

## 第6回DSMヘルスアカデミー『健康を科学する：テクノロジーとの融合』を開催

DSM 株式会社では、11月2日（木）イイノホール&カンファレンスセンターにて、食品・飲料メーカーや健康食品メーカーの方々を対象とした“ブランドサポート”の一環として旬な情報をお届けする『第6回DSMヘルスアカデミー』を開催いたしました。

今年のテーマは、『健康を科学する：テクノロジーとの融合』です。「世界の人口が90億人に達すると言われる中、栄養、科学、イノベーションの力でどのように人類の健康に貢献していくか」（DSM 株式会社中原社長）が重要になってきます。特に、自分の健康維持に不可欠な栄養素を測定し、補うという新しいビジネスモデル『パーソナライズド・ニュートリション』は、「テクノロジーの加速度的な進化により、健康状態のリアルタイムでの可視化が可能になるとき、ビジネスチャンスとして取り組む」（中原）ために有効なアプローチです。そこで、デジタルマーケティング等の『ITの活用方法』と『パーソナライズド・ニュートリション』\*について、先端的な取り組みを行っている企業から外部講師もお招きし、海外の事例も交えてご紹介しました。

\* 自分の健康維持に不可欠な栄養素を測定し、補うという新しいビジネスモデル



左から：菅野 忠臣（DSM）、ジェイムズ・パウリー（DSM）、アンドレ・ローエン（DSM）、石田 幸子氏（DeNA）、中原 雄司（DSM）、岡内 祐一郎氏（イオン）、マリン ユン マ（ベイビースペース）

### 本リリースに関するお問合せ先

DSM（株）広報事務局（アズ・ワールドコム ジャパン株式会社内） 担当：水谷、中里  
TEL：03-5575-3221 / e-mail：[atsutake@w-az.co.jp](mailto:atsutake@w-az.co.jp)（水谷）、[kaoru@w-az.co.jp](mailto:kaoru@w-az.co.jp)（中里）

DSM 株式会社 担当：龍、大木  
Tel: 03-5404-8336 / e-mail: [Shintaro.Ryu@dsm.com](mailto:Shintaro.Ryu@dsm.com)（龍） [Nahoko.ohki@dsm.com](mailto:Nahoko.ohki@dsm.com)（大木）

以下に、講演の概要について、ご紹介します。

### ■グローバル企業としての DSM - 海外での活動

DSM ニュートリショナルプロダクツ APAC ヒューマンニュートリション&ヘルス統括責任者  
アンドレ・ローエン

持続可能性への取り組みが評価され、FORTUNE 誌「世界を変える企業」第 2 位、「GLOBAL100」第 9 位などにランクインした DSM の栄養領域における取り組みをご紹介します。持続可能性において、超高齢化社会を迎える日本ではヘルシーエイジングが重要となり、そのためにパーソナライズド・ニュートリションの促進を訴えました。



### ■DeNA が目指すヘルスケアビジネス

株式会社 DeNA ライフサイエンス R&D グループ博士（生命学科）石田 幸子

自宅でできる遺伝子検査で、疾患リスクや体質など調べるサービス MYCODE についてご紹介いただきました。「リスクを知ること、そのリスクを減らすための行動変異を起こすこと」を目指されており、そのために行われている情報提供等のコンテンツや、ユーザーのエンゲージメントを高めるためのポイントについてご説明いただきました。



### ■パーソナライズド・ニュートリション

DSM 株式会社 イノベーション ヴァイスプレジデント 菅野 忠臣

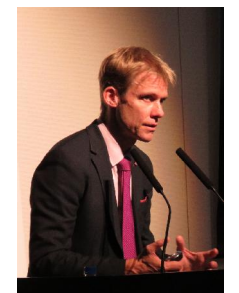
IT の発達により「B to Me ビジネス」へと変化してきている中、パーソナライズド・ニュートリションの重要性と有用性について、マーケティングデータや海外の事例を交えてご紹介しました。



### ■デジタルマーケティング：コブランディングとターゲティングで価値を高める

DSM ニュートリショナルプロダクツ グローバルリード・ダイエタリーサプリメント  
ジェイムズ・パウリー

情報が氾濫している中、デジタルコミュニケーションを活用して消費者との「コネクト」をいかに作っていくかについてご紹介しました。また、成分ロゴの入った製品は（そのロゴが有名でなくても）他の製品よりも選ばれるという調査結果を提示しつつ、素材と最終製品と一緒にソーシャルメディア上でキャンペーンを行う「Coブランディング」について、海外での成功事例をもとにご紹介しました。



## ■中国における健康志向の高まりと、テクノロジーの最適化

ベイビースペース (BabySPACE corp) 代表取締役社長 マリン ユン マ

中国の大手通販サイトベイビースペースでの成功事例をもとに、中国における健康食品産業の最新動向を踏まえつつ、同社が行っている「ソーシャルネットワークベースのEコマース」についてご紹介いただきました。



## ■イオンが取り組むヘルス&ウェルネス

イオン株式会社 顧問 岡内 祐一郎

モールを地域の健康づくりの拠点とし、IT を交えて健康を支援するという取り組みについてご紹介いただきました。場をたくさん持っていることが強みであるとされ、「ヘルスステーション」で気づきを与え、IT と連動した「パーソナルレコメンド」へと繋げていくなど、場を活かした統合的なアプローチについてご説明いただきました。



## ■閉会にあたって

DSM 株式会社 代表取締役社長 中原 雄司

本セミナーの振り返りとして3つのポイントを挙げました。1 つ目は、テクノロジーの発達をビジネスチャンスに変える『ビジネスモデル』の創造。2 つ目は、そのモデルに参加する消費者のモチベーションを高めるゲーミフィケーションなどの『エンゲージモデル』の開発。そして3つ目が、病院などと幅広く連携し、リアルとバーチャルを混ぜた『新しいプラットフォーム』の確立です。

DSM では、こうしたポイントを踏まえつつテクノロジーとの融合を推し進め、今後も健康食品産業や国民の健康に寄与していくとして、セミナーを締めくくりました。



DSM – Bright Science. Brighter Living.™

DSM 社は、科学をベースとして健康、栄養、材料分野で活躍しているグローバル企業です。ライフサイエンスとマテリアルサイエンスにおける独自の技術を組み合わせることで、経済的繁栄、環境問題への取り組み、そして社会の発展を促進し、DSM と関わる全ての人々にとって持続可能な価値を創造します。また、DSM は食品や栄養補助食品、パーソナルケア、飼料、医療機器、自動車、塗料、電気・電子機器、ライフプロテクション、代替エネルギー、バイオ素材などのグローバル市場において、顧客企業の業績向上・維持に貢献できる革新的なソリューションを提供します。年間の純売上高はおおよそ 100 億ユーロで、Euronext Amsterdam に上場しており、社員数は 25,000 名です。

詳細については [www.dsm.com](http://www.dsm.com) をご覧ください。