



東京都家庭薬工業協同組合会報

# かていやく

平成18年7月 通巻79号



水芭蕉の森(群馬県)

# 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79号 2006年7月25日

|                                                                  |       |    |
|------------------------------------------------------------------|-------|----|
| 理事長就任にあたって                                                       | 堀 正 典 | 3  |
| 新役員紹介                                                            |       | 4  |
| 特集 薬局が伝える歴史と情報<br>小西薬局／さくらぎ薬局                                    |       | 5  |
| 海外レポート<br>「中国の家庭薬に関する調査」について                                     |       | 10 |
| IT環境・利用状況に関するアンケート調査の結果について                                      |       | 12 |
| ハローキティ家庭薬キャンペーン                                                  |       | 14 |
| 第6回 JAPANドラッグストアショー                                              |       | 15 |
| 家庭薬ロングセラー物語／糾励根                                                  |       | 16 |
| 委員会だより<br>総務、薬事、GMP、流通、厚生、労務、IT(情報技術)、<br>消費者対応、情報協業化、広告統計資料、広報誌 |       | 18 |
| 事務局だより<br>編集後記                                                   |       | 24 |
| 表紙題字／第4代理事長                                                      | 津村重舎  |    |
| 表紙写真／わかもと製薬(株) 代表取締役会長                                           | 牧田潔明  |    |

# 理事長就任にあたって

東京都家庭薬工業協同組合  
理事長 堀 正 典



このたび風間前理事長をはじめとする理事各位のご推挙により、理事長という大変な重責を担うこととなりました。責務の重大さを痛感いたしてはおりますが、組合員各位のご支援を賜りながら、より一層の家庭薬業界の発展と振興のために微力を尽くしていく所存でございますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

さて現在、日本経済は着実に景気回復を続け、日銀の量的緩和政策解除などで、本格的なデフレ脱却という新たな局面に入ったといえます。しかしながら、家庭薬業界を取り巻く環境は、依然として厳しい状況に変わりはなく、組合員各社においては懸命な経営努力により、その地位の確立と向上のために、より一層の取り組みが続けられているところです。

そのような家庭薬業界にとっては逆風が吹く状況である今こそ、長い歴史と伝統の中で培われてきた家庭薬の役割を改めて見つめ直し、組合員各社が誇りとし、また個性あるブランド力を擁する商品群を積極的にアピールしていかなければならないと考えております。医療費の削減とともに、人々の健康的な社会生活に貢献するという観点からも、セルフメディケーションの推進のために、われわれが提供する家庭薬の果たす役割はたいへん大きいものと確信しております。

今年に入り、家庭薬をめぐる新たな動きとして、1月中旬から(株)サンリオおよび

ドラッグストアチェーン3社約1,000店舗と提携した「ハローキティ家庭薬キャンペーン」が実施されました。今回は、期間限定の試みで実施上の課題などは残ったものの、メーカーとドラッグストアによる初めてのキャラクタービジネスを通じたコラボレーションの実現という意味では画期的な企画でありました。

また、家庭薬業界が今後取り組まなければならない課題の一つに、これまで遅れがちであった流通、物流システムの近代化への対応ということがあげられます。まさに、メーカーと卸間の受発注を中心としたEDI(Electronic Data Interchange:電子データ交換)標準化実現を目指して、これまでもさまざまな角度から検討を重ねてまいりましたが、今後も一定期間の実験的な取り組みを踏まえ、家庭薬のEDI化実現に向けてより具体的な行動を進めていければと考えております。

さらに、昨年施行された改正薬事法に引き続き、昨年末の厚生科学審議会によるOTCの新たな販売制度に関する報告書を受けて、医薬品販売制度の見直しを柱とする薬事法の一部改正が今年6月に成立いたしました。

このように多くの克服すべき課題は山積してはおりますが、当局のご指導と組合員各社様のご支援、ご協力をいただきながら、組合の円滑な事業運営ができるよう地道な努力を重ねてまいりたいと存じますので、どうぞよろしくお願いいたします。

# 新理事長に

## 新役員紹介

### 堀 正典氏[救心製薬株式会社 社長]が就任

5月23日の第59回通常総会において、役員任期満了に伴う改選の結果、新役員が決定いたしました。

新役員名は次の通りです。なにとぞ、ご支援ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

#### 東京都家庭薬工業協同組合役員一覧

\*は新任者

|         |                          |                            |                          |
|---------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 相 談 役   | 太 田 昭<br>株式会社 太田胃散／会長    | 堀 泰 助<br>救心製薬株式会社／会長       | 塩 澤 護<br>養命酒製造株式会社／相談役   |
| 理 事 長   | 堀 正 典<br>救心製薬株式会社／社長     |                            |                          |
| 副 理 事 長 | 風 間 八左衛門<br>株式会社 ツムラ／会長  | 牧 田 潔 明<br>わかもと製薬株式会社／会長   |                          |
| 理 事     | 堀 内 邦 彦<br>株式会社 浅田鮎／社長   | 大久保 温*<br>イチジク製薬株式会社／社長    | 宇 津 善 博<br>宇津救命丸株式会社／社長  |
|         | 太 田 美 明<br>株式会社 太田胃散／社長  | 山 崎 充<br>株式会社 金冠堂／社長       | 柴 賢 悟*<br>株式会社 恵命堂／社長    |
|         | 渡 邊 吉 康<br>三宝製薬株式会社／社長   | 大 泉 高 明<br>株式会社 大和生物研究所／社長 | 玉 川 博 之<br>玉川衛材株式会社／社長   |
|         | 宮 川 修 作<br>株式会社 東京甲子社／社長 | 鈴 木 國 之<br>株式会社 トクホン／社長    | 原 澤 純 一<br>原沢製薬工業株式会社／会長 |
|         | 竹 内 彪 衛<br>株式会社 山崎帝國堂／社長 | 塩 澤 崇 浩<br>養命酒製造株式会社／会長    | 藤 井 隆 太<br>株式会社 龍角散／社長   |
| 監 事     | 喜 谷 和 夫*<br>株式会社 キタニ／社長  | 福 井 厚 義<br>大東製薬工業株式会社／社長   |                          |

(5月23日、第59回通常総会時点)



▲就任の挨拶をされる堀新理事長

◀第59回通常総会



# 薬局が伝える歴史と情報



家庭薬が信頼され続けてきたのは、  
刻まれた歴史から来る安心感と、  
語り継がれた医薬情報への信用度の高さが上げられる。  
歴史と情報を伝えている二つの薬局をレポートし、  
両店主の家庭薬に対する思いや現状を伺った。



◀ 済生堂薬局小西本店  
(神奈川県小田原市)



駅前さくらぎ薬局▶  
(神奈川県足柄下郡箱根町)



## 済生堂薬局小西本店

(神奈川県小田原市)

歴史を刻むこと370年余り。地域の精神的な柱としての役割も担ってきた済生堂薬局小西本店。薬局内に漂う歴史の重みは、人の心を穏やかにし、薬に対する信頼も高めているように思われる。



▲寛永10年(1633年)に創業した済生堂薬局小西本店

## 薬は信用して飲むことが大切

城下町としての面影を今でも残す小田原。旧東海道沿いに昔の風情を残し営むのが、済生堂薬局小西本店である。創業は寛永10年(1633年)。関ヶ原の戦いの後、小西行長の弟が小田原に逃れて開局したと伝えられ、現在の店主である小西正樹さんは15代目にあたる。現在の店舗が建てられたのが大正14年(1925年)頃で、関東大震災で倒壊した旧店舗の材料を一部用いて改築した。天井が高く、樺材を用いた重厚な造りは、旧店舗の風格を継承している。2002年には有形文化財として国からの登録を受け、小田原市が運営する「街かど博物館」の一つとしても人気を集めている。

