



東京都家庭薬工業協同組合会報

かていやく

平成17年7月 通巻77号



一八 (いちはつ)

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77号 2005年7月25日

特集 家庭薬の伝承と日本の風土 町田 忍氏インタビュー	3
トピックス 『クレーム対応マニュアル作成のポイント』の発刊について	8
第5回 JAPAN ドラッグストアショー	11
家庭薬ロングセラー物語／恵命我神散	12
委員会だより	14
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	20
編集後記	
表紙題字／第4代理事長 表紙写真／わかもと製薬(株) 代表取締役会長	津村重舎 牧田潔明

家庭薬の伝承と日本の風土

町田 忍 氏 インタビュー

日本人のどのような生活や習慣が
家庭薬伝承の土壌になったのだろうか…
また、現代まで受け継がれてきた家庭薬には
どのような特徴があるのだろうか…

『懐かしの家庭薬大全』の著者であり、
庶民文化研究所の所長を務める町田忍氏に
色々とお話を伺いました。



生活の中で受け入れられた家庭薬

—— どうして家庭薬に興味を持ったのですか

町田●25年間で300カ所ぐらい全国各地を歩き回っていると、珍しい看板や商品に巡り合うものです。風変わりな家庭薬のパッケージを発見したのが興味を持ったきっかけでした。そうすると居ても立っても居られなくなって、店の中へと自然と足が向いてしまうのです。パッケージを見て製造元が分かると、製造会社にも行ってみたくなり、アポイントメントも取らずにいきなり取材したこともあります。突然の取材でも、ほとんどの会社が嫌な顔をせずに気さくに応じてくれました。

伝統的な家庭薬を扱っている社長というのは、味がある方が多くてとにかく面白い。自分が作っている薬に対する誇りがあるのでしょうか。けれども、一年ぐらい経って再び訪れると、何軒かの会社は無くなっていました。時代の流れなのでしょう。伝統のあるものが消えていくというのは寂しいものです。親しまれてきた昔のものを少しでも伝えていきたいと、家庭薬を調べ始めました。

家庭薬は知れば知るほど、奥が深くて驚きました。家庭薬が受け入れられた時

代背景を知るためには、歴史や文化も調べなくてはなりません。薬とは関係しないような事柄が家庭薬の伝承に大切な役割を担っていたりして感心しました。家庭薬とそれにまつわる話を伝えたいと思い、『懐かしの家庭薬大全』としてまとめてみました。

—— 昔の人にとって家庭薬はどのようなものだったのでしょうか

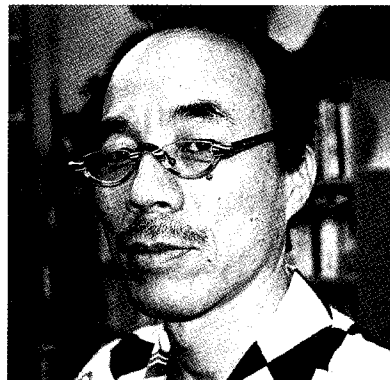
町田●子供の頃は私の家にも救急箱がありました。医者というのは敷居が高いという感覚でしたし、薬局も気楽に行くような感じではなかったです。だから病気になった時、家庭薬に頼る部分は今より大きかったのだと思います。家族全員が使えて、副作用が少ないというのも大家族の多かった昔には合っていたのでしょうか。

家庭薬の役目として、病気に効くことが重要なのは言うまでもありません。でも、昔の人にとって家庭薬とは精神的な支えになっていたという面もあると思います。家庭薬があることによって、家族全員が守られている感覚になり、心強く居られた気がするのです。医療がそれほど発達していない昔には、安心感を抱きながら生活できたというのは大切なことだったのではないのでしょうか。病は気か



町田 忍 (まちだ・しのぶ)

1950年、東京生まれ。和光大学人文学部芸術学科卒業。在学中にヒッピーとしてヨーロッパ各地を放浪。警察官として勤務退職後、庶民文化における意匠を研究中。著書に『納豆大全』(角川文庫)『蚊遣り豚の謎』(新潮社)など多数。



らとも言うように、気持ち次第で病気になるということもあるのだと思います。

——昔の薬局はどのようなものだったのですか

町田●昔の薬局は街のシンボリックな存在でした。今の薬局に比べると存在感があったように思います。

店の構えは看板や暖簾などに目をひくものが多いためか、現在のドラッグストアのような画一的なものではなく、個性が感じられました。重厚な造りが特徴で、威厳のようなものを持っています。神社仏閣の雰囲気をもった薬局も各地にありました。おそらく、薬に対する信頼を抱かせる演出的な効果もあったのでしょう。

薬局の主人は薬剤師ということもあり、知識人が多かったようです。薬を売るだけでなく、学問的なことを教えたり、相談役になったりとアカデミックな要素も持ち合わせていました。自然と情報が薬局に集まることになり、コミュニケーションの場としても利用されていたようです。

薬局というのは、街の人から信頼されなければ成り立たない商売なのかもしれません。厳かな店の造りが各地で見られ、

慕われる店主が数多くいたのも分かるような気がします。

家庭薬伝承のポイントは安心感

——どのような家庭薬が生き残ってきたのでしょうか

町田●変わり続ける法規制に順応してきたということが、一番大きいのでしょうか。今まで使えていた成分が法律が変わることで、いきなり使用できなくなるのだから大変なことです。薬は成分のバランスで効用が決まってくるので、使えなくなった成分を抜けば終わりというわけにはいかない。その都度代替の成分を探さなくてはならないのです。伝統薬は変わらぬ信頼で長年売っているわけだから、いきなり効用を変えるわけにもいかない。イメージを守りつつ、法律を遵守するのは並大抵なことではなかったのだと思います。

「亀田六神丸」という伝統薬があって、ジャコウ(ジャコウ鹿



の雄の腺分泌物)という成分を使っています。ジャコウはワシントン条約の規制を受けて、輸入が全面禁止になってしまいました。亀田六神丸では条約が批准された1980年以前のストックを使用していているそうです。これも法規制によって影響を受けた一例でしょう。

