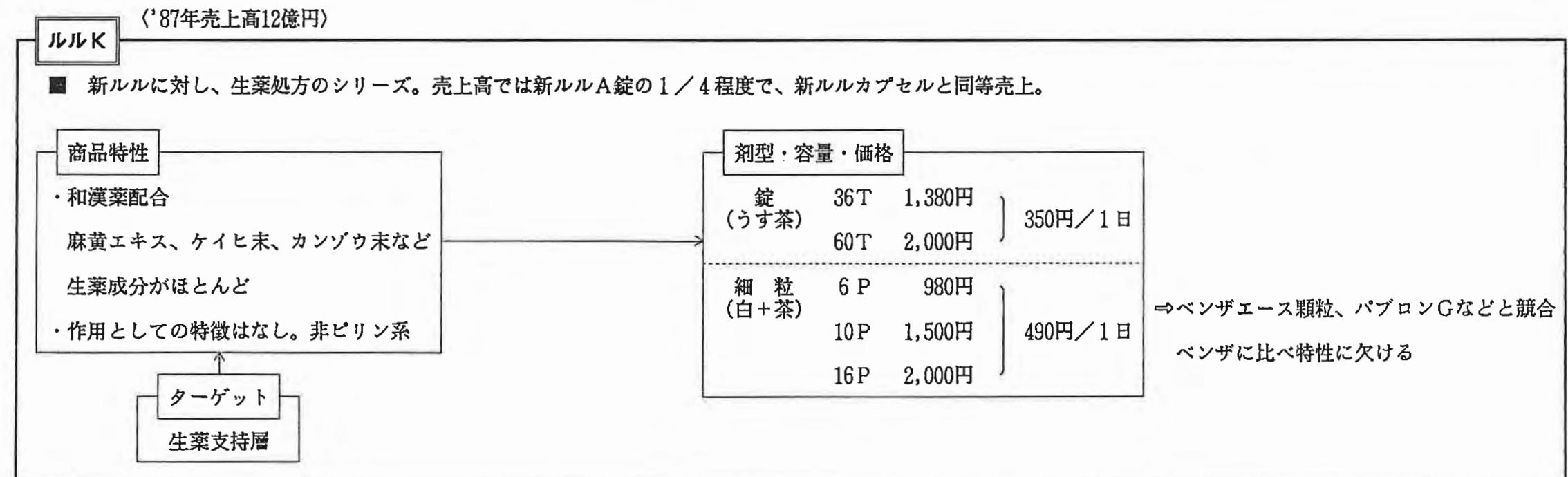
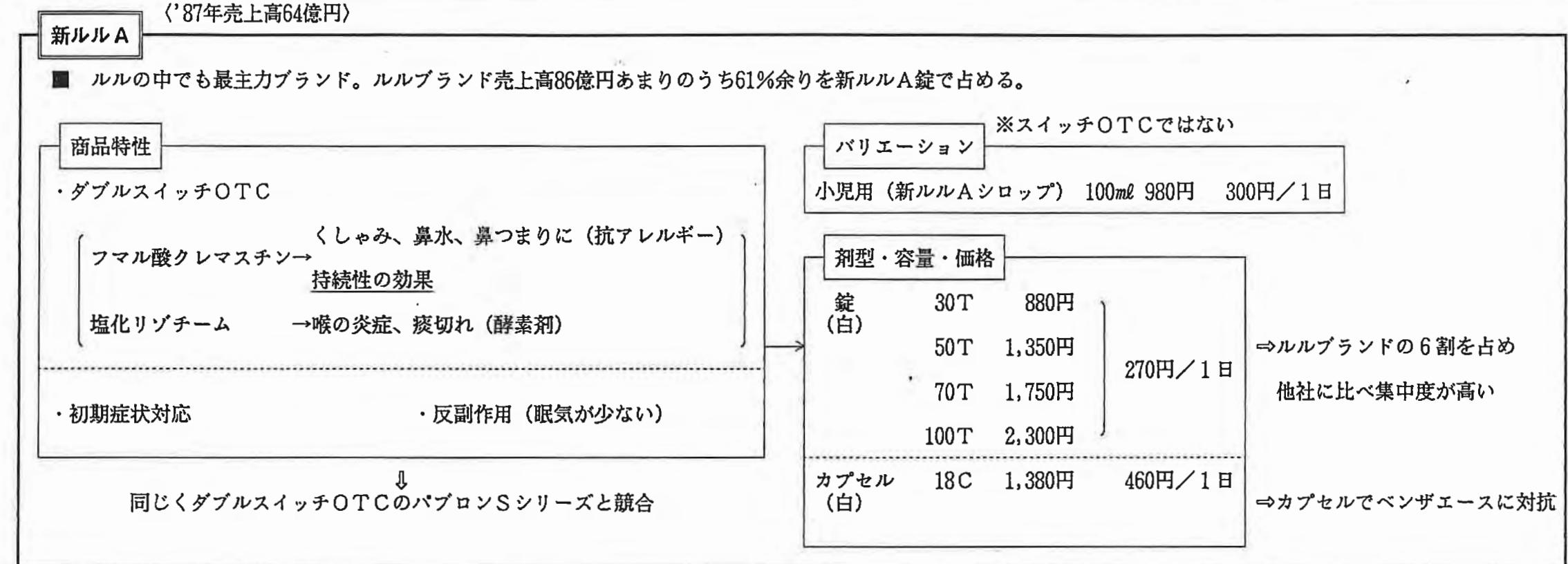


