



東京都家庭薬工業協同組合会報

かていやく

平成19年7月 通巻81号



ノリウツギ (糊空木)

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81号 2007年7月25日

60周年を迎えて	堀 正典	3
特集 昭和レトロで街づくり —青梅商店街の取り組み—		4
2006上海国際現代中医薬展覧会レポート		8
第7回 JAPANドラッグストアショー		9
家庭薬ロングセラー物語／サロンパスA		10
委員会だより 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		12
事務局だより 編集後記		20
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	

表紙写真解説：ノリウツギ（糊空木）

この木は樹皮に含まれる粘液が和紙を作るときの糊として用いられることから名付けられた。花や根を去痰に用い、中国では抗マリア薬として用いたという。（東京都薬用植物園で撮影）

60周年を迎えて

東京都家庭薬工業協同組合
理事長 堀 正 典



私ども東京都家庭薬工業協同組合は、中小企業等協同組合法による法人として昭和22年5月に発足してから60年を迎えることとなりました。これまで、家庭薬という一つのブランドを確立し、歴史と伝統を堅実に守りながら、組合を今日まで運営できましたのは、行政当局、業界関係諸団体、歴代理事長をはじめ組合員各社の強固な結束と連携により築きあげられたものと確信しており、心から感謝申し上げる次第でございます。

この60年という長い歳月の中で、わが国の政治・経済・社会環境も変容し、それとともに我々の家庭薬をとりまく事業環境も極めて大きな変化を遂げてきました。戦後、日本は統制下の経済から混乱期を抜け、復興へと時代が急速に進み、昭和30年代には家庭薬業界も宣伝が活発化するなどで、社会的な認知も非常に高まってきました。こうして、家庭薬を含めた一般薬が全医薬品生産高の50%のシェアを占めるに至り、その当時、業界にとっては明るい展望が開けてきたかにみえました。しかしながら、それもつかの間、昭和36年には国民皆保険制度の創設によって、それまで趨勢を誇っていた地位が次第に圧迫され、現在のシェアは10%を割り込むほどになってしまいました。

ただ、私どもの家庭薬が「国民の健康の保持・向上」という役割をこれまで忠実に果たし、社会貢献を果たしてきたことは紛れもない事実であります。シェアが低下している状況でも、何とか家庭薬の巻き返しを図るべく、組合としてもさまざまな視点から検討・審議を重ねてきました。今や、日本は世界有数の長寿国に

なりましたが、そのような時代だからこそ、家庭薬がその真価を存分に発揮し、より豊かで健やかな国民生活のために大いに貢献できる可能性は大きいものと考えます。

近年も、少子高齢社会の到来による医療保険制度改革、流通問題のほか、昨年成立した薬事法改正への対応など、組合として取り組まなければならない課題は山積しております。これらに対しても、真摯な姿勢で対応し、家庭薬の業界にとって追い風が吹くよう努力を続けていかなければなりません。特に、薬事法については、わが業界にとっては大きな影響が不可避な状況にあります。円滑な対応が図られるよう注視していかなければなりません。これまで以上に家庭薬におけるセルフメディケーション推進の役割に対する国民の関心が高まる契機になると思われます。ですから、今回の薬事法改正への対応は、たいへんではありますが、これをわが業界発展のための絶好の機会ととらえて、消費者のニーズに即した家庭薬の提供を行えるような体制を組合としても整備していきたいと考えております。

今後も、厳しい事業環境が続くものと思われませんが、この状況を何とか克服し、生活者の視点に立ち、いつの時代にも愛される家庭薬の振興を目指して、行政当局の皆様のご指導とともに組合員各位ならびに業界関係者のお力添えとご協力をいただきながら、組合運営を進めてまいりたいと存じます。これまでより倍旧のご支援を賜りますよう心からお願いし、60周年を迎えてのご挨拶とさせていただきます。

昭和レトロで街づくり

—青梅商店街の取り組み—

昭和30年代が人気になっている。

青梅商店街は歴史を刻んだ古い街並みを逆手に取り、昭和レトロをテーマに街づくりを進め、注目を集めている。

古さを強みに変えた商店街の取り組みを紹介する。

JR 青梅駅のプラットフォームに降りると、時間の流れが逆戻りした感覚にとらわれる。時代を感じさせる古びた待合室や立ち食いそば屋が、昭和レトロのノスタルジックな雰囲気を演出しているのだ。地下道には鉄道員の高倉健などの映画看板が並べられ、改札を抜けると昭和を代表するキャラクターであるバカボンのパパが観光客を出迎える。



