

特集

全社員アイデア大会発 漢方薬『テイラック』がヒット

～“あったらいいな”を生み出す全社を挙げたアイデア創出の取り組み～

》 全社員アイデア大会発、漢方薬『テイラック』のヒット

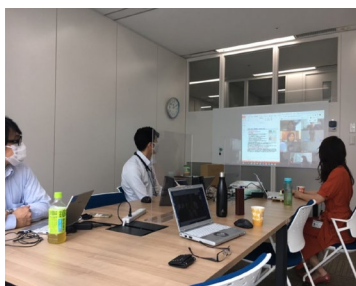
1. 全社員アイデア大会
2. 漢方薬『テイラック』のヒット

》 小林製薬のビジネスモデル

1. 2つの戦略と強みの源泉
2. アイデアを生み出す仕組みと開発フロー



『テイラック』（第2類医薬品）



アイデア大会の様子



小さな池の大きな魚戦略

小林製薬は「あたらしいなをカタチにする」というブランドスローガンのもと、世の中になかった新しい製品を作り続け、新市場を創造してきました。お客様も気づいていない未充足ニーズに応えるニッチな製品を生み出し、新市場を創造し続けるには、絶えずアイデアを出し続けることが重要です。小林製薬にとって、アイデア創出は経営戦略の強みの源泉の一つであり、長年に渡って培ってきた大切な企業文化です。

毎年、創立記念日である8月22日(休日の場合は、直前の営業日)には、全社員が通常業務から離れ、新製品のアイデアを考える「全社員アイデア大会」が開催されます。昨年発売した、低気圧などで不調を感じる方向けの漢方薬『テイラック』は本大会から生まれたアイデアで、発売以来順調に売上を伸ばしており、取り組みの成果も出始めています。

小林製薬の“あたらしいな”のアイデアを創出する取り組みと、ビジネスモデルとの密接な関わりをご紹介します。

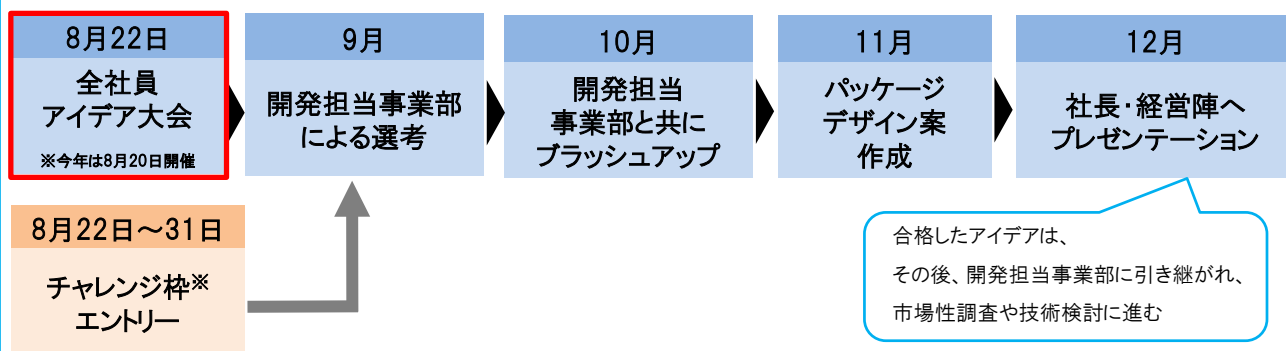
全社員アイデア大会発、漢方薬『テイラック』のヒット

■ 1. 全社員アイデア大会

「全社員アイデア大会」は、組織としての一体感や新製品開発の重要性を再認識する風土づくりを目的に、創立100期の記念イベントとして2014年にスタートしました。毎年、創立記念日である8月22日(休日の場合は、直前の営業日)には、全社員が通常業務から離れ、新製品のアイデアを所属単位で考えるアイデア会議を実施し、今年で8回目の開催を迎えます。

近年では、単なるイベントではなく、「売れるアイデアを創出する」ことを目指して大会フローの見直しを行ってきました。また昨年度より、海外現地法人の参加も増え、将来的には世界の小林製薬グループにアイデアを創出する組織文化を広げることを目指しています。

<大会フロー>

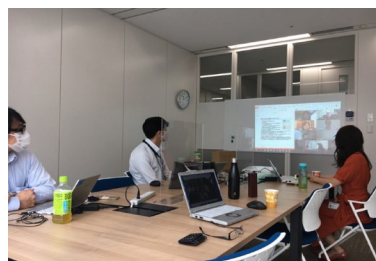


※志を同じくする仲間、ニーズやお困り事が共通の仲間など自所属とは別でエントリーできる枠

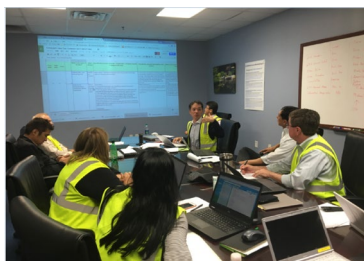
【2020年・第7回大会データ】

総エントリー数： 2,854アイデア
最終プレゼン： 20アイデア

<昨年までのアイデア大会の様子>



リアル会議とオンライン参加の融合



米国現地法人での開催



中国現地法人での開催



2. 漢方薬『テイラック』のヒット

2020年4月に発売した低気圧などで不調を感じる方向けの漢方薬『テイラック』（第2類医薬品）は、2017年の第4回大会において、お客様相談室所属の社員が提案したアイデアが元となり誕生しました。全社員アイデア大会を通過した後、開発事業部にバトンが渡され、ブラッシュアップと検討を経て発売に至り、以来順調に売上を伸ばしています。