1) ノレノレ



<ルルブランドの他商品展開>

	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	鼻点鼻薬		液	20ml	480円
	鼻鼻炎カプセル	持続型	カプセル	12カプ 18カプ	880円 1,200円 150円/1日
	鼻鼻炎ソフトカプセル	小型カプセル	ソフトカプセル	24カプ	1,300円
含そう剤	ルルうがい薬		液	30ml	550円
トローチ剂	ルルトローチ		錠	24錠	600円

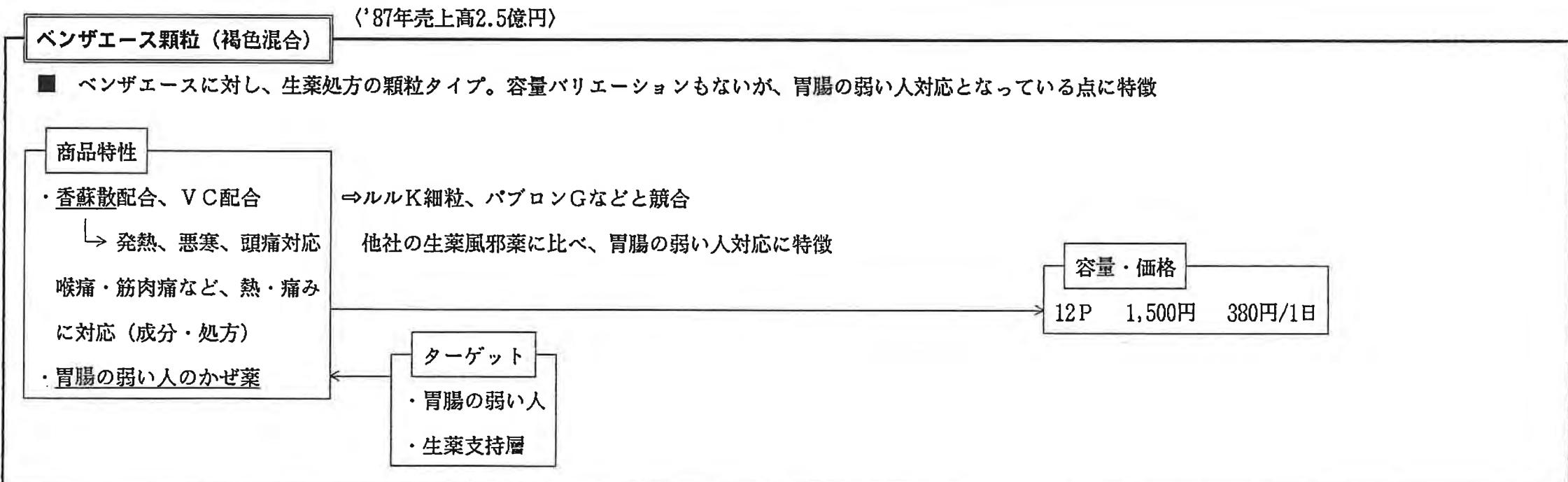
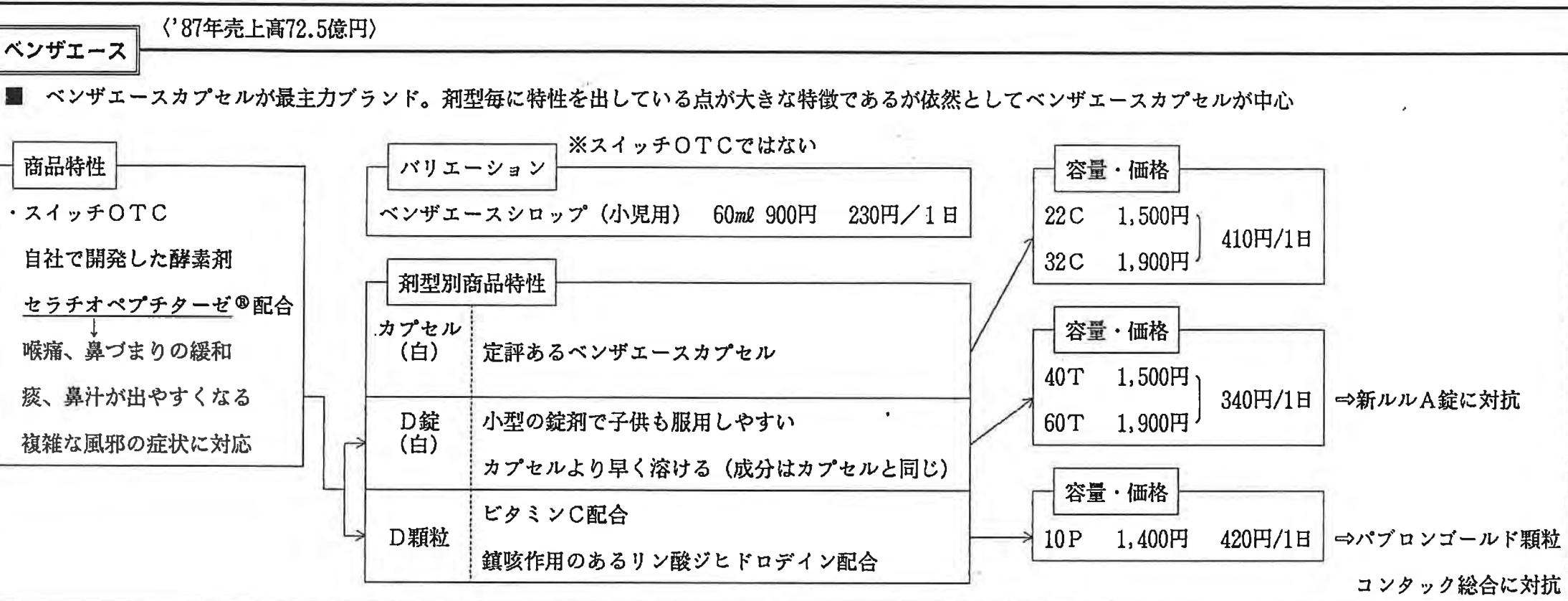
	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	リネンガル	持続性 スイッチOTC成分 (フル酸クレマチン)	錠	10錠	1,300円
鎮咳去痰剤	強力アスマトン	ぜんそくに作用	カプセル	60カプ	1,200円
	新プロコデ液 (桜皮)	生薬配合	錠 液	60錠 100ml	1,200円 1,200円

