

1) ルル

新ルルA

〈'87年売上高64億円〉

■ ルルの中でも最主力ブランド。ルルブランド売上高86億円あまりのうち61%余りを新ルルA錠で占める。

商品特性

・ダブルスイッチOTC

くしゃみ、鼻水、鼻つまりに（抗アレルギー）
フマル酸クレマスチン→
持続性の効果
塩化リゾチーム → 喉の炎症、痰切れ（酵素剤）

・初期症状対応

・副作用（眠気が少ない）

↓
同じくダブルスイッチOTCのパブロンSシリーズと競合

バリエーション

※スイッチOTCではない

小児用（新ルルAシロップ） 100ml 980円 300円／1日

剤型・容量・価格

錠 (白)	30T	880円
	50T	1,350円
	70T	1,750円
	100T	2,300円

270円／1日

カプセル (白)	18C	1,380円
-------------	-----	--------

460円／1日

⇒ルルブランドの6割を占め
他社に比べ集中度が高い

⇒カプセルでベンザエースに対抗

ルルK

〈'87年売上高12億円〉

■ 新ルルに対し、生薬処方シリーズ。売上高では新ルルA錠の1/4程度で、新ルルカプセルと同等売上。

商品特性

・和漢薬配合

麻黄エキス、ケイヒ末、カンゾウ末など

生薬成分がほとんど

・作用としての特徴はなし。非ピリン系

ターゲット

生薬支持層

剤型・容量・価格

錠 (うす茶)	36T	1,380円
	60T	2,000円

350円／1日

細粒 (白+茶)	6P	980円
	10P	1,500円
	16P	2,000円

490円／1日

⇒ベンザエース顆粒、パブロンGなどと競合
ベンザに比べ特性に欠ける

< 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	ルル点鼻薬		液	20ml	480円
	ルル鼻炎カプセル	持 続 型	カプセル	12カプ 18カプ	880円 1,200円
	ルル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
トロロチ剤	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 (フマル酸クレマスチン)	錠	10錠	1,300円
鎮咳去痰剤	強力アスメトン	ぜんそくに作用	カプセル	60カプ	1,200円
	新ブロコデ液	生 薬 配 合 (桜 皮)	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
- ・他社に比べルル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

ベンザエース

〈'87年売上高72.5億円〉

■ ベンザエースカプセルが最主力ブランド。剤型毎に特性を出している点が大きな特徴であるが依然としてベンザエースカプセルが中心

商品特性

- ・スイッチOTC
- 自社で開発した酵素剤
セラチオペプチターゼ®配合
↓
喉痛、鼻づまりの緩和
痰、鼻汁が出やすくなる
複雑な風邪の症状に対応

バリエーション

※スイッチOTCではない

ベンザエースシロップ（小児用） 60ml 900円 230円/1日

剤型別商品特性

カプセル （白）	定評あるベンザエースカプセル
D錠 （白）	小型の錠剤で子供も服用しやすい カプセルより早く溶ける（成分はカプセルと同じ）
D顆粒	ビタミンC配合 鎮咳作用のあるリン酸ジヒドロデイン配合

容量・価格

22C	1,500円	410円/1日
32C	1,900円	

容量・価格

40T	1,500円	340円/1日
60T	1,900円	

⇒新ルルA錠に対抗

容量・価格

10P	1,400円	420円/1日
-----	--------	---------

⇒パブロンゴールド顆粒
コンタック総合に対抗

ベンザエース顆粒（褐色混合）

〈'87年売上高2.5億円〉

■ ベンザエースに対し、生薬処方顆粒タイプ。容量バリエーションもないが、胃腸の弱い人対応となっている点に特徴

商品特性

- ・香蘇散配合、VC配合
↳ 発熱、悪寒、頭痛対応
喉痛・筋肉痛など、熱・痛み
に対応（成分・処方）
- ・胃腸の弱い人のかぜ薬

⇒ルルK細粒、パブロンGなどと競合

他社の生薬風邪薬に比べ、胃腸の弱い人対応に特徴

容量・価格

12P	1,500円	380円/1日
-----	--------	---------

ターゲット

- ・胃腸の弱い人
- ・生薬支持層

<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を追随

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イトを置く。
- ・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ターゼ（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