店舗へ一歩踏み込むと、時間の流れが緩やかになったような感覚にさらされる。向かって右手が展示スペースになっていて、薬研や乳鉢が並べられている。樺で作られた百味箆



▲現役の薬棚として活躍する百味箆

箆は今でも現役だ。天井へ目を向けると、製薬会社の古い看板が並べられている。販促物件として利用されていた手提げ袋も大切に保管されていた。

「当店のお客様は古くからの常連様がほとんどです。ここに来るとなんだかほっとすると言っていただけることもあります。天井が高く、樺の木の感覚が気持ちを落ち着かせるのかもしれませんが。薬は安心し、信用して飲むことが肝心ですから、昔ながらの古い店舗も薬の効用に少しは役に立っているでしょう」と小西さんは語った。しかし、店舗を維持するのは並大抵のことではない。前面の道路は車の往来が激しく、振動に伴う木のゆがみを補正し続けなければならない。ガラス一枚の補修でも、現在の規格と異なるため別注でのオーダーが必要なのだ。

## 家庭薬を若い世代にも伝えたい

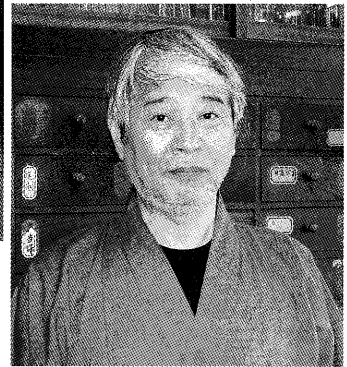
同店ではOTCと調剤の取り扱いほぼ半々だ。医薬品を販売するのに心掛けているのは、患者さんの話をきちんと聞くことだという。

「薬を買うために、自分の体のことを話さなくてはならないことは、苦痛をともなう場合もあると思うので、なるべく焦らさずにゆっくりと話してもらうようにしています。表情やしぐさなどで症状が分かる場合もあるので、患者さんときちんと向き合うことが大切なのではないでしょうか」(小西さん)





▲歴史を感じさせる製薬企業の看板



15代目店主の小西正樹さん

【済生堂薬局小西本店】

神奈川県小田原市本町4-2-48

数ある商品の中で、同店の売り上げの主力になっているのが家庭薬だ。長年愛用する家庭薬を持っている常連客が多い。

「お歳をめされた方の中には、熱烈な家庭薬ファンがいらっしゃいます。実際に効くということもありますが、自分に合う薬だと信じ切っている部分もあるのではないのでしょうか。ですから、気にいっていた家庭薬が撤退し店頭から姿を消すと、見ていられないほど悲しまれることがあります。家庭薬メーカーさんには愛用者のためにもがんばっていただき、販売し続けてもらいたいです」と小西さんは語る。

同店での家庭薬の服用者は高齢者の方が圧倒的に多い。若年層の方にも家庭薬の良さを伝えていくことが、現在の課題だという。小西さんは「昔でしたら家庭薬の良さは、おばあちゃんからお母さんへ、また子供へと自然に伝えられたのだと思います。しかし、現在は核家族化が進み、家庭内で薬の相談をする

環境はなくなってきているのだと思います。家庭薬は大々的にコマーシャルなどで訴えていくよりも、口から口へと効用が伝えられていくほうが向いている気がします。これから、薬局の店員などが家庭薬の知識を身に付けて、お客様に伝えていかなければならないでしょう。そのためには、家庭薬メーカーさんが薬局への確な医薬情報を伝えていただけると助かりますね」と語った。

小西さんに白衣を着ない理由を訊いてみると「小さなお子様は白衣を見ると、怖がることがあるのです。若い方にも受け入れられる薬局になっていこうと、微力ながら努力しています」と伝統を継承するだけでなく、若い世代への気配りも忘れていない。



▲生薬粉をまぜあわせる乳鉢



▲販促物として薬局に配られた手提げ袋



▲豊富な家庭薬の品揃え

## 駅前さくらぎ薬局

(神奈川県足柄下郡箱根町)

薬をきちんと服用してもらうためには、薬に関する情報を的確に伝えることが重要になってくる。駅前さくらぎ薬局は「くすりの楽修館」を通して、様々な医薬品情報の発信を積極的に行っている。



▲テーマ別に展示する「くすり楽修館」

## 楽しく、分かりやすく情報を提供

湯治場として古くから栄えてきた箱根。箱根湯本駅から土産物屋を抜けていったところに駅前さくらぎ薬局はある。櫻木達夫さんが、同薬局の2階を開放し、「くすりの楽修館」を運営している。参観者は地域の方々が中心になっているが、薬局経営者や観光客の他、小学校の授業でも利用されている。「くすりの楽修館」が開設されたのは1996年。コンセプトの一つに掲げたのが「かかりつけ薬局」を分かりやすいかたちで表現するということだ。

「当時から日本薬剤師会が中心となって、かかりつけ薬局を提唱していました。かかりつけ薬局の意味を文書の中で完結させるのではなく、実際に目に見える形で表現したかったのです。調剤薬局における薬剤師の役割は、調剤業務だけではなく、薬に関する医薬情報を地域の方々に発信することも重要な職務

だと考えていました。そこで、医薬情報を楽しく、分かりやすく伝えていくためにくすりの楽修館を作ったのです」と櫻木さんは語る。その言葉の通り、一歩店内に足を踏み入れると、薬のビンやパッケージを再利用した手作りの人形が出迎え、楽しさを演出している。店内は手作りのPOPで最古の薬などの医薬情報を親しみやすく伝えている。人形やPOPはお客様との会話の糸口にもなっているという。店内を抜けて2階へ上がっていくと、20坪ほどのスペースの「くすり楽修館」になっている。

## 健康の維持には薬の知識が必要

「くすりの楽修館」は館内の壁面を使って、薬に関する情報をテーマごとに展示し、中央のスペースは櫻木さんが参観者とともにディスカッションできるようになっている。テーマは「かかりつけ薬局の役割」「くすりの知識」「くすりの正しい使い方」「自己健康管理」など多岐にわたる。「自己健康管理」のコーナーには、常備薬に関するパネルが展示されている。

「家庭薬も含めた常備薬は、病気になる前に自分の体の不調を察して、服用するのに向いているのではと思います。医療費の問題などからも、病院にかからずに健康を維持していくことが重視され、常備薬の役割も増しているのではないのでしょうか。そのためには、自分の体のことを良く知り、薬の基本的な知識を持っていなければなりません。薬の知識を身に付けることで、今まで病院に行っていたのが薬



▲情報伝達もかかりつけ薬局の役割





▲愛敬のある手作り人形



▲薬に関する歴史を伝える



▲小学生にも人気の副流煙の人形

局ですむことになり、薬局に行っていたのが自宅で解決できるかもしれません。家庭薬が今まで以上に利用されるためには、市民学習の場などを作って、薬に対する知識を向上させていくことも必要ではないでしょうか」と櫻木さんは語った。