(※ 各関連品での剤型バリエーションは、ほとんどない)

まとめ及び今後の方向性

- ・新薬系と生薬系に分化したルルブランド戦略
- ・剤型バリエーションは少ないが容量対応は最主力の錠剤を筆頭に充実
- ・他社に比ペルルA錠への依存度が高く、同じくダブルスイッチOTCの「パブロンS錠」との競合が気になるところ
- ・生薬系のルルKは生薬成分以外の特性に乏しく、生薬市場での競合力は弱いといえる（ブランド依存型）
- ・今後の展開の方向性としては、(1)スイッチ可能な成分の開発・処方による展開 (2)既存品に対する新剤型への検討

2) ベンザ



<ベンザブランドの他の商品展開>

	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	ベンザ鼻炎用カプセル	持続性	カプセル	10カプ	1,350円
	ベンザ鼻炎用カプセル 「ジュニア」	5才以上 15才未満対象	カプセル	30カプ	1,350円
鎮咳去痰剤	ベンザエースせきどめ錠	スイッチOTC成分 (酵素剤)	錠	36錠	1,350円
	せきどめベンザシロップ	小児にも飲みやすい甘い味	シロップ	60ml	900円

	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	ノンメル	点鼻薬	液	12ml	500円

- 点鼻薬(外用)では、ベンザブランドを使用せず。

[※ ベンザ鼻炎用カプセルは、カプセルの強味を生かし、コルゲンと並び
コンタック600を追隨]

まとめ及び今後の方向性

- ・新薬系が中心。生薬系では成分イメージを有利に生かし、胃腸の弱い人向けに開発
- ・剤型毎に商品特性を出すなど成分・処方のバリエーションにウェートを置く。
- ・容量のバリエーションは極めてシンプル
- ・剤型による1日当たりのコスト差は、他社に比べ少ない
- ・顆粒では、スイッチOTC薬と生薬系の双方で売上拡大をはかるが、販売実績には直結せず。
- ・今後の展開の方向性としては、(1)自社開発のセラチオペプチダーゼ(スイッチOTC)をセールスポイントにベンザエース製品バリエーションの充実をはかる。
(2)奇抜な剤型には消極的であるが、競合ブランドを意識した商品の特性を持たせる。

3) パブロン(大正製薬)

パブロンS錠

■ 87年9月に発売されたダブルスイッチOTCの新シリーズ。錠剤での市場参入だが今後は他の剤型でシリーズ化、ルルA錠との競合になる。

商品特性

- ・ダブルスイッチOTC

(消炎剤 塩化リゾチーム → 喉・鼻の炎症鎮静
塩酸プロムヘキシン → 痰をとる)

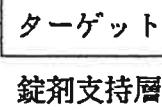
- ・飲みやすい小型錠剤

剤型バリエーションへ

容量・価格

45T	1,200円
65T	1,600円
90T	2,100円

240円/1日



↓
ダブルスイッチOTCで新ルルA錠に対抗

小型錠剤でベンザエースD錠に対抗

パブロンゴールド

('87年売上高66.5億円)

■ パブロンの中で最主力ブランド。総合感冒剤の中の40%の売上げを占める。小児用に初めてスイッチOTC成分を使用している。

剤型・容量のバリエーションも豊富だがそれぞれに売上げを伸長させている。

商品特性

- ・スイッチOTC

塩化リゾチーム配合 → 喉・鼻の炎症鎮静

- ・顆粒は胃の中で溶けやすい

バリエーション

- ・液小児用(スイッチOTC、塩化リゾチーム配合/液)
- ・パブロンゴールドジュニア(非ピリン系・顆粒)

