



東京都家庭薬工業協同組合会報

かていやく

平成21年7月 通巻85号



上高地から穂高連峰を望む

かていやく

本組合は、組合員の相互扶助の精神に基づき、組合員のために必要な共同事業を行い、もって組合員の自主的な経済活動を促進し、かつ、その経済的地位の向上をはかることを目的とする。

定款 第1章 第1条(目的)より

目次

通巻85号 2009年7月24日

特集

生活者と家庭薬

3

『セルフメディケーションとOTC医薬品』の意識調査アンケート結果でわかったこと

Interview

アンケート結果が伝えるOTC医薬品の現状と今後

『セルフメディケーションとOTC医薬品』の意識調査アンケートの結果報告

情報協業化委員会開催100回記念

座談会「家庭薬を語る～回想と展望～」

9

第9回 JAPANドラッグストアショー

13

医薬品の郵便等販売/平成21年度OTC医薬品普及啓発イベントについて

14

医薬品の情報提供について

15

家庭薬ロングセラー物語／アースレッド

16

委員会だより

18

総務、薬事、GMP、流通、厚生、労務、IT（情報技術）、
消費者対応、情報協業化、広告統計資料、広報誌

事務局だより

24

編集後記

表紙題字／第4代理事長

津村重舎

表紙写真／救心製薬(株) 代表取締役社長

堀 正典

特集

生活者と家庭薬

『セルフメディケーションとOTC医薬品』の意識調査アンケート結果でわかったこと



平成20年10月25日、新宿駅西口において「くすりと健康の週間」に合わせて開催された「よく知って、正しく使おうOTC医薬品」イベント（主催：普及啓発実行委員会、後援：東京都）では、メーカー各社の出展、新販売制度に関する講演や啓発ポスター展示のほか、一般消費者の意識調査アンケートを行った。ここでは、アンケートの調査結果を報告するとともに、アンケートを企画した渡辺先生と成井先生に一般用医薬品（家庭薬）の展望や課題などを伺った。

Part 1

Interview

アンケート結果が伝える OTC医薬品の現状と今後

渡辺謹三氏

（東京薬科大学薬学部一般用医薬品学教室 教授）

成井浩二氏

（東京薬科大学薬学部一般用医薬品学教室 助教）

新宿駅西口イベント広場で行われた一般消費者に対する意識調査アンケートは、東京薬科大学薬学部一般用医薬品教室の渡辺先生と成井先生の協力を得て、アンケートの枠組みや質問項目などが設計された。そして、その設計をもとにアンケート調査が実施され、アンケート結果がまとめられた。それでは、今回のアンケートはどのような意図で組み立て、アンケート結果からなにが読み取れたのだろうか。渡辺先生と成井先生に話を伺った。



PROFILE

渡辺謹三（わたなべ・きんぞう）

1980年、東京薬科大学大学院卒業後に渡米し、米国フロリダ州立大学化学科博士研究員に就任。1983年に帰国後、1983年～89年、東京薬科大学薬学部第一生薬学教室助手。1994年～98年、同大学生命科学部生物有機化学研究室講師。1998年～2008年、同大学生命科学部生物有機化学研究室助教授。2008年、同大学薬学部一般用医薬品学教室教授に就き、現在に至る。

成井浩二（なるい・こうじ）

2003年、東京薬科大学大学院卒業後、同大学薬学部病原微生物学教室助手に就任。2007年、同大学薬学部病原微生物学教室助教を経て、2009年同大学薬学部一般用医薬品学教室助教に就き、現在に至る。

新販売制度の啓発として行ったアンケートの回収率は90%以上

——今回の一般消費者向けの意識調査アンケートは、「セルフメディケーションとOTC医薬品」をテーマに行われましたが、どのような目的と意図があったのでしょうか。

渡辺 今回の意識調査アンケートは、6月1日よりOTC医薬品の販売制度が大きく変更になるという社会状況のなか、セルフメディケーションやOTC医薬品販売制度に関して、一般消費者がどの程度認知しているのかを確かめるために行いました。また、アンケートの設問に回答していくことによって、セルフメディケーションやOTC医薬品販売制度が理解していけるように組み立ててあります。今回行われたアンケート調査は、一般消費者のOTC医薬品等に関する意識を正確に把握するとともに、新しい販売制度等を啓発していくという意図も含まれています。

——渡辺先生は、新宿駅西口イベント広場でアンケートの収集やOTC薬の啓発事業にも関わったとお聞きしましたが、イベント会場ではどのようなことが行われたのですか。

渡辺 イベント会場では、アンケート調査のコーナーのほかに、新販売制度の陳列による模擬店舗や医薬品相談コーナー、企業ブースなどが設けられ、私はOTC医薬品を解説するトークショーの講師としても協力させていただきました。会場には1万人以

上の一般消費者が来場したとお聞きしています。

アンケート調査は、約1,030枚のアンケートを配布し、977枚の回収がありました。今回のアンケートは、医薬品販売制度の啓発的な意図もあり、回答者数を確保することも調査成功のポイントになっていたのですが、多くの回答数が集まったことに感謝しています。回答者数や回収率が極めて高かったのは、複数のアンケート勧誘者や記入補助者を配置し、回答者には記念品詰め合わせを提供するなど、準備段階から協力体制が整っていたからだと考えています。

メーカーは家族形態に合わせた製品作りも視野に入れて

——アンケート結果から読み取れる特徴となるポイントを教えてください。

成井 今回のアンケート結果で特徴的だったのが、年齢層の違いによってセルフメディケーションへの理解度や医薬品の情報収集方法などに、かなりの差があるということです。

セルフメディケーションの認知度においては、年齢が高くなるにつれて認知度が低下する傾向にあり、若年層ほど認知度が高くなっています。この傾向は、セルフメディケーションを活用している割合においても同様で、若年層のほうが利用率が高いという結果になります。そして、若年層が薬や健康の情報をどこから得ているかというと、インターネットという回答が高い割合を占めています。

この結果から、若年層は時間に余裕がないなどの理由から、セルフメディケーションを積極的に活用し、迅速に情報が得られるインターネットを利用しているとも読み取れますが、違う側面もあると考えられます。設問のなかに「薬局・薬店では薬剤師



「薬剤師などの販売者から生活者の声を聞き取ることが重要」と指摘する渡辺氏

「家族形態に対応した医薬品が求められている」という
成井氏

などの専門家に積極的に相談したいと思っていますか?」という項目があり、58%が「積極的に相談したい」との回答になったからです。つまり、自分の健康や医薬品に関することは、薬剤師に相談したいと思っていても、相談できる環境が整っていないため、消極的な理由でセルフメディケーションやインターネットを活用している可能性もあるということです。

今後、若年層をOTC医薬品の市場に取り込むためには、インターネットで適正な医薬品情報を提供するとともに、店頭などの薬剤師に健康や医薬品の相談をしやすい環境を作っていくことがポイントになるのではないかと思います。

生活者に向けて情報提供をするとともに、販売者から情報収集することも重要

——アンケート結果から見て、消費者は家庭薬になにを期待していると思われますか?