▲ノスタルジックな雰囲気を持つ青梅駅



▲地下道にある映画看板

青梅駅から商店街を歩いていくと、所々に昭和の映画看板が見受けられる。その看板は、商店街が築いてきた長い歴史と相まって、昭和という郷愁へ誘い込むのだ。5分ほど歩くと、商店街のシンボリック的存在である昭和レトロ商品博物館にたどり着く。一歩足を踏み入れると、



▲バカボンのパパが改札の前でお出迎え



▲商店街の所々にある映画看板



▲昭和30年代を演出した
昭和レトロ商品博物館



▲横川秀利館長

昭和30年代をコンセプトに、懐かしい商品が所狭しと並べられている。そのなかには薬のコーナーも設けられ、家庭薬など、100種類程度のパッケージが並べられている。

古き時代の良さを現代に融合

青梅の商店街を「昭和レトロ」をテーマに活性化させようという計画は、商店街衰退の危機感から生まれた。青梅周辺では、近年大型ショッピングセンターが続々とオープンし、地域の客が大型店へと流れていった。その流れをくい止めるためには、商店街自体に特徴を持たせなければならない。まずは第一歩として、平成3年に青梅宿アートフェスティバルを立ち上げた。

昭和レトロ商品博物館の館長である横川秀利氏は、「商店街を少しでも活性化させていくためには、従来の“物”を売るだけでなく、新たに“観光”を商品化させなければと考えました。そこで青梅商店街の強みはなにかと考え



▲懐かしい薬のパッケージが並べられている



▲昭和レトロ商品博物館にある薬のコーナー

たとき、昭和の佇まいが街にも人にも残っていることだと思ったのです。商店主の多くが、大正の終わりから昭和の初めに開業し、昭和と共に青春を過ごし、店を切り盛りしてきました。どの店主も昭和に対してはこだわりと自負を持っています。けれども、昭和を観光として古いままに表現しても、注目してはもらえません。そこで、古いものを現代に調和させたイベントができないかと試みたのが、青梅宿アートフェスティバルです」と語る。

平成3年に始まった青梅宿アートフェスティバルは、毎年回を重ね、昨年で第16回を数えている。テーマは「振りむけば青梅宿」「夕焼け小焼け青梅宿」「昭和モダン青梅宿」などさま

さまざま。それと平行して取り組んだのが、商店街を昭和レトロで演出する「青梅まるごと博物館」計画である。

館」計画である。

平成6年には、映画看板絵師として久保板観が参加し、商店街に昭和の映画看板が登場する。その後、若手アーティストも街づくりに参加し、雪女の部屋、ネコ公園、お化け電話、時計塔、招き猫神社などの個性的なアートが商店街を彩ることになる。

また、観光の目玉商品である昭和レトロ商品博物館、青梅赤塚不二夫会館、昭和幻燈館が行政からの支援を受けて開設し、平成17年には、JR東日本の協力で「レトロステーション青梅駅」がオープンする。

平成3年に開催した青梅宿アートフェスティバルから16年の時を経て、商店街を“観光”として商品化する計画は着実に形作られてきたといえる。

昭和を個店レベルで表現

“観光”としては一定の成功を収めたものの、商店街の活性化へと結びついたかどうかは、「まだまだ道半ば」だと横川氏という。商店街は生活や暮らしの場そのものであり、地域の住民の需要に応えた品揃えをしなければ成り立たない。だが、青梅を訪れた観光客は、昭和の商品を商店街のなかに求めていく。横川氏は、「今までは、3つの博物館を中心として観光客を呼び、そこからシャワー効果のように各店にお客が回っていった良いのではと考えていました。けれども、商店主と観光客とでは、品揃えのイメージにギャップがあり、観光がなかなか売上に結びついていきません。そこで、各店が自ら昭和の色調を発信し、他人任せではなく自主的に参画できる仕組みはないかと模索しました。幸いにして、『東京都観光まちづくり』に指定されたこともあり、統一看板事業を立ち上げることになりました。今までは、映画看板を街づくりに活用してきましたが、この事業は各店の店頭で昭和の商品など、昭和をイメージできる看板を設置する試みです。薬局でしたら、家庭薬の看板など最適でしょう。また、看板だけでなく、品揃えも昭和をテーマに売れる商品を発掘していきたいと考えています。現在、商