容量・価格

60ml	900円
120ml	1,200円
) 450円/1日
8P	1,000円
12P	1,400円
) 380円/1日

剤型・容量・価格

顆粒 (黄)	8P	1,200円
	12P	1,600円
	20P	2,600円

錠 (黄)	45T	1,100円
	65T	1,450円
	90T	1,900円

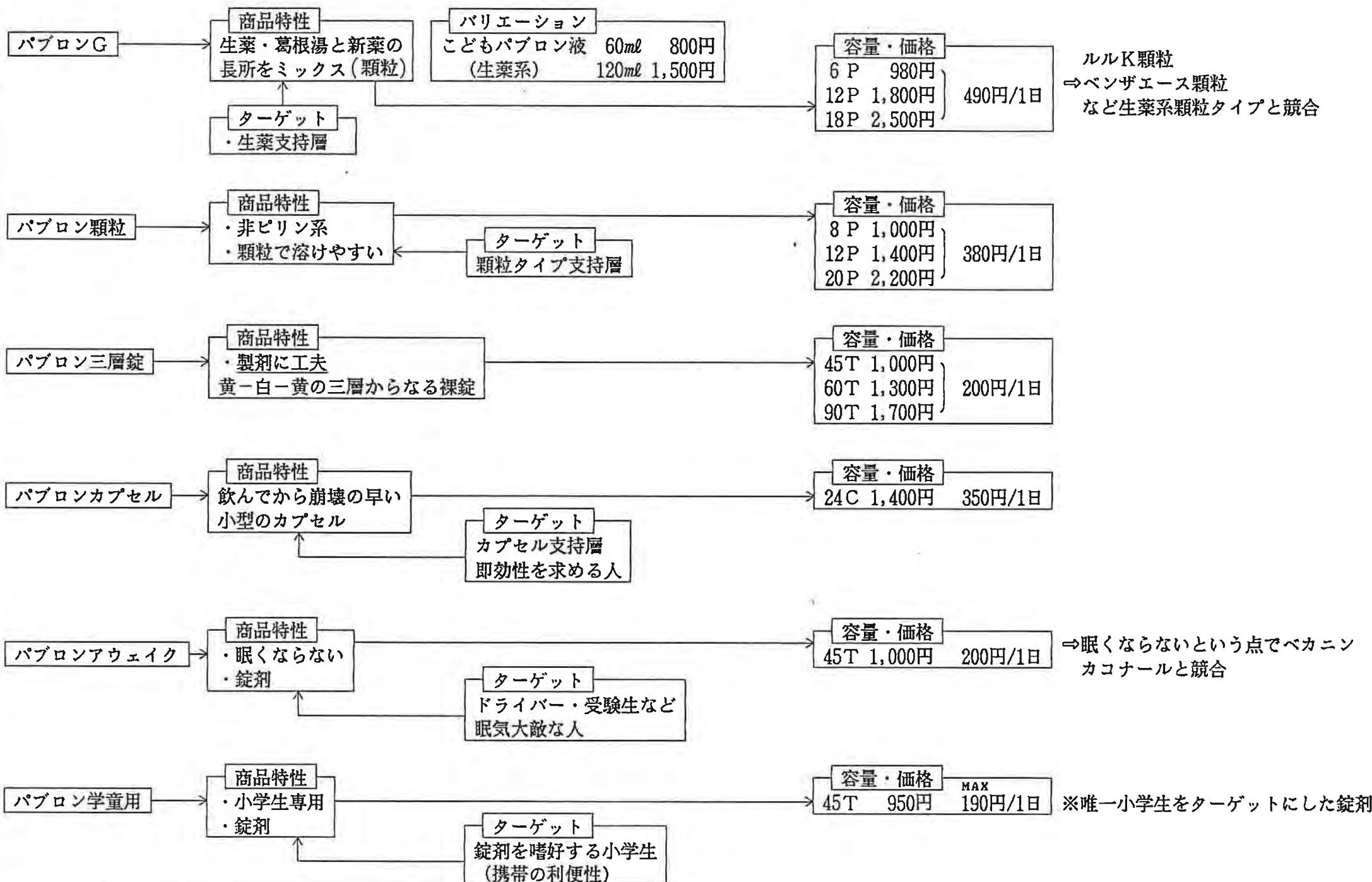
カプセル	18C	1,300円
	36C	2,300円

⇒総合感冒剤全体の40%の売上げ

※カプセルは気管支拡張剤が少なく
カフェインが多い

パブロンシリーズ

■ パブロンゴールドの前身ともいえるブランドで、豊富なラインナップは、それぞれに特性を持っている。
パブロンブランドの主流は次々と変わっているが、それぞれ販売実績をキープしている。



<パブロンブランドの他商品展開>

	商品名	特 性	剤 型	容 量	価 格
鼻 炎 治 療 剂	パブロン鼻炎カプセル	初期症状対応 鼻炎専門薬	カプセル	12カプ	1,000円
	パブロン鼻炎カプセル	持 続 性	カプセル	12カプ 24カプ	1,300円 2,300円
	パブロン点鼻	小粒子が鼻腔に 広 が る	液	15ml 30ml	800円 1,200円
	パブロン点鼻薬	噴 霧 剤	液	15ml 30ml	600円 1,000円
	パブロン鼻炎カプセル 小 児 用	持 続 性	カプセル	12カプ	1,000円
	パブロン鼻炎液こども	ストロベリー味シロップ	シロップ	60ml	1,200円
鎮 咳 去 痰 剂	パブロンせき止め	—	顆粒	12包	1,300円
	パブロンせき止めカプセル	—	カプセル	12カプ	1,300円
	パブロンせき止め液	バナ, パインミックス味の シロップ	シロップ	60ml 120ml	900円 1,600円
	パブロンゴールドせき止め液	スイッチOTC成分配合 (塩化リチーム)	シロップ	60ml 120ml	1,000円 1,700円
	パブロンゴールドせき止め液 小 児 用	スイッチOTC成分配合 (塩化リチーム)	シロップ	120ml	1,200円
	パブロンせき止め液 小 児 用	服用しやすい	シロップ	120ml	980円