長年続いている家庭薬は法規制にあまり影響されなかったということも言えるのかもしれませんが。もともと危険な成分は使っていなかったということです。

—— 家庭薬の広告の特徴を教えてください

町田●家庭薬の広告におけるキーワードは安心感でしょう。安心感を抱かせる方法としては、庶民型と信仰型でおおざっぱに区別されます。

庶民型の代表には「ケロリン」があげられます。ケロツと痛みが治るところからケロリンと名付けられたそうですが、頭痛と歯の痛みに耐えている男女二人のパッケージが印象的で親しみを抱かせます。

著 書 紹 介



『懐かしの家庭薬大全』(角川書店)

税込価格: 1,554円

仁丹、キンカン、正露丸などのおなじみの家庭薬から、一風変わったネーミングのものまで、懐かしの家庭薬を一気に紹介。家庭薬にまつわるこぼれ話をとおして、昔の生活や街の様子が見えてきます。読んでススキリの一冊。



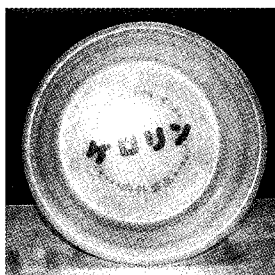
新刊

『懐かしの町散歩術』(筑摩書房)

税込価格: 819円

庶民文化研究家である町田忍氏が、独自の視点で町歩きの方法を解説。観光名所や下町など、各地の散歩スポットをタイプ別、テーマ別に紹介しています。散歩の初心者から熟練者まで、歩く楽しみが倍增する一冊。

広告の方法もユニークで、銭湯や温泉などで使われている黄色いプラスチックの桶の底



に、ケロリンの文字を入れたりしました。庶民と一体化して売っていくという戦略なのでしょう。

信仰型というのは、昔から神社や寺などの参道に妙薬を扱う店が多かったように、信じさせることに着眼した広告です。パッケージは御札に似せたようなものが各地にあります。昔の人は神社や寺を参拝後に、お土産として薬を購入していたのです。今でも家庭薬の製造から販売まで手がけている地方の会社を訪ねると、薬を販売している店舗はお寺のような古い造りなのに、製造場は真新しい近代設備だったりします。実際に、信じて薬を飲めば、治りやすいということもあるのでしょう。

家庭薬は庶民の味方

——印象に残っている家庭薬を教えてください

町田●ネーミングにインパクトがあるものは印象に残ります。なかでも「うどんや風^{かぜ}いちやくすり^{いちやくすり}一夜薬」は特にユニークです。



戦前はうどん屋で薬を売ることもできたので、風邪の早期治療にはうどんを食べて体を温め、この薬を飲んでぐっすり眠るのが一番と考え、商品名にしたそうです。実際にうどん屋でも売ってい

ました。これが東京ではそば屋に置いてあったため、「そばや風一夜薬」の名で売っていたというのも、地域性が出ていて面白いです。

うどんや風一夜薬本舗の二代目ご主人も、特徴のない名前だったら、この会社が今あるか分からないと言っているぐらいだから、ネーミングというのは大切なのでしょう。

ほかに印象深いネーミングは、「おにみみ」、「首より上の薬」でしょうか。発想の大胆さに感心してしまいます。



——これから生き残っていく家庭薬とはどのようなものなのでしょう

町田●現代は変化やスピードを重視しがちですが、昔のようなんびりとした時間の過ごし方も求められていると感じています。いろんな銭湯を巡っているのですが、スーパー銭湯のような近代的な設備ではなく、昔ながらの銭湯に愛着を感じている人も多いのです。薬の世界も似たようなことが言えるのではないのでしょうか。

即効性のある薬も必要ですが、ものすごい効き目はなくても副作用の少ない薬というのも求められているはずです。

家庭薬は安全性のほうをもっとアピールしてもよいのではと思っています。現代まで伝わってきたこと自体が安心の証ですから、なんとかして後世まで受け継いでもらいたいです。

『クレーム対応マニュアル作成のポイント』の発刊について

消費者対応委員会 委員長
堀口 登志夫

昨年11月、東京都家庭薬工業協同組合・消費者対応委員会と大阪家庭薬協会・消費者対応部会の委員合同にて作成した「クレーム対応マニュアル作成のポイント」を発刊させていただきました。

本マニュアルは、以前、大阪家庭薬協会にて作成したものを昨今の実状にあわせて新たに改訂したのですが、組合加盟各社における消費者対応部門の対応マニュアル作りの一助として活用いただくための基本的な考えを示したものとなっています。

今回、この誌面を利用し、その概略をご紹介します。

●構成と主な内容について

本マニュアルは、大きく8つの項目に分け構成しました。なお、総ページ数は36ページとなります。

以下に各項目のタイトルとサブタイトルを示しましたが、主な内容について併せてご紹介します。

I. 社内におけるクレーム処理体制

1. クレーム処理窓口としてのお客様相談の位置付け

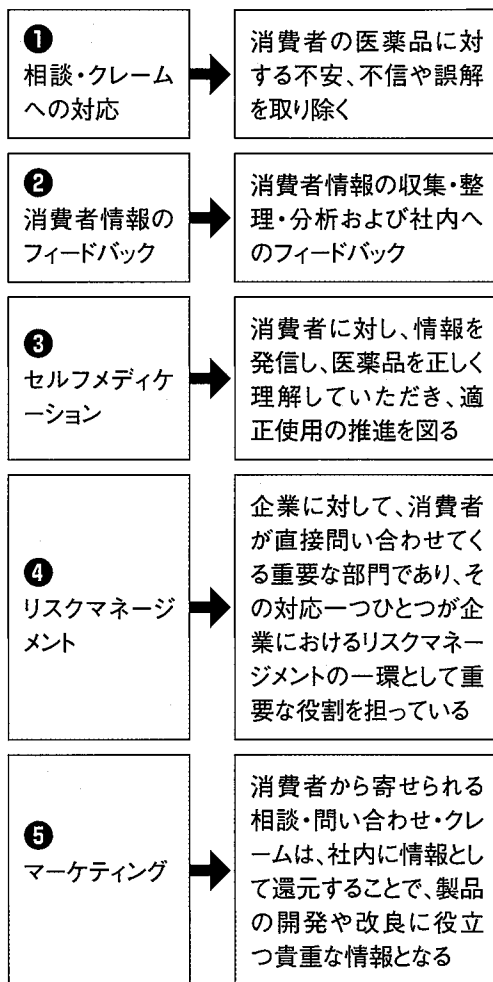
企業における消費者対応部門は、相談・クレーム、また要望や提案等、社外（消費者・販売店等）からの貴重な生の声（情報）が集積する唯一のセクションです。

