

平成 26 年「神奈川なでしこブランド」
～気配りや思いやりの心から商品化を実現～

前回、美容ゼリー「潤貴・煌姫」が「なでしこブランド」認定を受けた大草薬品株式会社。今回は「オーラケア」での認定です。開発課長の阿部和美さんと、社長の大草貴之さんに商品開発までの道のりや今後の展望などについてお話を伺いました。



商品開発にあたってのコンセプトを教えてください。

「オーラケア」は社内アンケートでの意見をもとに女性社員が開発した口腔ケアタブレットです。見た目は最近流行りのミントタブレットに似ていますが、唾液のバリア機能を強化することで歯周病菌の増殖を抑制し、歯磨きを補助する効果もある、お菓子とは異なる商品です。歯周病や、口臭が気になる方はもちろん、震災等で水が使用できない場合や、幼児、介護が必要な方にも適しています。

苦労・工夫された点を教えてください。

本製品は一般的なミントタブレット等とは違うので、刺激のない、しかし飽きのこない味にすることに苦労しました。

パッケージデザインは見た目をすっきりさせ、お菓子でも薬品でもないという商品の特徴を表現し、さらに輸送箱を変形させてそのままディスプレイ用として使えるなど、細部まで工夫を加えました。

なでしこブランド 2 回目の受賞になりますが、今後の展望を教えてください。

2 回目の認定ということで、今回はさまざまなかたちで認定について取り上げていただき、お問い合わせも多数頂いています。なでしこブランドの認知度が上がっていることも感じますし、反響があることは大変喜ばしいことです。

ただ、あくまでも、ブランドの認定を受ける為ではなく、女性目線で商品づくりをしていったひとつの成果であるということを前提として、今後も挑戦していきたいです。

女性社員の活躍について、どのように感じていますか？

代表取締役社長の大草貴之さんにもお話を伺いました。

商品コンセプトやデザインには、自分のみならず一緒に生活している人達のことまで考えられる女性ならではの目線が多分に反映されています。目に見える形で、ブランドの認定というものをいただけることで社内の士気も高まることを 2 回の認定を受けて感じています。これからも女性に活躍していただき、会社全体で盛り上がっていきたいです。