同店においては、観光客が多いこともあって、家庭薬に対する需要が高い。家庭薬をすすめると安心される場合が多く、信頼の高さを感じることが度々あるそうだ。

## 薬への知識レベルを上げたい

櫻木さんの活動は、館内だけにとどまらない。学校薬剤師や小田原市の市民教授として、講演活動などを積極的に行っている。小学生への講演には「くすりの楽修館」に展示されている人形が持ち出され、人気を集めている。

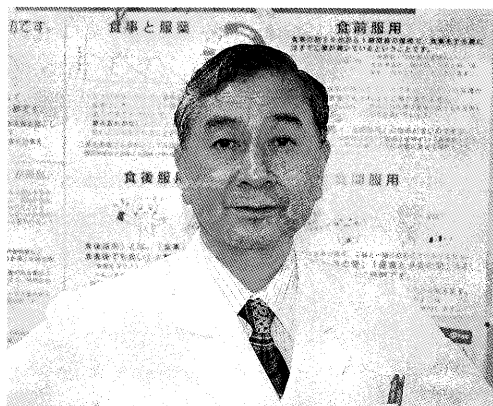
「小学生にはたばこの服用の危険性に関するテーマを中心に教えています。まずは関心を

持ってもらうことが大切なので、たばこを持った大きな手の人形などは役に立っています。小学生は吸収も早いので、薬に関しての基礎知識なども教えられればと考えています。中学生になると、麻薬や覚せい剤などの薬物乱用に関する講義が多くなります。薬の良い面、悪い面を理解した上で、薬に対する希望を持って服用してもらえればと思っています」(櫻木さん)

櫻木さんが市民学習を積極的に行うのは、薬に対する国民のレベルを少しでも上げたいという考えが根本にある。薬の情報を的確に伝えていくことが、国民のためにも薬業界のためにもなるのかもしれない。



▲家庭常備薬に関する情報を提供



「くすり楽修館」を運営する櫻木達夫さん  
[駅前さくらぎ薬局]

神奈川県足柄下郡箱根町湯本698

## 海外レポート

# 「中国の家庭薬に関する調査」について

委員会だよりの情報協業化委員会の報告にもありますように、17年度に東京都産業労働局商工部経営支援課で公募した「東京都海外調査事業」に、当組合の情報協業化委員会で検討のうえ応募したところ、「中国の家庭薬に関する調査」が採択されました。

その後、諸般の事情により、調査開始が当初予定の17年秋から18年に入ってからとなり、内容が一部簡略化されたものとなりましたが、18年3月末には都庁より当組合に対し調査報告書の提供がありました。

調査報告書では最近の中国における家庭薬市場の実情・動向がA4版55ページにまとめられており、組合員各社の事業の参考情報として、組合員各位にご連絡するとともに、組合ホームページ（組合員専用情報掲示板）に掲載いたしました。

なお、本海外調査案件を採択していただいた東京都産業労働局商工部経営支援課に感謝する次第であります。

## 調査の方法

中国には家庭薬の消費動向等を製品分類別に把握できる公的機関の公表統計がありません。

このため、当組合の家庭薬の分類を参考に、店舗・関係団体への調査・ヒアリングの結果をまとめたものとなっています。なお、調査・ヒアリングは、卸売業者、小売店、ドラッグチェーン店それぞれの業態から異なる規模（大規模・中小規模）の2店舗、および関係団体として卸売業者・小売業者からなる中国医薬商業協会（以下「医薬商業協会」という。）と2002年に同協会から分会として発足

したドラッグチェーン店主体の中国医薬商業協会連鎖薬店分会（以下「連鎖薬店分会」という。）を対象に実施しています。

## 調査報告書の構成

### 中国の家庭薬に関する調査報告書

2006年3月

東京都産業労働局商工部

#### 目次

1. 中国における家庭医薬品の消費動向
  - (1) 家庭薬の販売額と伸び率の推移
  - (2) 分類別の過去5年間の販売額の推移
2. 販売網へのヒアリング調査
3. 中国に輸入する際の規制
4. 対象店舗の写真

調査報告書は、まず、家庭薬の販売額の動向を中心に「中国における家庭医薬品の消費動向」がまとめられており、次いで今後の化学薬品や生薬製剤の需要動向・医薬品業界の動向などについて「販売網へのヒアリング調査」がまとめられています。また、中国向け医薬品輸出の際に参考となる現地輸入規制と留意点が「中国に輸入する際の規制」としてまとめられています。その他、ヒアリング実施店舗の写真等が付されております。

## ●家庭医薬品の消費動向

中国のGDP成長率は2001年以降2005年まで年率8.0～9.9%の伸びとなっていますが、家庭薬の販売額は、医薬商業協会および連鎖

薬店分会ともにGDP成長率を上回る10%以上の伸び率を示しています。分野別ヒアリングは、消化器（胃腸・便秘）、のど、皮膚、風邪、頭痛など16分野について、ドラッグチェーン店2店舗小売店2店舗のヒアリング結果が示されていますが、いずれの

分野でも2001年から販売額は増加傾向が続いていることが示されており、分野別に販売上位5製品が参考として記述されています。なお、輸入品の割合はドラッグチェーン店の方が小売店より高い傾向を示しています。

### ●販売網へのヒアリング調査

小売業者やドラッグチェーン店に対して、今後の需要動向についてヒアリングが行われています。

化学薬品については、処方薬での西洋薬の普及も背景に、また社会環境の変化のスピードの速い中、これからの伸びが注目される旨述べられています（ただし、化学薬品販売額の伸び率が変わっておらず大きな変化を感じないと述べているところも1社あります）。

生薬製剤については、家庭薬全体の需要増傾向の中でどのような動きが見込まれるかということですが、心臓系・風邪・のど・消化器系など分野によっては生薬製剤の緩和な作用ということから需要が増える可能性があるという見方も述べられています。生薬製剤と化学薬品の比率は65%と35%と生薬製剤が多くの人に受け入れられてきているものの、いまだ発展中という見方もあるようです。

なお、輸入生薬製剤の取扱い状況では、輸入品をほとんど扱っていないと答えていると



▲ドラッグチェーン店 永安堂大薬房

ころが1社ありますが他は香港・日本・韓国等からの輸入品も扱っていると答えています。輸入生薬製剤については、国産の生薬製剤があり、大きな変化はないとの見方もあるようです。

一方、化学薬品については、いずれも輸入品を扱っており、多いのは米国・欧州・日本の製品となっています。また、小売業者やドラッグチェーン店は、卸売業者あるいは製薬会社から製品を購入していますが、製薬会社からの購入がほとんどないところから購入割合が6割を占めるところまで様々です。なお、製薬会社から直接製品を購入する利点としては、コスト削減が図られ利益が良いこと、偽物を防止できることがあげられています。

その他、関係団体として「医薬商業協会」と「連鎖薬店分会」に対し中国医薬品業界の今後などについてヒアリングを行っています。が、いずれも家庭薬は10%以上の伸びを予測しております。

### ●中国に輸入する際の規制

医薬品および健康食品について、輸入薬品登録証あるいは輸入健康食品認可証を取得するにあたっての現地輸入規制と留意点がまとめられています。

（事務局記）

# IT環境・利用状況に関する アンケート調査の結果について

IT(情報技術)委員会 委員長  
福井 厚義

わが国におけるITの浸透は目覚しく、会員各社内外の環境は数年前と比較して大きく変貌しています。ITに対する会員各社の最新の現状と潜在ニーズを把握して、当委員会の今後の活動に反映するため、「IT環境・利用状況に関するアンケート調査」を行いましたので、この結果について報告します。なお、データの詳細は東家協HPの組合員専用掲示板に掲載予定です。