なお、消費者とダイレクトに接する相談対応業務は、企業にとって危機管理の一つと位置付けられ、消費者対応部門が企業存続になくてはならない部門として日ごろから経営トップ

と意思疎通ができる状態（例えば、回収等、高度な判断が迅速かつ適切に行われる社内体制作り）にあることを、重要なポイントとして記載しました。

2. 消費者対応における基本方針策定の重要性

3. 消費者対応部門の役割（下記の5つ）



4. 社内における消費者対応部門の明確化

5. クレーム・問い合わせ処理とフィードバック体制フローチャートの作成

消費者対応部門は、不特定多数の消費者からの相談・クレームを企業を代表して受け、対応し、顧客満足を得ることにより、その企業の商品の再購入に繋げるという非常に重要な役割を担っています。

この役割をきちんと果たすためには、担当者一人の資質はもちろんのこと、消費者対応部門のみでなく、これをバックアップするための社内サポート体制や外部との交流・連携も不可欠であることを掲げました。

II. クレーム処理の基本

1. 基本的な考え方
2. クレームの上手な受け方
3. 企業の姿勢
4. クレーム処理のポイント
5. クレーム申し出者の心理状態
6. クレームの発生経路

この項は、クレーム対応における基本姿勢と心構えについて記載しました。

「初期対応」「事実の確認」「悪質クレームの見極め方」等、クレーム対応を行うにあたっての重要なポイントをまとめました。

III. クレーム処理基準

1. クレーム処理のポイント
2. クレームの電話対応
3. クレームの手紙対応
4. クレームのメール対応
5. クレームの訪問対応
6. クレームの来社対応
7. 特殊クレームへの対応

電話・手紙・メール・訪問、また過剰要求を申し出る特殊クレーム等、それぞれの場合におけるクレーム対応の重要なポイント、注意点を箇条書きにまとめて記載しました。

IV. 記録の保存と保管

1. 対応記録
2. 保管

対応記録の保管・管理については、今後、個人情報保護の面からも企業における適切な実施が必要であることを記載しました。

V. 教育研修、スキルアップのポイント

消費者対応部門担当者のスキルアップのための継続的な研修の実施およびメンタル面でのケアの重要性を記載しました。

なお、具体的な研修先として、東京都家庭薬工業協同組合にて年1回開催しています消費者対応担当者研修会について紹介しました。

VI. 最近の話題

社会情勢の変化と共にクレーム申し立ての内容は変化し、悪質クレームの申し立ても時代の流れと共に大きく変化していますが、ここでは昨今の特異的なクレーム申し立て事例を紹介しました。

なお、昨年7月に「ご注意」として注意喚起させていただいた事例もこの中に含まれています。

VII. 参考図書・連絡先一覧

お客様相談業務並びにクレーム対応に関する参考図書・資料、また、副作用クレーム（安全性情報の収集）に関する参考資料や担当者が対応に困った場合の主要な連絡先一覧を紹介しました。

VIII. 参考資料

最終項には、担当者の日常業務に有益な参考資料（クレーム申し立て者のタイプ別対応法、相談業務に関連する法規等）を掲載しました。

※主なクレーム申し立て消費者のタイプ

- ① 過剰要求（不当要求）や常習者
- ② 被害妄想・淋しい人たち・粘質者
- ③ 神経症タイプ
- ④ パラノイア（偏執者）タイプ

以上の4つのタイプを紹介していますが、これらのタイプ別の対応方法が参考として詳しく記載されています。

なお、本資料につきましては、平成14年度の東京都家庭薬工業協同組合主催、消費者対応

担当者研修会の講演資料の中から抜粋しました。

●おわりに

ご承知のとおり、GVPにおける副作用情報の収集等も新たに加わり、今後とも消費者対応部門担当者に求められる役割は、さらに厳しさと重要度を増しています。

今回のマニュアルに関しては、この部分まで

は取り上げることができませんでしたが、各社において消費者対応部門の位置付けを確立し、体制やマニュアルを整えていくことが必須の状況となっています。

どうぞ、今後とも当消費者対応委員会の活動に関して、皆さま方にはぜひご協力を賜りますようお願い申しあげ、以上、マニュアルについてのご紹介といたします。

クレーム処理のポイント

- 受付カード等に受信日と内容を記載する。
- 社名・部署・氏名を名乗る。
- 製品名・服（使）用量・服（使）用期間等を確認する。
- クレーム品の有無を確認。有る場合は必ず回収する。終了後は保管する。
- クレーム内容、要望等をはっきり把握する。
- 調査・試験には時間がかかることを、予めお知らせする。
- 専門用語は極力避ける。
- 出来ること、出来ないことは、はっきり伝える。
- クレーム現品確認後、検査結果の内容に基づき回答する。
- 不法勢力の場合は弁護士や警察、または第三者機関と連携して対応する。

電話

注意事項

- 留守番電話は朝一番に確認する。
- メモを取りながら聞き、重要な部分は復唱して確認する。日時は必ず記録する。
- 相手の言い分は全部話してもらう。
- 電話はタライ回しにしない。受信者が最後まで責任を持つ。