▲バスの待合室も個性的



▲青梅赤塚不二夫会館



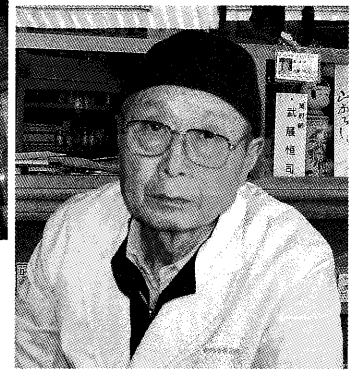
▲昭和幻燈館



◀昔ながらの風情を残す
花生堂薬局



◀花生堂薬局にある
家庭薬の数々



▲花生堂薬局店主の武藤恒司さん

商店街の強さを最大限に発揮

店街には薬局が5店舗あります。看板づくりや品揃えの企画など、ぜひ家庭薬のメーカーさんに協力していただきたいと考えています」と語る。

5店舗の薬局のうちの一つに花生堂薬局がある。昔ながらの風情を残し、家庭薬の取扱いも多い。店主の武藤恒司さんは、昭和レトロを生かした商店街の取り組みと家庭薬の現状についてこう語る。

「アートフェスティバルなどのイベントを行うと、商店街は人でごったがえします。けれども、フェスティバルに来て、薬を買って帰る人はほとんどいないのが現状です。青梅でしか買えない薬のようなオリジナルのものを作らなければ、売上にはなかなか結びつかないでしょう。また、現代のお客様は、薬に関して非常にシビアな眼を持っています。一番重要なのはきちんと効くこと。信頼のある家庭薬でさえ、効かない薬はどんなに宣伝しても売れない時代なのだと思います」

横川氏は、自らの店を大型ショッピングセンターに出店していることもあり、大型店と商店街の強さと弱さを感じ取っている。これからの商店街は大型店ができないことをやっていき、生き残っていくしかないという。

「大型店は利益の追求を一番に考えるので、大量仕入れできない商品や説明に手間がかかる商品は、扱いたくても扱えないのが現状だと思います。逆に商店街は、価格競争では勝ち目がないので、大型店が取り扱えないような商品をきちんと説明して売ることを強みにしていくしかないでしょう。そのようなときに、メーカーの方が商品情報などの面で、きめ細かくサポートしていただくとありがたいです。また、大型店に癒しなどの精神的な要素を求めて来店する方はほとんどいないでしょう。商店街には人の心をほっとさせるような役割も持っているのだと思います。これからは、歴史自体が武器になる時代です。私たちの商店街と家庭薬メーカーさんの伝統という利点を生かして、くすりの歴史展のような企画ができれば最高ですね」

2006

上海国際現代中医薬 展覧会レポート

情報協業化委員会 委員長
藤井 隆太

平成18年12月8日～10日上海国際展覧中心(上海市婁山関路88号)で開催された2006上海国際現代中医薬展覧会に、16社が出展しました。個別参加企業は救心製薬(株)、大幸薬品(株)、玉川衛材(株)、(株)龍角散の4社であり、またブース内の全家協スペースへの展示参加会社は12社と合計16社が参加しました。

目的は、中医薬について諸外国との交流を図り、中医薬事業の産学連携の促進や現代化、国際化の推進を図ることとなっており、参加者は、行政関係者、学術関係者、業界関係者、一般市民と幅広く、また中国国内各省からの参加者も多く盛会でありました。

団体としては、上海での展示会参加は初めてでしたが、上海は経済・金融の中心であり、交通の要であるとともに中医薬業界発達地域であり、既に中国に進出している会員会社、これから進出を検討している会員会社共々、日本の家庭薬ブランドの確立に意義があったものと考えます。