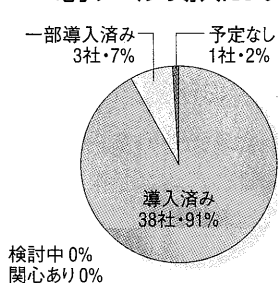
## 1. 実施方法

平成17年12月～平成18年2月の期間に、全国家庭薬協議会(含：東京都家庭薬工業協同組合・大阪家庭薬協会)会員106社の窓口担当者へ送付して、関連部門の担当者にご回答を依頼し、42社(39%)からご回答をいただきました。

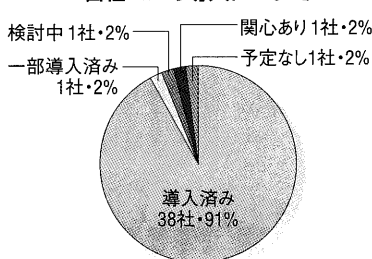
## 2. ITインフラの普及

この結果、前回の調査(平成13年3月)と比較すると、全体的にPCの普及、インターネットを中心とした環境の整備が組合会社の中で進んでいることがうかがえました。中でもPC・電子メール・自社HPの普及率は9割を超え、今や一般的なインフラとなっています。

電子メールの導入について



自社HPの導入について



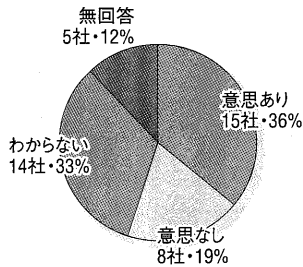
また、電子会議／TV会議・グループウェア・電子決裁のような、高度なIT利用についても、「導入済み」「一部導入」「検討中」「関心あり」を含めると、電子会議39%、TV会議31%、グループウェア69%、電子決裁54%で、会員会社内の高度なIT化が急速に進んでいることを裏付けています。一方で、これらの高度なIT利用については、すでに導入・導入検討もしくは関心を持っている会員と、これらの導入に関して予定も関心もない会員との二極化がみられました。

## 3. 受注業務と販売データのIT化

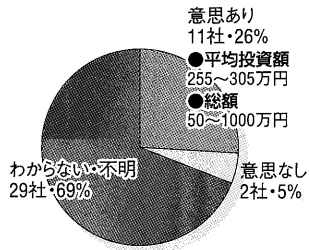
全般としては、インフラとしてのIT化が組合会員内で目覚しく進展しているにもかかわらず、受注業務と受注システムの実態調査では、いまだに8割の会員会社がFAX受注をしているというアンバランスな実態があることがわかりました。また、受注業務を担当する社員数を調べると、3人以下が8割あり、少人数でいまだFAXを中心に受注業務を行っている会員会社が多いという実態が浮き彫りになりました。各社の受注締め切り時間も広い時間帯に分散しており、これが積極的な顧客満足経営の現われなのか、FAXと人手に頼った受注業務から生まれる、消極的な顧客対応の結果なのかは、この調査からは読み取れませんでした。

興味深いのは、VANを利用した受注業務を行っていたのは4社(1割)にとどまったにもかかわらず、16社(4割)がVAN業者から販売データを購入している実態です。これは現時点においては、VANを利用した受注システムの需要よりも、販売データ

## EDI化の意思がありますか？



## EDI化への投資について



割は属人的にしのいでいる状況が浮き彫りになりました。

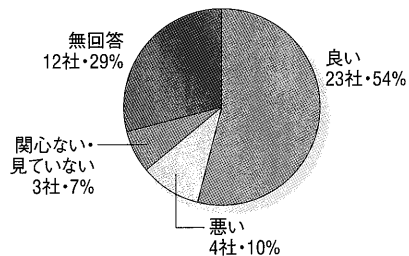
## 6. 組合HPの評価

組合HPは、54%から「良い」とご評価いただきましたが、一方では、組合HPへのご関心が低いこともわかりました。HPをいっそう充実させる努力だけでなく、その前

に組合HPのあり方を今いちど見直す必要があると思われます。

の需要の方が高いことを示しています。また、EDIの導入に関しては、15社(36%)がその意思を持っており、EDI化への投資額としては平均300万円前後(50～1000万円)でした。情報協業化委員会(藤井隆太委員長)では、現在EDI化を軸に協業化の検討を進めていますが、アンケート結果からは、単独ではEDI化のためのインフラ整備が難しい会員も、少額の投資であれば少なくとも10社前後の賛同が期待されるという結果がみえました。

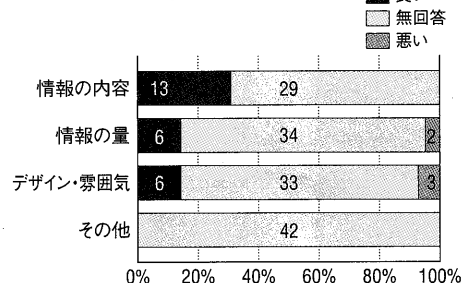
## 組合HPについて



## 4. ITの利用状況

ITの利用状況の調査では、IT化の必要性・関心が高い社内部門として31社が「営業部門」を上げトップでした。自社HPの利用状況調査では、「一般的な広報」「消費者向け宣伝広告」「消費者への適正使用情報」が上位3位で、消費者を意識したHPが主流であることがわかりました。また、FD申請には83%の会員会社が対応しており、定着期といえます。

## 組合HPの評価



## 5. ITの社内体制、IT化に関する問題や課題

ITの社内体制に関する調査では、「特に経営体制を持たない会社」が約5割で、組織的に「IT担当部門や担当者を置いている」会員は3割前後にとどまっていました。また、約6割の会員がIT化に関する問題や課題があると答えましたが、重要・緊急・困難な問題があると答えたのは約1割にとどまりました。

ITインフラが普及して急速な高度化が進んでいるなか、半数の会員企業は経営マターとして対応できず、過半数が運営や人材育成、セキュリティに問題や課題を認識していても、少なくとも7

## 7. おわりに

今後わが国ではTV・家電のデジタル化、衛星・光通信網などのインフラ整備が急速に進み、これに呼応して商取引に関わる情報通信のあり方も、今後さらに大きく変化するものと考えられます。携帯電話の普及スピードを見てもわかるとおり、デジタル化・IT化の変化は急激であり、これに乗り遅れることは企業にとって致命的なものなりかねません。今回の調査は限られた範囲のものですが、組合会社の現状とニーズを的確に捉え、伝統ある家庭薬の未来の発展に資するよう努力してまいります。

# ハローキティ 家庭薬キャンペーン

情報協業化委員会 委員長  
藤井 隆太

去る1月13日に開催された日本大衆薬工業協会新年祝賀会で挨拶に立たれた藤井基之議員より「本日新聞に素晴らしい記事が出ていましたね。確かにOTC市場は縮小しているとのことですが、こんな方法もあるんですね。ぜひ頑張っていたきたい!」との激励がありました。

1月13日の日本経済新聞夕刊一面の「家庭薬16社が販促で提携」との記事は紛れもなく当委員会が中心となって推進してきた「サンリオキャンペーン」についての記事でした。記事中(株)サンリオに関する記述がなかったり「提携」や「共同物流実施」など誤解を招く表現はありましたが、当委員会の目指す「意欲ある中小メーカーの戦略的連携」の方向性が業界内外に力強くアピールできたのではないかと考えます。

