるニーズですね。

松井会長 その中の一つが、この度大木流通で市場に投入するキリンホールディングスの「プラズマ乳酸菌」と日本薬健の青汁がコラボレーションをした『プラズマ乳酸菌 免疫ケア青汁』です。

免疫は腸内免疫、すなわち腸管での獲得が60～70%、それから口腔内免疫が20%とされ、そこで主な人間の免疫が獲得されます。

機能性表示食品の「プラズマ乳酸菌免疫ケア青汁」に含まれるプラズマ乳酸菌は、免疫の司令塔に働きかけて免疫細胞全体に指令をかけ、免疫力を発揮することができます。これが、腸内免疫に対するアプローチです。

もう一つ、3月に口内粘膜免疫に対して、大木製薬からプロポリスを配合した歯磨き用ケア用品「デントポリスKB」を提案します。

「デントポリスKB」は、口内の常在菌は殺さず、口内抗菌ができる商品で、悪玉菌を減らして善玉菌を増やし、口腔内の菌のバランスを整えることができます。

健康食品・サプリメントで免疫対策を行うならば、腸管免疫と口腔内免疫という免疫機能が働く人間の機関でこの二つをフォローすべきでしょう。免疫強化のもう一つの大事な柱はタンパク質です。

免疫機能を維持するためには、まず造血幹細胞が重要になります。造血幹細胞が細胞を生み出すために、腸管細胞の大元のアミノ酸、つまりタ

特集：「2022 OHKI 春夏用カテゴリー提案商談会」 松井秀夫会長インタビュー

健康レベル向上を共有する商談会

ンパク質が必要になってくるからです。

タンパク質を摂取しなければ免疫力は上がらないのですが、今の日本人、とくに高齢者や女性はタンパク質欠乏が甚だしいのです。

これまで行政は、「日本人の食事摂取基準」で栄養バランスについて、「これだけ食事をしていればほとんどの栄養は足りています」と言ってきましたが、実はタンパク質が足りていないということに気づき、2020年に成人の摂取目標量を引き上げました。

ところが増えた必要量が実際に摂れるかという、なかなか難しい。

例えば一日に必要なタンパク質を体重の0.1%に改定されましたが60kgの人は60g取らねばなりません。

それを肉だけで摂ろうとすると、豚肉で最低でも200g以上食べなければなりません。

これだけの量を食べるとなると、大変であると同時に、タンパク質以外の140gほどの脂質といった余分な栄養素を摂り過ぎることになります。とくに高齢者は、タンパク質の消化酵素、脂肪の分解酵素が加齢により減少する中で、摂取が難しいことがわかります。

すなわち、タンパク質を効率よく摂取するために、プロテインやタンパク質含有の健康食品が役に立つということです。

さらにタンパク質の他に、ビタミンとミネラルも重要です。これらの栄養素は、豊富な食生活をしていないと免疫細胞が活性化できません。

タンパク質に加えてビタミン、ミネラルも摂るのが免疫力を強化するのに大事なことなのです。その意味では、サプリメントによって補うビタミン・ミネラルも欠かせない栄養素です。

——その必要性をどのように啓発し提案していけますか

松井会長 免疫だけでなく、生活者

の健康レベルについて、新しいコンセプトを訴えていかなければなりません。それは病気でなければ健康寿命延伸が果たしているというような単純なものではなく、健康レベルがさまざまな段階であることを伝えなければいけないのです。

毎日の生活、いろいろなシーンで、一人一人が健康リスクを抱えていますが、立ち上がるのに支障があるという健康リスク一つをとっても、様々な悩みがあり、度合いにも幅があるわけです。それを一緒にたにして論ずるのはおかしいと思います。

「健康で元気になる体を作る」「病気が発生しないような体にする」といった具体的な健康レベルへの対策を形にしていくことが、今後のヘルスケア業界に求められる仕事です。

そのために、次のような健康維持のための5大システムを掲げ、生活者の健康レベルを上げる施策を提案します。(図参照)

一つ目が「自律神経システム」、二つ目が「免疫システム」、三つ目が「エネルギー代謝システム」、四つ目が「細胞の代謝増殖システム」で、これらを5つ目の「血液によるデリバリーシステム」で効率よく運搬し、健康維持へと導く必要があります。

生活者の健康レベルをアップする提案力に磨きをかけて、さらなるニーズの顕在化を図っていかなければなりません。

一口に「健康」と言ってもいろいろなレベルがありますので、提案商談会に参加される方々に健康レベルについて段階的・多面的に理解していただき、生活者にお伝えするお手伝いをする。