ターゲット
錠剤支持層

容量・価格

45T	1,200円	
65T	1,600円	240円/1日
90T	2,100円	

↓
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

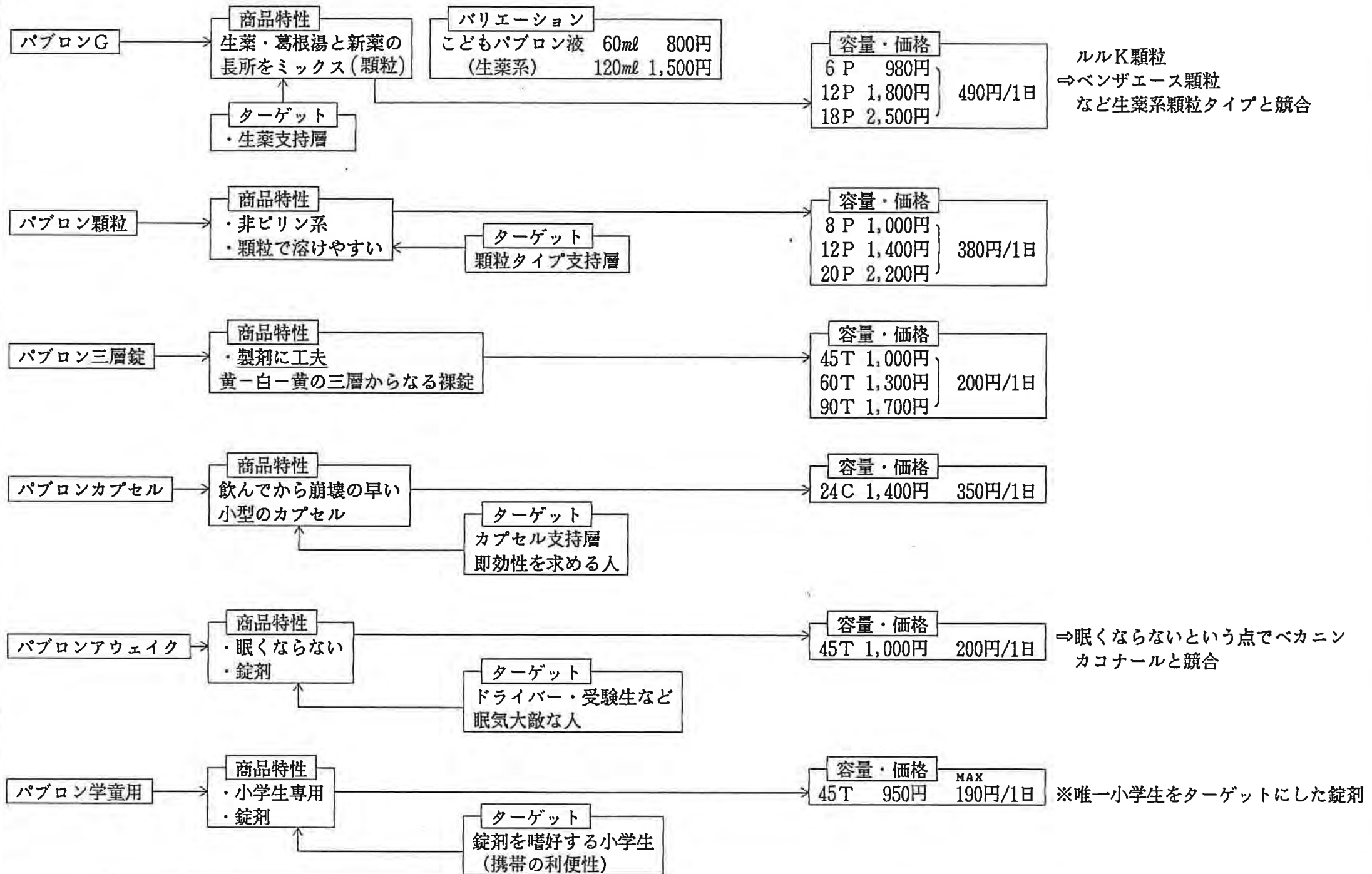
顆粒 (黄)	8P	1,200円	} 450円/1日
	12P	1,600円	
	20P	2,600円	
錠 (黄)	45T	1,100円	} 220円/1日
	65T	1,450円	
	90T	1,900円	
カプセル	18C	1,300円	} 440円/1日
	36C	2,300円	