本大会発で、開発部門以外の社員のアイデアが製品化につながり、ヒットするという成功体験を得られたことで、社内の士気も上がり、今年は例年以上に、全社一丸となって「製品を開発・育成しよう」という意識が高まりを見せています。



製品名	テイラック
カテゴリ	第2類医薬品
希望小売価格	1,000円（税抜）24錠
発売日	2020年4月8日
製品特徴	・低気圧などによる複数の不調（頭痛・むくみ等）に効きます ・漢方処方“五苓散”が気圧変動による体内バランスの乱れに伴う症状を改善します
効能・効果	体力に関わらず使用でき、のどが渇いて尿量が少ないもので、めまい、はきけ、嘔吐、腹痛、頭痛、むくみなどのいずれかを伴う次の諸症：水様性下痢、急性胃腸炎（しづり腹 ^注 のものには使用しないこと）、暑気あたり、頭痛、むくみ、二日酔 注）しづり腹とは、残便感があり、繰り返し腹痛を伴う便意を催すものことである
用法・容量	次の量を1日3回食前又は食間に水又はお湯で服用 成人（15才以上） 1回4錠、5才以上15才未満 1回2錠
成分・分量	[1日量（12錠）中] 五苓散エキス…2.3g タクシヤ5.0g、チコレイ3.0g、ブクヨウ3.0g、ビャクジュツ3.0g、ケイヒ2.0gより抽出

アイデア提案者



信頼性保証本部 お客様相談室
情報分析グループ
田中文

アイデアのきっかけは、私自身の体験が元になっています。低気圧による頭痛持ちで、この数年、雨が降る前や台風が来る前に頭が痛くなる症状が出て酷い時には起き上がれなくなる程でした。どうして雨の日になると頭痛が起こるのだろうとインターネットで調べていたところ、低気圧が影響していることが分かりました。さらにSNSをチェックすると、私と同じタイミングで頭が痛くなる人が相当数おり、もしかしたらこれを治す薬があれば需要があるのではないかと思い、所属での全社員アイデア大会で提案しました。

自分のアイデアが開発メンバーの手に渡り、発売されたことが嬉しいのはもちろんですが、私の所属するお客様相談室に『テイラック』に関する感謝のお言葉をいただいたことに、とても感激しました。同じ症状に悩まれている方のお役に立てたことをとても嬉しく思っています。

小林製薬のビジネスモデル

■ 1. 2つの戦略と強みの源泉

小林製薬のビジネスモデルは、ニッチな市場を開拓し、大きなシェアを獲得する①「小さな池の大きな魚」戦略と、それを実現させるための ②“あたらしいな”開発の2つの戦略で成り立っています。

これは、まだ誰も見つけていないニーズを見つけ出し、そのニーズを満たす製品をいち早く開発することで、規模は小さいながらもライバルの少ない環境で圧倒的なシェアを獲得し、競合との戦いを優位に進めるといえる戦略です。この2つの戦略を実現させる源泉の一つが「新製品のアイデアを生み出す仕組み」となっています。