なお、本展示会については、東京都の出展先選択型展示会支援事業に応募し採択されたものであり、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。

2006 上海国際 現代中医薬展覧会 出展社一覧(16社・50音順)

浅田飴、宇津救命丸、太田胃散、
奥田製薬、河合製薬、救心製薬、
キンカン、三宝製薬、大幸薬品、
玉川衛材、ツムラ、桶屋製薬、
山崎帝国堂、龍角散、わかもと
製薬、ワダカルシウム製薬

第7回 JAPANドラッグストアショー これからも安心と信頼の家庭薬

第7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、2007年3月2日から4日の3日間、幕張メッセ日本コンベンションセンターにて開催されました。今年のテーマは「始めてますか？セルフメディケーション」——ドラッグストアできれいと元気をソリューション——でした。全家協としては13社が共同出展し、家庭薬をより多くの方々に、より知って頂くべく各社がそれぞれ工夫をこらし、大盛況のうちに終了いたしました。

第7回 JAPANドラッグストアショー 共同出展社一覧 (13社・50音順)

.....
浅田 飴、アラクス、イチジク製薬、
奥田製薬、カイゲン、救心製薬、
キンカン、三宝製薬、大幸薬品、
ツムラ、長野県製薬、わかもと製薬、
和光堂





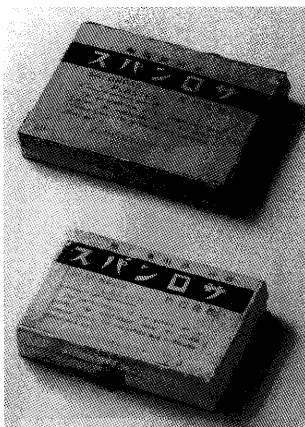
サロンパス[®]



久光製薬株式会社

●サロンパスの誕生

昭和9年(1934年)。巷には今をときめく流行歌手、東海林太郎が唄う「♪泣くなあーよしよし寝ねしな…」と始まる「赤城の子守唄」が流れている。また、新聞紙上では、ドイツでヒトラーが国民の圧倒的支持のもと総統に就任したと報じている。戦時色がじわりじわりと近づく気配が漂いはじめたこの年、所は九州、肥前鳥栖の地から、一つの商品が生まれた。「サロンパス」の誕生である。



▲昭和9年誕生時のサロンパス

横文字は敵国語とヒステリックになるのはこ

れより約10年後のことであるが、この当時でも余り好まれてはいないのは当然。本来はフランス語で社交場の意味を持つ「サロン」ではあるが、日本ではどうも遊興的場所を意味することが否めない時代。くだんの「サロン」に「パス」を結合させた商品名に、カーキ色を国防色と定め、戦意高揚を推進するその筋の者が眉をしかめたのも無理からぬことであろう。本当は、主成分のサリチル酸メチルと剤型を表すプラスターを結合させて発想された至極真面目なネーミングであったが、時代背景を考えると四半世紀先を見据えた名前ではあった。第二次大戦後、この「サロンパス」、爆発的人気を博し、周知の名前となったことがこれを証している。

●久光製薬

かくの如き、当時としてはモダンな名前を持つ「サロンパス」を発売した久光製薬、意外にもその歴史は古い。今を遡ること160年、江戸時代の弘化4年(1847年)創業の老舗中の老舗である。詳細な説明は割愛するが、現久光製薬九州本社がある一帯には、江戸時代中期既にくすり産業が栄えていた。その内の一社が久光製薬の前身である。

●「サロンパス」の開発と挑戦

サロンパスが発売されるまでの外用貼付剤の花形は鉛丹とゴマ油を主成分とする「万金膏」であり、当然、当時の久光製薬においても主力商品であった。万金膏の膏体は黒色。この黒い膏体が皮膚に残ったり、肌着に付着するという欠点を持っていたが、致し方ないと諦められていたのも、これに代わるくすりが必要ならば当然のことであろう。この欠点を解消し、これからの時代に通用する外用貼付剤として白色の貼付剤の開発に挑戦したが、その道は航路難、航路難の連続であった。万金膏とは大きく違う、ゴムを基剤として用いる全く未知の技術分野である。他からの技術導入を図ったりしたが、最後は独自の技術開発の必要に迫られ、処方、製造方法の開発が秘密裏に不眠不休で行われ、昭和9年、苦勞の末その開発に成功したのである。