今回のキャンペーンはあくまでも試行であり、コンビニ業界で成功した図式がドラッグストア業界で通用するものかどうかを検証するためのものでした。

結果的に各店への連絡不行き届きやツールが店頭合わないなど運用上の問題から実際の店頭展開率は

▼平成18年1月13日付 日本経済新聞より

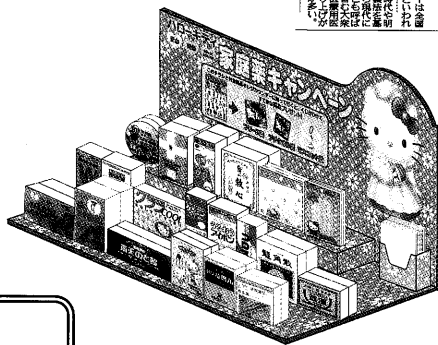
## 家庭薬販促で16社提携

### 薬店1000店に共同売り場

【東京13日付】日本大衆薬工業協会が主催する「家庭薬16社」が、全国のドラッグストアに共同売り場を設け、販促活動を行う。この取り組みは、消費者の健康意識の高まりや、OTC市場の拡大を目的としている。参加企業は、浅田、宇津、奥田、カイゲン、救心、小林、三宝、大幸、玉川、東京甲子、常盤、桶屋、摩耶堂、龍角散、わかもと製薬の16社である。

| 社名     | 代表製品           |
|--------|----------------|
| 浅田 鮎   | 浅田鮎子氏せきどめドロッパー |
| イチジク製薬 | イチジク液腫30%×2    |
| 宇津救命丸  | 宇津こどもかぜシロップ    |
| 救心製薬   | 救心30錠          |
| 龍角散    | 龍角散20%液        |
| わかもと製薬 | 強力わかもと1000錠    |
| カイゲン   | カゲン (255)      |
| 小森製薬   | ケミカルクリーム       |
| 大幸薬品   | セイロザン錠剤A48錠    |
| 常盤薬品工業 | 南天のど錠4錠        |
| 玉川衛材   | トワメルA15%液      |
| 東京甲子社  | コロスキン          |
| 桶屋製薬   | ガーゼマスク         |
| 奥田製薬   | 奥田胃腸薬 (210錠)   |
| 摩耶堂製薬  | 金蛇糖漿希釈丸200錠    |
| 龍角散    | 龍角散            |

共同物流実施により、各社が持つ強みを活かした商品展開が可能となる。また、共同での販促活動により、消費者への認知度を高めることが期待される。



## キャンペーン参加家庭薬メーカー (16社)

- |           |           |
|-----------|-----------|
| (株) 浅田 鮎  | 大幸薬品(株)   |
| イチジク製薬(株) | 玉川衛材(株)   |
| 宇津救命丸(株)  | (株) 東京甲子社 |
| 奥田製薬(株)   | 常盤薬品工業(株) |
| (株) カイゲン  | 桶屋製薬(株)   |
| 救心製薬(株)   | 摩耶堂製薬(株)  |
| 小林製薬(株)   | (株) 龍角散   |
| 三宝製薬(株)   | わかもと製薬(株) |

60%代に留まっております。一方では、単独ではなかなか交渉に持ち込めない企画が、各社連携することによって実現できたというモデルケースになりました。

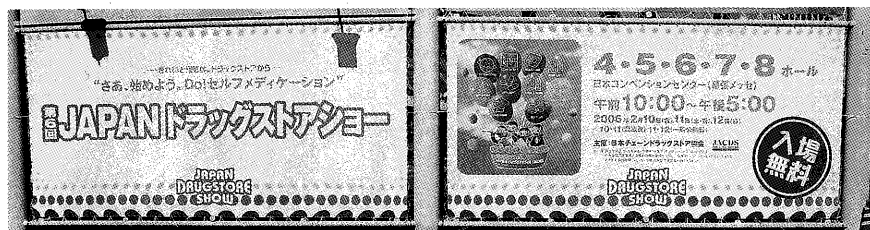
今後は、同様の企画はぜひ継続すべきとの皆様の声にお応えべく今回の結果を十分に検証し、更に効果的な展開が図れるような検討を加えた上で全家庭薬業界に対して参加を呼びかけたいと考えますので何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。



# 第6回

## JAPAN ドラッグストアショー

### 伝統と信頼の家庭常備薬



第6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、2006年2月10日(金)～12日(日)に幕張メッセ(千葉県千葉市)で開催されました。今回のテーマは「さあはじめよう。Do!セルフメディケーション—きれいと元気はドラッグストアから—」。会場は昨年を上回る12万人を越す来場者でにぎわいました。

全家協の会員会社からは15社が参加。展示ブースは各社が趣向を凝らし、人だかりが絶えませんでした。



#### 第6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  | 丹平製薬(株)   |
| (株) アラクス  | (株) ツムラ   |
| イチジク製薬(株) | (株) トクホン  |
| 奥田製薬(株)   | 長野県製薬(株)  |
| (株) カイゲン  | 七ふく製薬(株)  |
| 救心製薬(株)   | (株) 龍角散   |
| (株) キンカン  | わかもと製薬(株) |
| 三宝製薬(株)   |           |





# 糾 勵 根

## 霜鳥研究所

### ● 糾勵根の開発

糾勵根は大正末期に開発された湿布薬です。

開発者の霜鳥信明は新潟県の農村に生まれました。祖父は皇漢医で地域の人々に慕われ、病気が全快した患者が毎日のように感謝に訪れていました。成人した霜鳥は東京に出て様々な職に就き、自ら事業経営も行いました。

しかし、関東大震災で焼け野原になった東京には、貧しさで満足な医療を受けられない多くの人々が亡くなっていました。その光景を目の当たりにし、自分が幼い頃過ごした貧しい農村の人々の姿に重ね合わせました。皇漢医を祖父に持つ自分がやるべきことは何か

を考えるようになり、祖父から伝わる秘伝の薬をさらに研究し、安価で高い効果が得られ、貧しい人たちにも利用してもらえる薬を開発することを決心しました。

秘伝の書があったとはいえ開発には数年を要し、その間の生活は困窮を極めました。苦勞の末に完成し発売をしたのですが、大正時代の当時でも科学万能の風潮があり、生薬を使った薬より西洋から

伝わる薬の方が効果があると思われていたのです。そのため発売当初はさっぱり売れませんでした。

そこで貧しい人の為、病気に苦しむ人の為に作ったことを思い返し、全国無料施薬行脚を行う事にしました。

霜鳥は全国各地で寺院などを借り、無料施薬を行いました。初日に受けた人の評判を聞き、二日目、三日目には二倍、三倍とさらに多くの方が来られました。歩けない方は家族に背負われ、また牛車に乗せられたりして無料施薬所に来られました。こうして五年の歳月をかけ、10万人以上の方に無料施薬を行ったのです。

無料施薬を終え東京池袋の糾勵根本舗に戻ると信じられないほどの注文が届いておりました。また、糾勵根の効果や霜鳥の考えに共感した方々が糾勵根普及員として全国各地で広めていただくようにもなりました。霜鳥は五年の全国無料施薬行脚の後も全国の普及員のいる地へまわり、自ら無料施薬を行ない、直接お客さまと接することを続けました。