成井 インターネットによる医薬品販売の方法が問題になっていますが、若年層に限らず、インターネットで家庭薬などのOTC医薬品を購入していた一般消費者にとっては、今後どのようにすれば引き続き入手が可能なか心配しているのではと思います。家庭薬メーカーとしては、インターネットで入手できない場合の購入方法をきちんと説明することで、一般消費者の不安を解消するように努めなければならないでしょう。

また、今回のアンケートでのフリーアンサーのなかに「少量包装のものがほしい」という指摘がありました。現代は、家族の形態が変わり、大人数で家庭薬を使用するという環境は失われつつあるのではないかと感じています。核家族や一人暮らしなどの家族形態にも対応できる、「飲みきりサイズ」の



ようなものも作っていただきたいです。

渡辺 今回はイベント会場を利用して、一般消費者と直接交流し、OTC医薬品に関する情報提供を行いました。このような取り組みを通して、今後も生活者に向けて、積極的に情報を伝えていくのと同時に、常日頃から家庭薬メーカーと一般消費者がつながれるような環境も作らねばならないのではないかと感じています。

家庭薬メーカーは、生活者がどのようなことを思い、医薬品を購入しているかを把握しづらい状況にあるのではないかと思います。それを解決するためには、日頃消費者に直接接している薬剤師などから、生活者の情報をこまめに聞き取ることが重要になってくるのではないのでしょうか。POS情報からは得られない、消費者の生身の情報が得られるはずです。

また、一般用医薬品を教えている立場から言えば、教育レベルの段階で、薬剤師が一般用医薬品の知識を身につけなければならないと考えています。薬剤師が現場に立ったとき、数ある医薬品のなかから、なぜこの家庭薬を勧めなければならないのかを一人ひとりの利用者に向けて的確に説明できるようにならなければならないのです。

そして、家庭薬メーカー、薬剤師などの販売者、医薬品購入者のそれぞれがボトムアップしていくことによって、一般用医薬品の市場は活性化していくのだと思います。

※アンケート結果の詳細については当組合HPに収載を予定しています。

Part2

『セルフメディケーションと OTC 医薬品』

の意識調査アンケートの結果報告

平成20年10月25日、新宿駅西口で開催した「くすりと健康の週間」イベントで、来場者に対し、一般用医薬品販売制度理解度アンケート調査を行いました。

アンケート項目は多岐にわたり、ページ数の限りがありますので、ここでは結果の一部を報告します(東京薬科大学渡辺謹三氏・成井浩二氏の調査による)。

このアンケート調査は、(財)一般用医薬品セルフメディケーション振興財団の「平成20年度啓発事業等助成金」を受けて実施いたしました。ここに感謝の意を表します。



年齢層：30代、40代、50代、60代、
70代以上がほぼ15%ずつに分布
住所地：東京都(62%)、神奈川県(7%)、
埼玉県(5%)、千葉県(3%)など

アンケートの概要

平成21年6月1日の改正薬事法全面施行により、OTC医薬品の販売方法が大きく変わりますので、一般消費者のセルフメディケーションに対する考え方、OTC医薬品の販売制度に関する認知度について、アンケート調査を実施しました。

アンケートは啓発事業「セルフメディケーションとOTC医薬品」の一環として以下のような方法で行われました。

開催日：平成20年10月25日(土)

午前10時～午後5時

開催場所：新宿駅西口イベント広場

イベントの一般来場者(推定で1万人)に対し、約1,030枚のアンケートを配布しました。

アンケートの結果(抜粋)

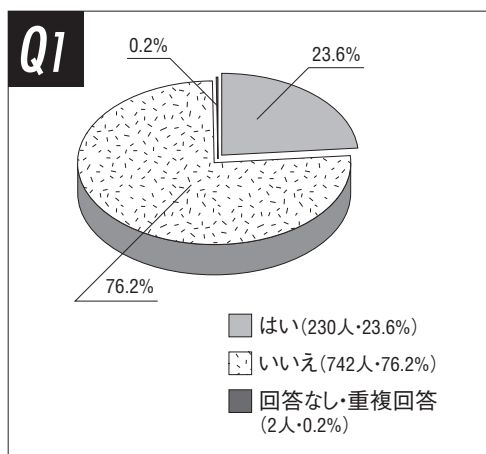
総回答数：977件

有効回答数：974件

男女比：ほぼ1:1

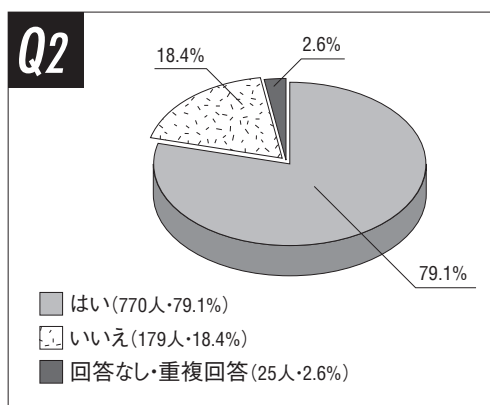
Q1 このイベント会場に来る以前に、来年(平成21年)半ばからOTC医薬品(一般用医薬品)の販売方法が変わることを知っていましたか？

1. はい 2. いいえ



Q2 このイベント会場を見学されて、来年(平成21年)半ばからOTC医薬品の販売方法が変わることがわかりましたか？

1. はい 2. いいえ

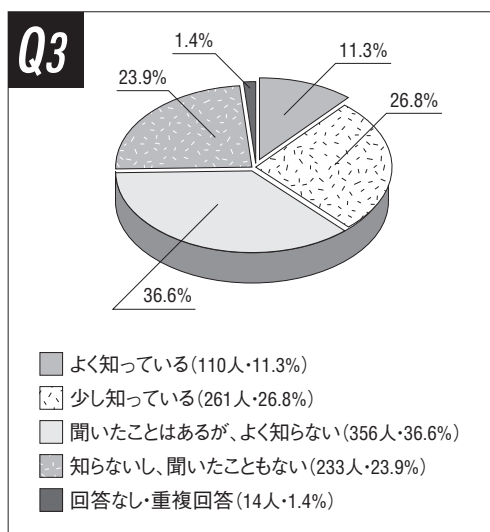


一口メモ

イベント参加前は約24%であった医薬品の販売方法の変更の認知度が、アンケート実施後は、約79%に上昇したことがわかった。

Q3 『セルフメディケーション』という言葉の意味(内容)を知っていますか？

1. よく知っている 2. 少し知っている
3. 聞いたことはあるが、よく知らない
4. 知らないし、聞いたこともない

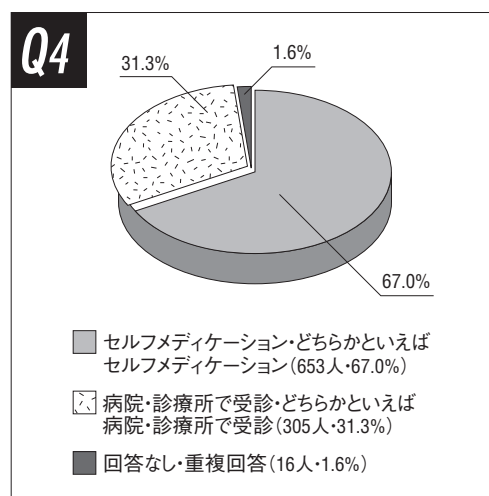


一口メモ

セルフメディケーションの認知状況は全体で見ると、「よく知っている」「少し知っている」を合わせて38%であった。年代別で見ると、39歳までが最も高い43.8%で、60歳以上が最も低い32.9%であり、年代が上がるにつれて認知状況が悪いくわかった(年代別のグラフは割愛)。

Q4 あなたは軽い病気、ケガのとき、セルフメディケーションを活用しますか、それとも病院・診療所で受診しますか？

1. セルフメディケーション・どちらかといえばセルフメディケーション
2. 病院・診療所で受診・どちらかといえば病院・診療所で受診

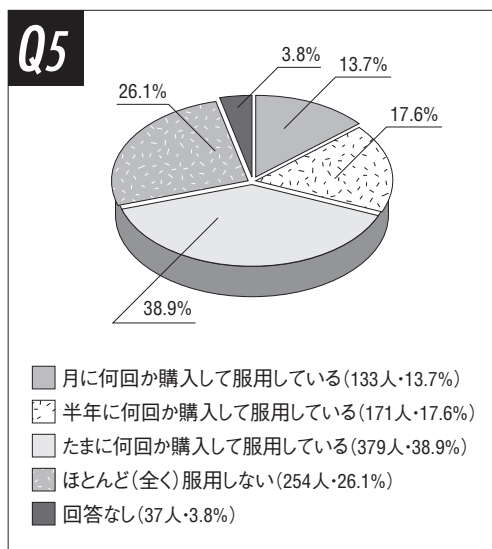


一口メモ

軽い病気、ケガのときは、全体で見ると、セルフメディケーションを活用する人が多く、67%であった。年代別で見ると、39歳までが83%と最も高く、年齢が上がるにつれて病院・診療所を受診するケースが多くなることがわかった(年代別のグラフは割愛)。