健康レベルを現状維持できる、あるいは向上することが可能であるということについても、国民に伝えていける提案を行っていきます。

そのためには、生活者が持つ「健



松井秀夫会長

康レベルを維持したい」という潜在ニーズを掘り起こし顕在化させることで、我々は意義のあるサプリメントを、さらに提案し、商品にメッセージを込めたいと考えています。

——ドラッグストアに求められる役割が拡大していますが、現状をどのように捉えていますか。

松井会長 コロナに感染する・しない、ではなく、コロナ禍で生活者が抱える潜在的ニーズ、つまり感染しても重症化や発症しない体づくりをサポートすべきです。体には外敵から自分の身を守る免疫を持っているわけですし、ワクチンも免疫を作る一つの手段です。

ウイルスが入ってきたとして、腸管や口腔粘膜を経由します。そこを強化しておくべきなのです。

しかし今の世論は、発症しない人がウイルスをばらまいているような言い方をしています。もはやコロナウイルスは、そこかしこに存在していて、全ての人々が接触している可能性があります。

ドラッグストア店頭でセルフケアのヒントを求めている生活者は、自身のみならず家族・社会の健康を考

え、防衛策に取り組んでいます。これは褒め称えられるべきでしょう。

——「2022 OHKI 春夏用カテゴリー提案商談会」の参加者にメッセージをお願いします。

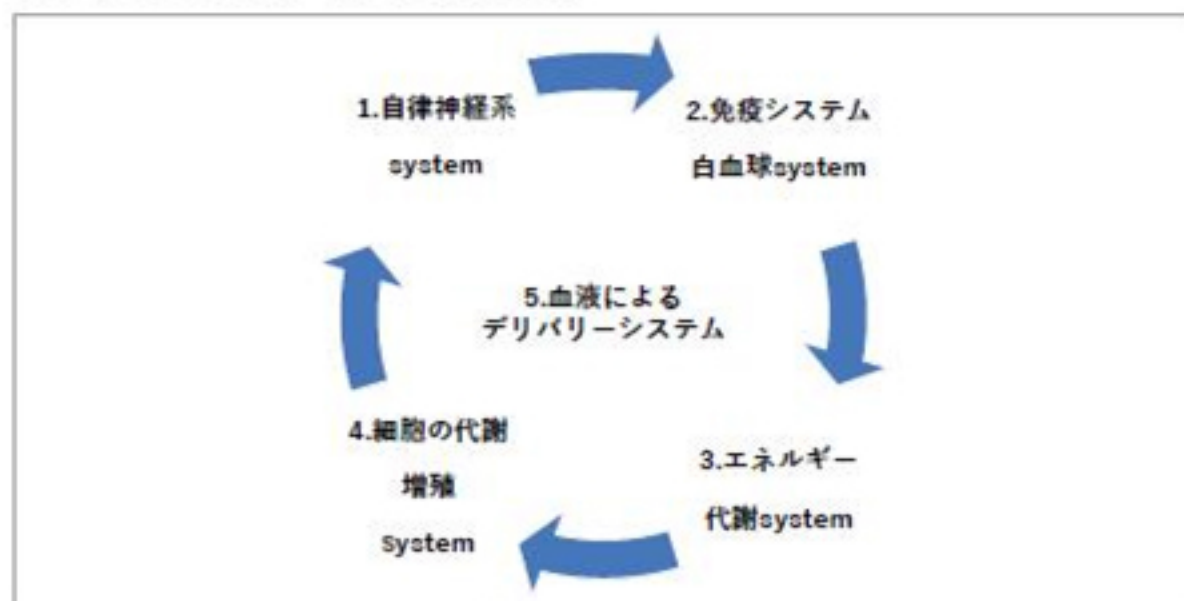
松井会長 2回のオンライン開催を経てこの度、リアル会場での開催となりました。その中で当社が提案してきた「新しいお客様をつくる、新しい売上をつくる」を通じて、“ドラッグストアで提案できることがまだまだこんなにある”と感じていただきたいと思います。

これから、人と人とのコミュニケーションが本当に大切になってきます。やはりリアル展示会とオンラインでやるのとは全然違いますし、ドラッグストアにおけるニーズはコロナ禍を経て顕在化しつつあります。不安があるからと言って、経済を止めてしまえばはいけません。やはり直にお会いして話をするからこそ、いろんなことに気がついて、そこに商品が繋がってくるのです。平面的なオンラインでなく、本当に新しい商品と提案に触れていただきたいと強く願っています。

——ありがとうございました。



2年ぶりとなるリアル開催（※写真は2019年）



図：健康維持の5大システム