

SUNSTAR

2017

Sunstar Group Report

サンスターグループ報告書 2016年1月～12月



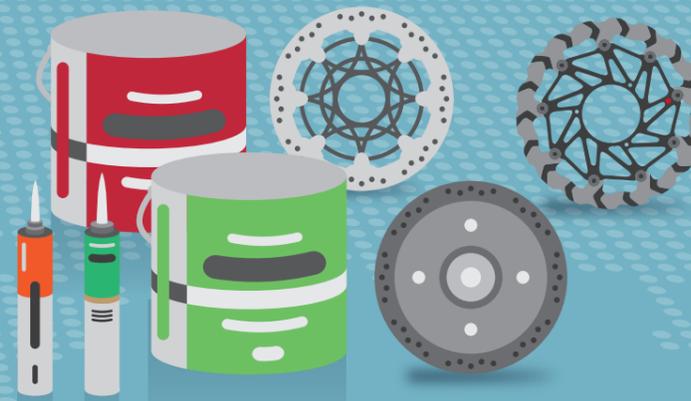
[編集・発行] サンスターグループ グローバル広報 [www.sunstar.com](http://www.sunstar.com)



OC Company  
Oral Care



HB Company  
Health & Beauty



SE Company  
Chemical & Motorcycle

# 世界の人々の すこやかな暮らしと 笑顔のために

## Contents

- 01 イントロダクション
- 03 マネジメントメッセージ
- 05 グループ業績
- 07 Holistic Health Care
- 11 Company Today
- 13 事業概況:  
OCカンパニー、HBカンパニー、SEカンパニー
- 19 One & Only in Uniqueness
- 21 グローバルアクション
- 25 グループ会長メッセージ



サンスターは自転車部品やパンク修理用ゴム糊の製造販売業として1932年に起業しました。その後、ゴム糊を入れていた金属チューブに練歯磨剤を入れて発売したところ好評となり、現在のオーラルケア事業、ヘルス&ビューティ事業に結びついています。一方、自転車部品やゴム糊の事業は、二輪車用金属部品などのモーターサイクル事業と、自動車や建築、電子機器に使う接着剤・シーリング材などのケミカル事業に発展しました。

現在は、「One Sunstar」を合言葉に、スイスの持株会社Sunstar SAを筆頭にOCカンパニー、HBカンパニー、SEカンパニーの3つのカンパニーがグローバルに連携し事業を展開しています。

そして、私たちは、創業以来変わることなく、新しい視点と発想で、世界の人々の健康の増進と生活文化の向上に寄与する製品とサービスの提供に努めています。

「世界の人々の健康」をサンスターから。  
各カンパニー・各エリアの英知を結集し、  
着実に前進しています。

# Management Message

## 2016年度の概況

サンスターグループは、世界のお客様の健康や暮らしに役立つ製品とサービスを提供し続けるために、「One Sunstar」を合言葉に、スイスの持株会社Sunstar SAを筆頭に、OCカンパニー、HBカンパニー、SEカンパニーの3カンパニーが事業を推進し、管理機能を統括する経営本部が3カンパニーを支える体制でマネジメントしております。

この体制のもと、2016年度の業績は、サンスターグループ全体の売上が1,232百万スイスフラン、営業利益が123百万スイスフランとなりました。各事業ともに、製品開発と販売エリアの拡大や新規取引先の開拓が売上伸長に寄与しています。

また、グループの将来の成長に向けて大きな投資を行った米国シカゴ近郊の新オフィス・工場・開発センターが稼働し、世界の主要拠点の再編が完了しつつあります。これにより、世界に向けた高付加価値製品の開発と販売エリアの拡大を加速し、同時に、各カンパニー・各エリアがサポートし合いながら、従来の事業セグメントを越えた新しい製品、市場の開発にチャレンジしてまいります。



サンスターグループ代表 兼 サンスターSA取締役  
金田 善博

## 各カンパニーの概況

OCカンパニーは、歯間ブラシの新製品「ガム・ソフトピック カーブ型」が全世界で好調な売上となり、他にも各エリアのニーズにあった新製品を投入し、しっかりと育成に努めた南米、中国などの売上が堅調に伸びています。また、睡眠時の歯ぎしりを軽減する「パトラー グラインドケア」の欧州での製品化、歯みがきに楽しさを付加した「ガム・プレイ」の日本での発売、ハラル認証済みオーラルケア製品のマレーシアでの展開など新たな製品分野の販売にも着手しました。

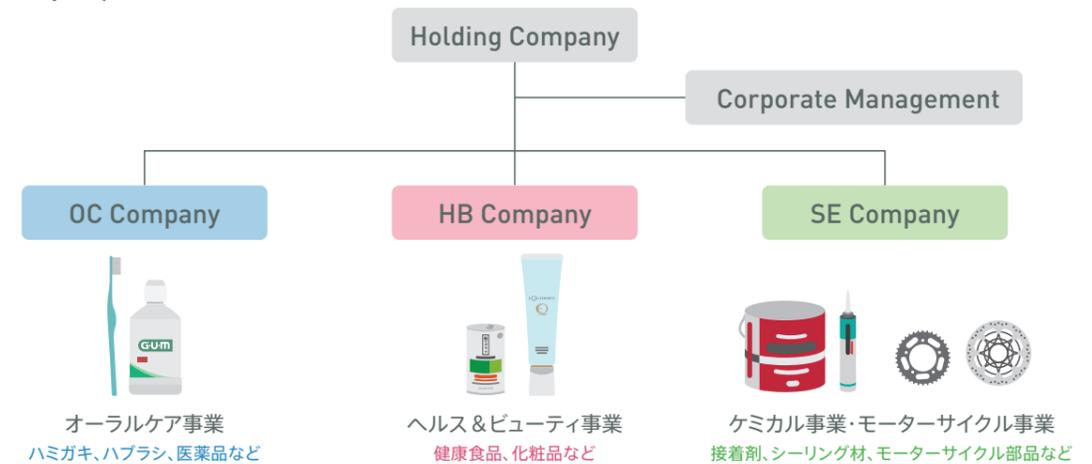
HBカンパニーは、日本において発売50年を迎えたVO5の新製品「ヘアデザインクリエイター」や食事・身体・心のバランスを整える旅を一般の方々に体験していただく「健康道場ツアー」の販売拡大に努めました。今後は、

日本だけでなく、健康食品や化粧品のグローバル展開を目指してまいります。

SEカンパニーは、自動車向け接着剤での水性接着剤の売上が好調で、欧米系自動車メーカーに新規採用されるなど売上増に大きく寄与しました。住環境分野では、日本を中心に建築用シーリング材の主力製品の販売拡大に取り組みました。二輪車向け部品では、生産プロセスの改革と品質の向上に取り組み、米州、アジアでの販売が好調に推移しています。

引き続き、サンスターグループは、3カンパニーの事業を通じて世界中の人々の健康な暮らしの向上と社会の発展に貢献することを基本理念とし、企業活動を行ってまいります。

## Company Structure



## お客様一人ひとりの健康のために

2017年度も、新製品・新事業、販売地域の拡大に取り組み、新しい価値を持った製品を知っていただくための広告やセールスプロモーション活動を積極的に実施してまいります。

そして、サンスターは社会の公器として、自社の強みを活かし、新たな事業を通じた社会問題解決の努力を続けてまいります。例えば、糖尿病、がん、高齢者、空気質の改善など私たちが提供する製品やサービスで社会問題の解決に寄与できると考えています。

私たちが目指すのは、お客様にとっての包括的な健康を見つめていくことです。お口の健康から全身の健康へ、また人々を取り巻く空間や環境までお客様が活動するさまざまな場面において、製品だけでなくサービスを含めたトータルソリューションを提案し、一人ひとりにとって必要な「Holistic Health Care」を提供してまいります。