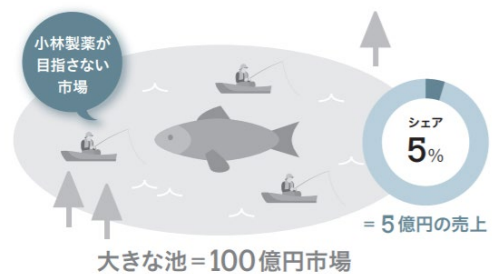
<ビジネスモデル>

① 小さな池の大きな魚

小さな池では競合が少ない。
高いシェアを獲得でき、高い利益を獲得できる。



みんなが釣りに来るので、大きな池は競争が激しい。
同じ売上高でも高い利益が得られない。



戦略

② “あたらしいな”開発

人々が“あたらしいな”と思うアイデアを生み出す。まだ誰も見つけていない新市場を見つける。

製品開発、研究、生産準備など並行して行い、アイデアをいち早く製品へ。新市場にファースト・インする。

早期参入メリットを活かして市場での地位を確立し、トップシェアを維持する。

現地の文化や特性にあわせてローカライズ。



新製品は、それまで世の中になかったものなので、お客さまにそれが何かひと目で伝えられるように「わかりやすさ」に徹底してこだわる。

ネーミング 広告 パッケージ 店頭

発売後に一の矢、二の矢、三の矢と販促施策を実施して販売の山を作りながら新製品を育て市場への定着を図る。

源泉

新製品のアイデアを生み出す仕組み

自由闊達な企業風土

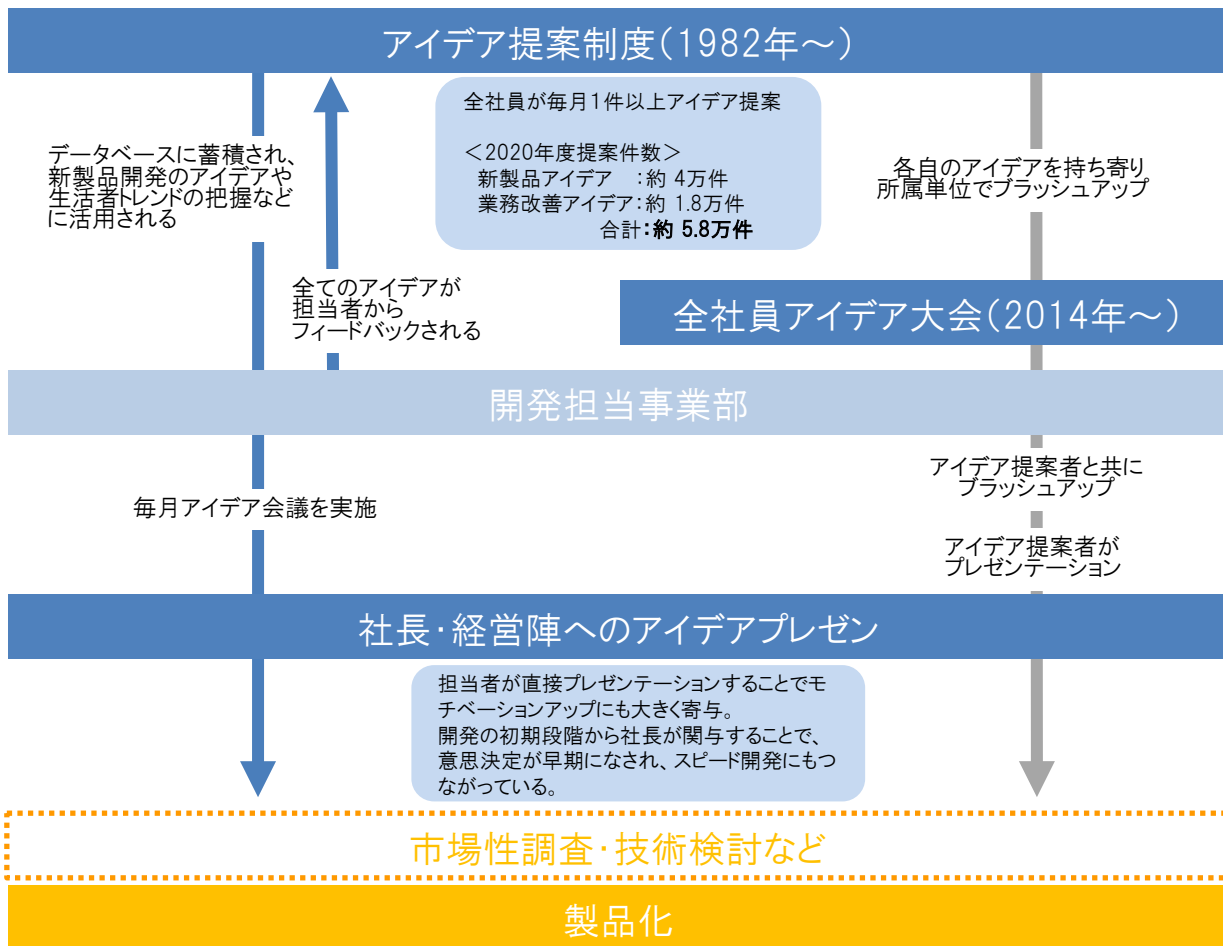
わかりやすさにこだわる



■ 2. アイデアを生み出す仕組みと開発フロー

“あったらいいな”のニッチな新製品を生み出すもとなっているのが、「枠にとらわれない柔軟な発想力」を生み出す仕組みです。全社員が、日々考え、行動することによって、世の中のニーズや変化の兆しについて考える習慣が身につく、開発に対する強い意思が生まれます。また一人ひとりの経営参画意識が醸成され、新しい挑戦を推奨する独自の企業風土を培っています。

提案へのフィードバックや社長へのプレゼンテーションなどもモチベーションアップにつながり、新製品開発の原動力となっています。



小林製薬では、今後もアイデア提案制度や全社員アイデア大会などを運用しながら全社員でアイデアを出し続け、世の中にない新しい製品を作り、新市場を創造してまいります。