手紙

注意事項

- 回答は誠意をもって迅速に行う。
- お客様からの資料はすべて保管しておく。
- 手紙を何回も繰り返し読み、相手の意図を理解する。

メール

注意事項

- 原則として、メールでのクレーム対応は避ける。

第5回 JAPANドラッグストアショー

伝統と信頼の家庭常備薬

第5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、2005年2月10日から12日の3日間開催されました。会場を東京国際展示場(東京ビッグサイト)に移した今年のテーマは「広がるセルフメディケーション 始まりはいつもドラッグストア」。

全家協の会員会社からは23社が参加しました。各社が趣向を凝らし、展示ブースのまわりは人だかりが絶えませんでした。



第5回 JAPANドラッグストアショー共同出展社一覧 (五十音順)

(株)浅田飴	奥田製薬(株)	(株)ツムラ	森下仁丹(株)
(株)アラクス	(株)カイゲン	(株)トクホソ	横山製薬(株)
アロエ製薬(株)	救心製薬(株)	長野県製薬(株)	(株)龍角散
イチジク製薬(株)	(株)キンカン	原沢製薬工業(株)	わかもと製薬(株)
うすき製薬(株)	三宝製薬(株)	七ふく製薬(株)	ワダカルシウム製薬(株)
(株)太田胃散	丹平製薬(株)	日野製薬(株)	



恵命我神散



株式会社 恵命堂

●恵命我神散の誕生から現在に至る経緯

恵命我神散は鹿児島県屋久島・種子島に古くから民間伝承薬として伝わる薬草ガジュツを利用して製造された胃腸薬です。屋久島で生まれ育ちガジュツの効能を熟知している柴 昌範(恵命堂初代社長)が、関係者の協力のもとに屋久島の薬草ガジュツを主薬とする胃腸薬「恵命我神散」の研究開発に着手しました。やがて昭和8年に製造販売の承認を取得し鹿児島で事業を開始、昭和12年には東京の銀座に本舗を構え、全国への普及販売のための礎を築きました。その後、当時の海軍省への納入が許可され、昭和17年には海軍の指定薬となり、製造された「恵命我神散」の全製品が海軍に納入され、海軍には欠かすことのできない薬品になりました。戦後は再び民間への供給が開始され、熱心な普及活動が実り、愛用者数も順調に増えて販売を伸ばしていきました。

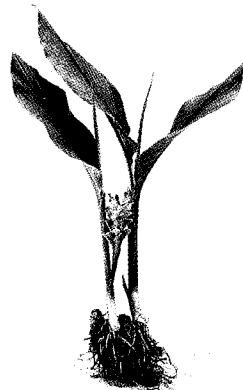
昭和60年に厚生省(現厚生労働省)の指示による医薬品再評価の実施に伴い、多くの医薬品の有効性や安全性などが現代医学・薬学の観点から再検討されました。「恵命我神散」も大学病院を含め複数の医療施設で、胃腸疾患に関する臨床成績の検討、基礎試験による薬理作用の科学的な解明、安全性を評価するための種々の毒性試験等が検討されました。その結果、有効性と安全性が現代医学・薬学の見地からも、水準をみたしていることが証明されたことで、より一層評価が高まり、この時に新たな用法・用量が設定され現在に至っています。現在は屋久島に製薬工場、熊本県人吉に配送センター、全国の営業の拠点として東京、大阪、名古屋、福岡、仙台の各支店を設け、安定供給が可能な体制を整えています。

●恵命我神散の名前の由来

恵命我神散の開発が進められていた当時は、決して医薬品の豊富な時代ではありませんでした。当時鹿児島市内で開業していた最上 宏医師(種子島出身で後に種子島西之表市長)が、恵命我神散の開発のために臨床効果を検討している時に、「効能神の如し」と感じるほどに高い治療効果が得られたことが、商品名として恵命我神散と命名される要因になりました。

●屋久島・種子島産の薬草ガジュツ

ガジュツはインド、ヒマラヤ原産のショウガ科、クルクマ属の多年草です。霜に弱いので、日本では温暖な亜熱帯性気候の沖縄から屋久島・種子島付近に、産地が限定されます。ガジュツの栽培が盛んであった江戸時代、薩摩藩の支藩種子島家では、がじゅつしまりかなよこめ「義朮締方横目」なる役人の下、厳しい取り締まりが行われていたことが、種子島家700年の歴史を記した、「種子島家譜」に記録されています。日本、インド、中国でも大変古くから医薬品として使用されてきた歴史的な経緯があり、日本薬局方にも明治39年の第三改正から収載され、現在に至っています。最近の研究では、屋久島・種子島産ガジュツは中国産や台湾産のガジュツと比較して、精油成分(セスキテルペン)の含有率や構



▲生薬ガジュツ

成比率で、異なった特徴を有し、多彩な薬理作用が証明されています。

●恵命我神散

恵命我神散は健胃作用に優れ、消化管周囲の血流を高め、胃腸の調子を整えます。荒れた胃粘膜下の血流も高めるため、粘膜保護作用と修復作用にも優れ、抗炎症作用のある精油成分が、炎症症状を改善します。添加物もすべて植物由来のウコン末、ショウキョウ末、結晶セルロース(樹木から抽出した食物繊維素)を使用しています。本剤は消化管周囲の血流状態を整えながら、胃腸の機能低下を改善するユニークな胃腸薬です。

●原料の確保と品質の確保

恵命我神散の原料として使用しているガジュツは、屋久島・種子島産のみに限定しています。また、大型台風の飛来が多い屋久島・種子島では、収穫量も自然条件に大きく左右されるなどのリスクがあり、原料の安定確保と均一な品質の確保は、将来を視野に入れた場合に、大きな課題となっています。この課題をクリアするために、島内に自社の研究用栽培圃場を確保し、高品質のガジュツが安定して収穫できるように、ガジュツ栽培に関する独自のノウハウを蓄積しています。専属の契約農家との栽培にもこの経験を生かし、自社裁



▲屋久島ガジュツ栽培圃場

培場と同一の栽培基準を設け、社員が管理指導を徹底することで、高品質のガジュツを確保するシステムを構築し、安定的な供給を可能にしています。更に恵命我神散の品質維持と安定供給を目指して、原料の供給から製品の製造・販売までを、一貫体制の下で実施しています。