Q5 OTC医薬品をどの程度お使いですか？

1. 月に何回か購入して服用している(使っている)
2. 半年に何回か購入して服用している(使っている)
3. たまに何回か購入して服用している(使っている)
4. ほとんど(全く)服用しない(使わない)



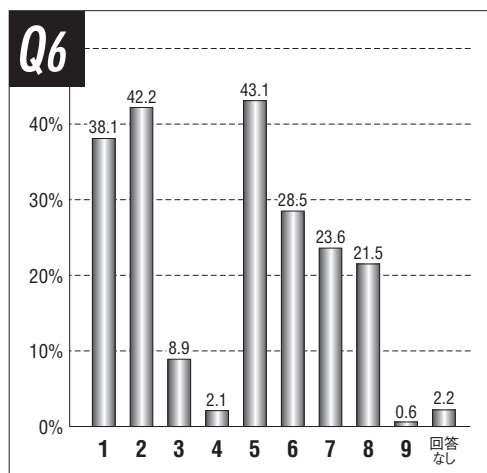
一口メモ

OTC医薬品の使用頻度については、「たまに何回か購入して服用」が39%と最も高く、次いで「ほとんど服用しない」、「半年に何回か購入して服用」「月に何回か購入して服用」の順となった。年代別に見ると、60歳以上はOTC医薬品をほとんど服用しない人の割合が高いことがわかった(年代別のグラフは割愛)。

Q6 ふだんの生活で薬や健康についての情報が欲しいとき、どこから情報を手に入れますか。(当てはまるもの全部に○印をつけてください)

1. 薬剤師などの専門家(薬局・薬店で)
2. 医師(病院、医院などの医療機関で)
3. ヘルスケアショップ、化粧品などの薬局・薬店以外のお店

4. スポーツクラブなど
5. インターネット
6. 書籍、雑誌
7. テレビ、ラジオ
8. 人づてに(家族、友人)
9. その他



一口メモ

薬や健康の情報を入手する方法については、全体で見ると、「インターネット」が43.1%と最も多く、次いで「医師(病院、医院などの医療機関で)」、「薬剤師などの専門家(薬局・薬店で)」の順であった。

一方、年代別で見ると、60歳以上は「医師(病院、医院などの医療機関で)」、「薬剤師などの専門家(薬局・薬店で)」と回答する割合が高かった(年代別のグラフは割愛)。

※アンケートの設問は配布された資料を掲載した。

ご案内

昨年度に引き続き新宿駅西口イベントホールで普及啓発イベントを開催します。本年は9月18日及び19日の2日間です。詳細は14ページをご参照ください。

座談会 家庭薬を語る ～回想と展望～

情報協業化委員会は、平成20年7月に第100回目の委員会を開催しました。その記念行事として、家庭薬の歴史に学び、家庭薬の新たな展開を図るため、業界諸先輩の経験をお聞きする座談会を開催いたしました。

平成21年5月22日(金)午後5時から東京グリーンパレス(東京都千代田区麹町)で行った座談会の概要は次の通りです。当日は夕食を挟み8時まで和やかな雰囲気の中で活発に発言いただき大変意義深い会になりました。参加いただいた皆様のご協力に感謝申し上げます。

出席者

- スピーカー：(株)太田胃散 太田昭会長
(株)浅田飴 堀内恵美子会長
(株)トクホシ 鈴木國之取締役相談役
養命酒製造(株) 塩澤崇浩相談役
七ふく製薬(株) 伊藤徳三郎代表取締役
- 東 家 協：堀理事長、牧田副理事長、太田副理事長
大 家 協：柴田会長、田部専務理事
- 情報協業化委員会：
藤井委員長(進行)、家高委員、竹内委員、
渡邊委員、大泉委員、福井委員
- ゲ ス ト：岩田(小林製薬(株))
事 務 局：滋野
記 録：千葉、十都(株)エニクリエイティブ)



藤井委員長が出席者各位への謝辞を述べられました。その後、「厳しい経済状況の昨今、今以上に大変な時代を乗り越えてきた諸先輩の経験をお聞きし、家庭薬の長い歴史に学びこれからの家庭薬を語っていただく」と、座談会の趣旨を説明され、配付資料に基づき一般用医薬品を巡る状況及び委員会が取り組んできた活動等について報告されました。

引き続き藤井委員長が進行役となり各パネラーから次の話を伺いました(発言順)。



▲(株)龍角散 藤井隆太社長(進行)

太田 昭 会長

終戦後に江戸以降創業のメーカーの「家庭薬クラブ」という集まりがありましたが、各社は1社1製品という状況でした。家庭薬クラブは長老が取り仕切り、50歳代は若手に扱われていました。その当時、龍角散の先代や救心の先代と私が若手で、クラブの改革を図りました。津村重舎さんをお願いし、会長になっていただき正式に組合をスタートしました。

当時新薬系が医薬品

の全国団体を作るという動きがあり、また、家庭薬(売薬)が薬の定義から除外されるような議論もありました。厚生省(当時)は厳しく様々なに制約していました。これに対し仁丹の森下さんが中心となって熱心に活動され、家庭薬が医薬品として引き続き認められた経緯があります。

その後メーカーや組合は次第に立派になり、製品や販売方法を変えて毎年30%も生産販売が伸びることが続いたことがありました。

昭和40年頃物価が3倍になるような時代があり、家庭薬メーカーや新薬系メーカーが集まり大衆薬協議会を作りました。厚生省の対応も業界にお願いする状況に変わってきました。

現在事業を展開している家庭薬メーカーはこのような大きな変化を切り抜けてきているわけです。現在の厳しい状況でもいい案を立てて業界の繁栄が続くようお願いしたいと思います。



▲(株)太田胃散 太田昭会長



堀内恵美子 会長

昭和47年に主人が亡くなり何もわからずに突然社長になりました。以前から業界の楽しい会に出ていたこともあり、面識のあった堀さん、太田さん、また多くの家庭薬の皆様には社長になってから支えていただきまして大変感謝しています。

社長就任以来今日までやってきました。大変な時代を過ごしてきたと言えば、今が一番大変な時と感じています。

以前OTC世界大会が東京で開催されましたが、その際ある人の紹介で米国のメーカーの社長さんが来て、「ヴィックスは世界を征服したが、日本は浅田飴の存在が大きい、思うようにいかなかった」との話をされ意気揚々とした思いでした。

最近、お菓子の“のど飴”が蔓延しています。薬とお菓子の“のど飴”の区分がついていないのを心配しています。



▲(株)浅田飴 堀内恵美子会長

全家協が団結でき、これが今に続いています。

現在100年来の危機と言われますが、危機の時ほど家庭薬メーカーは結束し、対応してきた歴史があります。語弊があるかもしれませんが、家庭薬メーカーは「会社の利益よりグループの利益、それが巡って会社の利益に還元される」の考えでいます。

家庭薬という言葉が定義されておらず、一般の人にはわかりづらい名称なので、全家協を全国一般用医薬品協議会(全一協)と名称変更した時期がありました。しかし一層わかりにくいので、全家協に戻した経緯があります。家庭薬は家族的な繋がりがあるので、家庭薬協会という名称のほうがいいと思います。