サロンパスに関する宣伝告知にも稀有の方法が採られた。実物宣伝、略して「実宣」。商



▲昭和11年・宣伝風景

品見本をとにもかくにも配りまくる戦術である。後に社長となる中富正義が銭湯に出向いて風呂上りの者に貼ってまわったと言うのは有名な話。尚、この「実宣」はその後、久光製薬の企業理念の一つとなる。更に、戦後の民間放送の開始に伴い、今にいうサロンパスのコマーシャルを開始する。当時としては珍しいコマーシャルソングも作られる。「♪サロンパス、サロンパス、ぐんぐん染み込むサロンパス、はってすっきりサロンパス…肩が凝りますサロンパス、腰の痛みにサロンパス、お風呂すんだらサロンパス、夜はすやすやサロンパス」。作用機序、効能、用法等が網



▲サロンパスのCMソング

透効果と改め、今日は「八の字貼り」との効果的な貼り方を訴求している。

●「好事多魔」

昭和9年以降、サロンパスは大きな社会的信用を備えた「ブランド」としての地位を着々と築き上げていった。好事魔多し。昭和55年（1980年）、久光製薬まさかの赤字決算。ここに至って、ブランドを築くことは非常に困難で長い道程ではあるが、これにあぐらをかき、過剰な自信をもつことはいとも易いことを身にしみて知らされることになる。そして、サロンパスに長い歴史と伝統があろうとも、今があるのは、これを支えてくださっているお客様のお陰であるということに気付かされるのである。

新しく就任した社長の中富博隆はこの久光製薬の危急存亡に当たり、これを救う唯一の策として「お客様第一主義」という企業哲学を声高らかに言明したのである。

●サロンパスの誇りと支え

これを契機として久光製薬では営業面、技術面での革新が続けられたが、その基軸は当然『お客様第一主義』であった。海外にも大きな展開が図られ、現地生産、現地法人の設立、そして多くの国への輸出と、世界における外用貼付剤として大きく発展を遂げていくのである。

その後の研究開発の成果により、久光製薬でも第二世代の貼付剤と称される外用貼付剤が開発され、会社の一翼を担うまでに成長したが、久光製薬の誇りと心の支えは昭和9年に世に出た「サロンパス」であることは言うまでもない。

サロンパスA^e



●効能・効果

肩こり、腰痛、筋肉痛、筋肉疲労、打撲、捻挫、関節痛、骨折痛、しもやけ

●成分・分量（膏体100g中）

サリチル酸メチル	6.29g
ℓ-メントール	5.71g
ビタミン E 酢酸エステル	2.00g
dl-カンフル	1.24g

●用法・用量

1日数回患部に貼付してください。

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19日には平成18年度の予算執行状況の確認並びに平成19年度の組合員への賦課金など予算編成の基本的事項について事務局から説明を受け検討を行いました。また、平成18年度事業報告案および平成19年度事業計画案について事務局より資料配布があり概要説明がありました。

4月12日には、平成18年度事業報告および収支決算、平成19年度の事業計画および収支予算等通常総会に諮る事項について検討を行い、5月10日の理事会の審議を経て、5月22日の薬業健保会館における第60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検討を行いました。

なお、中小企業等協同組合法の改正により、19年度からは、決算関係書類については監事

の監査を受けた上で理事会の承認を受けること、また通常総会の開催案内には決算関係書類を添付することとなりました。

組合財務につきましては、既に配付済の第60回通常総会資料などによりご承知のとおり、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。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)が入居中であり、未入居であった4階については平成19年1月より高嶋哲夫税理士事務所が入居しました。

以上のとおり、総務委員会は決算・予算編成を中心に、全家協事務局機能の代行業務、家庭薬ビルの管理運営について適切に対応してきました。なお、中小企業等協同組合法の改正があり、今後、定款の整備についても検討を進めていく予定です。

薬事委員会

委員長 田岡 照朗
(株式会社 龍角散 開発技術本部 安全管理室室長)

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、関係団体と連携し、懸案事項の検討を行っています。当面は平成21年施行の販売制度の改正問題に傾注していきます。