今後とも一層のご指導、ご支援を賜りますようよろしくお願いいたします。

# 世界各エリアでの好調な事業展開により 堅調な売上と収益を達成しています。

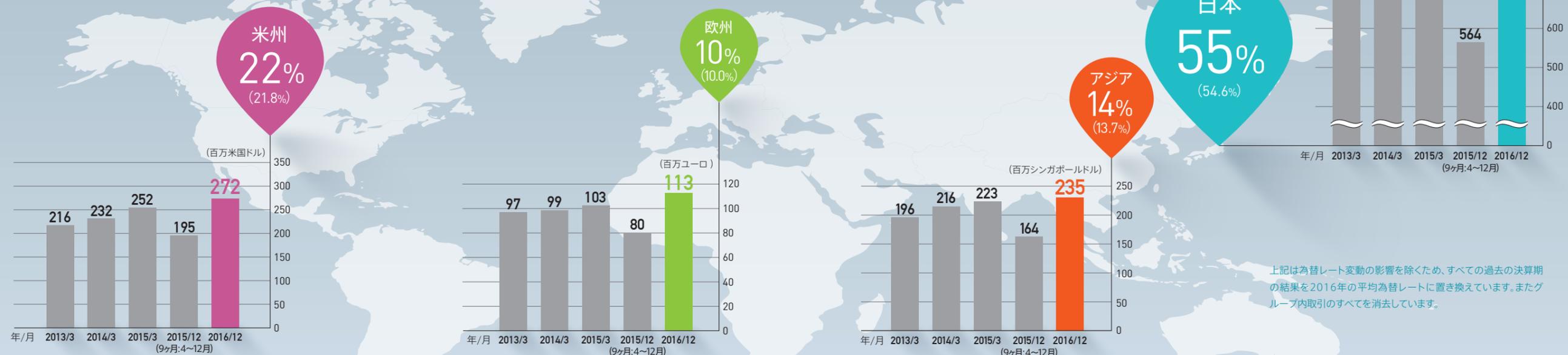
2016年度のサンスターグループ連結純売上高は、総額12億3,200万スイスフランでした。これは、2015年度の9ヶ月決算を12ヶ月に調整した前年比9.6%増の成長となります。

同様にグループ連結営業利益は、1億2300万スイスフランを達成し、前年比3.3%増となりました。下記で示す財務情報は、国際財務報告基準(IFRS)を適用しています。

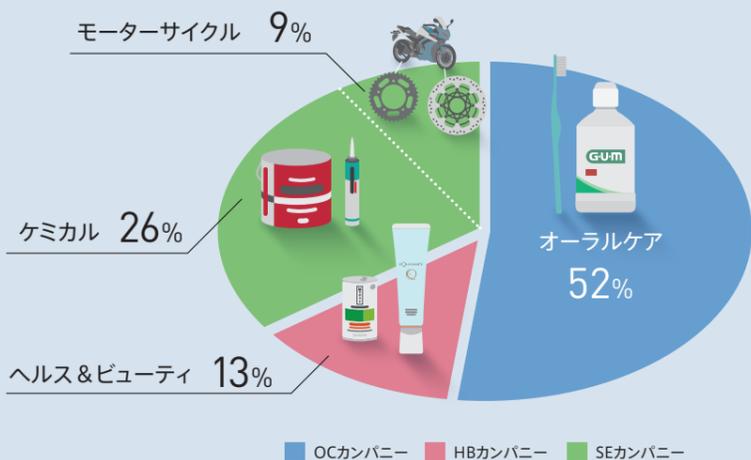
## エリア別純売上 (現地通貨)

為替の影響によりグループ全体の日本の売上比率は2015年度と比較して微増となりました。欧州、アジア、米州は、主にオーラルケア製品、ケミカル製品に高い需要があり、堅調な売上成長を遂げました。

■ 2016年平均為替レートでの純売上



## 事業別比率



オーラルケア事業は、グループ純売上高の約半分を占めており、欧州での新製品導入とアジアでの顧客拡大により、欧州とアジアが高収益を上げました。ケミカル事業は、グループ純売上高の26%を占めており、全世界の自動車メーカー向け接着剤と、日本の建築用シーリング材の好調な売上が引き続き成長を牽引しています。

## 純売上高 (百万スイスフラン)



## 営業利益 (百万スイスフラン)



## 純資産と純資産比率 (百万スイスフラン)



上記は為替レート変動の影響を除くため、すべての過去の決算期の結果を2016年の平均為替レートに置き換えています。グループ内取引のすべてを消去しています。2015年度決算は9ヶ月(4月から12月)を示しています。

人を取り巻く環境を含めた 総括的な健康を提供。  
それが、サンスター の考える

# Holistic Health Care です。

## ● 口内細菌研究で 身体を健康に

遺伝子解析技術の進展によって、数百種に及ぶ口内細菌の生態や、歯周病が全身の健康を育かず仕組みの解明が進んでいます。また、善玉菌の優勢な口内環境づくりが腸内細菌環境にも好影響を与えるとの研究も注目されています。これら最新研究を活かした新たなオーラルケアの提供を目指していきます。

## ● お口に関わる 健康課題を解決

歯ぎしりによる睡眠障害や顔面痛等の痛みに悩む人向けに、睡眠時の歯ぎしりを検知して軽減させる小型デバイスを「バトラーグラインドケア」として、欧州で発売開始しました。お口は、睡眠、呼吸、栄養摂取、会話など重要な機能があり、今後もお口に関わる健康課題の解決に貢献していきます。

## Mouth

## ● 腸内環境改善から 健康増進へ

サンスターが展開している健康道場ブランドの健康食品・飲料は、玄米菜食をベースに発展してきました。玄米菜食は、腸内細菌に働きかけ、腸内環境を整え、免疫機能を活性化することで、人間の持つ健康になろうとする力を引き出すことを目指しています。今後も腸や免疫力に着目した健康食品に力を入れていきます。

## ● 心身の健康法 指導サービス

健康道場ブランドの健康食品は、社員の福利厚生施設「サンスター心身健康道場」の健康法から生まれました。健康法は、玄米菜食に加え、歯みがきや生活習慣、運動、温冷交代浴、座禅などの指導を含めた心身の健康増進指導が行われており、昨年からは、この健康法を提供する「健康道場ソアー」の販売も開始しました。

## Body

## Living Space

## ● お部屋の空気で健康づくり

接着剤やシーリング材などのケミカル製品が施工後に発するガスに着目し、人体に影響を及ぼす有害物質を発生させない原料開発を行っています。また、居住空間に堆積して健康に害を及ぼす、ダニの糞や死骸、カビ、花粉などのハウスダストの影響を抑えるためのスプレーなど、人の活動空間から健康を考えた新たなケア製品の開発を進めています。



## Mobility

## ● 快活な生活を守る安全部品

サンスターではオートバイの駆動力を車輪に伝えるスプロケット(歯車部品)、ブレーキディスク、ブレーキパッドなどの金属部品を主に二輪車メーカーに販売しています。丈夫で高耐熱の加工部品は、人々の外出、交流を支え、安全・快適な移動、快活でイキイキとした生活を支える重要な製品であると考えています。



## ● 快適で安全な 移動空間の提供

サンスターは、創業当時のヒット商品であった自転車のパンク修理用ゴム糊を発展させ、建築用・自動車用の接着剤、シーリング材のビジネスを行っています。例えば、高級車のフロントガラス用高剛性接着剤は、車体の揺れを抑える効果が高く、快適で安全な移動空間の提供に一役買っています。

サンスターは、お口の健康から全身の健康をつくる「オーラルケア事業」、食養生と美容素材で健やかさと輝く美しさを支える「ヘルス&ビューティー事業」、環境に優しく快適な生活空間をつくる接着剤・シーリング材等の「ケミカル事業」、移動体の金属部品で活動的な生活を支える「モーターサイクル事業」を行っています。これらの事業分野のリソースを活かして、お口から全身、暮らしの空間からも、美と健康づくりを考え、世界の人々の健やかさや心豊かな生活を支えること、それがサンスターの目指すHolistic Health Careです。それぞれの分野で目指していることや最近の取り組みの一端をご紹介します。

## サンスター独自の視点と最新のテクノロジーで これからの「健康」を創造

長年にわたって培われてきた確かな技術、そして「One & Only in Uniqueness」という言葉に代表されるユニークでオリジナリティの高い視点。この2つの融合がサンスターのモノづくりの強みです。常識にとらわれず、常に製品を進化させ、世の中のないものを生み出していくというサンスターならではの信念によって、人に、社会に求められるこれからの健康を生み出しています。

医療機器としての認可を取得し、ドイツ、デンマーク、スウェーデンにて歯ぎしりの治療を行う歯科医院で提供を開始。



BUTLER GrindCare

### QOLを上げる 筋電センサーによる歯ぎしり対策

睡眠障害や顔面痛などの不調をもたらす歯ぎしり。これまでは主にマウスピースでの抑制が一般的でしたが、「バトラー グラインドケア」は筋電センサーを活用した小型軽量デバイス型として開発。就寝時にデバイスをこめかみに貼り付け、搭載されている筋電センサーが歯ぎしりを検知すると、微弱電流による刺激があごの筋肉をリラックスさせる信号を誘発して歯ぎしりを低減させます。使い続けることによって歯ぎしりの頻度を減らし、生活の質を向上させる画期的な医療機器として開発、まずは欧州での普及を目指します。

