



根拠 ⑥生産・製造及び品質の管理 ⑦健康被害の情報収集体制  
 ⑧機能性の根拠 ⑨表示の内容 ⑩成分分析の種類・方法 ⑪動物  
 試験の種類・方法 ⑫臨床試験の種類・方法

### ■スライド完成

セミナー(勉強会)4日前の朝、梅田は希望に落ちあふれていました。数ヶ月かけて少しずつ作ったスライドの数、394枚。13:30～16:00のうち質疑応答や意見交換などの時間もあるため、私の講演は90分としておりました。1秒間に30コマが動くアニメならば13秒で終わってしまふ枚数ですが、1枚あたりの説明に平均30秒かかるので約200分お話できる内容の準備が出来たのです。これで素材の準備はバッチリです。ここから数日かけて、練り上げ作業です。より分かりやすい内容になるようスライドの順番・構成の変更、お伝えすべき内容とそうで無い内容の精査などを、冷静にじっくり行いました。私が最近観ていた映画の特典映像(制作者による内容説明)・未公開シーンなどを思い出しながら『このスライド構成にすれば分かりやすいと思う。』などと考える作業は、これに通じるのかもしれないと、気分は映画制作者でした。



このような試行錯誤の結果、セミナー(勉強会)にご参加いただきました皆様より「分かりやすかったよ。」という好評価をいただく事ができました。これからも皆様に分かりやすい資料・お話の内容を構成できるよう、工夫を重ねてまいります。

### ■展示会と学会で企業展示を行いました。

#### ■ifia(アイフィア)と香粧品学会

5月20日(水)～22日(金)東京ビックサイト ifia(アイフィア)国際食品素材/添加物展・会議と、6月18日(木)～19日(金)有楽町朝日ホール 日本香粧品学会にて企業展示を行いました。

#### ■昨年の経験から新ポスターを企画。

昨年のifiaにて、産官学連携コーナーという横幅約1メートルのついでに1枚の展示スペースを出させていただけました。その時、現場で「ポスターの文字が小さく、遠くからでは、何の会社か分からなかった。」という意見を頂戴しました。しまった、遠くからでも臨床試験という文字を目立たさねば機会損失だと、東京ビックサイト内の貸しPC・プリントアウト機でポスターを作成しました。



昨年の ifia

リントコーナーまで駆けていきA3サイズ1枚に大きく2文字ずつ臨床試験受託とプリントして、貼り付けました。

今年は、昨年の経験からポスター(B0サイズ:1030×1456mm)の文字を目立たせようと企画しました。背景の色、キャッチコピー、文字の色・大きさ・フォントをまずは小さな紙(A4サイズ)に縮小印刷したものを机上に複数並べ、ポスター作りに詳しい専門家の先生のご感想・ご指導をいただきました。その結果、キャッチコピーの異なる2種類を印刷しておき、用途・状況に応じて使い分ける事にしました。

### ■先ずは5月のi f i a。

新ポスターの初披露は5月20日(水)～22日(金)のi f i a(アイフィア:国際食品素材/添加物展・会議)でした。食品関連の展示会のため食品のキャッチコピー「あなたの商品が機能性表示食品になる臨床試験はこちら」が入ったものを投入。



展示会前日の会場での設営作業中。

他の設営をされている企業様初対面が口を揃えて「おお、目立つねえ。」

と喜んでくださったので、嬉しい梅田。翌日から3日間の会期中、「おっ、臨床試験だ。」「機能性表示食品の臨床試験、ちょっと興味があったのですよ。」「公開セミナーの一覧に載っている題名と同じですね。聴きに行こうと決めていたので、すぐ分かりました。」「と、ご興味のあるかたの目に止まりやすい展示が出来ました。

この公開セミナーというのは、会期中の3日間とも各々10分間、プロジェクトにスライドを映しながらプレゼンをさせて貰えたのです。展示会の数週間前に、展示会の運営事務局さんから「梅田さん、セミナーの題名は何にします?」とメールをいただきました。ちょっと新ポスターのキャッチフレーズが決まったところだったので「あなたの商品が機能性表示食品になる臨床試験はこちら」の最後の4文字「はこちら」を抜いたものとなりました。そして展示会の当日、3日間とも多くの皆様に聴きに来ていただけました。セミナー・展示ブースにお越しいただきました皆様、ありがとうございました。

### ■次に6月の日本香粧品(こうしょうひん)学会。

6月18日(木)～19日(金) 日本香粧品学会での企業展示では、新ポスター2種類目「あなたの商品の強みが見える化できる臨床試験はこちら」



を投入。1種類目との違いはキャッチフレーズのみで、色や文字の大きさ・色はほぼ同じ。設営の時に他の出展社さんから「ifiaに出されて良かったですね? その色と配置のポスター、記憶にありませんよ。」と言っていただけで、記憶に残るポスターにしたいという自分の気持ちが達成できている感触を得ました。

学会のある2日間のうち1日目、学会に参加されている知人の方々(メーカー様・先生)の行き来される回数とプログラムを見比べていたところ、会場の構造上2日間で8回は弊社ブース前を通られると予想出来ました。そこで2日目の朝、未だ誰も居ない会場でもソモソと作業をする梅田。もう1種類のポスターを貼ったのです。昨日既に4回通り過ぎられた方が、そのままの展示内容で本日の残り4回のどこかでお立ち寄りいただく事は有るだろうか、いや無いと思っただけです。

ポスターで『機能性表示食品』という言葉に限定してしまう事は、2日目のみ学会に参加される『皮膚』に塗布するものやヘルスケア用品につ



いて臨床試験をお考えの方々とのご縁』が生まれなかもしれません。しかし、肌に関する機能性表示食品も消費者庁のホームページに公開されはじめているため、その需要も有るはずと決心。2日目のみ学会参加の方々の数と、昨日通り過ぎられた方々の数を考えた結果、後者へのアプローチを絞りました。その結果、食品に興味のあるかたにもお立ち寄りいただけました。お客様の「おお、良かった。社名に食品が入っているから機能性表示食品について2日目に聞こうかなと思っていただよ。」とか「昨日とポスター変えたね。分かったよ。」という声を複数いただき、決断して良かったという実感を得た梅田でした。

【news】7月1日(水)〜3日(金)東京ビックサイト インターフェック ジャパン(医薬品、化粧品、洗剤 研究開発・製造技術国際展)に出展いたします。皆様のご来場、お待ちしております。

回覧・印

最後のページまでお読みいただき、ありがとうございました。差し支えが無ければ回覧いただけると幸いです。