家庭薬メーカーは自分一代の利益を追求するだけでなく、長期的な観点から次の代へまでというのがいい面だと思います。

全家協の一員として、長期的な展望に立った考えを入れていただければと思います。



▲七ふく製薬(株) 伊藤徳三郎代表取締役

伊藤徳三郎 代表取締役

人から聞いた話ですが、モノは宣伝すれば3年は売れるが、質が良くなければそれ以上は売れません。家庭薬各社の創業は古いですが、実績の伴った歴史といえます。

大家協は当初東京と親密な交流はありませんでしたが、東京で卸が経営危機になったことがきっかけで東西の情報交換が必要となり、

鈴木國之 取締役相談役

太田会長から家庭薬の歴史の中で大変苦労したお話を伺いました。津村重舎さんが世界大衆薬大会会長の当時、家庭薬は重要な位置を占めていました。しかし私が現役の際は厳しい時代になっていました。戦後は原材料の統制があり、家庭薬は外から見ると楽な業界ではなく、各社一致して対処されたと思います。

家庭薬の安全性や有効性について資料がありますが、私は安全性だけでなく効きめが伴わないと商品が生き残れないと思います。これについてもっとPRする必要があると感じています。

OTC医薬協のコード問題委員会に参加し、物流問題を検討しました。各社の販売形態の違いもありますし、新薬系が余りに強過ぎました。家庭薬の力を回復するためにも、藤井委員長を中心に頑張っていたきたいと思っています。

国民皆保険制度以前は家庭薬が主流でしたが、現在一般用医薬品は全医薬品売上の10%を切っています。できるだけ早くこれを15～20%に回復させてほしいと願っています。



▲(株)トクホン 鈴木國之取締役相談役

塩澤崇浩 相談役

当社は薬事法のほか酒税法が適用されています。

当社は慶長7年(1602年)創業ですが、関ヶ原の戦いは慶長5年、江戸幕府の始まりは慶長8年ですからその1年前です。私が社長の時の7年前に創成400年を迎えました。当社の始まりは造り酒屋ですが、酒は本来薬で、後にそれが嗜好品になりました。今でも薬局方ではエタノールは消毒薬ですし、時代劇でも刀傷を焼酎で消毒する場面が見られます。

酒税法で養命酒はリキュールに区分されますが、薬であるアルコールと薬草を合わせれば、もっといい薬になると考えたのが養命酒の始ま

りでしょう。

わが国の酒税法と薬事法の起源は明治元年～4年にかけて太政官令で布告された酒税規則第5カ条、売薬取締規則等で、明治10年には売薬規則が布告され、当社は明治10年売薬規則甲種免許を受けています。この頃から養命酒が薬として公に認められました。

その後、多くの人々に支持され今日に至っています。

家庭薬はそれぞれ長い歴史があり、多くの人々の使用経験の積み重ねにより、その有用性が裏付けられています。この使用経験の積み重ねは家庭薬の財産であるともいえ、これからも大切にしていかなければならないと思っています。



▲養命酒製造(株) 塩澤崇浩相談役

各スピーカーの基調発言の後、設立当時の東家協の活動状況、各社オーナーの逸話、今後の家庭薬のあり方等について更に熱心な議論があり、また、情報協業化委員会の各委員からこれからの家庭薬の展開等に関して活発な発言がありました。また、堀理事長、牧田副理事長、太田副理事長並びに柴田大家協会会長からご挨拶を頂きましたが、ページ数の関係で割愛しています。

なお、座談会の様子は別途取りまとめる予定です。

(事務局記)



第9回 JAPAN ドラッグストアショー

今日から“セルフメディケーション生活”
ドラッグストアからひろがる、
街の元気と家族の安心!



第9回JAPANドラッグストアショー（日本チェーンドラッグストア協会主催）が平成21年3月13日（金）～15日（日）、千葉県・幕張メッセコンベンションホールにおいて「今日から“セルフメディケーション生活”ドラッグストアからひろがる、街の元気と家族の安心!」をテーマに開催されました。6月1日の新販売制度の施行を前に、薬局等店頭での区分ごとの陳列モデルや情報提供方法の紹介など例年にない新たな試みが随所に提案されました。全家協共同ブースに以下の10社が参加しました。なお、主催者によると期間中の入場者は126,417名でした。

（事務局記）



全家協共同ブース出展会社

（10社/50音順）

（株）アラクス、（株）カイゲン、（株）金冠堂、三
宝製薬（株）、翠松堂製薬（株）、丹平製薬（株）、
長野県製薬（株）、（株）山崎帝國堂、わかも
と製薬（株）、ワダカルシウム製薬（株）

医薬品の郵便等販売

平成21年2月24日厚生労働省(以下厚労省)は「医薬品新販売制度の円滑施行に関する検討会」を設置し、新販売制度において第3類医薬品だけに認めた医薬品の郵便等販売(ネット販売)に関して、第2類医薬品等についても認めるべきか改めて検討を始めました。

検討会では、安全性の確保を優先する意見と、安全性の確保及び利用者の利便性を考慮すべきとする意見は最後まで一致することがなく、5月22日の7回目の会合をもって検討会は終了し、対応方針は厚労省の判断に委ねられました。

厚労省は5月29日再改正省令を公布し、「離島居住者」及び「継続して使用する者」に限って2年間の経過措置を認め、また同日付で「離島居住者に関する経過措置」及び「継続使用者に関する経過措置」に関して通知を発出しました。



再改正省令では、平成23年5月31日までの2年間は第2類医薬品及び薬局製造販売医薬品について郵便等による販売を認めることを規定しました。また通知では「継続使用者」とは薬局開設者等が購入者の過去の販売記録を調査し、医薬品販売の事実を確認した上で、その医薬品の効能・効果に照らし現に継続して使用していると認められる者としています。また、医薬品を販売した時は、遅滞なく相手方の氏名、住所、連絡先及び医薬品の名称その他を記載した記録をし、3年間保存しなければならないとされました。「離島居住者」に関しては薬局及び店舗販売業の店舗が存在しないところと規定し、具体的に24都道府県の280島をリストアップしました。

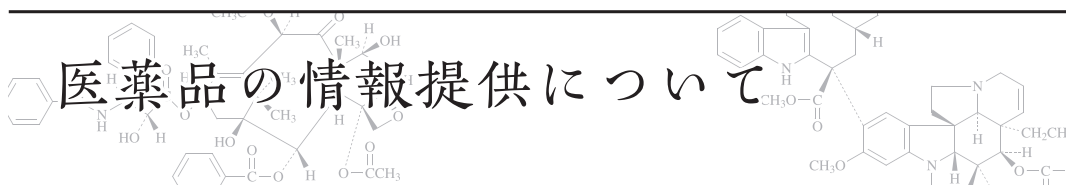
今回の検討会における論点は郵便等販売で新販売制度の目的である情報提供の実効性が担保できるかであり、経過措置の2年間でその実証が問われています。

(事務局記)

平成21年度OTC医薬品普及啓発イベントについて

平成20年10月に実施した普及啓発イベントについて平成21年度も引き続き開催の準備を進めていますが、その概要は以下の通りです。皆様の参加をお願いいたします。

- 開催日時：平成21年9月18日(金)～19日(土)
- 開催場所：JR新宿駅西口 地下イベントコーナー
- 主催者：普及啓発実行委員会(構成：東家協、東京生薬協会、東京薬事協会、日本OTC医薬品協会、東京都薬剤師会、東京都医薬品登録販売者協会(東京都薬種商協会から改称))
- テーマ：“よく知って正しく使おうOTC医薬品”
- イベント内容
 - ①出典企業：30社想定(昨年度25社)
 - ②模擬店舗(東京都薬剤師会及び東京都医薬品登録販売者協会による)
 - ③医薬品相談コーナー(同上)
 - ④データベースからのダウンロードによる商品情報の提供及びおくすり検索のデモンストレーションの実施
 - ⑤OTC医薬品に関する消費者の意識調査(東京薬科大学渡辺教授)
 - ⑥その他(無料健康測定コーナー等、検討中)