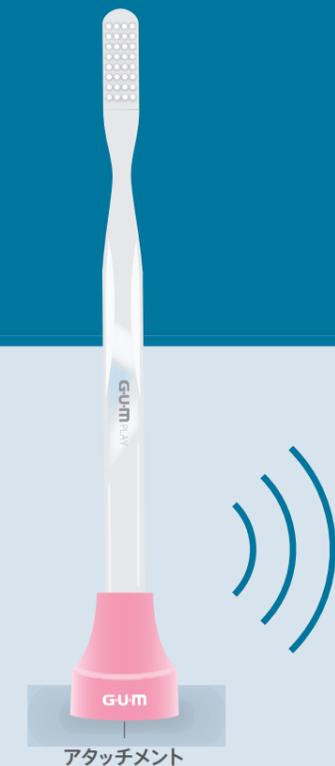


G・U・M PLAY

### ハブラシ+IoT技術で 「正しさ」と「楽しさ」のある 新しい歯みがき習慣を実現

「やらなくちゃいけない」と捉えられがちな歯みがきを「楽しいこと」に変えられないか…。長年にわたるサンスターの思いが結実したのがこの「ガム・プレイ」。ハブラシの動きに応じてスマートフォンアプリを連動させるIoTハブラシとして注目を集めています。専用のアタッチメントをハブラシに装着し、ブラッシングをすると正しくみがけているかが点数で表示されるなど、ユニーク

ゲーム感覚で歯みがきできる子ども向けの「MOUTH MONSTER」をはじめ、大人も子どもも3分間の歯みがきが楽しみの時間に。

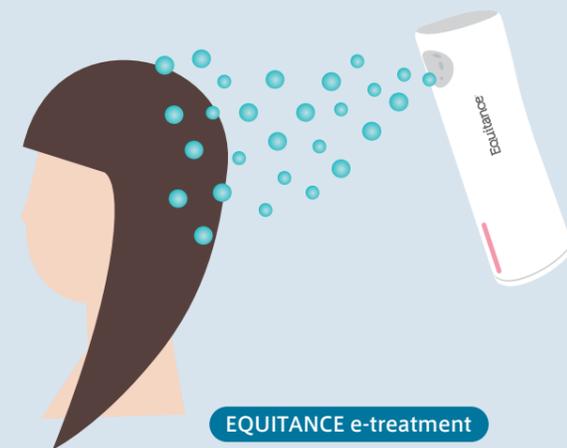
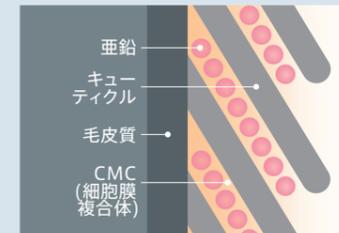


歯科衛生士のブラッシングにどれだけ近いのかを採点する「MOUTH CHECK」、歯みがき中の動きや経過時間を記録する「MOUTH LOG」。みがき方をアドバイスしてくれる。

な仕掛けが充実。このチェック機能はサンスター財団の歯科衛生士が協力し、正しいブラッシングの軌跡を測定したデータを活用しています。自覚しにくい歯みがきのくせを可視化し、ゲーム感覚でみがき方を上達させます。「きちんとみがく」と「楽しくみがく」を両立させた、まったく新しい歯みがき習慣を可能にした「ガム・プレイ」。日本では発売以来反響が大きく、健康経営に活かしたいと考える企業からも問い合わせをいただいています。

## Holistic Health Care

毛髪中の亜鉛は40代から徐々に減少。これが、髪ハリ・コシが衰える原因のひとつであることを解明。



EQUITANCE e-treatment

### 髪ハリ・コシと亜鉛の関係性を解明 トリートメント×美容家電を実現

年齢を重ねると共に髪の色やハリ・コシを失い、美しくまとまらないという女性の悩み。サンスターはそんなエイジング毛を研究。毛髪のキューティクル層の亜鉛の減少が、髪の変化に影響を与えている事実を発見し、亜鉛を補給するミネラルZ成分に加え、艶髪・保湿成分配合の美髪トリートメントを開発しました。加えて、イオンを放出し、ヘアトリートメントを超微粒子化することで、浸透性・付着性を高める「e-boostシステム®」搭載の美容機器を開発。大人の髪を1回の使用で、艶やかで、ハリのある美しい髪へと導くホームヘアエステ「イートリートメント」が完成しました。サロンのようなヘアエステを自宅で実現し、女性の支持を集めています。

Penguin Indoor Seal

### シックハウス症候群対応型で 健やかな住環境を実現

シックハウス症候群が社会問題として認知されるようになり、建築業界では身体に優しい建材を求める声が高まってきました。また、原因物質の使用濃度を規定するガイドラインも整備され、サンスターでも健康被害を考慮したシーリング材の開発に着手。原材料を限定しながら何度も試行錯誤を繰り返し、その都度使用環境を想定した接着性試験や劣化状況を確認する耐候性試験、シーリング材から放出される化学物質の濃度測定などさまざまな試験を実施。多くの課題を乗り越え、快適で安全な空間を作るシーリング材を完成させています。



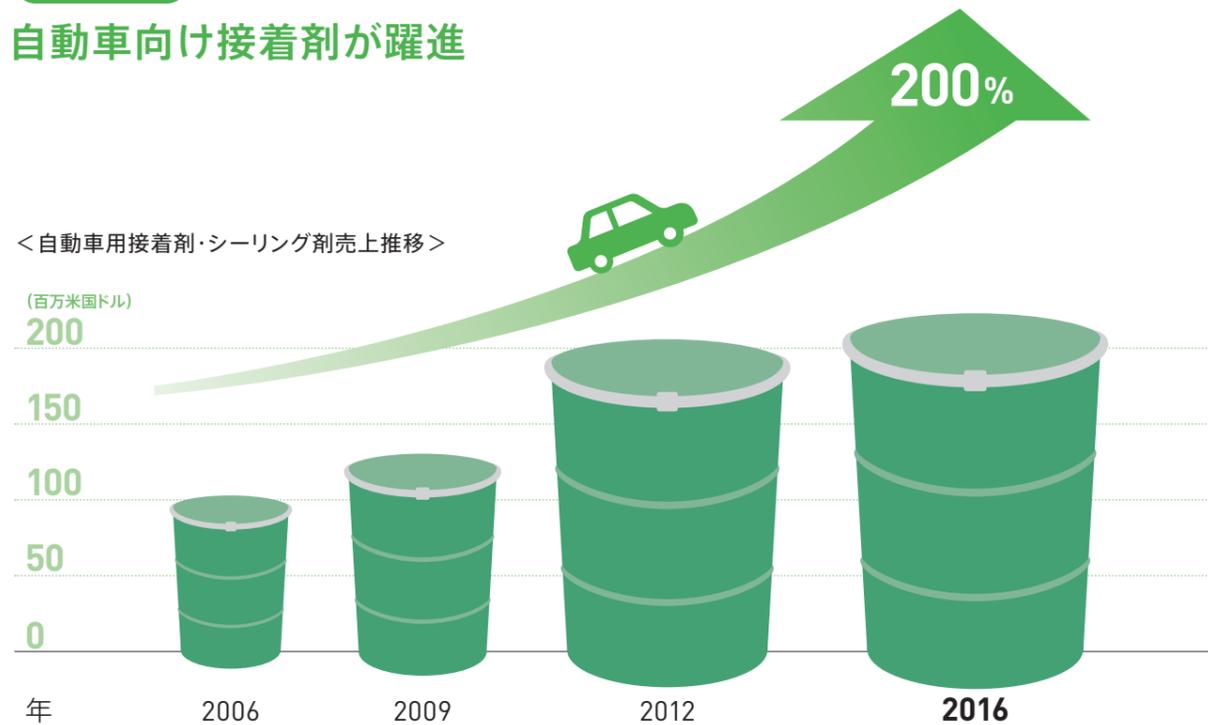
耐久性や性能を衰えさせることなく、13の化学物質を放出しない室内専用のシーリング材開発に成功。

# Company Today

## 長年にわたり培ってきた高い専門性を発展させる、 2016年の取り組みと成果

### SE Company

#### 自動車向け接着剤が躍進



#### 欧米系自動車メーカーの新規採用が売上増を牽引

サンスターSEカンパニーの売上は、10年前と比較すると120%の成長となりました。この業績を牽引してきたのは、グローバルに展開する自動車用接着剤・シーリング材のビジネスで、10年前と比べ200%の成長を遂げています。