昨年12月からの動きとして、平成18年12月11日にリスク分類(案)が公表され、パブリックコメントを経て19年3月30日に告示されました。組合各社におかれましても、自社品のリ



スク分類がはっきりしたと思います。

一方、厚生労働省では2月20日から登録販売者試験実施ガイドライン作成検討会を発足し、試験の出題範囲、試験の実施方法、受験資格等について検討が進められ、6月に最終報告がまとめられました。これにより登録販売者試験の枠組みが定まり、ガイドラインの制定等所要の整備が図られることとなります。

また、昨年11月にはOTC 5団体で「改正薬事法の円滑な施行に関する要望書」を厚生労働省に提出しましたが、引き続き一般用医薬品の外箱への区分表示、新表示品の改正法施行前出荷等に関して検討・協議を行い、3月には表示関係を中心としたアンケートも行いました。さらに、「一般用医薬品の外箱への区分表示、現行表示品から新表示品への円滑な切り替えについての要望」をとりまとめ、7月厚生労働省に提出しました。この概略はリスク表示としてA、B、Cを使用すること、返品をできるだけ減らすために施行1年前に出荷を可能にしたいというものです。今後はこれらを基に厚生労働省と意見交換を行う予定です。

販売制度を支援するシステムとして、独立行政法人医薬品医療機器総合機構ホームページへの一般用医薬品添付文書情報掲載が4月より始まりました。メンテナンスは各社対応となっていますので十分ご注意ください。

その他、18年度厚生労働科学研究「一般用医薬品の添付文書等の改善に関する研究」（古澤 康秀 明治薬科大学教授）が3月にまとまりました。当該研究報告書は組合員専用情報掲示板に掲載していますのでご参照ください。

なお、東西の薬事委員会委員が参加して全国家庭薬協議会の薬事委員会を1月、3月、5月に開催し、販売制度改正の最近の動き等について報告および意見交換と協議を行っていま



▲全国家庭薬協議会薬事委員会（5月11日、三重県伊賀市）

す。5月は三重県伊賀市にて開催し、同日工場見学（旭化成ケミカルズ株式会社）も行いました。

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

第18回GMP研修見学会を10～11月頃に実施するため、現在見学場所の検討を行っています。最近の薬事情など活発な意見交換ができる場として利用していただきたく、多数の方の参加を希望します。

また、製造業および製造販売業の査察を受けられた会員の方から差し支えない程度の報告会を開催したいとも思っています。ご協力をお願いいたします。

2. 最近の動向

日薬連品質委員会の19年度事業計画として「コンピューターシステムの適正管理とバリデーション」および「GQP・GMP解説書」の作成が主な柱となっています。

(1) 第27回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6日 大阪 メルパルクホール

11月13日 富山 タワー111 スカイホール

・講演予定

1. 厚生労働省(最近の監視指導行政について)
 2. 独立行政法人医薬品医療機器総合機構
 3. 地方庁
 4. ICH 関連事項: Q8/Q9/Q10の概要
 5. 原薬工(原薬製造業者から見た新薬事法対応の問題点と今後の課題)
 6. コンピュータシステムバリデーションと適正管理
 7. GQP・GMP 解説の概要
- (2) 漢方製剤・生薬製剤の製造管理及び品質管理に関する自主基準について

平成19年3月29日、日漢協発第128号で発出された自主基準は、厚生労働省も確認済みで、地方庁にも連絡されているようです。自主基準ではありますが、各社内容を確認し対応しておくことがよいと思います。

(3) GQP・GMP 解説書について

GMP 解説書を改訂し、GQP 解説書および薬局等構造設備規則解説書を新規作成し、2007年末に完成するよう作業を進めています。

GQP 省令で16条、GMP 省令で32条、薬局等構造設備規則 第一節の4条分 第二節1条分 全53条を作成しており、現在検討中あるいは暫定終了しているものは30/50です。目標は2007年末ですが若干遅れそうです。



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)

