

楽しみながらできる 健康づくりを薬局から提案

当社では、自社で編集・発行する予防医療啓発情報誌ヘルス・グラフィックマガジン(HGM)Vol. 35「下痢・便秘」号の9月17日発行に合わせて、テーマを同じくした予防医療啓発キャンペーン「AISEI HEALTHCARE PROMOTION(アイセイヘルスケア プロモーション)」の第7弾を開始しています。これは、「情報(『HGM』とデジタルサイネージ『ヘルスケアビジョン』)」、「モノ(物販企画『ヘルスケアショップ』)」、「(薬局スタッフによる)コンサルティング」などを薬局店舗で同時に提供することで、薬局の健康サポート機能を高め、地域の皆さまにアイセイ薬局を「健康を支えるためのパートナー」と認知していただくことを目的として実施しています。

このうち「モノ」をお届けする機能として、全国のアイセイ薬局368店舗のうち296店舗で「腸内環境を整える商品」を集めた物販企画を実施しています。合わせて、薬局スタッフによる適切な「コンサルティング」も行われ、皆さまに下痢・便秘の悩みを総合的に解消していただくことを目指しています。また、「情報」の中核を担うHGMでは、「下痢・便秘」改善に役立つさまざまな情報を掲載。誌面ではJTBグループ監修による「便秘改善」を目指すオリジナル旅行も紹介しています。今回はHGM最新号「下痢・便秘」について、HGM編集長 門田 伊三男(かどた いさお)に話を聞きました。



ヘルス・グラフィック
マガジン

アイセイ薬局の
予防医療啓発情報誌

ヘルス・グラフィック
マガジンのテーマと
連動した物販企画を
薬局店舗で展開。



AISEI HEALTHCARE
SHOP

薬局店舗にて
腸内環境を整える商品を展開

「下痢・便秘」号に学ぶ、うんちの悩み改善策!

HGM編集長 門田伊三男に聞きました

※今回の誌面では「うんち」という言葉がたくさん使われています。あしからずご了承ください。

Q1 「下痢・便秘」をテーマに選定した理由は何ですか?

まず、下痢・便秘について悩まれている方がとても多いということがあります。また、2014年の冬に「便秘」号を発行してから5年近く経っていても、今号では下痢と便秘を合わせた「うんちのトラブル全般」をテーマとして取り上げようと考えました。(2面へ続く)



MONTHLY REPORT WEB

アイセイ マンスリーレポート

検索

WEB版も
ご覧ください!



AISEI ★ NEWS
アイセイ薬局の予防医療啓発情報誌
『ヘルス・グラフィックマガジン』
次号(高血圧特集)は
2019年12月16日(月)発行予定!

(1面より続く)

Q2

表紙のデザインはどのようにして決められたのですか？

今回の表紙は、すべり台が腸を、人間がうんちを表現しています。すべり台に人がうつつ伏せに寝そべっている様子が、下痢でお腹が下っているようにも、便秘でうんちが詰まっているようにも見えますよね。タイトルの「下痢・便秘」と表紙ビジュアルの相乗効果で、うんちを下品ではない形で表現でき、面白いと思いました。表紙に使用している写真は、ニューヨークで活動するアーティストの作品なのですが、名前が「Ben Zank(ベン・ザンク)」なんですよ。「下痢・便秘」号で「ベン」という作家の作品を使うって、これはまさに運命だなと。ベン・ザンク氏は、今号の表紙写真のようにいろいろな場所にうつつ伏せで寝ている人の写真をたくさん撮っている方で、知る人ぞ知る、面白い写真家です。



表紙

Q3

今号の誌面制作のこだわりは？

「下痢・便秘」に関する基礎知識やセルフケアのページなど、全体を通して読んでいただくことで理解が深まりますし、対策の助けになると思います。読み物という観点でいえば、下痢・便秘に悩まされた歴史上の偉人たちのエピソードを特集した「偉人たちの悲うん。(P.4-P.5)」は面白いと思います。「まずはうんちのお“便”強。(P.6-P.7)」も、こだわっているページですね。うんちについての基礎的な知識を学ぶページなので、学校の先生が授業で生徒にうんちについて教えているイメージで考えましたが、普通の先生だと面白みに欠けます。そこで、情報の説得力がなくなる程度に、先生を面白いのあるキャラクターに仕立てるため、長い髪をまとめて“うんち型ヘア”の英語教師風になりました。また、黒板の相合い傘の落書きがうんち型になっていたり、そこに書いてある名前が「かおる」と「ふとし」になっていたり、小ネタを随所に散りばめたページになっています。他にも、「うんめい」とか「お“便”強」とか、「ゲリラ腹痛」など、全編でうんちを連想させる言葉を散りばめています(笑)