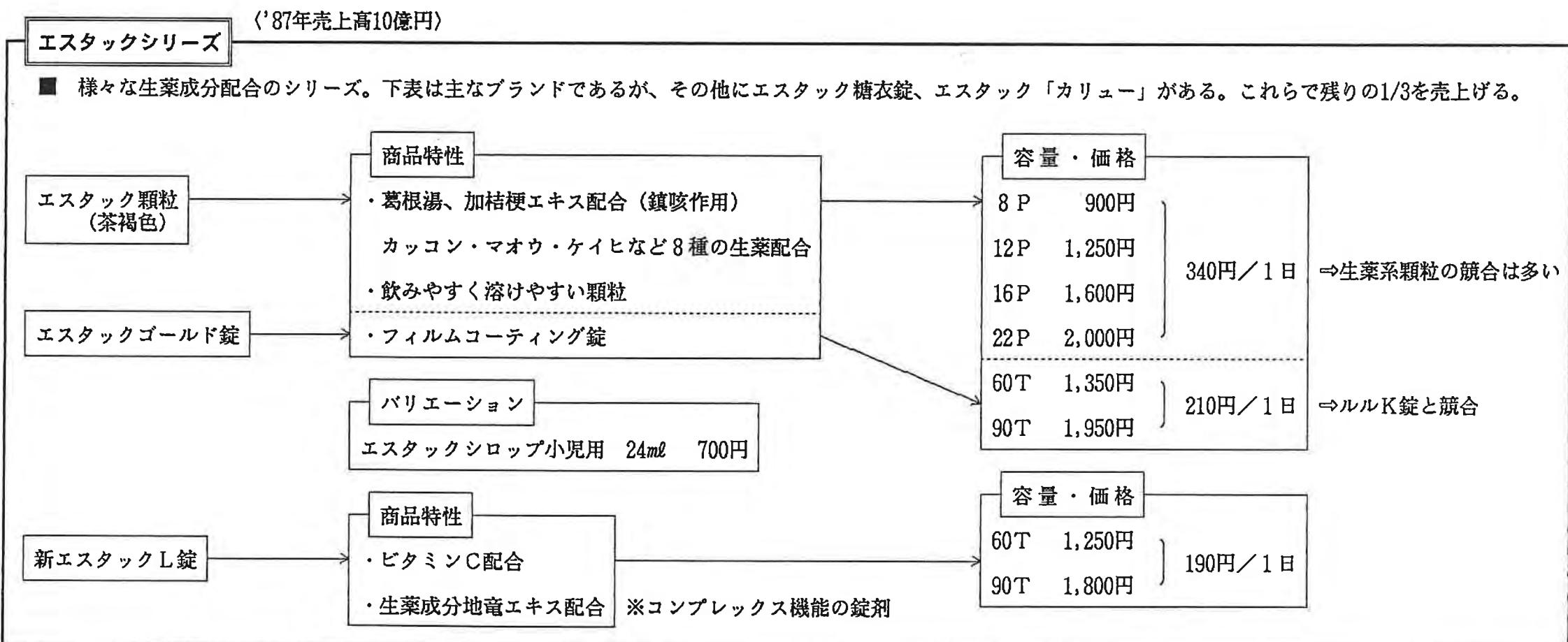
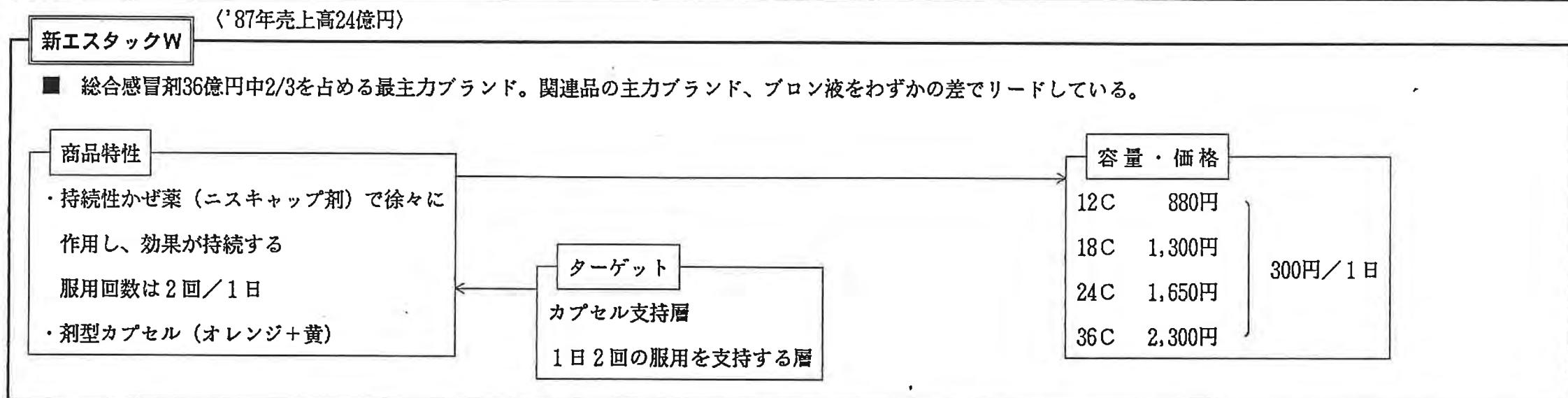
	商品名	特 性	剤 型	容 量	価 格
ト ロ ー チ 剂	パブロントローチ	スイッチOTC成分配合 (塩化リチーム)	錠	12錠 24錠 36錠	400円 750円 1,000円
	パブロンドロップ	のどの保健剤	ドロップ	24個	600円
	こども パブロントローチ	スイッチOTC成分配合 (塩化リチーム)	錠	24錠	750円
含 そ う 剤	パブロンうがい薬	—	液	20ml 40ml	700円 1,200円

- 関連品についてもスイッチOTC成分の積極的転用を行っている
- 液剤については、味覚に対する工夫が感じられる
- 薬効別のバリエーションも豊富だが、それぞれに特徴づけられ
容量バリエーションも充実