SEカンパニーは、自動車製造に関するあらゆる工程に適した接着剤・シーリング材を開発する技術を持つ数少ないメーカーです。車体工程、塗装工程、組立工程、内装、各種部品製造を対象に製品を開発してい

ます。中でもウィンドウガラスの取り付けに関しては、車体とウィンドウガラスを直接接着させるダイレクトグレーディング方式の接着剤を日本で初めて製品化し、日系自動車メーカー向けには、トップクラスのシェアを獲得してきました。

ここ数年は、自動車用接着剤の技術をグローバルで共有し、環境に配慮した水性接着剤など新製品の開発に取り組み、日本、中国、アメリカで製品化しています。2016年度は、特に、欧米系自動車メーカーでの

新規採用が売上増に大きく寄与しました。

世界の自動車市場は日系自動車メーカーがおよそ3割を占めており、SEカンパニーは現在、日系メーカーを中心に製品供給しています。その自動車メーカーの海外進出に対応して米国、欧州、タイ、および中国に拠点を開設してきました。今後は日系のみならず、グローバルで大きな市場シェアを持つ欧米系ならびに各エリアの自動車メーカーへの市場開拓に取り組んでまいります。

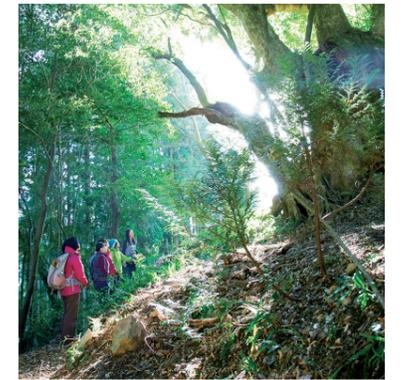
### HB Company

#### 健康バランスを取り戻す、 健康道場ツアーでさらなる成長へ

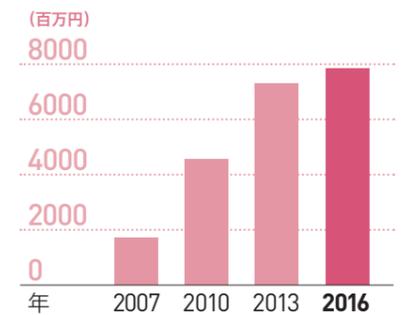
##### 健康道場、お客様参加型体験ツアーで新たなチャレンジ

この10年、野菜飲料「緑でサラナ」の伸長により飛躍的成長を続けてきた健康道場ブランドは、さらなる事業発展に向け、新たな取り組みとして「健康道場ツアー」をスタートしました。食事・身体・心のバランスを整える体験型の健康支援プログラム「健康道場ツアー」では、健康道場健康法の体験と専

門家（管理栄養士、歯科衛生士、健康運動指導士等）のアドバイスにより日々の生活習慣のくせ・歪みに気づいていただけます。健康道場ブランドの健康価値を楽しい旅の記憶と共に思い出していただき、健康道場のファンを増やしていく取り組みです。



##### <健康道場ブランドの売上推移>



### OC Company

#### 世界が認めたソフトピックシリーズ

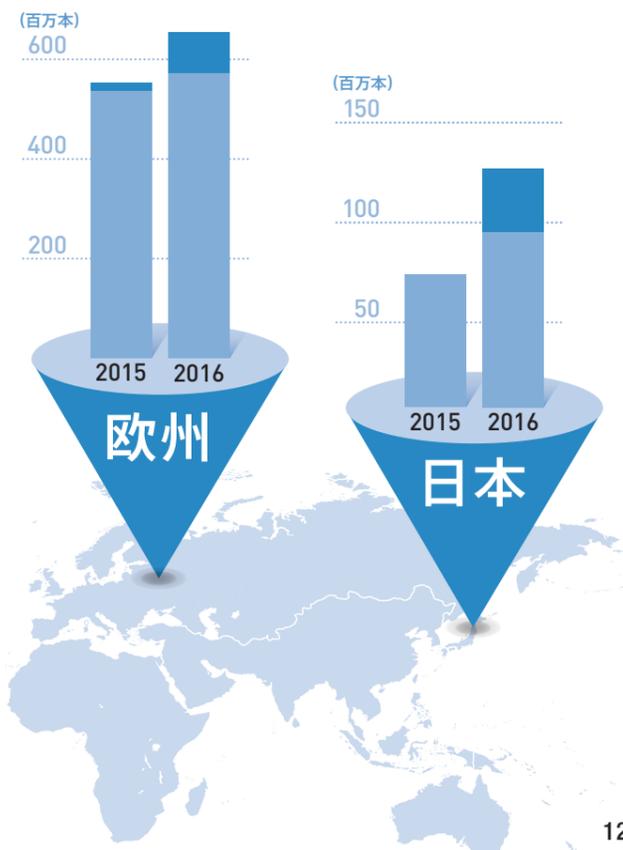
##### ヒットの要因は お客様の声に応じて 生まれたカーブ型

歯周病菌のすみかである歯周プラーク（歯垢）。実はハブラシだけでは除去しにくいので、ハブラシと併用して、歯と歯の間のプラークや食べカスを除去するデンタルフロスや歯間ブラシの市場が拡大しており、サンスターも各種製品を販売中です。ゴムタイプでやさしい歯間ブラシ「ガム・ソフトピック」は、初めての人でも安心して使えると米州を筆頭に世界中で好評です。「奥歯にも届きやすい商品がほしい」「ハンドルがもう少し長いものがほしい」というお客様の声に応じて開発した新製品「ガム・ソフトピック カーブ型」は、全世界で好調な売上を記録。特に欧州、日本では、従来のまっすぐな形のソフトピックにプラスする形で売上を伸ばしています。



##### <ガム・ソフトピックライン売上本数>

■ガム・ソフトピック カーブ型 ■ガム・ソフトピック

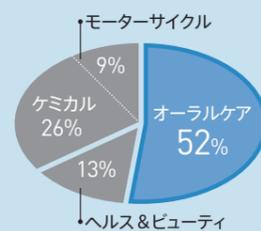


# OC Company

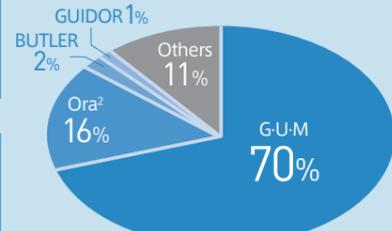
## オーラルケア事業



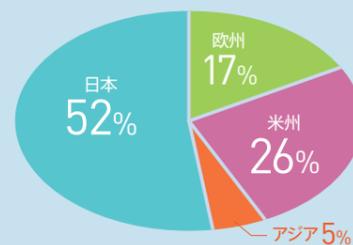
● 事業別比率



● ブランド別売上構成比率



● エリア別売上構成比率



### 事業概況

**米州**では、シカゴ郊外への生産開発拠点の移転が完了し、世界市場向け製品の製造・研究開発能力が拡大。また、歯科医師向けガイドールブランドの歯周組織・歯槽骨再生治療用製品の販売網が大幅に拡大しました。歯間クリーナーカテゴリーではマーケットリーダーの地位を維持し、とくにガムブランドの「ソフトピック カーブ型」は大きな成功を収めています。

**日本**では、スマホと連動する「ガム・ブレイ」を発売し、新たな歯みがき習慣を提案しました。Ora<sup>2</sup>からはコスメティック発想をオーラルケアに取り入れたオーラルコスメとして、Ora<sup>2</sup>プレミアムシリーズを本格的にスタートさせ、「プレミアムフレグランスマウスウォッシュ」を発売しました。9月には新開発拠点として「静岡イノベーションセンター」を開所し、がん患者向け製品・ビジネスの開発を進めています。

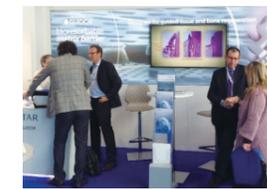
**欧州**では、パトラーブランドの「グラインドケア」をはじめ、ガムの新しいデンタルペースト・デンタルリンスライン「Activital」、「GUIDOR bioresorbable matrix barrier」など、多様な製品カテゴリーで新製品が発売され、順調な滑り出しを見せています。また2016年は糖尿病患者団体や歯周病専門医団体と協力して、スペインとイタリアの糖尿病患者のためのイベントを企画・後援しました。

**アジア**では、2016年1月に「シンガポールJSDEIセミナー」を開催。糖尿病の合併症予防、糖尿病における口腔保健、糖尿病管理における患者の役割などの教育・啓発セミナーを実施しました。また、4月には、「キッザニア・シンガポール」に歯科医院パビリオンを出展し、「おうちの歯医者さん、家族の健康を守る」をテーマに、子どもたちが歯科医としての疑似体験を通じて、オーラルケアへの重要性を知るきっかけ作りを行っています。