⇒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 剤	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
	パブロンせき止め	—	顆粒	12包	1,300円
鎮 咳 去 痰 剤	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 (塩化リチウム)	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 (塩化リチウム)	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 剤	パブロントローチ	スイッチOTC成分配合 (塩化リチウム)	錠	12錠	400円
				24錠	750円
				36錠	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
含 そ う 剤	こども パブロントローチ	スイッチOTC成分配合 (塩化リチウム)	錠	24錠	750円
	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

新エスタックW

〈'87年売上高24億円〉

■ 総合感冒剤36億円中2/3を占める最主力ブランド。関連品の主力ブランド、ブロン液をわずかの差でリードしている。

商品特性

- ・持続性かぜ薬（ニスキャップ剤）で徐々に作用し、効果が持続する
- 服用回数は2回／1日
- ・剤型カプセル（オレンジ+黄）

ターゲット

カプセル支持層
1日2回の服用を支持する層

容量・価格

12C	880円	300円／1日
18C	1,300円	
24C	1,650円	
36C	2,300円	

エスタックシリーズ

〈'87年売上高10億円〉

■ 様々な生薬成分配合のシリーズ。下表は主なブランドであるが、その他にエスタック糖衣錠、エスタック「カリュウ」がある。これらで残りの1/3を売上げる。

エスタック顆粒 (茶褐色)

商品特性

- ・葛根湯、加桔梗エキス配合（鎮咳作用）
- カッコン・マオウ・ケイヒなど8種の生薬配合
- ・飲みやすく溶けやすい顆粒

エスタックゴールド錠

- ・フィルムコーティング錠

バリエーション

エスタックシロップ小児用 24ml 700円

容量・価格

8P	900円	340円／1日	⇒生薬系顆粒の競合は多い
12P	1,250円		
16P	1,600円		
22P	2,000円		
60T	1,350円	210円／1日	⇒ルルK錠と競合
90T	1,950円		

新エスタックL錠

商品特性

- ・ビタミンC配合
- ・生薬成分地竜エキス配合 ※コンプレックス機能の錠剤

容量・価格

60T	1,250円	190円／1日
90T	1,800円	

< 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	650円
				12カプ	1,200円
				18カプ	1,650円
小児用 エスタック 鼻炎シロップ	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
				48ml	700円
				96ml	1,300円
含 そ う 剤	エスタックうがい薬	———	液	30ml	650円
				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	エスエスブロン液W	植物性去痰 成分配合 (新ポリギニン)	シロップ	60ml	850円
				120ml	1,480円
	エスエスブロン 「カリエー」	水なしで服用可能	顆粒	9包	1,000円
				18包	1,800円
	エスエスブロンニスキャップ	持 続 性	カプセル	10カプ	1,100円
				20カプ	2,000円
	エスエスブロン液	糖 衣 錠	錠	36錠	600円
				60錠	950円
				84錠	1,300円
	小児用 エスエスブロン液	植物性去痰 成分配合 (新ポリギニン)	シロップ	100ml	1,100円
エスエスブロン トローチ	スイッチOTC成分配合 (塩化リチウム)	錠	16錠	550円	
			32錠	1,000円	

- 鎮咳去痰のブロンブランドは、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ブロンブランドの並立展開
 - (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)

〈'87年売上高17.4億円〉

コンタック総合感冒薬

■ 86年発売以来、伸長状況がよい主力ブランド。メーカーのJVにより2ブランドが混在。住薬の「ダン」とのポジショニングが気になるところ。

商品特性

- ・ビタミンC配合
- ・「アセトアミノフェン」「ノスカピン」と2種の
解熱鎮痛剤を配合→発熱、頭痛、喉痛、関節痛に作用

剤型 カプセル (白)

容量・価格

18C 1,350円 450円/1日

<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	タイムピル	カプセル	16カブ	1,250円
				20カブ	2,200円
				40カブ	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) (デキストロメトラン)	カプセル	10カブ	1,350円
				20カブ	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。