P.6-P.7

まずはうんちのお“便”強。

でもやはり今号の目玉企画は、旅行のページですね。初の試みとして「HGM的開うんツアー-in上山(P.14-P.17)」という誌面での旅行を企画しました。「便秘に効く」とダイレクトには言えないので、お通じが良くなりそうな「HGM的開うんツアー」というツアー名にしました。しかも実際に誌面からこの企画の一部を体験するツアーの申し込みもできるようになっています。

旅行を健康の切り口として誌面で紹介

Q4

誌面企画で紹介したのは、どのような旅行なのでしょう？

この誌面企画は(株)JTB総合研究所内「ヘルスツーリズム研究所」に、監修をいただきました。旅行を通して健康を意識するきっかけにもらって「ヘルスツーリズム」という考え方をベースとしています。ただし、便秘改善にフォーカスしたプランを当社が独自でアレンジしました。“便秘改善ソリューション”をふんだんに詰め込みつつ、山形県上山市を満喫できるプランとなっています！



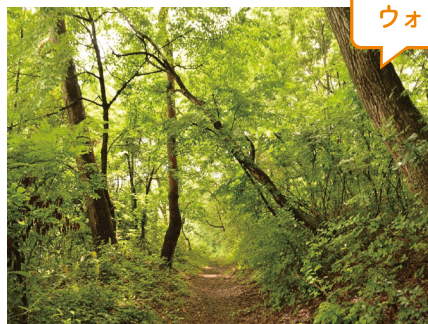
P.14-P.17

HGM的開うんツアー-in上山

誌面で紹介している食事は、豊富な食物繊維を含む“こんにゃく”を使用するなど、一食400~650キロカロリー程度と非常にヘルシーなうえに、味付けにもこだわった美味しいメニューです。また、「クアオルト健康ウォーキング」は、山道をただ歩くだけでなく、ガイドさんがいろいろな季節の植物について教えてくれたり、おすすめポイントを紹介してくれるなど、山歩きを楽しみを存分に堪能できるものとなっています。その他のプログラムにも便秘改善に良いとされる内容が詰まっています。

「ヘルスツーリズム」というのは、旅先でのアクティビティや食事、リラクゼーションなど、科学的な根拠に基づいた健康回復や健康増進につながるプログラムを体験することで、旅をきっかけに、体に良い食事や運動など、普段の生活から健康を意識してもらうことを目的としています。その品質を評価する認証制度もあり、認証されたプログラムには認証ロゴマークが表示されています。

クアオルト健康ウォーキングコース



「ヘルスツーリズム」認証ロゴマーク

7月から企業様や広告代理店様を対象に、今までのHGM制作で培った確かな医療情報編集の知見を活かしつつ、面白くて分かりやすいメッセージの開発や、個性をしっかりと打ち出した魅力的なビジュアル開発など、ヘルスクア関連のクリエイティブ全般をお引き受けするサービスをスタートしています。(本件に関しては、下記お問い合わせ先にご連絡ください)現在、いくつかの企業様から既にご依頼をいただいておりますが、更に広く展開していきたいですね。また、今後もHGMの設置拠点を拡大して、一人でも多くの皆さまの予防や健康増進に役立つ情報をお届けしていきたいです。次号の制作も既に始まっていて、テーマは「高血圧」を予定しています。「高血圧」の予防に役立つ最新情報を提供するために、日々奔走しています。

りますが、更に広く展開していきたいですね。また、今後もHGMの設置拠点を拡大して、一人でも多くの皆さまの予防や健康増進に役立つ情報をお届けしていきたいです。次号の制作も既に始まっていて、テーマは「高血圧」を予定しています。「高血圧」の予防に役立つ最新情報を提供するために、日々奔走しています。

今回の企画が実現した経緯などについて (株)JTB総合研究所にお話を伺いました!

私は、かかりつけの病院近くにあるアイセイ薬局を利用していて、いつもHGMを読ませていただいています。HGMの誌面は、楽しいビジュアルでありながらも、毎回ひとつの症状について分かりやすく解説されていて、さすが調剤薬局が発行するフリーペーパーだなと思っていました。「ヘルスツーリズム」は、昨年、認証制度がスタートし、現在は38のプログラムが認証を受けています。私には「もっと多くの皆さまに知っていただきたい」という想いがあります。HGMとヘルスツーリズムは“健康”という共通のテーマに取り組んでおり親和性も高いため、「何か一緒にできることがないか」とアイセイ薬局にお問い合わせさせていただきました。

今回はHGM誌面企画で、旅行のイメージを素敵なデザインでご紹介いただきました。また、HGM編集部に考えていただいた「HGM的開うんツアー」という名称は、社内でもとても評判が良いものでした。“健康”をテーマとした旅行を楽しんでいただくことは、心のケアにもとても有効かと思えます。誌面企画をご覧になった皆さまが、旅行をきっかけに健康への気づきを得て、日常生活での健康増進につなげていただければとても嬉しいです。



(株)JTB総合研究所 うえい かなえ
ヘルスツーリズム研究所 白井 香苗さん

今回の企画での オスメスポットは?

