

January 21, 1999

## 小児用 OTCs 飲みやすさを追究する新製品が続々と登場

JETRO New York, Health and Welfare Dept.

Director 伊原和人

Research assistant 天池麻由美

「良薬は口に苦し」と、古くからの言い回しが日本にはあるが、今日では、口当たりのよい、または、飲みやすい医薬品が多く登場している。

小児用の一般薬 (Over-the-Counter Drugs: OTCs) や栄養補助食品の分野には、グレープやスイカといったフルーツ味や、風船ガム味といったバラエティに富んだ味をそそぐ製品が多数販売されている。最近では、味だけでなく、形状面でも子供の興味をそそぐような工夫を凝らした製品も続々と登場している。

一方、こうしたキャンディー化する OTCs の登場に対し、有識者や子を持つ親の間では、キャンディーと医薬品の区別が曖昧になり、子供に悪影響をおよぼすのでは、といった懸念も広がっている。

1998 年 12 月 24 日付のニューヨーク・タイムズ紙では、「小児用医薬品：キャンディーはどれほど魅力的？ (Medicine for Children: How Dandy Is Candy?)」と題した記事を掲載し、続々と登場するキャンディーのような小児用 OTCs を紹介するとともに、こうした動きに対する消費者側の懸念等についてレポートしている。

### 1 続々と登場する新製品

子供をターゲットとした新たなアプローチを模索している製薬企業は、ソフトキャンディーやバブルガムのように甘く柔らかい OTCs や、お菓子として売られている棒つきキャンディーそっくりな OTCs を続々と市場に投入している。これらの製品は、甘党の人々のために作られたのではなく、風邪や喉の痛みを治療するためのれっきとした医薬品なのである。

米国で最もポピュラーな解熱鎮痛剤である Tylenol を製造する McNeil Consumer Healthcare Unit は、現在、フルーツ味や風船ガム味の chewable tablets と呼ばれる嚙

み砕いて服用できるタイプの小児用解熱鎮痛剤を販売している。また、Cold-Eeze<sup>注</sup>を製造する Quigley 社は、本年1月、チェーン・ドラッグストアの大手、ウォルグリーンと提携して小児用 OTCs の風邪用風船ガム Kids-Eeze の販売を開始し、2月には全国的な販売を予定している。その他にも、喉の痛みを和らげるという熊の形をした棒付キャンディー（Get Better Bear）や、喘息の発作の痛みを和らげる棒付キャンディー（Lolliasthma）といった製品も販売されている。

キャンディーのような小児用 OTCs の数は急速に増加しており、ドラッグ・ストアやスーパーマーケット等で、風邪薬や小児用アスピリンの横に並べられ販売されている。業界筋では、こうした動き（医薬品のキャンディー化）について、子供が服用しやすい医薬品を探究する新たなステップだと理解されている。つまり、キャンディーのように子供が口に含みやすい原料を使用することにより、親達は、子供の発熱の際や咳込んだ状況において、より簡単に薬を飲ませること、とそのメリットが説明されている。小児用製品のマーケティングを専門とする Good Marketing 社長の Sid Good 氏は、「こうした商品は、メリー・ポピンズに出てくるようなことであり、つまり、一杯の砂糖が、薬が吸収されるのを助けるということです。」と話している。

こうした製品の販売促進活動の内容は様々であるが、Get Better Bear を販売する Whitehall-Robins Healthcare 社は、同社が製造販売する咳止め用シロップ Dimetapp で広く知られていることから、Get Better Bear のパッケージに「Dimetapp のメーカーより」との表示を入れることによって、既存製品と新製品を結び付けて消費者に印象づけようとしている。また、噛み砕ける小児用 Tylenol を新発売した McNeil Consumer Healthcare Unit は、「味は大変良く、とても速く溶けるので、子供たちが嫌がらずに服用できます」と宣伝している。