医薬品の情報提供について

改正薬事法は、消費者の目から見てわかりやすかつ実効性のある販売体制により、医薬品の適切な選択と適正な使用を目指しています。このため、

- 専門家が、対面で、添付文書を基本に情報提供する
- 医薬品区分に従って、表示、陳列し、また名札、掲示等により、専門家の識別や制度の理解につなげる
- 専門家の配置と販売できる医薬品の種類の関係を徹底する
等が規定されました。

特に第1類医薬品の情報提供は、薬剤師が薬局等の情報提供を行う場所において対面で書面を用いて行うこと、また説明書面には、医薬品の名称等、以下の通り6項目の説明すべき項目が規定されました。

- 1 医薬品の名称
- 2 医薬品の有効成分の名称及びその分量
- 3 医薬品の用法及び用量
- 4 医薬品の効能又は効果
- 5 保健衛生上の危害発生を防止するために必要な事項
- 6 その他医薬品を販売等する薬剤師がその適正な使用のために必要とする事項

説明用書面の作成はあくまで説明する薬剤師の責任ですので、メーカーはこれに協力する立場ですが、第1類医薬品を製造販売する全国家庭薬協議会会員4社は、平成20年8月情報提供方法等に関する共通認識と統一した説明書面フォーマットの作成を目的に、会員以外のメーカー4社にも呼びかけ意見交換会を設置しました(座長：大東製薬工業(株)福井社長、麻耶堂製

薬(株)古田社長)。また、日本OTC医薬品協会がフォーマットの作成に関して検討を始めていたので、全家協も協力し業界全体の統一フォーマットを目指し取り組みました。

4回の意見交換会の開催及び日本OTC医薬品協会との協議、また同協会による販売サイドとの調整の結果、最終的に次の説明書面フォーマットが合意されました。

また、今後の改訂の可能性等を考慮して、各社はセルフメディケーションデータベースセンター(JSM-DBC)に会員登録し、このネットを通じて必要な情報を販売サイドへ伝達しています。

(事務局記)

▼フォーマット様式

医薬品を正しく購入するための 説明書	
第一類医薬品	使用前には必ず添付文書を読んで下さい
1	名称
2	成分・分量
3	用法・用量
4	効能・効果
5	保健衛生上の危害を防止するために必要な事項
6	薬剤師が必要と判断する事項

〔注意事項〕

- 1 本紙の内容は、お客様が医薬品を購入・選択時に、役立たせるために必要な情報です。
- 2 情報提供が不要とされるお客様には、申し出により情報提供は行いません。
- 3 使用後、体調に変化等があった場合(副作用など)には使用を中止し、すぐに購入された店舗の薬剤師にご相談下さい。



アースレッド

アース製薬株式会社

●アース製薬の歴史

アース製薬は1892年(明治25年)に大阪で「木村化学」として創業し、1929年(昭和4年)に家庭用殺虫剤「アース」を発売後、業界での地位を築いていました。しかし1969年(昭和44年)に会社更生法を申請するほど経営不振に陥りました。

1970年(昭和45年)に大塚製薬グループが資本参加し、1973年(昭和48年)に社運をかけて開発した「ごきぶりホイホイ」が爆発的に売れ、当時の年商を上回るヒット商品となりました。その後、独創的な新製品の開発が会社への貢献と発展に大事であることを教訓に、「世界にないものをつくる」を合言葉に新製品の開発に邁進してまいりました。

●衛生害虫の被害

1970年代は高度経済成長を経て、集合住宅や暖房効率の向上などでゴキブリの天下となっていました。夜、明かりをつけると壁際を素早く走り回り、家具・調理具などの狭い隙間に逃げ込むので駆除するのも容易ではありませんでした。

当時、部屋の物陰に潜んでいるゴキブリを一度に駆除処理ができる殺虫剤として、燻煙剤が広く使用されていました。この燻煙剤は、殺虫成分と燃焼剤が顆粒状に造粒され缶に詰められており、そして上方の着火剤に点火すると、煙化した殺虫剤の粒子が部屋の隅々まで到着するように設計されたものでした。しかし煙が多く、火災と誤認され消防自動車が出動したり、また降下灰が多く、事前の準備が大変であるなどの問題点がありました。



▲アースレッド

●アースレッドの誕生

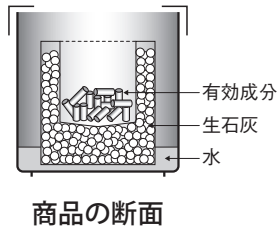
アース製薬では、殺虫剤メーカーとして永年培われた実績のもとに、火を使わずに化学反応熱を利用した新しいタイプのゴキブリ駆除剤の開発に取り組みました。その結果、新東京国際空港(現成田国際空港)が開港した1978年(昭和53年)に、5つの基本コンセプトを満足させる加熱蒸散殺虫剤「アースレッド」を完成させました。

- 1) 高い有効性ととともに、人畜への安全性を確保する。
- 2) 殺虫効果の優れたガスを、火を使わずに発生させる。
- 3) 使用時に発生する白煙の量を少なくするとともに、目・鼻・喉への刺激をなくする。
- 4) 家具及び室内装飾品への汚染をなくする。
- 5) 経済性を確保する。

30年経過した現在は害虫用途別に総合害虫駆除用、ゴキブリ徹底駆除用及びダニ・ノミ徹底駆除用の3種類、そして用途ごと部屋の大きさが6～8畳用、12～16畳用、18～24畳用及び30～40畳用と、各々4タイプの製品構成とし、お客様の要望に応じています。

●加熱蒸散殺虫剤の特性

アースレッドの蒸散システムは空気中に一度に殺虫成分の粒子を揮散させ、部屋の隅々まで広げる原理で、従来の燻煙剤と基本的には同じです。



しかし火を使わず、生石灰と水の化学的な発熱反応を利用し、殺虫顆粒成分を加熱して蒸散させるところが大きく異なっています。これら蒸散パターンの特徴は吸水から生石灰との発熱反応、そして殺虫顆粒成分の溶融蒸散の一連の化学反応に約1分間の時間を要します。

水に浸してから白煙が噴出するまでの約1分間の時間は実際に処理する人が、揮散した殺虫剤の煙に曝されることのない貴重な時間となっています。この間に室外に出ればよい訳で、米国EPA（環境庁）でも評価されています。

●アメリカで発売

1986年(昭和61年)、S.C.ジョンソン・アンド・サン社(ジョンソン・ワックス)は、「アースレッド」を全米で発売することになりました。米国内における商品名は「Raid Fumigator」です。ジョンソン・ワックスではアース製薬が特許を持つ燻蒸殺虫法を数百回に及ぶ実験により、この商品の優秀性に着目し、米国市場への導入を決定、製造販売することになりました。現在も販売し続けられています。

●大塚正富社長 科学技術庁長官賞

1994年(平成6年)、当社の大塚正富社長が科学技術振興に尽力し、優れた業績をあげたことにより、第14回科学技術庁長官賞を授与されました。受賞理由として、従来の燃焼剤の代わりに水を使用した発熱機能により効率よく蒸散させ、衛生害虫を駆除する「アースレッド」を開発したことによります。



▲研究棟

●「ベストクオリティで世界と共生」

「どこにもないものを生み出す」という独創の精神。「使いやすさ・効果・コスト」などの市場の要求に応えるフレキシビリティ。この二つの要素がバランスよく備わっていることが、市場を開くための画期的な商品を創造する土壌となっているかもしれません。

「ベストクオリティで世界と共生」を社是とし、独創的な発想から、最高レベルの品質で、お客様に豊かで快適なワンランク上のライフスタイルの提案を今後も努めてまいります。