### 今後の展望

お客様の生活の質を高めることは、OCカンパニーの変わらぬ使命です。私たちは特に、高齢または糖尿病やがんなどの病気によって生じる問題を抱えた人々の役に立ちたいと願っています。引き続き、この目標を原点として、次世代の製品やイノベーションの追求と開発を進めています。その一方で私たちは新しいアプローチを適用し、市場の声を聞く方法とコミュニケーションの方法を変え、

ユニークで効果的な製品のポートフォリオを用いて、サンスターの顧客基盤を急速に拡大します。新市場開発に関しては、製造・研究開発能力を拡大・改善するための投資を継続し、成長の速い北米、EMEA(欧州・中東・アフリカ)、およびアジア地域に引き続き重点を置きます。また、世界市場の多様なニーズに応えるため、質の高い新製品を開発するという課題に取り組んでまいります。



学会などで積極的にガイドールの実践的ワークショップ実施  
欧州や中東の学会でガイドールのワークショップを行い、歯科専門家に科学的実証データも提供しながら製品の優位性をアピールしました。



ガム・ソフトピック カーブ型 日米欧で販売好調  
ゴムタイプの柔らかい歯間ブラシ「ガム・ソフトピック」に、奥歯にも届きやすいカーブ型を新発売。日米欧で、好調な販売を記録しています。



オーラルコスメ発想から生まれたOra<sup>2</sup>プレミアムシリーズ 本格始動  
ほんのり香る息になる「プレスフレグランスマウスウォッシュ」が加わって、白い歯に輝きをプラスする「プレミアムステインクリアペースト」と共に、日本・アジアでのシリーズ展開を開始しました。



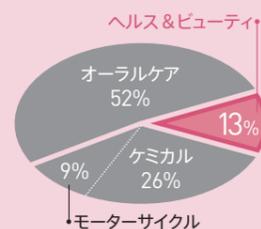
自然療法を採用したG・U・M Activital 欧州で好評  
コエンザイムQ10とザクロの抗酸化物質を配合した「G・U・M Activital」シリーズは、口内細菌層の自然なバランスを損なわずに、ムシ歯や歯垢の蓄積を防ぎます。

# HB Company

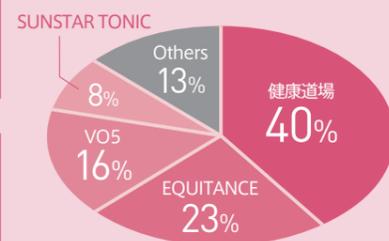
## ヘルス & ビューティ事業



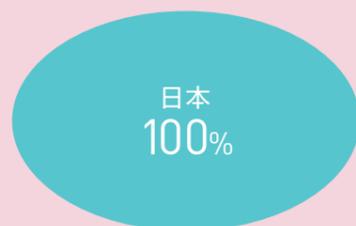
● 事業別比率



● ブランド別売上構成比率



● エリア別売上構成比率



**HB**カンパニーでは健康道場の「うまかつきあう80kcalショコラ」や、「飲む一膳分」(7月改良)とVO5の新製品「ヘアデザインクリエイター」が売上に貢献しました。また、新聞・雑誌・インターネット広告を活用した通信販売以外に、製品をその場で手に取り試することができる期間限定ストアや、心身健康道場で培った健康法を楽しい旅の中で体験できる健康道場ツアーなど、お客様へダイレクトにアプローチし、相互理解を通して、永続的な関係づくりを推進しています。

**健康道場**では、健康道場ツアーの一般販売の開始や、「心身健康道場」を一般のお客様に1日体験会として開放するなど、お客様への健康道場の理念(健康法)の浸透とブランド価値の向上を目指して積極的に活動しています。また、OCカンパニーと連動して「糖尿病とうまかつきあうBOOK」を制作。徳島での産学官の取り組みを足がかりに、KOLと連携した事業構築に向け、今後も糖尿病サポートの啓発活動を進めていきます。

**VO5**では、女性用ヘアスタイリングカテゴリー拡大の布石として、「VO5ヘアデザインクリエイター」を発売し、シェアを伸ばしました。固めるだけのスプレーから、プロのような自然なヌケ感ヘアを作る霧状スタイリング剤としてヘアスタイリング市場での新しいポジション獲得を目指しています。今後も広告プロモーションを強化し、さらなる成長を目指します。サンスタートニックは昨年に引き続き、若年層に人気の高いアーティストをキャンペーンに起用し、ブランド認知の向上を図りました。

**エクイタンス**では、ヘアケアカテゴリーへの拡大の第一弾として、髪への浸透を向上させる美容家電を活用したヘアトリートメント「イートリートメント」を発売しました。また、エイジングケアカテゴリー「ヴァイトロジー」から「スペシャルインクリーム」や、美容食品から10種の美容・健康素材を配合した「サーキュアアップティー」など積極的な新製品の投入により、新規顧客の獲得に努めました。



HBカンパニーは、人々の美と健康増進に貢献することを使命としています。

食品ビジネスでは、「緑でサラナ」に次ぐ第2の柱となる製品開発に向けて取り組んでいます。スキンケアビジネスでは、エクイタンスを単品美白化粧品の影響からトータルアンチエイジングブランド

に進化させることで、事業拡大を目指します。グローバルでの事業拡大は、健康道場のシンガポール販売を在留邦人向けの販売から拡大し、エクイタンスも含め、販売地域の拡大に積極的にチャレンジしてまいります。



### 健康道場シンガポール アジアビジネス強化

通販サイト英語版をオープンし、シンガポールのお客様向け販売を開始。JSDEI※国際セミナーでの試飲や、日本文化紹介などの試飲や、日本文化紹介などのイベント(SJ50など)を通じたアプローチも行いました。

※ジョスリン・サンスター糖尿病教育プログラム



### VO5 日本発売から50周年

VO5はサンスターが日本で発売を開始して50周年を迎え、ヘアスプレーのリニューアルと共に新製品を発売し、テレビ広告やWebプロモーションなどにより販売を拡大しました。



### プロテオグリカン研究、日本応用糖質科学会で受賞

弘前大学と共同開発した美容素材「鮭鼻軟骨プロテオグリカン」に関する基礎研究から実用化までの取り組みが高く評価され、日本応用糖質科学会 技術開発賞を授与されました。

