
風邪薬主要 7 社の 商品・ブランド戦略レポート

ー主要 7 社の商品展開、ブランド展開の現状と方向性ー

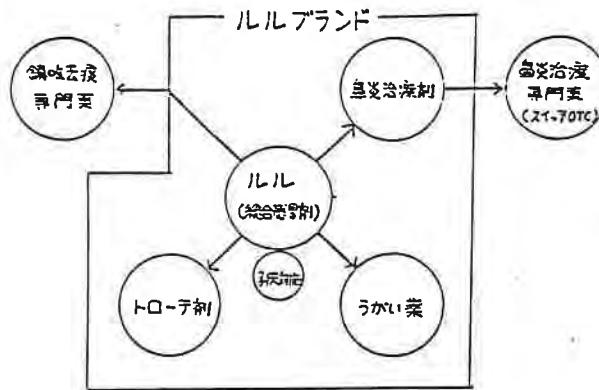
[株式会社ウィズプランニング](#)

1) 各社社内における風邪薬および主要ブランドの位置づけ

ル ル	●<u>現在、自社一般薬部門でトップの位置。</u> ●水虫薬、胃腸薬の伸長、今後のミニドリンク剤（栄養保健剤）注力により、ウェートは減少するが、当面この地位は変わらない見込み。 ●発売以来37年余り、新製品が出現すると既存品を整理し、ルルブランドラインナップはスッキリした展開。	エ ス タ ッ ク	●<u>風邪薬ブランドのエスタックとブロンを合わせてみると自社一般薬部門ではトップだが、</u> <u>単品だといずれも4位、5位。</u> ●昭和40年前後からエスピレチンからエスタックブランドに風邪薬の主力を移しているが、当面この順位大きくは変わらない見込み。
ベ ン ザ	●<u>アリナミンA（自社一般薬部門30%）に次ぐ2番目のブランド（24%）。</u> ●次いでアリナミンVドリンク、ハイシーS、タケダ胃腸薬21、タケダ便秘薬の順である。 ●発売以来30余年、ベンザ→強力ベンザ→新ベンザ→ハイベンザ→ベンザトップ→ベンザエースとブランド推移があったが、ある意味で本格的市場参入は昭和54年ベンザエースから。 (昭和54年医療用薬ダーゼンをベンザエースのブランド名で発売)		●<u>コンタックブランドが断突、トップ（自社一般薬部門80%以上）。</u> ●部門5品目中3品目、鼻炎症治療剤（30億円）、総合感冒剤（17億円）、咳止め（5億円）の順で当面この3品目中心に展開。
パ ブ ロ ン	●<u>ドリンク剤のリポビタミンDが断突でトップだが、それを追う形でパブロンブランドが次ぐ。</u> ●季節に対応し、夏リポビタミンD、冬はパブロンに注力。 傾向として、各商品、年間商品化してきているが、当面この位置は、大きく変わらない見込み。	コ ル ゲ ン	●<u>コルゲンブランドがトップではあるが、各々の単品では胃腸薬（キャベジン）次いで総合感冒剤、鼻炎症治療剤の順。</u> ●興和の基本方針として風邪関連、胃腸薬関係、栄養剤、外用剤が4本柱。 ●ここ数年、コルゲンブランド、キャベジンブランドが最主力品であり、今後も大きくは変わらない見込み。
		ジ キ ニ ン	●<u>ジキニンブランド中心に風邪関連で20%を占めトップ。</u> ●次いでドッグマン（ドリンク剤）、コザック（水虫薬）、バロナ（痔薬）、アロパノール（漢方薬<神経痛等>）、カタセ（栄養剤<カルシウム主成分>）と続き、過去数年間の順位は大きく変わっていない。

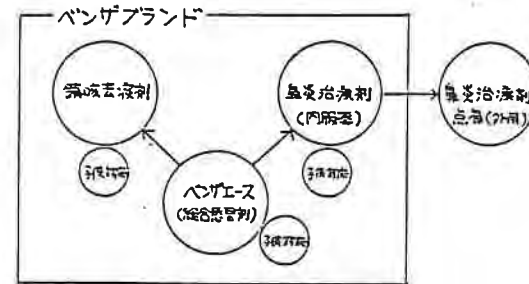
2) 総合感冒薬と関連品（症状別対応商品）における主力ブランドとの関係と位置づけ

① ルル



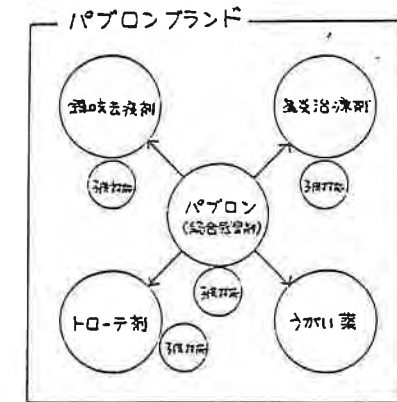
- 関連品のラインナップはルルブランドに弱い。ルルファンの受け皿程度。
- 関連品は、ルルブランド以外の専門薬に注力。ルルは総合感冒剤ブランドとして位置づけられている。

② ベンザ



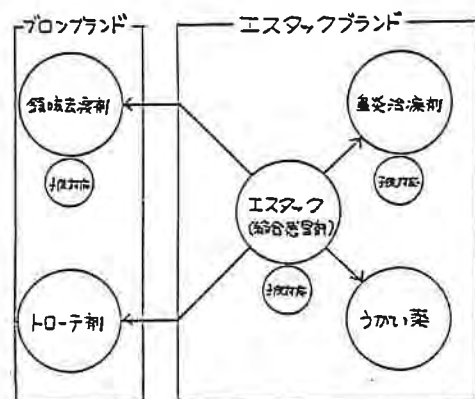
- 関連品のラインナップは少なく、ベンザブランドの鼻炎薬に注力している程度。
- 但し、子供対応のバリエーションに熱心。