アースレッドW 6～8畳用 (10g)



●効果・効能

ゴキブリ、屋内産性ダニ類、イエダニ、ノミ、トコジラミ(ナンキンムシ)、ハエ成虫、蚊成虫の駆除

●有効成分

メトキサジアゾン(オキサジアゾール系)
12.0%
 d・d-T-シフェノトリン(ピレスロイド系)
 3.0%

委員会だより

総務委員会

委員長 牧田 潔明
(わかもと製薬株式会社 会長)

3月23日、委員会を開催し、平成20年度予算執行状況について収入・支出とも計画通り推移しており、黒字決算の見込みの説明、平成20年度事業報告案及び収支決算報告案について、事務局から資料配布及び概要説明がありました。また、平成21年度予算編成の基本的事項について事務局の資料に基づき、協議しました。この際、家庭薬ビルの大規模な補修またはそのための緊急な調査等を想定し、年度途中に予算科目や予算額の一部変更を理事長に委任できる措置を取ることとなりました。

4月9日開催の委員会では、平成20年度事業報告及び収支決算報告案、平成21年事業計画及び収支予算案、全家協事務局業務委託代行に関する基本契約書に基づく覚書の更新、年度途中における予算の一部変更承認の理事長への委任について等検討を行い、5月14日の理事会審議を経て、5月26日の第62回通常総会で原案通り承認されました。

薬事委員会

委員長 田岡 照朗
(株式会社龍角散 安全管理部)

薬事委員会は、薬事法改正等に関連して直面する諸問題について、関係団体と連携し、懸案事項の検討を行っています。

販売制度の改正が6月1日ついに施行されました。

医薬品販売についてはシール対応等いろいろご苦労されたことでしょう。

これまでの軌跡を振り返りますと、「薬事法の一部を改正する法律の施行期日を定める政令」が1月7日に交付され施行は6月1日と決定されました。2月6日、20年9月に募集のあった「薬事法施行規則等の一部を改正する省令案」に関するパブリックコメントの結果集約がありました。同日、薬事法施行規則等の一部を改正する省令が発出されました。5月8日にはこれらを解釈した薬食発第0508003号が発出されました。この間委員会でこれらの省令等の解釈を行ってきました。

また、郵便等による販売に関して、マスコミ等でご存じだと思いますが、検討会でインターネット推進派と意見が合意せず5月29日付で、2月6日省令の一部改正が出ました。この間、OTC 5団体販売制度協議会が行われ、様々な要望等を行ってきました。

会員の皆様方は新たな法制度の下、薬事に関して様々な対応が想定されます。

このような状況において今年から、薬事委員会の組織・担当範囲を拡充していく方針です。

1. 安全性部会・広告表示部会の設置

OTC医薬品協会・日薬連で検討された広告基準・安全性問題等に関しては、個別各社対応を除くと、東家協方針を協議したことはなく、従って事後承諾に終始しています。一般的な薬事関連事項とともに、安全性及び広告表示等に関して東家協の議論を充実させるため、当面薬事委員会に2部会設置します。

2. 委員の増員

薬事関連事項は医薬品メーカー共通の課題

です。また、安全性及び広告活動を行うため、既にご案内していますが、できるだけ多くの方々にご参加いただき、多面的に協議していき、活動を活発にしていきたいと思いをします。

このような方針で薬事委員会の活動を行っていきますので、皆様のご協力をお願い申し上げます。

GMP委員会

委員長 池上 進
(救心製薬株式会社 常務取締役)

1. 委員会活動について

本年度は、業許可の大更新の年にあたり、その対応で多忙を極めておられることと思います。既に皆様にはご案内が届いていると思いますが、当協会と東京薬事協会及び東京生薬協会主催で許可更新についての説明会を開催します。当日は参加者の方から個別相談も受けていただけるとのことですので、是非参加してこの場をご利用ください。

恒例のGMP研修見学会を秋に実施する予定で調整しています。更新作業でお忙しいとは思いますが、既に更新を済ませた方からの情報交換の場とし、更新をスムーズに行うため、この機会を利用いただきたく多数の方の参加をお待ちしています。

2. 最近の動向

日薬連品質委員会の平成21年度事業計画として下記の3項目が掲げられています。

- 1) 改正薬事法の全面施行に伴う問題点等の検討を行い、行政機関との協議を通じて、各企業において円滑な品質保証業務が図られることに寄与する。
- 2) GQP・GMPの相互研鑽を目的とした、医薬品GQP・GMP研究会(第29回)を当局の協力を得て開催する。
- 3) GQP・GMPの適切な運用及び科学技術水準の向上や国際化の進展に合わせたより高い品質保証業務を実現することに資するため、医薬品GQP・GMP解説書を発刊する

とともに、コンピューター化システム適正管理ガイドラインの周知徹底を図る。

(1) 第29回GQP・GMP研究会について

「医薬品のリスクマネジメント」をテーマとして実施されます。

10月29日(木) 東京 九段会館

11月 5日(木) 大阪 メルパルクホール

11月11日(水) 富山 タワー 111 スカイホール

(2) GQP・GMP解説書について

待ちわびた解説書の発刊は、現在ゲラ刷りの段階で、早ければ9月に、遅くとも研究会の時には購入できるそうです。

(3) コンピューター化システム適正管理ガイドライン(旧名称 コンピューター化システムバリデーション)について

解説書を6月中旬に完成させ、行政の確認後、今年中に出版する予定で作業中だそうです。

会員の皆様も、使用しているものがどのカテゴリになるのか確認し、コンピューター化システムの開発、検証及び運用の手順等に関する文書の作成を行う必要がありますので、準備を怠りなくしてください。

流通委員会

委員長 赤阪 完一
(救心商事株式会社 常務取締役)

100年に一度と言われるこのたびの金融危機は回復するめどが立たず、回復するまでに数年かかると言われてしています。そのような状況の中、昨年来の薬業界は業界再編や市場への変化対応を迫られる中で、卸店の業務提携・合併やドラッグストア企業の持株会社の設立で新体制に移行し、2,000億円規模の連合体が次々と形成されています。

このような環境下におけるOTC医薬品の市場動向は、アメリカの金融危機が日本の実態経済に影響し、景気変動の影響を受けにくいOTC医薬品の平成20年度4～3月累計前同比は98.8%と厳しい状況で推移しました。消費マインドが低下し、消費が低迷している現状を考

えますと、今年度のOTC医薬品を取り巻く環境は厳しく、一刻の油断もならない状況に置かれるものと思います。

加えて、今年6月1日以降、改正薬事法により新医薬品制度が施行されます。

規制緩和を受けて、新資格の登録販売者が誕生して医薬品販売の異業種参入が確実となり、医薬品の価格訴求も厳しくなるものと思います。従って、ドラッグストアの中堅企業を巻き込んだ大規模なM&A、最終的なグループ再編が起こることは必至であるとみられています。

一方、医薬品は「モノ+情報」であるという「医薬品の本質」を据えた規制強化になっているもので、製・配・販を問わず自己責任型の経営がどの企業にも求められます。特にメーカーは店頭情報充実型のマーケティングの展開が求められるものと思います。

このような大きな変化の状況の下、7月に東京で全家協・流通委員会を開催する予定です。また、東家協・流通委員会は18社で発足し、種々問題について会員相互の理解を深めたいと考えています。

厚生委員会

委員長 宇津 善博
(宇津救命丸株式会社 社長)

7月9日、箱根湯本「河鹿荘」において、理事会に引き続いて午後6時から役員のほか組合員が参加し、「組合懇親会」を開催しました。

第67回家庭薬軟式野球大会は14社から15チームが参加し10月18日から毎日曜日に、埼玉県和光市の東京薬業健保組合グラウンドで開催する予定です。また大会準備のため、9月4日に野球委員会、10月初めにトーナメント組み合わせの決定等のためキャプテン会議を開催します。