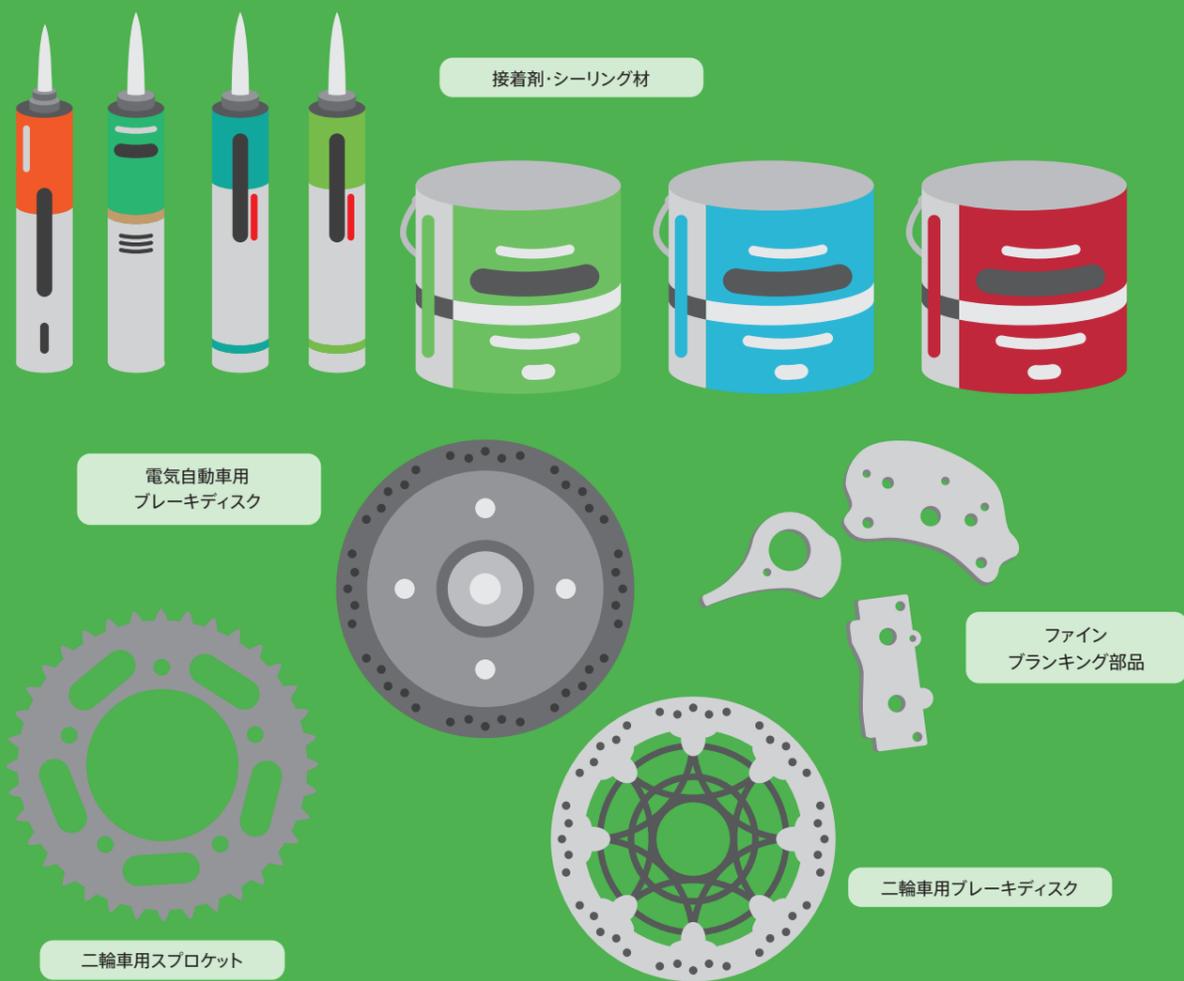


### 健康道場「飲む一膳分」販売好調

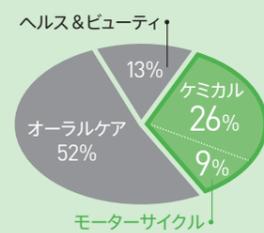
朝食代わりにしての新たな需要を喚起し、新規顧客を獲得。また、リニューアルによる顧客満足度も向上し、売上3倍と躍進しました。

# SE Company

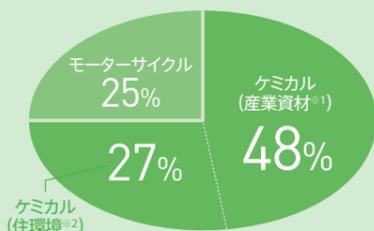
## ケミカル事業・モーターサイクル事業



● 事業別比率



● 分野別売上構成比率



※1 自動車用、電子部品用接着剤など  
 ※2 建築用シーリング材など

● エリア別売上構成比率



### 自動車

用接着剤の分野では、米州、欧州、中国拠点を中心に欧米系自動車メーカーへの営業活動に取り組み、順調に売上を伸ばしています。各国の環境規制や各メーカーのニーズに対応すべく、各拠点が連携し、高剛性ウィンドウガラス用接着剤や異種接合材などの製品開発に引き続き取り組みました。

また、接着剤の成分に環境への配慮が厳しく求められる社会背景の中、車室内のVOC(揮発性有機化合物)を低減するだけでなく、自動車工場から排出されるVOCも低減する水性接着剤を開発し、新規顧客を獲得しました。



### 住環境

分野では、日本を中心に建築用シーリング材の主力製品の販売拡大に取り組みました。特に、戸建住宅用製品では、リフォーム市場の拡大を予測し、外壁塗装に対応した、塗料を汚染しないノンブリードタイプのシーリング材のラインナップを拡充しています。

近年では、外壁材の色に合わせて建築現場で着色可能な「ペンギンシール2570Type1-NB(ノンブリードタイプ)」を業界に先駆けて開発し、順調に売上を伸ばしています。

### 二輪車

生産台数は、インド、インドネシアを中心に2020年以降も増加すると予測しており、二輪車メーカーのグローバル化に合わせたブレーキディスク、スプロケットの製品力向上と安定供給を継続するために生産プロセスの改革と品質の向上に取り組んでいます。また、アフターマーケットへの販売強化として、レースサポートを継続し、サンスターブランドの認知度向上に努めました。

インドネシア、タイでは生産体制を強化し、さらにタイでは、ファインブランキング工法を応用した自動車向け部品の開発と販売に取り組んでいます。



SEカンパニーは、生活者へ向けた安全・環境に配慮した生活空間を提供する製品とサービスの開発に取り組んでいます。

暮らし環境の向上に貢献するため、菌、消臭、カビ、アレルゲン、汚れに着目し、サンスターが持つ技術と新しい発想で、健康維持、快適空間を実現する

製品開発を推進しています。

電子材料分野では、これまでの適用分野をカーエレクトロニクスへと発展させ、自動車の各機構部分に使われる電子技術をサポートする製品開発に集中し、車に乗る人の快適性を追求してまいります。



### セルフクリーニング性 シーリング材

業界初となる雨風を利用するセルフクリーニング性シーリング材を開発。戸建住宅の外壁の美観を維持する製品として注目を集めています。



### 世界接着剤・シーリング材 会議へ参加

世界接着剤・シーリング材会議は、民間業者、行政関係者が参加する業界最大の会議です。展示会場では世界各国からのお客様に製品を紹介しました。



### レース専用製品が 日米のバイクレースで大活躍

アメリカ、日本をはじめとした二輪車のレーシングチームにレース専用のブレーキディスク、スプロケットを供給し、各チームの好成績に貢献しました。



### ピュアイズムの 無香タイプを発売

目に見えないほりから家族の健康を守る寝具クリーンケアミスト「ピュアイズム」に無香タイプを追加し、日本で発売を開始しました。

# One and Only in Uniqueness

## プラマー博士

### サンスターのマーケティングについて語る

サンスターは、「Mouth and Body」をキーワードとして、お口の健康と全身の健康の関わりに着目した研究成果を元に世界の人々の全身の健康増進に寄与する製品・サービスの創造を目指しています。このサンスター独自の考えに基づき、事業のグローバル展開を進めてきた歩みを、30年間にわたりサンスターのマーケティング・アドバイザーを務めるジョセフ T.プラマー博士に伺いました。



1989～1990年に発売された初代のG・U・Mシリーズ



2013年、ニューヨークでのマーケティング研修講義



1997年に開催されたチャペルヒル国際シンポジウム

## ● プラマー博士からのメッセージ



### ジョセフ T.プラマー博士

#### Profile

世界的な広告会社に勤務した経験を持ち、コロンビア大学経営大学院の非常勤教授を務める。サンスターグループの役員に名を連ね、30年間にわたりサンスターのマーケティング・アドバイザーを務める。AMA (American Marketing Association) の殿堂入りを果たすなど多くの賞を獲得。

### G・U・Mが日本のナンバー1 オーラルケア・ブランドとなった理由

1988年、金田 博夫氏は、サンスターは「世界へ進出する」時期だと思い定めていました。そのためには欧米企業を買収する必要があると考えていました。調査の結果、歯科医とのプロフェッショナル販売ルートを持ち、英語でハグキを意味するGUMというブランド名を所有するオーラルケアメーカーのジョン・オー・バトラーが買収先候補として最適という結論に達しました。年齢と共にハグキの病気(歯周病)にかかるリスクが高まることは、既にいくつかの研究によって判明しており、サンスターはG・U・Mブランドをハグキの病気を防ぐ製品の世界的なマーケティング・プラットフォームとして位置づけられるのではないかと我々は考えました。

1980年代、欧米や日本の他のオーラルケア・ブランドは、どれも歯、つまり虫歯のない歯や白い歯に焦点を当てていました。これに対してサンスターは、1979年からニューヨーク州立大に研究員を派遣し共同研究の成果として、歯周病の原因菌を殺菌するCPC(塩化セチルピリジニウム)を見出し、歯とハグキのためのハミガキの開発を進めていました。1988年、サンスターはジョン・オー・バトラーを買収し、日本でのG・U・Mブランドの発売を決定しました。