### ● 非広告主義

糾勵根は発売80年を経過した現在でも広告をせず、多くの方にご利用いただいております。



ます。これは糾励根開発者である霜鳥信明が「実際の効き目こそ最大の広告である。」また、「広告費を使用するのであれば、その分無料施薬の経費にしたい。」「貧しい人にも使っていただくため、少しでも安価にしたい。」などの考えがあったためです。

### ●糾励根の名称の由来

糾励根の名称の由来はお客様によくご質問をいただきます。「糾励」という植物の「根」と思う方もいらっしゃいます。

これは開発者の霜鳥が名づけたのですが、薬の名称というよりは、薬を使用される方への思い、念願、倫理観などを込めたものであり、様々な意味を含めているようです。

病気に対する考え方もその中の一つです。人は一人では生きていけず、特に病気は一人の努力では治りません。病気を治すという目的と家族の協力があって治るのです。「糾」は「合わす」という意味があり、家族の思いを合わせ、「励」ましあうことで、病の「根」源を取り去ってもらいたいという思いも糾励根に含まれています。

### ●現在の糾励根

糾励根は生薬など十種の原料の粉末を混合

し、使用時に水で練り、布に塗布し患部に貼付いたします。数十分すると温かく感じ、鎮痛、消炎効果が現れます。湿布薬ですので、神経痛、リウマチ、肩凝り、腰痛などにご利用いただけますが、感冒、肋膜炎、腹膜炎、痔疾、歯痛、扁桃腺炎、乳腺炎などにも効果があります。

お客さまからは「水で練る必要もないようにもっと簡単に使用できるように改良して欲しい。」とのご意見もいただくのですが、糾励根の効果を発揮するには現在のところこの方法しかなく、薬の配合も80年以上変わることなく製造しています。

昔は練った薬を布に塗布し体に貼付していましたが、現在は貼付用の「糾励根シート」も販売しています。貼付しやすいように周囲に粘着剤が付いており、水で練った薬を糾励根シートに塗り、体に貼付します。

### ●姉妹品

糾励根はその姉妹品として飲み薬「霜鳥胃腸薬」(医薬品)、入浴剤「智光」(医薬部外品)と、いずれも生薬を主成分とした製品を販売しております。

糾励根の開発者、霜鳥信明の倫理観、自然観、健康の概念を基に今後も製品開発を続けてまいります。

## 糾励根



### ●効能・効果

神経痛、ロイマチス、肩凝り、腰痛、うちみ、くぢき、肺炎、感冒、肋膜炎、腹膜炎、痔疾、歯痛、扁桃腺炎、乳腺炎

### ●希望小売価格(税込)

|      |             |
|------|-------------|
| 300g | .....3,150円 |
| 150g | .....1,575円 |



# 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17年度決算・平成18年度予算編成を中心に、全家協事務局機能の代行業務、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。

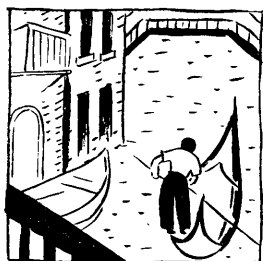
3月14日には平成17年度の決算見通し、平成18年度の予算および組合員への賦課金の見通しについて事務局から報告を受け検討が行われました。

また、4月13日には、平成17年度事業報告および収支決算、平成18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ない、5月11日の理事会の審議を経て、5月23日の神田明神会館における第59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。

すでに配付済の第59回通常総会資料などによりご承知のとおり、本年も組合財務については、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㈱タ

コフーズ(2階)および有限会社中田写真事務所(3階)が入居され、組合財政に寄与しています。4階については入居者の募集を続け



ていますが、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りましたら、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  
(株式会社トクホン 常務取締役)

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、関係団体とも連携し、懸案事項の検討を行っております。

一般用医薬品の原薬の承認申請書記載事項の整備(製造場所・製造工程・製造方法に関する記載および軽微変更届事項の扱い)に関しては、本年2月、全家協として関係団体と連名で要望書を審査管理課に提出いたしました。この要望も踏まえ、4月27日に審査管理課より通知および事務連絡が発出されましたが、要望と一致しない部分もあり、また運用上確認を要する部分もあることから、具体的に事項を整理検討し、関係団体とも連携し対応を検討することとしております。

また、一般用医薬品の販売制度の見直しを柱とする薬事法の一部改正が6月に成立しました。今後、政令・省令・通知等において細部が示されてくることとなりますが、関係団体と連携して当局への意見・要望等を取りまとめ対応していく必要があるものと考えております。

制度改正への意見・要望等対応を求められる時期を迎え、また当局への意見・要望は全家協ベースとなることも踏まえ、今まで以上に、全家協薬事委員会の活動に積極的に協力していくこととしております。

## 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

4月20日にGMP査察を受けられた会社から、査察状況の報告を行っていただき、情報交換をしました。参加した多数の方からこのような機会を設けてもらいたいのご意見をいただきましたので、近い内にまた開催したいと考えております。

もう一つの情報交換会の場として毎年行っているGMP研修会ですが、今年も秋に行いたいと思っています。見学場所はまだ未定です。希望があれば事務局までご連絡ください。

### 2. 最近の動向

#### (1) 第26回医薬品GQP・GMP研究会について

##### ・開催日および開催場所

10月31日 東京 九段会館

11月 2日 大阪 メルパルクホール

11月 7日 富山 タワー111スカイホール

##### ・予定演題

「最近の監視指導について」

厚生労働省

「GMP適合性調査等に関する指導について」

医薬品医療機器総合機構

「GQP・GMPに関する指導について」

地方庁

「医薬品添加剤の実態と品質保証」

信越化学工業、旭化成

「医薬品原料としての生薬管理」

ウチダ和漢薬

「製造販売業者と製造業者の取決め」

エスエス製薬

「GMP事例集の改訂について」

日薬連GMP委員会

##### ・課題

「GQP・GMPにおける品質保証業務の効率的な運用について」

#### (2) GQP・GMP解説書について

GQP・GMP解説書を各団体で8月までに検討し、事例集とタイムラグを設けないようにし

て出版する。基本的なまとめ方は1999年版で、Q7Aや「医薬品GMPガイドライン」(厚生労働科学研究)の内容を解説の中に盛り込むこととしている。

#### (3) GMP事例集の改定案について

3月28日の当局改定案ver.3については大幅な修正がなされていたため、4月19日に要望を提出した。翌20日に前指導官から回答があったが、意図が十分伝わっていない箇所もあり、発出時期に拘り拙速な結論を出すよりも当局との意見の調整の必要性を考え趣旨説明を行っている。よって、7月発出はなさそうである。

### 3. その他

総括製造販売責任者連絡会のもとに、東西に分けた分科会の形で品質保証責任者検討会が設置されました。

東は第一製薬をリーダーとし、「外国製造業認定」、「GMP適合性調査」について、西は武田薬品工業をリーダーとし「記載整備」、「マスターファイル」について、6月末までにまとめることになり、現在検討しております。

私もこの検討会に出席しており、各社が機構や都道府県の行政と食い違いで困っている生の声を聞く機会を得ています。各社で何かお困りのことがありましたら、事務局に申し出てください。

## 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)

日本という風土や市場は、果たして「企業の進化」に向いているのでしょうか。

この進化のモデルは、MBAの資格などを持ったスタッフによる欧米型の経営であります。合理的であることから来る効率の良さ、指標や評価軸の明確さ、プロセスの見える透明性、仮説と検証を組み合わせた柔軟性…等々、欧米型経営モデルには優れたところが多いと思います。特に、欧米型経営手法に徹しようとする大手先進企業が、埃を巻き上げるような慌しさで、合併・吸収や提携を進め業界の勢力