「こんにゃく番所」です。

こちらでお食事をすると「丹野こんにゃく」の丹野益男会長が、「こんにゃく愛」を“わかりやすい山形弁”で話してくださいませ。こんにゃく番所でのオスメメニューは、今ブームのタピオカ風のこんにゃく入りドリンク「Kon Tea(コンティー)」。タピオカ風のこんにゃくは、山形が日本一の生産量を誇るラ・フランスやぶどう、りんご味なども加わったフルーティーな味がします。美味しくヘルシーで、オスメです!



こんにゃく入りドリンク
「Kon Tea(コンティー)」

お問い合わせはこちら(HGMの設置・デザインの受託制作など)

株式会社アイセイ薬局 スタブロモーション事業 担当：堀(ほり)

E-mail: hgm@aisei.co.jp TEL: 03-3240-0250 FAX: 03-6212-4193

ミャンマー人介護スタッフがやって来た。 さあ、一緒に疾^{はし}るぞ！

アイセイ薬局のグループ企業である(株)愛誠会は老人介護施設を運営している企業です。この度、愛誠会には、初めてミャンマー人介護スタッフが着任することになりました。彼らは「外国人技能実習」という「海外の発展途上地域へ技術移転～経済発展のサポート」をする制度に基づく人材。ただし、介護技能を身に着ける実習は「現場」

で行われるため、介護現場を支える人材としての活躍も期待されます。そのため、日本人スタッフと同等の給与は保証されますし、慣れない「異国での生活」のサポートも受け入れ企業に義務付けられます。ここでは、彼らが入国後、施設への着任前に受ける「入国後研修」を視察した社員によるレポートをお届けします。

REPORT 入国後研修に密着しました！

介護の現場が慢性的に人手不足であることは、しばしば報道されている通りです。愛誠会では、企業努力により人材確保状況は改善してきているとはいえ、将来を考えれば外国人人材の登用も重要検討事項でした。そして、この度、初めてミャンマー連邦共和国からの8人の技能実習生が仲間になってくれることになりました。ミャンマーは敬虔な仏教徒が多く、きちんと目上を敬う礼儀正しい文化であることも知られています。

現在(9月25日)は、制度上、義務付けられている1か月間の入国後研修の期間です。研修の一番の目的は語学研修。彼らと働くことになる私は、一刻も早く彼らに会うために、上司に同行して合宿研修の宿舎に行ってみました。正直に言えば、「彼らの日本語は大丈夫？」という不安がありました。彼らは、すでに自国で日本語や日本の介護について学んできているとはいえ、施設利用者さまと日本語でのやり取りが欠かせない業務に耐えられるのでしょうか？

しかし「杞憂」でした。いいえ「驚き」と言っても良いでしょう。さすがに初対面の時こそ互いに緊張しましたが、思っていた以上の彼らの語学力に助けられ、すぐに打ち解けることができました。それだけではありません。彼らは自炊をしているのですが、(自国では経験のない)ごみの分別など日本での生活ルールについてもしっかり研修していました。

もちろん、彼らが着任すれば、初めての外国生活や仕事に戸惑うこともあるでしょう。不安だってあるはず。でも、きっと彼らなら大丈夫だと確信できます。「明日の心配」ばかりをしている私とは違い、彼らは「今を必死に生きる」ためのバイタリティにあふれています。明るいです！前向きです！彼らとなら、互いにサポートしながら頑張っていけるという確信めいたものを感じました。私も、もっとミャンマーのことを知って、一緒にがんばっていきます。



技能実習生たちが合宿して入国後研修を受講している研修所。合宿し自炊しながら居住できる設備が整っている。



実習生たちが日本語の自習を行っていた部屋に日本人スタッフが押しかけて歓談。スマホで見せているのは、彼らが、まもなく住むことになるアパートの写真。



合宿所を案内してくれる実習生たち。日本語での日常会話は少しゆっくり話しかければ問題はなかった。

アイセイ薬局グループの施策に関するご質問や取材のご依頼は、下記連絡先にて承っております。

株式会社アイセイ薬局 コーポレート・コミュニケーション部

担当：霜(しも)・飯村(いいむら)

TEL: 03-3240-0994 E-mail: koho@aisei.co.jp

〒100-0005 東京都千代田区丸の内2-2-2 丸の内三井ビルディング