東家協ゴルフ会(TKGC)は5月に例会が行われていましたが、本年度4回の例会が予定されていますので多数の会員の参加をお願いします。

労務委員会

委員長 荒井 聡
(株式会社ツムラ 取締役人事部長)

労務委員会には、現在、秋山錠剤、浅田飴、イチジク製薬、太田胃散、河合製薬、救心製薬、金冠堂、東京甲子社、トクホン、養命酒製造、龍角散、わかもと製薬、ツムラの13社が加入しており、年4回(7月、9月、12月、3月)の定例会議を開催しています。

定例会議には加入各社の労務担当者が出席し、労務管理上の諸問題や法改正が予定されているテーマなどを取り上げ、法改正の内容の確認や、各社の対応方法等についての情報交換・検討などを行っています。

平成20年度の定例会で取り上げられた主要なテーマは以下の通りです。

7月度：昇給交渉の総括と賞与交渉に関する情報交換、新型インフルエンザ対策について。
9月度：新型インフルエンザ対策の検討、管理監督者問題と処遇のあり方について。[合宿形式]

12月度：年末賞与交渉に関する情報交換、裁判員制度に対する各社の対応について。

3月度：春季労使交渉に関する情報交換、労働基準法及び次世代育成支援対策推進法改正に対する各社の対応について。

上記のテーマのうち、特に新型インフルエンザ対策については、7月度、9月度と2回にわたって検討を行い、新型インフルエンザのパンデミック時に対する備えや、企業としての対策のあり方について議論を深めました。

人事・労務関連のテーマを扱うというと、重苦しい会議と思われがちですが、委員会のメンバーも、毎年1～2名のメンバーの入れ替えはありますが、ほぼ顔ぶれも固定しており、和やかな雰囲気の中で運営されています。年々会議内容が、以前の賃金や人事制度といった問題だけでなく、上記のような社員を取り巻く様々なテーマ(労働関連法規改正への対応や、ハラスメント対策、裁判員制度など)について、各社

の抱えている問題を取り上げるようになってきています。

今後も、最新で高度な関連知識の習得とともに、他社事例も含めた幅広い情報を得て、参加各社における問題を迅速に解決するべく、委員会を運営していきたいと考えています。

IT(情報技術)委員会

委員長 福井 厚義
(大東製薬工業株式会社 社長)

1. 全家協HPの見直しについて

大家協・広報部会と協同で全家協HPの見直しを検討して参りましたが、トップページを中心にWebデザインをリニューアルし、このほど公開しました。今後は、全家協HPの主な役割を「生活者に向けた家庭薬の情報発信」、あるいは全家協の活動に関するプレスリリースの場と位置づけ、大家協と協同してコンテンツの充実を目指しています。安心と安全が強く求められる時代であるだけに、JSMデータベースと連携し、まずは基礎情報として家庭薬HPから添付文書情報を提供できるようにしていますが、今後、家庭薬の多様な持ち味とユニークさを伝えることで、生活者からの「ご指名」につなげられれば幸いです。

2. 東家協HPについて

全家協のHPが先述のように生活者向けに軸を置く一方、大家協のHPは、会員間の情報共有や新規会員メーカーの入会促進を目指し、既に全面リニューアルを済ませています。そのような中で、東家協のHPにつきましても、改めて今後果たすべき役割を議論して、必要に応じリニューアルを検討しています。

3. 「お取り寄せ相談薬局」について

1年余りの実証実験を経て課題と対応を洗い出しましたが、HPでできるITだけでなく、流通・小売を巻き込んだ仕組み作りが必要なので、今後の対応については情報協業化委員会でも検討しています。

一方、当委員会は家庭薬HPでJSMデータ

ベースに登録された会員各社の製品をご案内していますが、生活者が製品リストの中から購入したい製品の取り寄せ依頼を行い、当該製品のメーカーへ依頼を自動転送するような「お取り寄せ依頼ボタン」を設置したいと考えており、既に試作検討を済ませています。先述の「ご指名」を実現するボタンになることを願っています。

消費者対応委員会

委員長 堀口登志夫
(養命酒製造株式会社 事業業務部お客様相談室長)

この半年間におきましては、定例会を2回開催し、平成21年度における当委員会の活動方針、会員各社の消費者対応業務全般及びクレーム事例研究等について活発に情報交換を行いました。また、本年6月より施行された新販売制度へのお客様相談部門に関わる対応等について、委員会のみならず、他のOTC医薬品業界団体と情報交換を図りながら、加盟各社の消費者対応部門との情報共有化を図るべく活動を続けてきました。

以下に、簡単に活動内容を報告します。

1. 定例委員会について

今年度の活動方針や活動内容は、3月に開催しました定例委員会にて決定しました。

基本的には、平成20年度の活動方針と活動内容を継続していくこととし、会員各社の消費者対応におけるさらなるスキルアップを目指した事例研究や外部講師を招聘しての勉強会、情報交換を行うことを確認しました。

また、昨年に引き続き、販売制度実施に関わる消費者対応や登録販売者等への情報提供のあり方、小売業界の動向等、必要となる様々な情報を収集し、お客様対応部門における新たな課題への対応等を検討し、加盟各社様の消費者対応に携わる担当者に対して、適切な情報を随時発信していくこととしました。

さらに、本年度は、協会ホームページを活用した一般生活者への情報提供のあり方の検討、前年度に引き続き、他団体(OTC薬協、直販

協等)との関係強化による情報交換を推進していくことを確認しました。

なお、2回の委員会にて実施した事例研究においては、会員各社より、GQP・GVP対応をはじめとした各社の消費者対応業務の全般、クレーム事例への対応等について積極的に情報交換を行い、相互に議論を交わしました。

2.「消費者対応窓口における新販売制度対応Q&A」発行について

昨年度から、他のOTC関連団体とともに検討及び作成を続け、新販売制度の施行に関する政省令や通知等の内容を鑑み、発行を遅延していました「新販売制度対応Q&A」が5月に完成し、加盟各社様へ配布しました。

なお、本Q&Aにつきましては、初版と位置付け、今後、お客様からの問い合わせや小売業界の具体的対応等、様々な状況を見ながら順次改訂を加えていきますので、今年度も前述の通り、他のOTC関連団体と販売制度への対応をはじめ、様々な情報交換を継続して行い、より密な情報共有を図り、加盟各社全体のスキルアップを目指していきたいと考えています。

以上、ご報告しましたように、当委員会におきましては、今後とも、組合加盟各社のスキルアップをはじめ、相互の情報共有化を図ることを目的とした活動をより推進し、一層充実した活動内容とさせていきたいと考えています。

どうぞ、加盟各社様の皆様方におかれましては、今後ともより一層のお力添えと、変わらぬご指導・ご支援を賜りますよう、何卒、よろしくお願い申し上げます。

情報協業化委員会

委員長 藤井 隆太
(株式会社龍角散 社長)

当委員会が中心となって行ってきた活動を要約すると次の通りです。

1. お取り寄せ相談薬局

1) 本企画の背景

既得処方や独特の製剤など、オンリーワンの

家庭薬はなかなか他の製品では代替ができません。ところが一般薬局の減少や量販店頭での定番絞り込みなどにより、愛用者から製品の取扱店に関する問い合わせが増加している現状があります。中には店頭で販売中心と告げられクレームとなるケースも報告されています。メーカーの相談窓口等では、取扱店を探す場合、なかなかタイムリーな店頭在庫が把握できない上、卸業と小売店との取引に関与する訳にいかず、結局ネット販売に頼ったり、直送せざるを得なくなっている現状でした。

2) 実証実験

本企画は愛用者から問い合わせがあった場合、予め想定した店舗の中から消費者が希望する店舗を選定し、数日のリードタイムで配送することを目指して考案されました。一部のメーカー・卸業と、約1300店の一般薬局により約1年間の実証実験を行った結果、大きな問題はなかったと判断されたため、参加メーカーと配送先の拡大を検討する段階に至っています。