G・U・Mのマーケティング戦略にはいくつかの重要な要素がありました。(a)ハグキの病気に対する意識が高く、歯とハグキのケアにもう一手間かけることを惜しまないような、歯の健康についての知識が豊富な消費者に焦点を当てること。(b)科学的データに基づいて病気の予防を解説すること。(c)他のブランドがどれも強い歯に焦点を当てているのとは異なり、健全なハグキに重点を置くこと。そして(d)一連の製品ラインを同時に発売することです。その結果、日本でG・U・Mが発売された1989年当時、歯を失ったり、口腔のトラブルが発生したりする主な原因がハグキの病気であることを知っている人は日本の人口の約20%でしたが、25年後には日本のナンバー1オーラルケア・ブランドとなり、人口の約90%がハグキの病気について認識するようになりました。G・U・Mが日本で早くから成功を収めた要因の一つは、ノースカロライナ大学歯学部部のジョン・スタム博士などの研究者を、広告に権威として登場していただいたことにあります。これによってG・U・Mブランドに「国際的な」イメージを与え、科学的根拠に基づいて製品開発を行っていることを強調することができたのです。

### すべてのブランドを発展させる 今後のグローバル戦略

1997年、サンスターの主催によりノースカロライナ大学で大規模なシンポジウムが開かれ、世界中の研究者が一堂に会し、口腔の健康と、糖尿病や心臓病、骨密度、といった全身の健康状態との関係に関する知見を交換しました。このイベントからサンスターの新たなグローバル戦略が生まれ、「Mouth and Body(口腔と全身)」と名付けたこの戦略は、ニューヨーク州立大学バッファロー校歯学部のロバート・ジェンコ博士による全面的な支援を得ることになりました。その後、日本以外の国でもG・U・Mの販売がスタートし、多くの市場で知名度を高めるために、共通の概念が必要となりました。私は「口腔と全身」戦略に感銘を受け、「Healthy Gums, Healthy Life(健康なハグキ、健康な生活)」といった合言葉はこの戦略を効果的に表現しており、G・U・Mというユニークな製品を消費者に印象付けるだろうと考えました。サンスターはすぐに、全販売市場に共通のアイデンティティ、ロゴ、パッケージを開発しました。そして、21世紀を迎えようとする頃、サンスターを世界的企業にしようという金田氏のビジョンは実現しつつありました。サンスターは現在、G・U・M、GUIDOR、BUTLER、Ora<sup>2</sup>、健康道場、EQUITANCEというブランドを世界で展開しています。

世界的な健康課題の1つに糖尿病の拡大があります。糖尿病を患う人々は、病気とうまく付き合い、歯周病や失明、深刻な皮膚病、

重い心臓病といった合併症を予防するための製品を必要としています。サンスターは「口腔と全身」戦略のもとで製品開発を続け、数百万人の糖尿病患者と糖尿病予備軍に重要なメッセージを伝え、感性に訴えるマーケティング・キャンペーンを生み出す必要があります。消費者や専門家、KOLとの新しいデジタル・コミュニケーション手法を最適化することや、テレビや雑誌、ラジオ、新聞といった伝統的マスメディアの効果的な活用方法を学ぶことは、現在サンスターが直面しているマーケティング課題の一例です。またeコマースをうまく取り入れることも必要です。製品を直接消費者に販売するだけでなく、生活者との間にポジティブで永続的な関係を構築し、サンスターのポートフォリオに含まれる複数のブランドの愛用者となってもらい、サンスターが紡ぐ「健やかな暮らしの物語」と、サンスターが提供する製品やサービスの「ブランド大使」となってもらうのです。

サンスターは今やグローバル企業へと成長し、世界のあらゆる地域で業務を展開しています。人々の健康を守る新たなブレイクスルーを生み出すには、イノベーションと実験を追求するパイオニア精神を維持することが重要となるでしょう。グローバル展開の次の一步は心躍るものとなるに違いありません。

# 「サンスター」は世界各地の人々と交流を深めています。

## 欧州

Europe

歯科衛生士との交流、  
情報提供を  
積極的に推進

欧州エリアで特に注力したのが  
歯科衛生士との交流。  
歯周病と糖尿病の関わり、ムシ歯予防など  
サンスターの知見を広く発信しました。



## 米州

Americas

子どもの歯を守り、  
健やかな毎日に貢献する  
活動を展開

子どもを取り巻くさまざまな課題を解決し、  
健やかで楽しい生活に貢献するための活動を実  
施しました。



### スペイン

#### 歯科衛生士協会全国会議で、 口腔ケアと糖尿病の関連を発信

スペインのサンタンデルで行われた第28回スペイン  
歯科衛生士協会(HIDES)全国会議に参加しました。この会議は、  
国内外の歯科衛生士の教育と交流を促進することを目的と  
しています。

サンスターは、口腔ケアと糖尿病の関連性について情報  
を発信し、展示ブースには200人以上の来場者が訪れました。  
サンスター主催のワーク  
ショップでは、歯周病と  
糖尿病の相互関係を説  
明し、これら2つの病気  
と、歯科衛生士が患者教  
育者として果たす重要  
な役割を紹介しました。



### スイス

#### 世界歯科衛生士賞を授与

国際歯科衛生連盟(IFDH)とスイス歯科衛生士会が主催した  
国際歯科衛生シンポジウム(ISDH)が、スイスのバーゼルで開催  
されました。約1600人が出席し、栄養と口腔健康、ムシ歯予防、  
診断などのトピックが取り上げられ、第4回世界歯科衛生士賞  
授賞式では、サンスター財団が歯科衛生学や歯科医療に貢献を  
した3人の歯科衛生士を表彰しました。また、「歯間清掃の技術」と  
題したワークショップを開催し、啓発活動を行いました。



### スイス

サンスター財団は、世界保健機関(WHO)の口腔衛  
生状態調査データの収集と分析、歯科保健対策の政策  
策定を支援しています。2015年にルワンダに8万本  
のハブラシを寄付、2016年には、ミャンマーの母子保健  
協会(MMCWA)に合計10万本の子ども用ハブラシと  
1,000本の大人用ハブラシが寄贈されました。



### フランス

フランスの歯科学者が毎年行う口腔  
衛生教育訓練を目的とした支援活動  
プロジェクトに協賛し、ネパールにて  
ジュニア用ハブラシとハミガキを100  
人分寄付しました。

### イタリア

サンスターは2016年のイタリア中部  
地震の被害を受けた人々に20,000本以  
上の製品(ハブラシ、ハミガキなど)をイ  
タリア赤十字に、30,000本以上の製品を  
イタリア市民保護局に寄付しました。



### ドイツ

Oberes Wiesentalという高齢者  
対象の公共福祉サービスへ2500ユーロ  
の寄付金を贈呈。介護と介護に関する  
アドバイスやブックレットを提供するた  
めに活用されます。

### コロンビア

#### 小児歯科会議を支援

19カ国620名の小児歯科医、矯正医などのプロフェッ  
ショナルが参加するACOP-ALOP国際会議にて、サンスター製品  
の優位性や情報を提供し、子ども向け製品のサンプリング  
を行いました。コロンビアやラテンアメリカ各国の歯科医師  
会、また流通関係者との関係強化を図りました。



### アメリカ

#### シンポジウムで製品紹介のブースを設置

歯科衛生士教育を目的としたシンポジウムRDH(Under  
One Roof)に協賛し、サンスターは製品紹介のブース出展し  
ました。また会場では今年で15回目となるSunstar/RDH  
Awards of Distinctionの授与式が行われました。



### アメリカ

サンスターは、社会支援活動として、感謝祭のフードドライブ、  
年末の“Toys for Tots(子どもたちのためにおもちゃを)”の活動  
に参加し、社員が協力して食べ物やおもちゃを寄付しました。



### カナダ

年間を通じて、チャリティへの寄付や、地域サービス、ボラン  
ティアのサポート団体The United Wayのキャンペーンに積極  
的に参加しました。

### アメリカ

The AAPD(American Academy of Pediatric Dentists:  
小児歯科アカデミー)デンタルホームデーは、年に1回幼児の  
ための家庭のデンタルケアにフォーカスする行事で、150人  
の子どもたちに、サンスターの口腔ケア製品サンプルバッグを  
贈る活動を継続しています。

# アジア/日本

Asia/Japan

## 連携と拠点をさらに拡大し、 オーラルケアの 啓発を積極的に実践

シンガポール、中国、インドネシアなど  
アジアの各国でサンスターの存在感をさらに向上。  
日本でも新たな取り組みを行いました。



JSDEI  
(ジョスリン・サンスター糖尿病教育プログラム)  
国際セミナーReport

## 通算20回目を迎え、 世界各国7,000名の 医科・歯科専門家が参加



### シンガポール

#### 「キッサニアシンガポール」に 歯科医院パビリオンを出展



「サンスターデンタルクリニック」では「おうちの歯医者さん、家族の健康を守る」をテーマに、子どもたちが歯科医として、専門器具を用いて診察、治療行為、ブラッシング指導などの擬似体験を行います。本格的な体験を通して、歯科医院への定期通院の重要性、ブラッシングの大切さを理解し、オーラルケアへの興味、そして子どもから家族への口腔衛生の大切さ・必要性の伝播を目指します。