まとめ及び今後の方向性

- 今後主流になるパブロンS、現在の主力ブランドパブロンゴールド、パブロンゴールドの前身ブランドのパブロンシリーズと断然豊富なラインナップ。
(ダブルスイッチOTC) (スイッチOTC) (豊富なバリエーション)
- 商品開発はトップダウンで製品化のスピードが早く、営業対応力もあるためバリエーションが豊富。市場のスキ間を埋め込みあらゆるメーカー・ブランドと競合するが総合戦略で追随を許さない現況である。
- ダブルスイッチOTCのパブロンSは、今後、剤型の展開を図り、錠剤市場でも新ルルA錠と競合。このS錠は薬局側でも評価を得ている商品。(ヒアリング調査より)
- スイッチOTCのパブロンゴールドは、剤型のバリエーションも豊富。大正では、主力ブランドの剤型・容量バリエーションは極めて充実。
- パブロンシリーズを全体でみると、特性・剤型のバリエーションが豊富で、パブロン愛用者にとっては、適正薬が選びやすい。
- 今後の展開の方向性としては、(1)パブロンSシリーズの充実化 (2)錠剤市場への積極的参入 (3)トップの座の維持への各政策

4) エスタック



<エスタックブランドの他商品展開>

	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	エスタック ニスキャップ	—	カプセル	6カプ 12カプ 18カプ	650円 1,200円 1,650円
	エスタック鼻炎カプセル	ソフトカプセル	カプセル	36カプ	1,350円
	小児用エスタック 鼻炎シロップ	—	シロップ	48ml 96ml	700円 1,300円
含嗽剤	エスタックうがい薬	—	液	30ml	650円
	エスタックうがい薬 「カリュー」	携帯便利	顆粒	90包	2,700円

<その他のブランド展開>

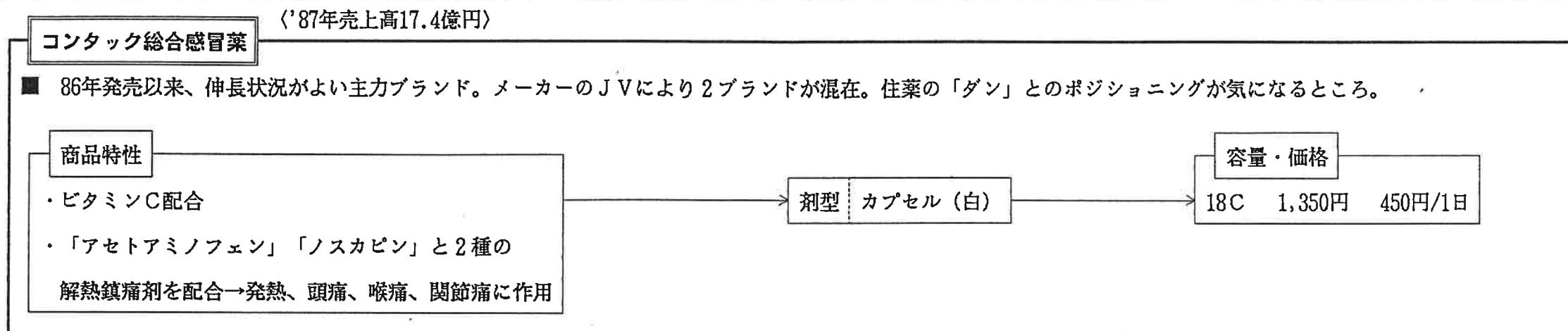
	商品名	特性	剤型	容量	価格
鎮咳去痰剤	エスエスプロン液W	植物性去痰 成分配合 (新ホリギン)	シロップ	60ml 120ml	850円 1,480円
	エスエスプロン 「カリュー」	水なしで服用可能	顆粒	9包 18包	1,000円 1,800円
	エスエスプロンニスキャップ	持続性	カプセル	10カプ 20カプ	1,100円 2,000円
トローチ剂	エスエスプロン液	糖衣錠	錠	36錠 60錠 84錠	600円 950円 1,300円
	小児用 エスエスプロン液	植物性去痰 成分配合 (新ホリギン)	シロップ	100ml	1,100円
	エスエスプロン トローチ	スイッチOTC成分配合 (塩化リチウム)	錠	16錠 32錠	550円 1,000円

- 鎮咳去痰のプロンブランドは、同市場内で浅田飴、龍角散に次ぐ3位ブランドで売上高ではエスタックブランドをしのいでいる。

まとめ及び今後の方向性

- ・新薬系と生薬系に分化した展開ではあるが、バリエーションとしては種々の生薬処方が基本となっている。
- ・ブランドのラインナップが豊富でブランド毎に剤型が異なっているのが特徴。容量のバリエーションも充実している。
- ・主力ブランドのエスタックは成分よりも用法（1日2回）に特性があり、長時間効果を得られる。
- ・チェーンメーカーである点から商品バリエーションが求められるが、後発で総合感冒市場内では、他社、市場動向を見ながらの参入となっている。
- ・今後の展開の方向性としては、
 - (1)総合感冒剤を中心としたエスタックブランドと鎮咳去痰剤を中心としたプロンプランドの並立展開
 - (2)どんなユーザーにも対応できる商品バリエーションと製品開発

5) コンタック (スミスクライン住薬)



<コンタックブランドの他商品展開>

	商品名	特 性	剤 型	容 量	価 格
鼻炎治療剤	コンタック600	タイムビル	カプセル	16カプ	1,250円
				20カプ	2,200円
				40カプ	3,700円
鎮咳去痰剤	コンタックせき止め	非 麻 薬 性 (臭化水素酸) (デキストロメトルファン)	カプセル	10カプ	1,350円
				20カプ	2,400円

[※ 鼻炎治療剤が主力のブランドであり、総合感冒剤に比べ
容量バリエーションも豊富]