## 2 医薬品のキャンディー化を「行き過ぎ」と懸念する有識者や親たち

年間売上げ 170 億ドル（約 2 兆円弱）の OTCs 業界において、小児用製品は、比較的良好な成長を記録している。投資会社 Sands Brothers & Company 社の David Buck 氏によると、OTCs 市場全体の伸びが年間で 2% と低迷している中、小児部門では、3~4 パーセント、もしくは、それ以上の成長をしていると分析している。

---

<sup>注</sup> Cold-Eeze は、亜鉛成分を含む zinc gluconate glycine を主成分とし、喉の通りを良くし、風邪の症状に効くとの標榜で販売されている OTC 製品。最近のナチュラル志向に伴い、亜鉛を含む製品の売上げは好調であり、咳止め用ドロップの売上げのトップ 3 は、Cold-Eeze の異なるフレーバー 3 種で占められている。1996 年の発売以来、Cold-Eeze の売上は好調であり、1997 年のその売上げは、5,200 万ドルとされている。

売れ行き好調な小児用 OTCs であるが、一部の小児科医は、キャンディーのような医薬品を与えられた子供たちは、「薬はおいしい」といった印象を持つのではないかと、また、食品との分別がつかなくなり、ひいては、台所の棚にある棒付キャンディーやジェリービーンズに手を伸ばすように、洗面所の棚に保管されているバリウムや催眠薬のコデインに手を出すのではないかと懸念している。

「これは、とても危険な傾向を生みかねないことです。」と小児医療を担当するエモリー大学の Sara O'Heron 教授は語り、さらに、「問題となるのは、大人が子供に対して、医薬品と食品との違いを教える一方、キャンディーのような医薬品を与えることでその区別を曖昧にさせていることなのです。このように服用しやすい製品は、マーケティング戦略として良い題材になるとは思いますが、とても危険なことです。」O'Heron 教授や、医薬品のキャンディー化に反対する人々は、こうした製品の一部には、キャンディーと誤って摂取しすぎた場合、悪影響を及ぼしかねない成分を含んでいるものもある、と指摘している。

これに対し、各製薬企業は、CM、雑誌、新聞、ウェブサイト等を利用した販売促進活動の中で、これらの製品は OTCs、つまり、れっきとした医薬品であることから、その保管については、子供の手の届かない所に保存し、使用にあたっては親の監督下で行わなければならない、と親たちに注意を促している、と説明している。

### 3 FDA の反応 現時点では、特段の対応の予定はなし

小児用 OTCs についても、他の OTCs のように FDA が規制を行っており、その審査に当たっては、主な成分、服用量、形状、デリバリー・システム、注意書きを含む包装表示等、多角的な角度からその適性を判断している。

市場に出ている医薬品、中でも OTCs については、安全性を保證されていると思込み、過度に安全を過信する消費者は確かに多い、と FDA の担当者自身は認めながらも、このようにキャンディー化する製品については、定められた現行規制を遵守する限り、現時点では特段の対応は予定していないとしている。

### 付記

本記事で紹介された商品が薬局でどのように陳列され、また、どのような味がするのかを調べるためにマンハッタン内の薬局を 5 店訪れ、キャンディーのような製品やフルーツ味の錠剤等、いくつかの製品を購入し服用してみた。以下は、服用した同僚たちの感想である。

「おいしかった。本当にお菓子みたいだ。」

「見た目にも、味もキャンディーと区別がつかない。」

「鉄でも舐めているような味がした製品があり、まずかった。」

「錠剤が溶け終わるまでの時間は確かに早い。甘い味がした。」

そもそも当地のお菓子自体が、原色を主とする派手なカラーの着色料を使用し、また、甘味料たっぷりである。抑制された甘みに慣れた日本人の大人には抵抗があるので、「おいしい」「まずい」は、人によって違いが出るのは当然とも思われるが、見た目にも味の面でも「お菓子」と変わらないということは確かであるようだ。

特に、袋入りのキャンディー型製品に至っては、文字の読めない子供なら（英語を読めない日本人なら大人も含めて）、問題なくキャンディーと信じてしまうであろうと思われる。

嫌がる子供に薬を飲ませるのに苦労した経験を持つ身からすると助かる製品だが、親のいない間につまみ食いされるのは心配、といったところである。