●セルフメディケーションへの貢献

急速に進む高齢化の問題を抱える日本にとって、セルフメディケーションへの対応は、ますます重要となってくるものと考えられます。恵命堂はセルフメディケーションの実践において、恵命我神散が胃腸の健康を介して、愛用者の健康の維持に貢献できることを切に祈っています。今後も健康を願う人々のご期待に応えられるよう、努力してまいります。

恵命我神散



●効能・効果

食欲不振(食欲減退)、胃部・腹部膨満感、消化不良、胃弱、食べ過ぎ(過食)、飲み過ぎ(過飲)、胸やけ、もたれ(胃もたれ)、胸つかえ、はきけ(むかつき、胃のむかつき、二日酔・悪酔のむかつき、嘔気、悪心)、嘔吐

●用法・用量

15歳以上……………1回 1包
11歳以上 15歳未満 ……1回 2/3包
7歳以上 11歳未満……………1回 1/2包
3歳以上 7歳未満……………1回 1/3包
3歳未満は使用しないでください。

*1日4回食後及び就寝前に服用しても差し支えないが、この場合には約4時間の間隔をおいて服用する。

●成分・分量(1包3g中)

ガジュツ末……………2500mg
真昆布末……………100mg

*添加物としてウコン末、ショウキョウ末、結晶セルロース(細粒はトウモロコシ部分α化デンプン)を含む。

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)

総務委員会は平成16年度決算・平成17年度予算編成を中心に、昨年6月から実施された全家協事務局機能の停止に伴う業務の代行に関する諸問題、家庭薬ビルの改修・保全等について適切に対応してきました。

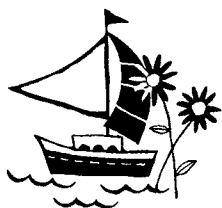
3月8日には平成16年度の決算見通し、平成17年度の予算および組合員への賦課金の見通しについて事務局から報告を受け検討が行われました。

また、4月14日には、平成16年度事業報告および収支決算、平成17年度の事業計画および収支予算等に関する通常総会上提案について検討を行い、5月12日の理事会の審議を経て、5月24日の薬業健保会館における第58回通常総会で承認されました。また、全家協事務局業務受託代行に関する基本契約書に基づく覚書の更新について確認されました。

既に配付済の第58回通常総会資料などによりご承知のとおり、本年も組合財政については、組合員の皆様のご協力により引き続き健全な内容を維持しています。

なお、家庭薬ビルのテナントは引き続き(株)タコフーズ(2階)および(有)中田写真事務所(3階)が入居され、組合財政に寄与していますが、4階については中途契約解除に伴い昨年10月以降空

室が続き、入居者の募集が続いています。残念ながら今日まで入居決定に至っていません。入居希望の心当たりがあれば、事務局までお知らせください。



薬事委員会

委員長 佐々木 康彦
(株式会社 トクホシ 取締役研究開発部長)

薬事委員会は、薬事法等の直面する諸問題の対応について、一般用医薬品5団体、日薬連等の諸団体の委員会と連動し懸案事項の検討を迅速に行っています。

最近の例として、5月31日に開催された全国家庭薬協議会の薬事委員会で、現在厚生労働省が行っている、第15改正日本薬局方の改正原案において、医薬品各条より「常水」削除の提案がなされ、また、JP Forum Vol.14 No.1(2005)において、参考情報として「製薬用水」についても「常水」が削除され、「精製水」を使用する旨記載されています。しかし、現在でも小規模事業所においては「常水」の使用が多いという使用実態からみて不都合であるので、引き続き「常水」を使用することができるよう、一般薬5団体共同で要望書を提出することとし、準備を進めています。

その他、特に行政上の改正点等の内容事項については、全会員に周知徹底をはかり、適宜適切に講習会を開催し、会員の業務が円滑に行われるように努めています。

(1) 薬事法改正に関する事項

- みなし承認許可について
- 表示の経過措置(2年間)と使用期限との整合性について
- その他

(2) 一般用医薬品の新たな販売規制に関する事項

(3) 一般用医薬品の活性化に係わるフォローアップに関する事項

(4) 一般用医薬品の新たな製造(輸入)販売承認基準に関する事項

(5) 一般用医薬品の販売規制に関する事項

- ・表示事項について
- ・添付文書について
- ・安全性情報の提供について

(6) ヒト・動物由来医薬品に関する規制事項

GMP委員会

委員長 池上 進

(救心製薬株式会社 取締役 生産部門長補佐)

1. 委員会活動について

今年度もGMP研修会を10月に実施したいと考えています。本年4月より施行された改正薬事法により、アウトソーシングの範囲が広がり、受託工場の増改築のニュースが新聞紙上ににぎわっていますが、これらの工場を見学することで、少しでも委託工場の選択に役立てればと考えています。

2. 第25回医薬品GMP研究会について

10/27東京 九段会館、11/2大阪 メルパルクホール、11/8富山 タワー111スカイホールの3会場で実施される予定です。課題は「改正薬事法に対応した品質保証体制の確立と効率的な運用について」の予定です。

3. 薬事制度の改正について

(1) GMP省令および関連通知について

- ・変更管理・逸脱管理における「あらかじめ指定した者」の責務等を第6条第4項の規定に基づく文書(組織図等)において適切に規定すること。
- ・従来の予測的バリデーション、変更時の再バリデーションの変動要因は「変動要因を特定し」とあるが、新基準の予測的バリデーションでは「あらかじめ特定された変動要因」となっていることに注意すること。
- ・従来の同時的バリデーションは日常の工程内管理であり、バリデーションとの位置づけのものではないため削除された。
- ・新たに示された「回顧的バリデーション」は原薬ガイドラインで示された「回顧的バリデーション」の考え方とほぼ同じである。

(2) GMP適合性調査申請の取り扱いについて

- ・同一の原薬(製造所・製造方法・製造工程・製造設備・規格等が同一)は複数の品目を一括し

て申請可能であること。(手数料は1件分)

