

連載

# 「機能性表示食品」受理企業の戦略

vol.98 ピルボックス ジャパン(株) マーケティング部 小出彩音氏

ピルボックス スジャパン(株) (東京都港区、☎03-6804-2922) は、ヒット商品『onaka®』をはじめ、3品の機能性表示食品を薬系ルートで展開している。3月から同社初となる肌カテゴリーの機能性表示食品『水肌(みずき)』(届出番号：E237/機能性関与成分：米由来グルコシルセラミド)の販売を開始した。同社・マーケティング部の小出彩音氏に開発経緯や販売戦略などについて話を聞いた。

## 開発の経緯は

開発に着手したのは2018年後半です。弊社ではダイエットサポート向けを中心に多数のサプリメントをラインアップしておりますが、美容カテゴリーの製品は1アイテムしかありませんでした。

機能性表示食品は、累計販売数量が400万個を突破した『onaka®』(機能性関与成分：葛の花由来イソフラボン(テクトリゲニン類として) 35mg)をはじめ、受理実績が複数品あり、ノウハウを活用できる下地が整っていました。“飲むセラミド”をコンセプトに、外から保湿ケアするだけでなく、中から保湿ケアすることで体質改善にもつながると考え、製品開発を始めました。

## 製品特長は

伝承的薬効が広く知られ、日本人に馴染みのある素材で、しっかりとしたエビデンスデータがあるもとして、米由来グルコシルセラミドを機能性関与成分として選びました。表示内容は「米由来グル

## 自社初、肌カテゴリーの機能性表示食品 見た目は、“化粧品っぽさ”を演出



コシルセラミドには、顔やからだ(頬、くび、背中、足の甲)の肌を乾燥しにくくするのを助け、潤いを守るのに役立つ機能があることが報告されています。肌が乾燥しがちな方に適した食品です。」

特に、こだわった点が“化粧品っぽさ”を演出させることでした。商品名は、「水」と「肌」を合わせて『水肌(みずき)』としました。包装も店販チャンネルで主流のアルミ包装でなく、高級感をイメージしたボトル容器を採用。また、化粧箱もボトル容器がみえるようにクリアケースにしました。

## 今後の販売戦略は

3月19日から全国のドラッグストアで販売がスタートしました。バイヤーの反応は良く、5,000店舗以上での採用が決まっています。5月からは首都圏駅構内での広告をはじめ販促キャンペーンを実施します。顔だけでなく、頬、首、背中、足の甲に対するエビデンスデータがあるので、全身の保湿ケアに役立つ点を発信していきます。また、新商品は越境ECでの販売も行っています。