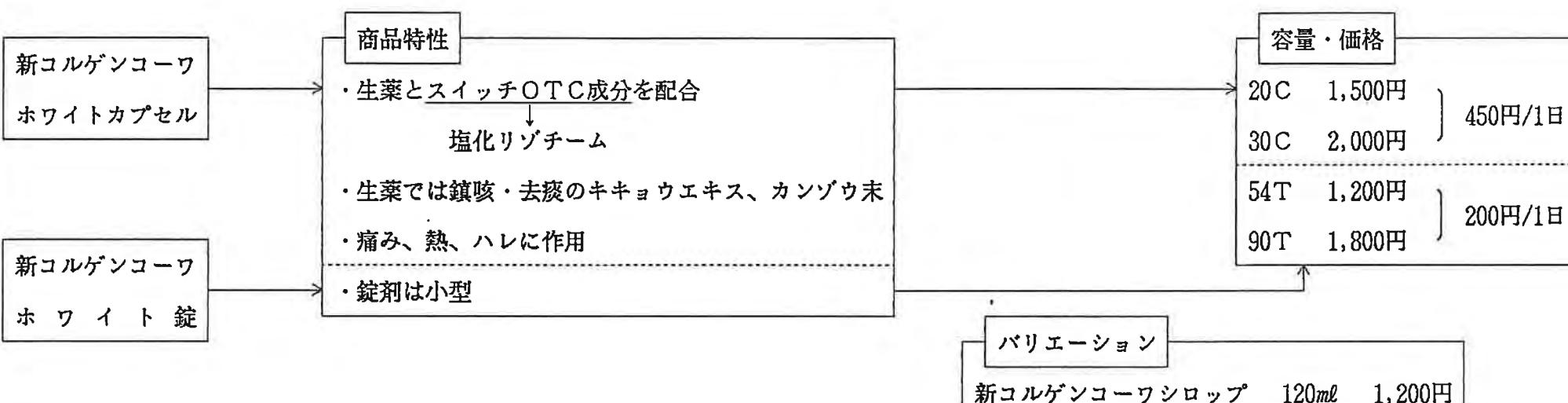
まとめ及び今後の方向性

- ・コンタックブランドは3品で総合感冒剤（コンタック総合感冒薬）、鼻炎治療剤（コンタック600）、鎮咳去痰剤（コンタックせき止め）各1ブランドのみ
- ・ビタミンC配合が最大の訴求ポイントとなっているのが、市場の中で同じ特性を持つものは多く差別化に欠ける。しかし、知名度などブランド力があり、売上げの伸長率はよい。
- ・剤型・容量バリエーションはない。 ※コンタックブランドは全てカプセルのみ
- ・今後の方向性としては、(1)風邪関連3品を主力にし、相互利用を促進（使い分け） (2)住薬「ダン」ブランドとの総合戦略策定中

6) コルゲン

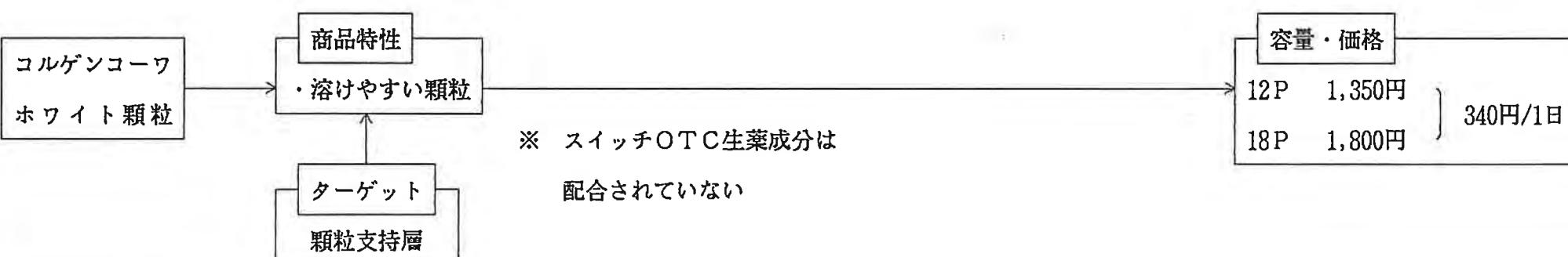
新コルゲンコーワ
('87年売上高19億円)

- 主力は、コルゲンホワイトカプセル、コルゲン中の約半分の売上げを占める。



コルゲンコーワ
('87年売上高 4億円)

- コルゲンブランドのなかでは、成分上の特性にはやや欠けるが剤型支持層により、安定した売上げがある。



<コルゲンブランドの他商品展開>

	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	コルゲンコーワ 鼻炎ソフトカプセル	ソフトカプセル	カプセル	12カプ	1,200円
				24カプ	2,000円
	コルゲンコーワ 鼻炎ソフトカプセル 「小児用」	ソフトカプセル	カプセル	24カプ	1,200円
含そう剤	コルゲンコーワ うがいぐすり 1・2・3	—	液	30ml	680円
トローチ剂	コルゲンコーワ トローチ	—	錠	18錠	650円
				24錠	850円
				36錠	1,100円

	商品名	特性	剤型	容量	価格
鼻炎治療剤	新スーサットコーワ	—	液	18ml	800円
鎮咳去痰剤	メトロンSコーワ液	持続性	液	120ml	1,500円
	メトロンSコーワ錠	持続性	錠	40錠	1,350円

- 関連品では、剤型バリエーションは、ほとんどない。
- 鼻炎ソフトカプセルは、マスコミ広告のプレ戦略上の柱で
新コルゲンホワイトカプセルとともに主力ライン
- 鼻炎ソフトカプセルはコンタック600に追随