③ パブロン



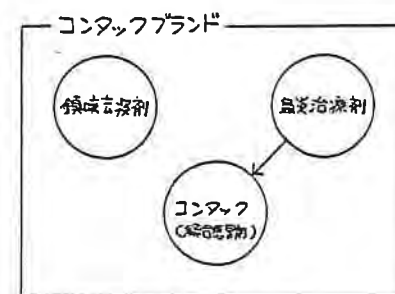
- 関連品のラインナップは豊富で、関連品の剤型バリエーションはさほどないが、特性、容量、子供対応については、バラエティ性に富んでいる。
- 全てパブロンブランドで展開しているため、ブランドバリエーションがモノを言う。同一ブランドのため、併用への抵抗感もなくなっている。
- 専門メーカーを除くと関連品のシェアも1~2位と他社に比べ強い。

④ エスタック



- 鎮咳去痰剤、トロ-チ剤はブロンブランドという並立で展開。いずれもCM展開により知名度は高い。特に鎮咳去痰のブロンブランドに注力。
- ブロンブランドはエスタックブランドをしのぐ売上高で、他社とは異なった位置づけをみせている。

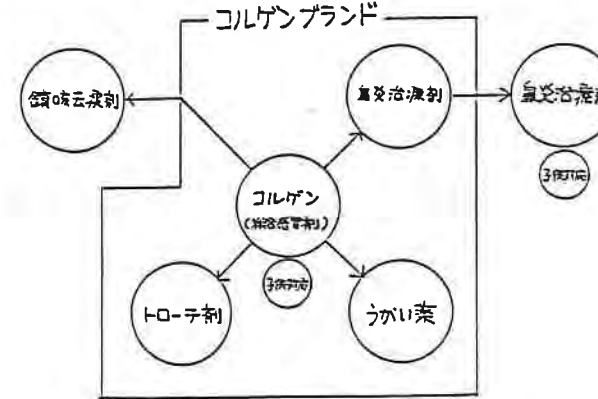
⑤ コンタック



※昨年、SK&F、住友製薬合資により、スミスクライン住薬社を設け、住友製薬有するダンブランドが同社のものとなったが、当分コンタックとは別展開の予定。

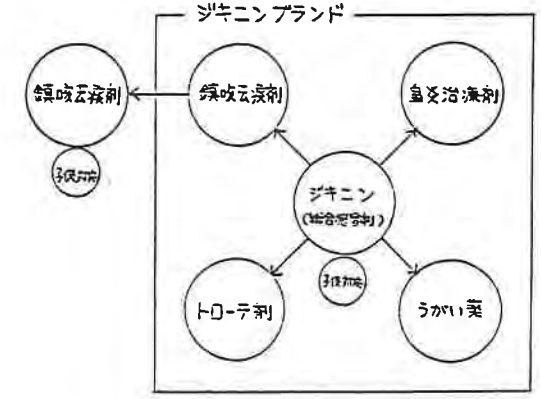
- 風邪関連として全てコンタックブランド鼻炎治療剤からの参入で、総合感冒剤へと展開。同一ブランドながらそれぞれが独立をしたポジションにある。
- 鼻炎治療剤の伸び悩みの打開策として、総合感冒剤の発売となった。
- シリーズでの使い分けを訴求。

⑥ コルゲン



- コルゲンブランドでのラインナップは8品目で、政策上効率のよいマスコミ応答による戦略のため品目数を抑えている。
- ルル（三共）と同様のブランド戦略でコルゲンを総合感冒剤として位置づけ、ブランドバリューを有効に活用。

⑦ ジキニン



- パブロン同様、関連品の全てをジキニンブランドで展開。ジキニンブランドをマイペースで定着。
- 鎮咳の専門薬（夜間のために開発）のみ別ブランド。
- 関連剤のラインナップは充実しているが、各々での製品構成は少ない。

3) ブランド別商品特性展開のまとめ

ブランド	商品特性	ダブルスイッチOTC	スイッチOTC	生薬系	副作用	子供対応	コンプレックス型	その他
① ルル		●新ルルA (錠・カプ)		●ルルーK (錠・顆)	●新ルルA(眠気少ない) (カプ・錠)	●小児用新ルルA シロップ		
② ベンザ			●ベンザエースカプセル ●ベンザエースD錠 ●ベンザエースD顆粒	●ベンザエース顆粒	●ベンザエース顆粒 (胃腸の弱い人)	●ベンザエース シロップ小児用	●ベンザエースD顆粒 (VC)	
③ パブロン		●パブロンS錠	●パブロンゴールド (顆・錠・カプ)	●パブロンG (顆粒)	●パブロンアウェイク (眠くならない)	●パブロンゴールド液 小児用(スイッチOTC) ●パブロンゴールドジュニア ●こどもパブロン液 (生薬系) ●パブロン学童用		
④ エスタック				●エスタック顆粒 ●エスタックゴールド錠 ●新エスタックL錠		●エスタックシロップ 小児用	●新エスタックL錠 (VC)	●新エスタックW (持続性カプセル)
⑤ コンタック							●コンタック総合感冒薬 (カプ)(VC)	
⑥ コルゲン			●新コルゲンコーワホワイト (カプ・錠)	●新コルゲンコーワホワイト (カプ・錠)		●新コルゲンコーワシロップ		
⑦ ジキニン				●新ジキニン(顆・錠) ●ジキニンSカプセル		●新小児用ジキニン シロップ		

4) 商品特性別 1 日当たりのコスト比較 < □カプセル ▨錠 ▤顆粒 ▨液・シロップ >