3) ネット販売規制との関連

去る1月27日の『日本経済新聞』夕刊一面に、ネット販売規制の代替案として本企画が紹介され、一躍注目を集めました。元々本企画は目的が異なりますが、仮に施行された場合、他に有効な手段が見当たらなかったことから、メーカー・小売店・卸業・異業種など各方面から多数問い合わせを頂いています。

4) 現状と今後の展開

本企画へ参画を希望される各地域の薬剤師会などとの連携により、一般薬局への配送エリアを拡大するとともに、複数のドラッグチェーンからも参画の希望が寄せられ、新たな配送先として近々追加する予定です。

今後は改正薬事法施行後の状況により、事業規模の拡大を目指していきたいと考えます。

2. 海外関連事業

海外対応は従来、大阪家庭薬協会の国際委員会と連携して推進してきましたが、東家協加盟メーカーの参加が増加していることから、加盟メーカーの連絡を密にすることを目的として、海外ワーキングを設置しています。各施策の推進は従来通り大阪家庭薬協会と連携します。

1) 国際現代化中医薬及健康産品展覧会 (ICMCM)

香港で8月13日から17日まで開催される同展示会に共同出展を計画しており、団体として4回目の参加となります。既に現地で販売しているメーカーを中心に、10社程度が参加の見込みです。恒例となった現地企業との交流などは現在検討中です。なお、今回からは、OTC医薬品協会との連携も視野に入れ、佐藤製薬さんも参加される予定です。

2) 台湾共同販促企画

日本で成功した店頭での共同販促を台湾でも計画中です。実施時期は年末から旧正月頃を目指しており、対象は複数の地域量販店となる見込みです。実現できれば、日本のみならず世界的にも珍しい企画となるでしょう。

既に10社ほどの参加見込みであり、現地メディアによるパブリシティ広告や、行政との交流なども計画しています。

3. 対外発表

共同EDIの試験運用でお世話になった(株)プラネット玉生社長からの要請により、(財)流通問題研究協会で過去10年に及ぶ当委員会の活動経緯などについてのプレゼンを行いました。参加した異業種の経営者からは、同業種間での連携が成功した珍しい例として評価されています。

広報広告委員会広告統計資料部会

部会長 間部 薫一
(株式会社金冠堂 専務取締役)

当部会の主な業務活動は広告統計資料の作成ですが、今日まで39年間にわたり委員の皆様のご熱心なご協力の下に医薬品広告に関する資料を収集し、毎年1回編集・印刷を行い会員及び業界関係各社のお手元に配布させていただいています。

今年は昨年より1カ月ほど早く印刷が出来上がり、4月24日に皆様のお手元にご送付させていただきました。お陰様で当資料を見た方から

大変参考にさせていただいたとお話がありまして、当部会として大いに喜んでおります。

皆様もぜひご一読いただきましてご意見、ご希望を当部会にお寄せくだされば幸甚でございます。また、組合員専用連絡掲示板(ホームページ)の内容については平成21年3月5日に、平成7年度版の日本広告・地上デジタル放送等の資料を平成8年度版に差し替えさせていただきました。

これからも当部会は内容の一層の充実を目指して努力していく覚悟でございますので、皆様のご支援のほど心からお願い申し上げます。

広報広告委員会広報誌部会

部会長 武藤 毅
(株式会社龍角散 マーケティング部次長)

『かていやく』85号の編集会議を4月14日と7月1日に開催し、企画・編集・校正を行いました。今回の特集企画は、昨年10月25日に開催された「くすりと健康の週間」イベント時に行った、生活者アンケート調査の結果と分析です。生活者の一般用医薬品(家庭薬)に対するイメージが浮き彫りになっています。また本アンケートを企画していただいた東京薬科大学の渡辺謙三氏と成井浩二氏に、家庭薬の展望と課題をお聞きしています。家庭薬を取り巻く環境が大きく変化している現在、タイムリーな企画となりました。

お気づきの方も多くいらっしゃると思いますが、本号より表紙の写真が替わりました。堀理事長様の作品「山」シリーズです。長年にわたり「花」シリーズをご提供いただきました牧田委員長様、ありがとうございました。また、諸作業にご協力いただきました皆様に感謝申し上げます。

平成21年4月以降広報誌部会委員に大幅な交替がありましたので、現委員をご紹介します。岡田英子(株ツムラ)、尾後貫博光(救心製薬(株))、堀口清司(株トクホン)、宮城朝一郎(養命酒製造(株)) (敬称略)、武藤です。どうぞよろしくお願いいたします。

事務局だより

●4月9日

総務委員会を開催し、平成21年度事業計画(案)、収支予算(案)並びに賦課金徴収方法等につき検討し、総会に上程する議案として5月14日の理事会で審議することに決定しました。

●4月14日

広報誌部会を開催しました。前部会長を始め5人の委員のうち4人が交替したので、新部会長に武藤委員を互選した後、『かていやく』85号(本号)の編集方針について検討しました。

●4月30日

新販売制度の施行を控え、全家協牧田会長から日本チェーンドラッグストア協会会長及び日本薬剤師会会長あてに、現行表示品の返品・交換の抑制を図る措置につき協力要請しました。全家協会員会社の製品ごとの医薬品区分を、全家協HPに搭載し、店頭におけるシール貼付に利用いただくよう要請しました。一連の措置は日本OTC医薬品協会と同一の対応をしたものです。

●5月22日

全国家庭薬協議会では、グランドヒル市ヶ谷3階珊瑚の間において、午後2時30分から第44回定期総会を開催しました。平成20年度事業報告、収支決算報告並びに平成21年度事業計画及び収支予算が上程され、可決承認されまし

編集後記

新型インフルエンザの感染拡大によるマスク騒動から6月の改正薬事法の施行と、TVや新聞などでの(一部には過剰反応とも思えるようなものもある)報道により、医薬品やその関連産業に注目が集まりました。一連の報道などをみて、我々医薬品に携わる者として、今後の市場拡大に期待がかかるころではありますが、医薬品に対する正しい知識の普及と生活者のQOL向上という視点を決して忘れてはならないと改めて感じました。

(救心製薬株式会社 尾後貫)

た。また、理事補欠選挙があり、樋屋製薬(株)坂上隆彦氏を選出されました。

●5月26日

第62回通常総会を日本工業倶楽部3階中ホールにおいて、午後3時30分から開催しました。平成20年度事業報告・収支決算、平成21年度事業計画・収支予算等について原案通り可決承認されました。また大久保温理事の辞任に伴う理事補欠選挙がありイチジク製薬(株)今川拓一氏を選出されました。



●5月29日

(社)東京生薬協会において平成21年度普及啓発イベント実行委員会があり、昨年度に引き続き新販売制度の普及・啓発を目的に新宿駅西口イベントホールで開催することを決定しました。

■ 訃報

当組合元理事長塩澤 護様(養命酒製造株式会社元社長)には平成21年2月20日ご逝去され4月8日お別れの会がホテルニューオータニにおいて行われました。

また、当組合員五味 尚志様(双葉製薬工業株式会社代表取締役社長)には6月7日ご逝去され6月13日桐ヶ谷斎場においてご葬儀が執り行われました。

ここに生前のご功績に対し深謝いたしますとともに、謹んでお悔やみ申し上げます。

かていやく

通巻85号 2009年7月24日

編集人: 東家協広報広告委員会広報誌部会

発行所: 東京都家庭薬工業協同組合

〒104-0061東京都中央区銀座8-18-16

TEL 03-3543-1786 FAX 03-3546-2792

Eメールアドレス/tokakyo@tokakyo.or.jp

http://www.tokakyo.or.jp/