- ・一物多名称品は、その範囲内の複数の品目を一括して申請可能であること。(手数料は1件分)
- ・当該申請品目の製造に用いる原薬が、既に他の製造販売業者によるGMP適合性調査申請に基づく調査により、GMP適合性が確認された原薬と同一の原薬である場合、調査結果通知書の写しおよび同一性を確認できる文書の写しを提出する場合は、当該原薬にかかわるGMP適合性調査を受けることを要しない。
- ・一般用医薬品および医薬部外品の製造に用いる原薬は、GMP適合性調査を受けることを要しない。
- ・GMP適合性調査申請を受けることを希望する場合は、GMP適合性調査検者と相談の上随時行うことができる。このことにより、2年以内であれば「軽微な変更」として利用できる場合もある。

4. GMP事例集について

(1) 事例集見直しの状況

2003年度事例集の事例635件に対し

そのまま残すもの	288件
修正	242件
削除	105件
新規作成	46件

(2) 見直しの要点

薬事法改正に伴って廃止された通知から、参考になる考え方ややり方などを採り上げ、新規Q & Aを作成した。

(例) 標準の仕込み量およびその根拠、試験検査の一部省略 等

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)

OTC業界を取り巻く環境は、予測を超えるほどの凄まじい変化が起り、「小売業界・卸業界・メーカー業界」全体の本格的な再編が加速しています。

加えて、消費者の価値観の変化と消費の低迷、

また、医薬品販売の規制緩和等の影響で、OTC業界は厳しさを増しています。

このような経済情勢と市場構造の変化で、平成16年度OTC市場の前期比は98.9%の結果でした。

また、本格的な各業界における再編の状況は、下記の通りです。

- (1) 小売業界においては、ドラッグストアをはじめとする大型小売業は、ますますその規模を拡大し、バイイングパワーを発揮することによって、価格競争を激化させています。また、PB商品の売上構成比も大幅に伸長しています。
- (2) 卸業界においては、スケールメリットを求めて、戦略的な合併・業務提携等が加速的に進められており、まさに合従連衡の様相を呈しています。加えて、異業種である日用雑貨卸との経営統合が、現実的な選択として実現しています。
- (3) メーカー業界においては、国内の新薬大手メーカーが合併・統合し、グローバルメガファーマとしてのスタートラインに立ち、また、家庭薬メーカーの中にも共同販売会社を設立し、経営基盤の確立の為に、新たな動きが起っています。

このような状況下で、全家協・流通委員会は6月16日に開催し、直近の流通問題について討議し、会員相互の理解を深めました。

厚生委員会

委員長 宇津 善博
(宇津救命丸株式会社 社長)

恒例になっている組合懇親会が7月14日に箱根湯本「河鹿荘」で開催されました。本年は従来の6月開催を1ヵ月遅らせて開催し、当日は午後3時30分からの組合理事会に引き続き、6時から役員ほかの組合員出席のもと楽しい一時を過ごしました。

第63回を迎える家庭薬軟式野球大会は、本年も22チームの参加をえて、10月16日から毎日曜日に明治神宮外苑軟式野球場(一部試合は養命酒製造株式会社埼玉工場グランド)で開催するこ

とになり、現在、準備が進められています。

また、東京都家庭薬工業協同組合ゴルフ会(TKGC)は原則として隔月に開催されており、本年も1月、4月、6月に第19次第10～12回の例会が行われ、毎回10名前後の会員が参加しています。組合の親睦の場として参加ご希望の組合員の方の入会をお待ちしています。

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)

労務委員会では年4回、7月、9月、12月、3月に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。

現在、秋山錠剤、浅田飴、太田胃散、河合製薬、救心製薬、金冠堂、東京甲子社、トクホン、わかもと製薬、龍角散、養命酒製造、ツムラの12社が加入しています。

また、人事・労務関連のテーマを扱うという、堅苦しい会議に思われがちですが、委員会のメンバーも、毎年人事異動等により1～2名のメンバーの入替えはありますが、ほぼ顔ぶれも固定しており、和やかな雰囲気の中運営されています。

今回は、3月に実施しました定例会議の報告をさせていただきます。例年、3月は春季労使交渉ということもあり、「昇給交渉に関する情報交換」を中心議題として開催しています。また今回の会議では、昇給に関する各社の進捗についての報告だけでなく、個人情報保護法に関する各社の対応や次世代育成支援対策法に関する対応等、様々な労務問題について意見交換がされました。

以上、今回は「春季労使交渉」を主題にした委員会でした。年々以前の賃金や人事制度といった内容だけでなく、様々なテーマ(雇用延長、メンタル、セクハラなど)について、各社の抱えている問題を取り上げ、最新の高度な知識の習得や他社事例も含めた幅広い情報を得て、具体策を立案

実行して、参加各社での問題を迅速に解決するべく、有効な情報を提供したいと考えています。

次回の定例会議は7月に開催し、「昇給交渉一括」、「賞与交渉に関する情報交換」を中心に話し合う予定です。

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. 組合ホームページ(HP)の懸賞クイズ

組合HPのアクセス増を目指して、「くすり物知り横丁」の中で懸賞クイズを続けてきました。トライアルは本年8月で1年になりますが、これまでの状況がまとも次第、HPの掲示板でご報告したいと考えています。

HPのアクセス増を手早く実現するには、やはりマスメディア等を用いた記事や広告、各種のプロモーションといった大がかりな手段が必要になると思います。しかし一方で、いかに費用をかけずにサイトの実力でアクセス増を実現して、組合HPの認知アップ、ひいては家庭薬の認知アップを実現するかが、当委員会の腕の見せ所だと思います。一般に、サイトの実力だけでアクセスの増加を目指すためには、下記の条件を満たしても、結果が出るまで1年程度の我慢がいるようですが、現状はリピーターと思われるアクセス増が若干、増えてきたという状況です。そのため、今後は次の条件を一層高度に満たすような方策を検討していきたいと考えています。