関係を再編しています。

また、一方で、まるでマンモスか恐竜の絶滅のように昨日までの大型企業が、舞台から退場することも多くなってきました。大変な動乱期・文明の交代に立ち合わされている気が致します。

このような、社会情勢の変化に呼応して、OTC業界を取り巻く環境も予測を超える程の凄まじい変化が起こり、「小売業界・卸売業界・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、医薬品販売規制緩和による一般用医薬品の部外品への移行および、サプリメントの台頭により一般用医薬品の市場規模は縮小時代に入っております。(17年度OTC市場の前期比：99.7%)

また、医薬品販売制度改定による販売方法の問題、情報提供の義務化等、問題が山積しております。

このような状況下で、全家協流通委員会は6月22日に開催し、直近の流通問題と医薬品販売制度に係わる薬事法改正の概要について意見交換を行い、また会員相互の理解を深めました。また、全家協流通委員会の委員長交替があり、宮田孝雄氏(ロート製薬株式会社)が委員長を務めることになりました。

## 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は、7月13日に箱根湯本「河鹿荘」で組合理事会に引き続き午後6時から役員ほか組合員出席のもと開催されました。

第64回を迎える家庭薬軟式野球大会は、21チームの参加をえて、10月29日(日)から毎日曜日に開催することになりました。なお、諸般の事情から神宮外苑軟式野球場のグラウンド確保が難しく、東京薬業健康組合グラウンドを確保し、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3月、4月、6月に第20次第4～6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おります。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・検討などを行っております。

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社が加入しております。また、人事・労務関連のテーマを扱うというと、重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1～2名のメンバーの入れ替えがあるものの、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月は春季労使交渉中ということもあり「昇給交渉に関する情報交換」を中心議題として開催しております。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、定年退職者雇用延長制度や退職金制度の見直し等の今話題となっている人事諸施策についての情報交換が行われました。

以上、今回は「春季労使交渉」を主題とした委員会でしたが、年々会議内容が以前の賃金や人事制度といった内容だけでなく社員を取り巻く様々なテーマ(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、最新の高度な知識を習得することはもちろんのこと、他社事例も含めた幅広い



情報を得て、具体策を立案し実行して、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ていきたいと考えております。

また、定例の会議だけでなく、労務委員会事務局のメールアドレスを利用し、委員会メンバー同士による労務問題についての情報交換をしております。

次回の定例会議は7月に開催し、「昇給交渉総括」「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.「東家協／全家協HP」と「JSM-DBC」とのリンクについて

情報公開とIT化の時代の中で、各社の社内はもとより業界団体や大手ドラッグストアなど様々なところでデータベースが構築されるようになりました。流通関係者や消費者の利便性の向上、そして商品の認知機会の拡大を思えば、情報提供の場は多い方が良いでしょう。しかしながら、情報提供の実務に携わる立場から申しますと、あちこちにデータベース(DB)を構築すれば、立ち上げに要する労力とコストもさることながら、立ち上げた後で情報の変更や各DBの整合性を維持するために、多大な労力とコストを要することは明らかですし、扱う品目数が多いほど、そして記載事項の変更があるほど、これらの管理に係るリスクの増大は看過できない問題になることが懸念されます。

このたびの取り組みは、各メーカーが行う情報の登録とメンテナンスをJSM-DB(旧称OTC-DB)に集中させよう、という考え方にもとづいています。具体的には、セルフメディケーション・データベースセンター(JSM-DBC)の強力なお力添えをいただき、会員各社がJSM-DBCの「おくすり検索」に登録した品目を東家協／全家協HPの「おくすり紹介」ページへ自動的に反映できるようなシステムについて作業

を進め6月に稼働させることができました。

これによって、各社がJSM-DBCへ自社の品目を登録して、その内容のメンテナンスに注力すれば、東家協／全家協HPの当該ページについてはメンテナンスしないで済みますので、会員各社にメンテナンスのご負担をかけずに組合HPを充実させつつ、各社の品目をあまねくご案内することができると期待しています。

### 2. JSM-DBCへのデータ登録の

#### お願いについて

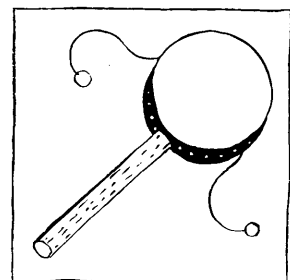
医薬品の適正販売に向けて、このほど国会で可決成立した販売制度に関する薬事法改正においては、情報提供の義務化も検討課題で、総合機構はHPで一般用医薬品添付文書情報の掲載を検討しています。もはや医薬品メーカーがDBに添付文書情報を提供することは「世の流れ」ではありますが、医療用医薬品だけでなく、OTCの添付文書情報も総合機構でDB化することになり、メーカーの立場としては対応に苦慮することが心配されました。

しかしながら、日薬連との検討会ではJAPIC(財団法人 日本医薬情報センター)のみならず、JSM-DBに登録されたデータの利用も検討されています。このねらいは、メーカーがDBの登録とメンテナンスの作業負担を重複させないようにすることであり、JSM-DBへの登録とメンテナンスに注力すれば、JAPICに添付文書を提供しなくても総合機構のDBに対応できることが期待されます。

しかも、JSM-DBは単なる添付文書情報だけでなく、製品写真や各品目の特徴やコンセプトなど、メーカー側の訴求点を登録できる自由度があるうえ、消費者や流通関係者などの方々から積極的にご利用いただけるような利便性の高いシステムです。

また、様々な組織や団体からご利用いただくような連携も進めています。

つきましては、まだJSM-DBCに登録し



ていない会員様におかれましては、是非とも登録をご検討下さいますよう、改めてお願い申し上げます。添付文書情報であればJSM-DBCに入会しなくても登録できますし、前項1でご案内したように、今後はJSM-DBへ登録すれば、東家協／全家協HPの製品紹介にも載るようになります。なお、登録作業の実務が困難でも、その都度、JSM-DBCが有償で作業を受託します。また、JSM-DBによる登録作業の説明会の開催も可能です。詳しくは組合事務局へお問い合わせくださいませ。

### 3. ITに関するアンケート調査

本号のトピックス「IT(情報技術)環境・利用状況に関するアンケート調査の結果について」をご参照くださいませ。アンケートへのご協力まことにありがとうございました。

## 消費者対応委員会

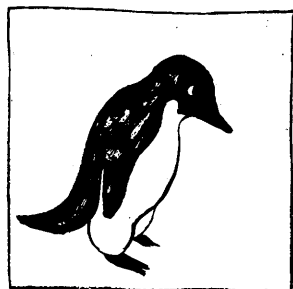
委員長 堀口 登志夫

(養命酒製造株式会社 薬事業務部お客様相談室長)

この半年間におきましては、定例会を2回開催し、平成18年度の活動方針と活動内容を決定すると共に、今年度活動方針の重要テーマとして掲げました「お客様相談業務に関するアンケート」の調査要項検討、クレーム事例研究および情報交換、大阪家庭薬協会との相互交流等を実施致しました。

今年度の当委員会活動は、基本的には、前年度の活動方針を継続してまいります。これに加え、前述のアンケート調査実施、メンバーのスキルアップを目指した外部講師を招聘した委員会の開催、大阪家庭薬協会との東西合同委員会開催などを