新コルゲンコーワ
ホワイトカプセル

商品特性

- ・生薬とスイッチOTC成分を配合
塩化リゾチーム
- ・生薬では鎮咳・去痰のキキョウエキス、カンゾウ末
- ・痛み、熱、ハレに作用
- ・錠剤は小型

新コルゲンコーワ
ホワイト錠

容量・価格

20C	1,500円	} 450円/1日
30C	2,000円	
54T	1,200円	} 200円/1日
90T	1,800円	

バリエーション

新コルゲンコーワシロップ 120ml 1,200円

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。

コルゲンコーワ
ホワイト顆粒

商品特性

- ・溶けやすい顆粒

ターゲット

顆粒支持層

※ スイッチOTC生薬成分は
配合されていない

容量・価格

12P	1,350円	} 340円/1日
18P	1,800円	

<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 嗽 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 剤	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

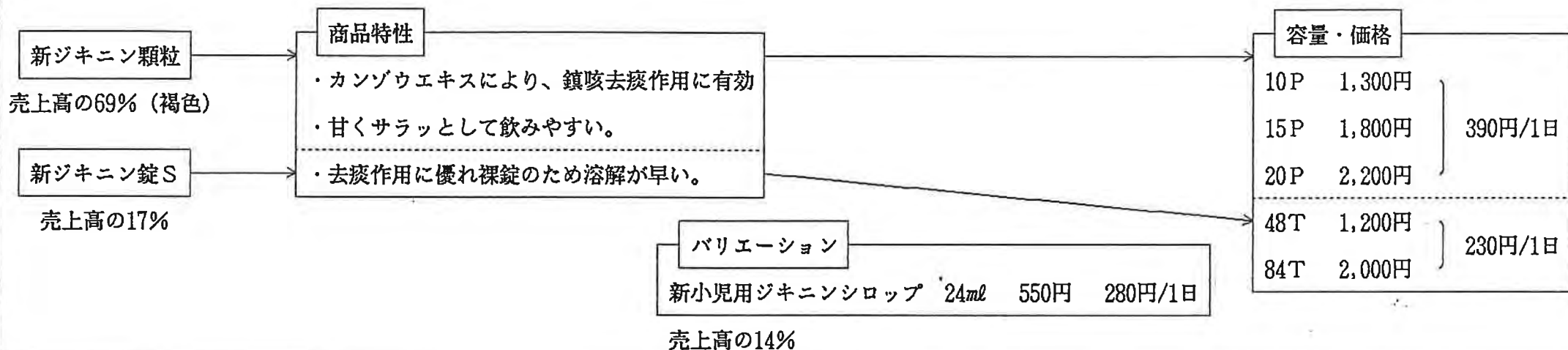
まとめ及び今後の方向性

- ・ 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)マスコミによるプル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

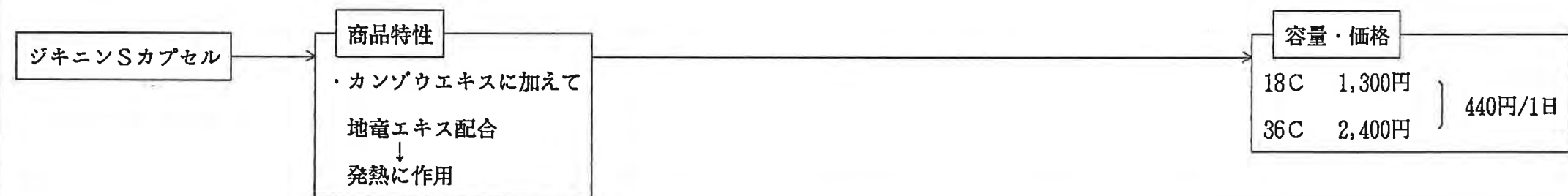
新ジキニン 〈'87年売上高17.5億円〉

■ 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	800円
				24包	1,500円
	ジキニン鼻炎D	即効性・持続性	顆粒	10包	1,300円
				16包	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
トローチ剤	ジキニンうがい薬	—	液	30ml	800円
	新ジキニントローチ	—	錠	12錠	500円
				20錠	800円

	商 品 名	特 性	剤 型	容 量	価 格
鎮咳去痰剤	ドップェル錠パワー	夜 間 対 応	錠	40錠	1,200円
				84錠	2,000円
	コディンドップェル液小児用	—	シロップ	60ml	900円

- ドップェル錠は、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