まとめ及び今後の方向性

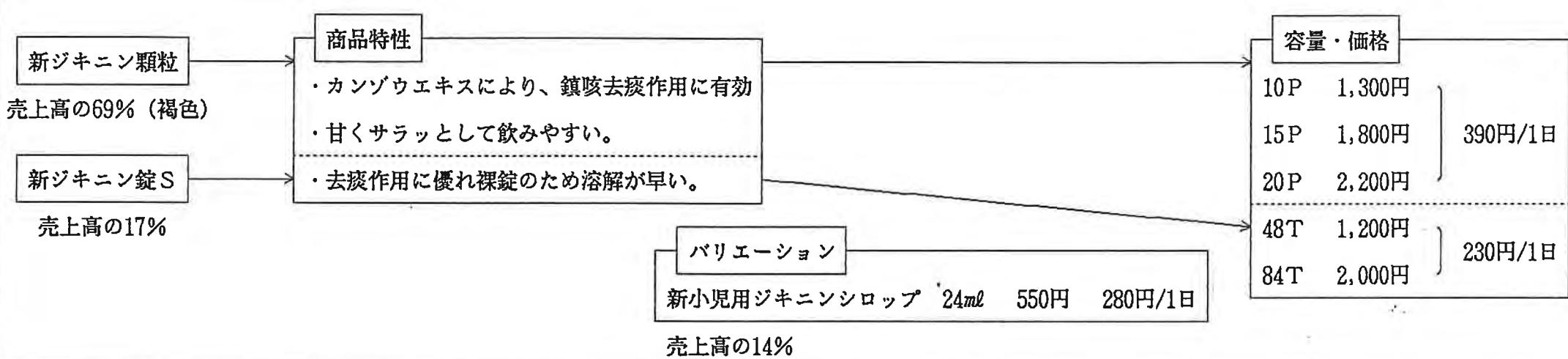
- ・剤型を主軸とした展開。新コルゲンコーワでは、スイッチOTCと生薬配合と成分処方に特性を持たせている。
- ・カプセルが主力であるが、錠剤は小型化させ工夫をこらしている（新コルゲンコーワ）、コルゲンコーワは顆粒のみの展開
- ・容量のバリエーションは各剤型とも2容量にとどまっている。
- ・今後の方向性としては、(1)マスコミによるプレ戦略中心の展開で少品目集中型 (2)鼻炎カプセルと連動させ併立使用促進（使い分け）
(3)主力商品の開発は3～4年周期

7) ジキニン

新ジキニン

('87年売上高17.5億円)

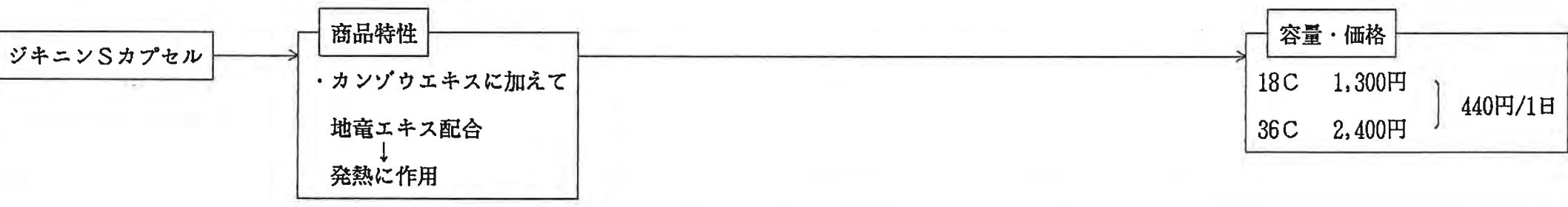
- 主力は新ジキニン顆粒で、ジキニンブランドの54%の売上げを占める。他社に比べ商品サイクルが長い。



ジキニン

('87売上高1.5億円)

- ジキニンブランドの中では唯一カンゾウエキス以外の生薬を配合。売上げ高も大きな伸長は見込めないが安定している。



<ジキニンブランドの他商品展開>

	商品名	特 性	剤 型	容 量	価 格
鼻炎治療剤	ジキニン鼻炎顆粒	即 効 性	顆粒	12包 24包	800円 1,500円
	ジキニン鼻炎D	即効性・持続性	顆粒	10包 16包	1,300円 1,900円
鎮咳去痰剤	ジキニン液D	即 効 性	シロップ	100ml	1,500円
トローチ剂	ジキニンうがい薬	—	液	30ml	800円
	新ジキニントローチ	—	錠	12錠 20錠	500円 800円

	商品名	特 性	剤 型	容 量	価 格
鎮咳去痰剤	ドップル錠パワー	夜 間 対 応	錠	40錠 84錠	1,200円 2,000円
	コデンドップル液小児用	—	シロップ	60ml	900円

- ドップル錠は、特に夜間の鎮咳に対応する。

まとめ及び今後の方向性

- ・剤型を主軸とした展開でブランドバリエーションは、コルゲンに類似している。
- ・ジキニンブランドは全てカンゾウエキス配合を大きな特色・訴求ポイントとしており、商品サイクルが長く、目先の流行は追わない。
カンゾウ（鎮咳去痰）、アセトアミノフェン（解熱鎮痛）、リン酸ジヒドロコディン（鎮咳）の3種類の成分処方を訴求
- ・容量バリエーションは最主力の新ジキニン顆粒が充実、その他は2容量にとどまっている。
- ・今後の方向性としては、(1)カンゾウ、カルシウム、米ヌカに注力、販売店、ユーザーへの啓蒙を積極的に行う。
(2)ジキニンブランドの拡大というより全薬全社での活性化