実施し、引き続き、組合加盟各社全体のスキルアップを図るべく、積極的に様々な活動に取り組んでいくこ



とと致します。

なお、お客様相談業務に関するアンケート調査の実施については、平成12年度以来、4年ぶりとなります。今回は、前回の調査内容をベースに、新たな質問事項として、①GVP施行後の相談室業務に関する事項、有害事象対応における各社の実態、②個人情報保護法施行後のお客様相談業務からみた個人情報の取扱い上の注意事項、各社の個人情報取扱いの実態、③お客様相談業務に携わる担当者のメンタルヘルスケア、④今後の薬事法改正・販売制度を睨み、お客様相談室へ寄せられる消費者および販売店等からの表示クレーム等の実態などを把握することを追加し、7月以降に組合加盟各社様へ対してアンケート調査を実施する予定でございます。

また、東西合同委員会については、開催内容は未定であります。様々な教訓事例の多い大阪家庭薬協会との情報交換は、消費者対応の実務やメンバーのスキルアップにおいて非常に有益なため、より良い交流会となればと考えております。

当委員会と致しましては、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様々な活動を推進していくと共に、より一層活動内容を充実させていきたいと考えております。

どうぞ、加盟各社様の皆様方におかれましては、当委員会活動に対して、今後とも、より一層のお力添えと、ご指導・ご助言を賜りますよう、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. EDI化について

EDI化については、プラネット社、NRC(日本レコードセンター株式会社)と2社での実験的試行について具体的計画の検討を進めており

実施ステージに移行の見込みとなりました。引き続き、実験的試行の進捗も踏まえ、実施上の技術的問題や共同化のメリット等に関して結果をとりまとめる予定です。

## 2. ハローキティ家庭薬キャンペーンについて

株式会社サンリオ企画のハローキティ家庭薬キャンペーンに、家庭薬メーカー（東家協および大家協から16社）および小売店（ツルハ、スギ薬局、ドラッグイレブンの約1,000店舗）が参加して、平成18年1月から3月にかけて、順次プロモーションが実施されました。

新聞報道に取り上げられるなど話題性もあり家庭薬の認知度アップに効果はあったものと思われませんが、実施時期の遅れ・実施店舗率のバラツキなど今後生かしていくべき反省点もありました（本誌14頁の『ハローキティ家庭薬キャンペーン』を参照）。

## 3. 海外情報の収集

17年度に東京都産業労働局商工部経営支援課で公募した「東京都海外調査事業」に応募したところ、「中国の家庭薬に関する調査」が採択され、18年3月末には都庁より当組合に対し調査報告書の提供があり、組合員の方々にお知らせいたしました（本誌10～11頁の『海外レポート「中国の家庭薬に関する調査」について』を参照）。

なお、本年8月17日より21日まで開催される「香港貿易発展局」主催の展示会に大阪家庭薬協会、(社)東京生薬協会と協力して共同出展を計画中です。

## 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)

当部会の主な活動業務は広告統計資料の作成ですが、今日まで36年間の長きに亘り、委員の皆様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させていただいております。今年も3月末に統計資料が完成し、4月の上旬に皆様方に配布を行

ったところでございます。ぜひご覧いただき、皆様のお役に立ていただければ幸甚でございます。また、17年6月から組合HP（ホームページ）の組合員専用情報掲示板を利用して、広告関連情報として、

## 1. 2004年日本の広告費の概要

- (1) 2004年日本の総広告費
- (2) 2004年媒体別広告費
- (3) 2004年日本の広告費
- (4) 2005年広告費の見通し

## 2. 地上デジタル放送

- (1) 東阪名放送カバレッジの現状
- (2) 地上D対応受信機[全国出荷台数]
- (3) 地上デジタルテレビジョン放送開局ロードマップ

等の資料を提供してきましたが、18年2月に掲載内容について再検討を行いました。結論といたしまして、昨年の資料に対しての継続性の確保と前年との比較がしやすいようにと考えて、新しい資料と入れ替える事に致しました。そして平成18年3月3日に、組合HPの広告関連情報の差し替え作業が終了致しました。どうぞ、この統計資料も併せてご活用いただきたくお願い申し上げます。

## 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)

広報誌部会では「かていやく」の特集で毎度、頭を悩まされておりますが、今回は「薬局が伝える歴史と情報」というテーマで、異なったタイプの薬局の経営者の方に家庭薬に対する考えを語っていただきました。私共は家庭薬という言葉から、昔から親しまれているお薬、歴史や伝統というのを感じますが、最近の若い方々にはご存じない方も多いのではないのでしょうか。今後、消費者に対して家庭薬への理解を深めていただくために、どのような方策で情報を伝えていくべきか、改めて考えさせられた記事となりました。

# 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64回家庭薬軟式野球大会の打ち合わせを行いました。本年は21チームが参加し、試合日程は10月29日から11月19日までの日曜日を予定しています。なお、グラウンドについては、明治神宮外苑グラウンドの確保が困難であり、東京薬業健康保険組合総合運動場グラウンドにおいて行うこととしています。

## ●5月23日

神田明神会館において、当組合の第59回通常総会を開催しました。平成17年度の事業報告、決算および平成18年度の事業計画、収支予算その他の議題が承認、可決されました。また、任期満了に伴う役員の改選が行われました(別掲4頁役員紹介参照)。引き続き行われた臨時理事会で、理事長には堀正典氏が、副理事長には風間八左衛門氏、牧田潔明氏がそれぞれ選出され、今後2年間の組合運営の執行に当たることになりました。

## ●5月26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41回定期総会を開催しました。任期満了に伴う役員の改選が行われ、会長には牧田潔明氏が再任されました。また、副会長には森 輝彦氏に代り新たに柴田仁氏が選出されました。

## ●7月13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。

## 東京都家庭薬工業協同組合 専務理事退任に際して

有本 亨



去る5月23日に開催された通常総会をもって、5年8ヵ月務めさせていただいた専務理事の職を退任致しました。この間、家庭薬業界にも少なからぬ影響のあった、BSE問題、薬事法改正、個人情報保護法の施行等への対応の一方、IT利用による情報伝達の迅速化、関係情報の共有化、全家協業務の代行等事務局業務を大過なく務められたのも、理事長はじめ組合員各位のご協力、ご鞭撻の賜と感謝しております。今後は稲荷新専務理事に対し、私同様ご支援下さるようお願いし、退任のご挨拶に代えさせていただきます。

## 東京都家庭薬工業協同組合 専務理事

稲荷 恭三



この度、専務理事の職を勤めさせて頂くことになりました。

前任の有本亨氏の知識・経験には及びませんが、組合発展のために最善を尽くしてまいりたいと思いますので、ご指導ご鞭撻のほど宜しくお願い申し上げます。幾星霜の時代を乗り越えてきた、また大衆薬の原点とも言える家庭薬が、これからの時代に更に発展するとともに組合員各位の共栄を願ってやみません。

かていやく

通巻79号  
2006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/

## 編集後記

●日本語は難しい。本号でも、家庭薬を含む言葉として、家庭薬、OTC、常備薬、家庭医薬品、などが使われている。明確な定義はともかく、それぞれの言葉から想像される薬のイメージも異なるものだろう。家庭薬という言葉の響きも家庭薬の薬効のひとつなのかもしれない。言葉は大切にしたいものである。

(株式会社ツムラ・本多)