「美」と「健康」に対するニーズの高まりを受け、更なる市場拡大が期待される一方、業種・業態を越えた競争が激しくなっています。

また、業界再編の動きは、資本・業務提携や合併会社設立に止まらず、有力企業間の合併や買収にまで合従連衡の様相を呈しています。加えて、医薬品販売制度に係わる薬事法改正の重要課題もいろいろと議論されていますが、新たな問題が企業経営を左右する可能性もあります。

このような状況下で、全家協・流通委員会を6月11日開催して情報・意見交換を行い、会員相互の理解を深めました。なお、全家協流通委員会の委員長・副委員長の交替があり、宮田 孝雄氏が委員長を退任され、赤阪 完一が委員長を、中山 隆司氏(株式会社カイゲン)が副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12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65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、東京薬業健康組合グラウンドにて10月21日から毎日曜日に開催する予定です。なお、9月3日には野球委員会を、10月1日には組み合わせ決定等のためキャプテン会議を開催する予定です。

また、東京都家庭薬工業協同組合ゴルフ会(TKGC)については、本年も1月、4月、6月

に例会が行われています。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、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社が加入しています。

また、人事・労務関連のテーマを扱うという、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名のメンバーの入替えはあるものの、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、2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、この時期は、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、偽装請負問題や派遣、パートなどの労務管理について意見交換が行われました。

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（改正男女雇用機会均等法の対応やハラスメント対策、メンタルヘルス対策など）について各社の抱えている問題を取上げ、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行きたいと考えています。

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います。

7月の定例会議は、「昇給交渉総括」「賞与交渉に関する情報交換」を中心に行いました。

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の「おくすり紹介」ページの充実について

生活者の視点で独自に分類した「おくすり紹介」ページは、既にJSM-DBへのリンクを実現しており、JSM-DBに登録された品目が家庭薬HPに反映され、その添付文書情報を家庭薬HPからもご覧いただけるようになりました。今後は、薬事法の改正を踏まえたリスク分類の表



示を検討していきます。

2. 「おとくライン」導入による通信コストの圧縮について

ソフトバンクテレコム社の通信サービスを業界のインフラとして検討しています。例えば「おとくライン」。加入者同士の通話料金は全国一律の定額料金となり、月々の通信コストが割安となります。さらに個別企業だけでなく、流通関係者などの取引先も加入者になり、「おとくライン」を業界標準のインフラにすれば、各社の通信コストを大幅に圧縮することが期待できます。通話品質や信頼性はIP電話よりも良好で、初期投資が不要、基本料金はむしろ安く、導入の際の手間がほとんどかからないこともメリットです。通信費の削減効果は各社の現状によって異なりますが、今までの2～3割は削減でき、通話先が「おとくライン」加入者であれば、その削減率はもっと上がるという試算結果もあります。

またお客様相談用のフリーダイヤルの通話料も、ソフトバンク社のフリーコールへ切り替えれば、今まで使用してきた番号を変更することなく、大幅に通話料を圧縮できます。またソフトバンクモバイル社の携帯電話同士なら、月額定額料金を支払うと、日中に全国どこへ掛けても

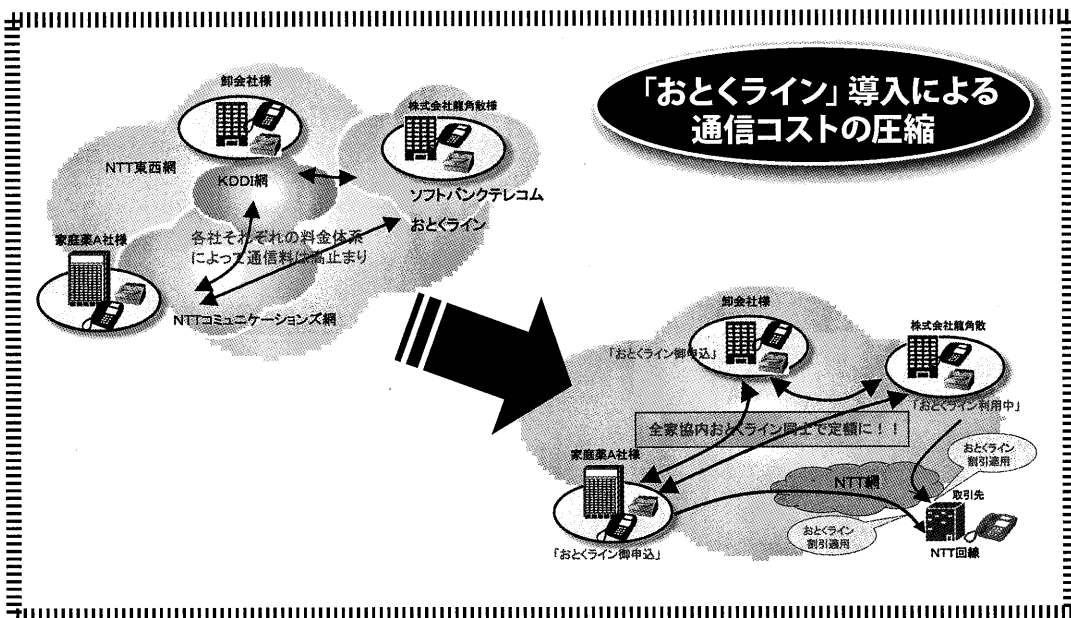
料金を気にせずに通話ができるので、業務用の携帯電話をソフトバンクモバイル社に統一することも考えられます。