- (1) ユーザーニーズに対して的を得たコンテンツ(HP上にある文字や画像、音楽、データベース等の情報の総称)と、見た人がリピートしたくなるようなコンテンツの継続的な更新。
- (2) GoogleやYahoo! など大手検索エンジンからの上位ヒット(一般の人が検索エンジンを使って何かを調べたい時に、その物事について内容が濃いと評価されるページが検索結果の上位に表示されるため)。
- (3) 多くのサイト、そして公共性の高いサイト(例えば行政関係や、業界の上部団体のHP、大手ポータルサイト)から、なるべく多数のリンク

を受けること(リンクされるほど、そのページへの導線が増えるのでアクセス増が期待されるうえ、先記の検索エンジンからもページの重要度が高いと評価されて、上位ヒットしやすくなる)。

- (4) 閲覧者数の多い、他のサイトのページにリンクを貼っていただくこと(流入機会が増える)。

2. 各委員会による掲示板の活用

組合HPの対象ユーザーは、一般の消費者だけではなくありません。会員各社の皆さまも対象で、そのために会員向けの情報を専用の掲示板へ掲載しています。ですから、前述の(1)と同様、会員用の掲示板においても継続的にコンテンツを充実して利便性を高めれば、ご覧いただく会員のリピーターが増えて、いっそう組合員の皆さまのお役に立ちますし、コンテンツをご提供いただいた方々のご尽力もますます報われる、という好循環になると期待しています。インフラを立ち上げてから「継続的にコンテンツを追加、更新する」という地道な取り組みこそ、「仏に魂を入れる」作業になるかと存じますので、一層のお力添えをお願い申し上げます。

3. 電子会議の進化、TV会議の実験

検討中のTV会議システムで実用テストを進めていますが、参加者の環境(パソコンの性能や基本ソフト、通信回線、構内LAN)によっては、目論見通りに上手く動作しない状況が明らかになり、まだ「誰もが、お手軽に」とはいかない感触です。ただ、ITをめぐる技術やコストの競争は極めて激しいので、当面は実用テストを続けて使用上の注意点を学びながら、より廉価で実用的なシステムの模索もして参りたいと考えています。

4. ITに関するアンケート調査

当委員会の今後の方向性を検討するうえで、まずは組合員各社の現状と潜在的なニーズを踏まえることが大切であるという観点から、各社にアンケート調査を行うことを検討しています。各社のIT事情が多様であることが予想されるだけに、ご回答いただく担当者をどのように想定すべきか? ということから悩んでおりますが、調査の折には皆さまのお力添えを賜りたく、どうか宜しく願い申し上げます。

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 薬事業務部お客様相談室長)

この半年間に定例会を2回開催し、平成17年度の活動方針、各社のクレーム事例研究および情報交換、クレーム事例集の作成検討、また、大阪家庭薬協会との相互交流等を実施致しました。

今年度の活動方針や活動内容に関しては、3月と5月に開催した定例委員会において決定致しました。

基本的には、前年度の内容を継続テーマとすることとし、まず、継続目標であった東西合同による「クレーム事例集」の作成については、本年10月に開催を予定している東西合同委員会での配布を目標に、鋭意取り組んでいくこととしました。

なお、クレーム事例集については、組合加盟各社へ配布する予定にしています。

また、今年度の具体的な委員会活動の一環として、個人情報保護法の施行に関し、お客様相談業務から見た個人情報の取り扱い上の注意事項や、各社における個人情報取り扱いの実態を提言としてまとめ、今後、理事会にて報告するよう考えています。

これに加え、4月より施行された薬事法改正に伴うお客様相談業務(副作用情報の収集や評価等)に関しても、メンバー内における情報交換を、引き続き密に行っていきたいと考えています。

大阪家庭薬協会消費者対応部会との相互交流については、3月の定例委員会にカイゲンの箕輪委員が参加され、5月には、私と新田副委員長が大阪家庭薬協会の消費者対応部会に参加しました。前年と同様、最近の消費者対応についての情報交換やクレーム等の情報交換が活発に行われ、互いに有意義な時間を共有できました。

今年度も引き続き、委員会メンバーのスキルアップをはかるべく、消費者対応に関連する内容や時宜に合ったテーマを設定した勉強会を積

極的に企画し、それを着実に実現させていきたいと考えています。

なお、本年度の東西合同委員会は、養命酒製造株式会社駒ヶ根工場研修を兼ねた会議を予定しています。

当委員会としては、今後とも、組合加盟各社のスキルアップと情報の共有化を図ることを目的とした活動を推進し、より一層活動内容を充実させていきたいと考えています。

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3年間にわたり実施してきた、関東経済産業局の補助事業である物流効率化事業は、最終段階の実験事業まで無事に終了することができました。この事業では、早い段階からEDIの必要性も指摘してきましたが、大衆薬卸協議会から各企業に対するEDI化推進の協力要請は、まさにこの課題に合致した内容となっています。

当委員会では、この問題を業界の健全な発展には欠かせない課題であるとの認識を持ち、精力的に検討を続けておりますので、何卒ご理解を賜りたく宜しくお願いします。

以下に最近の委員会活動の状況についてご報告します。

1. 大衆薬卸業界におけるEDI化の進捗状況

平成16年2月に各企業に対し推進についての協力要請を行って以降、大衆薬卸業界ではプラネットのシステムを採用して、本年4月実施を目標に準備を進めていたが、費用負担の発生する医薬品メーカー側の対応が整わず、取り敢えず日用品メーカーとのEDI化についての試行に留まっています。

一時参加が疑問視された大手家庭薬卸業は、システムの準備が整いテストに参加しており、新薬兼業卸業も、再編の動きが収まり次第、順次参加予定とのことでした。

2. 当委員会メンバーとプラネットとの検討状況

従来よりプラネットは業界毎に接続条件は変

えないとのスタンスでしたが、直接交渉の結果、品目や物量が比較にならないほど多い日用雑貨品と、同じ条件では家庭薬業界の実情に合わない点をご理解いただき、ワーキンググループでの検討に日本レコードセンターにも参加願っています。一方、卸連には当方の進捗結果を逐次お知らせしています。

