

大木ヘルスケアHD 松井 秀正 社長



コロナで実を結んだ 市場創造の取り組み

新型コロナウイルスの感染拡大で、高機能マスクや二酸化塩素の空間除菌剤の需要が伸びたことで、前期は増収増益になりました。

いずれも当社のPBなので、外から見たらツキな会社に見えるかもしれませんが、実は、二〇年近くかけて市場を創ってきた結果なのです。

当社は二〇年ほど前から潜在需要の顕在化ということに取り組んでおり、高機能マスクも二酸化塩素の空間除菌剤もそうして育ててきた商品です。マスクは、二〇〇〇年代の初め、鳥インフルエンザの感染が懸念されたとき、当時、日本には高機能マスクが無かったので、その基準づくりを提言しながら自社で

もそれを製造して市場を育ててきました。ちなみに、日本で初めて米国規格のN95のマスクを作ったのも当社です。二酸化塩素の空間除菌も、一〇年ほど前から二酸化塩素工業会を立ち上げて、品質や使い方について、行政との調整も含めて基準づくりに取り組み商品を育ててきました。

潜在需要を顕在化するには、これから生活者にとって必要となるもの、もしくはドラッグストアで生活者が買うものにはどんなものがあり、それを売るためにはどうしたらいいのかを考え、提案し続けることが必要。そういうたくさんの取り組みが時々顕在化する。今回売れた商品もそうした取り組みがあつたことなのです。