### シンガポール



サンスターはシンガポール日本国交50周年イベント「SJ50まつり」に参加し、シンガポール、徳島、大阪、東京のサンスターグループ社員が一丸となって、シンガポールと日本の人々との文化交流を盛り上げるべく、キッズ阿波踊りステージ、キッサニアとコラボのデンタルショー、日本情緒溢れるブース出展などを行いました。

### 中国

#### 北京糖尿病デーにて 「歯周病と糖尿病」の啓発活動

サンスターは、中国・北京にて市民向けの糖尿病予防のための「2016糖尿病フォーラム」にブース出展し、「歯周病と糖尿病」の啓発活動を実施しました。当日は、歯科検診や、健康道場ブランドの展示を実施し、オーラルケア・歯周病予防の重要性について、啓発活動を行いました。



### 日本

#### 静岡県医療健康産業研究開発センターオープン



医療機器の売上と医薬品の生産額が日本一である静岡県に、新たな医療健康産業研究開発センターがオープンしました。開所式には、静岡県知事をはじめ、関連企業など、約200名が参加。サンスターはここに静岡イノベーションセンターを構え、医療従事者、患者のニーズを汲み上げ、口腔と全身を基本とした製品開発に取り組めます。

### インドネシア

断食終了をお祝いするイベントに孤児を招待し、夕食や歌のパフォーマンスを従業員と共に楽しむ活動を実施しました。子どもたちへは洋服をはじめ、お菓子と寄付金が手渡されました。



### タイ

タイのサムットプラカーンにて開催されたプミポン国王の追悼セレモニーにて、政府主催の農家サポートプロジェクトに参画。この活動は米の値段が急落した農家を支援するもので、SETは全面的に支援しています。



### 日本

#### トップアスリートを支援! 競泳日本代表オフィシャルスポンサーとして協賛

サンスターは、競泳日本代表オフィシャルスポンサーとして協賛を開始しました。支援の一環として、オーラルケア講習会を実施。講習には27名の代表選手が参加し、「ガム・プレイ」を活用したブラッシング指導などを実施。今後もスポーツを通じ、オーラルケア意識向上と健康づくりに貢献します。



### 日本

サンスターグループでは、熊本地震に対する被災地支援として、デンタルリンス、ハミガキ、ハブラシ(子ども用含む)、義歯用ハブラシなど、現地で必要とされる物資をお届けすると共に、避難所に掲示する「災害時のお口のケア方法紹介ポスター」PDFの配布による啓発活動を行いました。



2016年1月に  
東南アジアでは初  
めてとなるシンガ  
ポールで開催。シン  
ガポール在住の  
歯科医1,800名  
の11%にあたる約200名の歯科医を中心に、歯科衛生士、医師、看護師、栄養士、薬剤師、研究者など419名が参加しました。

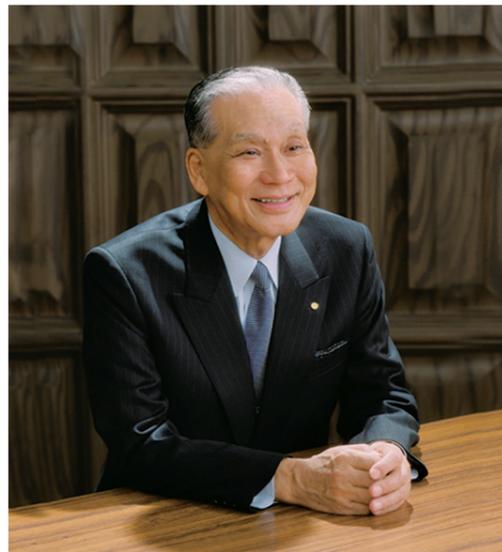
今回は、「アジアにおける糖尿病治療・予防とその全身・口腔の健康に向けた最前線の取り組み」をテーマに、①糖尿病の合併症予防、②糖尿病における口腔保健、③糖尿病管理における患者の役割の3部構成で開催。ハーバード大学医学部附属ジョスリン糖尿病センターのジョージ・L・キング教授、ウィリアム・C・シュー助教、歯周病学の世界的権威であるニューヨーク州立大学バッファロー校のロバート・J・ジェンコ特別教授の他、シンガポール国立大学、国立大学病院などの医科・歯科の先生方が講演を行いました。スマホアプリによる糖尿病管理、糖尿病患者の心理分析、シンガポールチキンライスの味付けによる血糖値上昇の違い、ご飯を箸で食べると血糖値が上がりにくいとの臨床実験結果など、生活習慣に焦点を当てた発表も注目を集めました。また、当日は、講演中にスマホアプリで会場の参加者から質問を募って演者が答える新しい趣向により、各セッションとも活発な議論がなされました。

シンガポールで販売中の「緑でサラナ」、「4つのベリー」の試飲を行うなど、東南アジアの人々の健康の増進をサポートするサンスターの姿勢を積極的にアピール。

## 人々の豊かな生活と健康に役立つ製品を 全員一体の経営で創出してまいります。

サンスターは、1932年の起業を原点とし、現在のサンスターグループに至る歴史の中では、常に順風満帆の時ばかりではありませんでした。むしろ逆境の試練の淵に立たされることも多くありました。その中で、当社の先達たちが、サンスターが進むべき方向として、半世紀前に導きだした答えは、「健康」と「生活文化」にありました。

この2つの答えに、全社員が健康でなければ、お客様の求める製品を世に送り出すことはできないという思い



サンスターグループ会長  
金田 博夫

を含めて、1963年「常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する」という「社是」を制定いたしました。

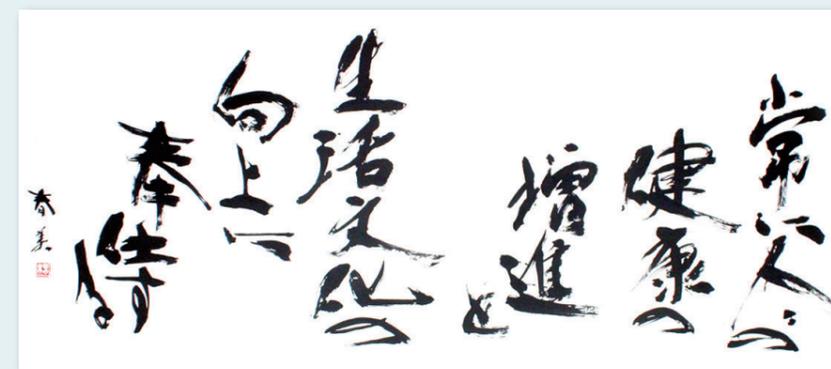
そして、社是をさらに具体化したものが、「経営基本方針」と「行動規範・8精神」です。未来の事業を展開していくための基本的な考え方が「経営基本方針」に、社員としての行動指針を「行動規範・8精神」に示しています。これがサンスターの「経営理念」です。「経営理念」は、ルールではなく生き方、働き方の基礎となる哲学のことです。

社員一人ひとりが、社是の精神を具体的な行動や思想に置き換え、積み重ねていくことで、社風や企業文化が醸成されます。そのために、先人の経営哲学に回帰し、さらに次世代に伝承していくことが、お客様をはじめすべてのステークホルダーに対して報いることだと考えております。

現在、サンスターはグローバル市場での事業拡大に向けて世界各国の社員が一体となって業務に邁進しております。サンスターの事業は、常に「健康」と「生活文化」への貢献が根底にあります。人が一生をおして健康ですこやかに過ごすために、口腔から全身の健康増進に寄与するもの、また、暮らしの中で安心と心地よさを提供できる製品とサービスの開発に努めてまいります。

私たちは、厳しい国際社会の中で、事業の永続的な成長を支える基盤を構築し、社会の公器であり続けるために、社是を基本に全員一体で経営に取り組んでまいります。

### 社 是



常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する

#### 経営基本方針

- 消費者志向に徹する
- 技術、品質、コストを究める
- 健全な経営体質をつくる
- 国際的な視野で未来を見つめる
- 人材を鍛え育てる
- 全員一体の経営を進める

#### サンスター人の行動規範・8精神

- 使命感と勇気をもって行動する
- 姿を正し、言葉を正し、心を正す
- 自己研鑽につとめ知性と教養を高める
- 進取の気風をもち、創造力を養う
- 協調、協和により総合力を発揮する
- 信頼し信頼される人になる
- 心と体の健康を増進する
- 感謝の気持ちをもち、人の恩に報いる