また、個別企業毎のプラネットとの契約は、中小企業にとって費用面で大きな負担になるので、関東経済産業局の補助事業での検討結果を考慮しました。共同化によって経費の負担軽減を図ることを目途に、受発注以外への発展も考慮し、どのような方策が経費面、実務面からみて好ましいか、委員会の一部メンバーが中心となり、得られるメリット、デメリットについて具体的に検討中です。

3. 今後の対応

当委員会では理事会の了承を得て進めているプラネットとの検討結果がまとまった段階で、家庭薬業界にとって推進すべき事業と判断される場合には、理事会に報告すると共に、東家協以外の家庭薬業界を含めて説明会等を開催し、お知らせする予定にしています。

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35年間にわたり、委員の皆さまの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・印刷を行い会員および業界関係各社のお手元に配布しています。

平成17年度版の統計資料の完成時期は資料入手の関係より来年3月末と考えています。

次に当部会の懸案である組合HPの組合員専用情報掲示板を利用した「広告関連情報」に関して6月2日に下準備会を行いました。

当初HPでの提供開始は平成17年6月ごろと予定していましたが多少遅れ7月になりました。

その内容は下記の通りです。

1. 日本の広告費

- (1) 2004年〔平成16年〕日本の広告費の概要
- (2) 2004年日本の総広告費
- (3) 2004年媒体別広告費
- (4) 2005年の広告費の見通し

2. 地上デジタル放送

- (1) 地上波デジタル放送 ―― 現況サマリー

東阪名、放送カバレッジの現状。普及に関わるetc

- (2) 地上デジタルテレビジョン放送開局ロードマップ

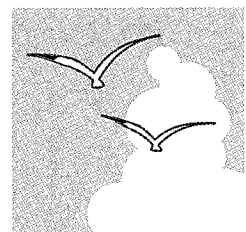
〔県庁所在地で放送開始の目標時期がわかる〕

以上については取り敢えず7月1日より組合のHPに掲載し、今後新しい情報を入手次第順次追加する予定にしていますので、パソコンマウスのクリックをどうぞ宜しくお願い致します。

広報広告委員会 広報誌部会

部会長 水谷 睦
(救心製薬株式会社 広告部長代理)

今回の「かていやく」特集もエニイクリエティブさんの提案より検討した結果、第69号の特別企画「なるほど! 読めばなお効く家庭薬」でもご登場いただいたことありますが、「懐かしの家庭薬大全」の著者・町田忍さんに再登場いただき、馴染み深い家庭薬を通じお薬の文化について語っていただくこととなりました。最近健康ブームの中で健康食品やトクホといった分野が伸びている反面、大衆薬、家庭薬の市場は縮小傾向にあります。町田さんは各種パッケージを収集され、意匠を通じて庶民文化を研究されており、テレビなどでも活躍されている方です。我々とはちょっと違った視点から家庭薬を見ていただき、何かヒントとなるお話を聞かせていただけたのではないかと考えています。



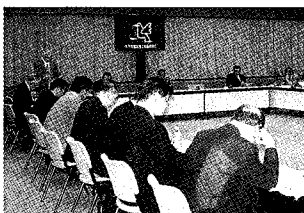
事務局だより

●1月28日

厚生委員会の野球委員会を「はぎわら」で開催し、本年秋開催の第63回家庭薬軟式野球大会の打ち合わせを行いました。本年の参加チームは20社、22チームが予定されています。試合日程は明治神宮外苑グラウンド(一部試合は養命酒製造株式会社埼玉工場グラウンドを使用)において10月16日から11月13日までの日曜日を予定しています。

●5月24日

薬業健保会館において、当組合の第58回通常総会を開催した。平成16年度の事業報告、決算および平成17年度の事業計画、収支予算その他の議題が可決・承認されました。また、理事の補欠選挙が行われ、退任された渡辺弘正氏の後任として、イチジク製薬株式会社の今川拓一氏が理事に選出されました。なお、永年にわたり理事を務められた秋山泰伸氏が3月末を以て理事を退任されました。



▲第58回通常総会

●5月27日

全国家庭薬

協議会では、東京薬業会館7階会議室において第40回定期総会を開催しました。

●7月14日

組合の7月定例理事会および厚生委員会主催による恒例の組合懇親会が箱根湯本「河鹿荘」において組合員多数出席のもとに開催されました。

■組合員の異動

3月31日付で組合員であった石原薬品工業株式会社、株式会社君が代およびミチノ製薬株式会社から脱退されました。また、4月1日に新たに全国家庭薬協議会の個別加盟企業であった長野県製薬株式会社、日野製薬株式会社およびフマキラー株式会社の3社が賛助会員として移行加入されました。これにより組合員数は38社、特別会員、賛助会員を含め合計55社となりました。

■お知らせ

組合のインターネットホームページにある組合員専用情報掲示板に、通常総会、理事会、委員会の各議事録、組合関係会議・行事予定、消費者対応関連情報、その他の参考情報等を掲載しています。パスワード(平成13年7月24日都薬発第78号参照)をご覧ください。不明な場合には事務局までご連絡ください。

編集後記

●食玩というものをご存知でしょうか。いわゆるオマケつきのお菓子。人気のキャラクターや動物などのおもちゃやフィギュアがついてくる商品のことで、大人のコレクターも多々いるようです。最近、そんな中に家庭薬を取り扱ったものがでてきました。長命酒、大竹胃散、正義丸…商品名だけでなく、パッケージの表記も巧妙にパロディ化しており、その精巧な作りには驚くばかり

です。

医薬品を茶化していきなり楽しめようとするのか、家庭薬が人々に身近に親しまれていることのあるわれとして大目にとらえるのか、難しいところだと思います。スーパーやコンビニのお菓子コーナーにありますので、実際に手にとってみてはいかがでしょうか。

(養命酒製造株式会社・鳥山)

かていやく

通巻77号 2005年7月25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

☎ 03-3543-1786 FAX 03-3546-2792

Eメールアドレス／tokakyo@tokakyo.or.jp

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