なお、家庭業メーカーおよび卸の約40社では「おとくライン」の導入にご興味をいただき、既に一部では利用が開始されています。未だご検討いただいていない会員各位におかれましては、ぜひご検討をお勧めいたします。詳しくは、東家協事務局にお問い合わせください。

3. 「お取り寄せ相談薬局（仮称）」について

情報協業化委員会において標記のアイデアを温めています。これは、生活者の「どこで売っているの？」というお問い合わせに対して、あらかじめ登録された一般店の中から、例えばお客様の最寄りのお店をご案内して「いつ以降にご来店いただければ購入できます」、と手配できれば、生活者の利便性が高まる、というものです。

メーカーは取扱店の検索に多くの経営資源を割かなくても販売機会のロスをなくす事が期待できます。また、特定の地域に根づいた家庭業を全国各地へ手配できれば、たとえ転居でご当地を離れた生活者であっても転居先で使い慣れた家庭業を購入できるようになります。そして、一般店には店頭在庫のリスクを負わせる



ことなく、ほぼ確実に消化する商品を仕入れる事ができます。生活者の来店機会を提供できますし、リピートが期待できるかも知れません。

一方、医薬品の通信販売に対する規制は、販売制度の法改正によりリスク分類に応じてメリハリがつけられました。しかし、例えば家庭薬 HP 上で上記のお取り寄せだけを承り、あくまで店頭での対面販売でご購入いただく方法であれば、通信販売には当たらず、むしろ適正販売と利便性、流通上の合理性を両立するのではないのでしょうか？ そうであれば、例えば家庭薬 HP の「おくすり紹介」ページで手配を承るような将来像を検討したいと考えています。

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 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、臨時委員会を1回開催し、平成19年度における活動方針、会員各社のクレーム事例研究及び消費者対応業務全般における情報交換等を実施しました。

今年度の活動方針や活動内容は、4月に開催致しました臨時委員会にて決定しました。

基本的には、前年度の活動方針と活動内容を継続していくこととしました。これまでと同様、①定例委員会の開催（臨時委員会及び東西合同委員会を含む）②消費者対応担当者のスキルアップ③消費者対応担当者研修会の実施④大阪家庭薬協会消費者対応委員会との情報交換及び相互交流⑤クレーム事例集の追補版作成を掲げました。

②の消費者対応担当者のスキルアップについては、定例委員会時に、時宜に合った外部講師等を招聘した情報交換会を開催、対応能力や資質の更なる向上を図っていきたいと考えています。なお、本年度中には、登録販売者資格等の具体的内容が明らかとなり、来る平成21年度には一般用医薬品新販売制度が実施さ



れることになっています。

消費者対応に携わる担当者にとっては、販売制度自体が大きく変化する環境下、本制度に関する情報収集が不可欠な状態にあります。薬事法等の勉強会を含め、他の一般用医薬品業界団体との関係強化を図り、小売業界の動向に注視し、相談業務からみた対応課題、加盟各社への情報発信等に精力的に取り組んでいきたいと考えています。

また、⑤のクレーム事例集追補版の発行については、大家協と合同で行うことにしていますが、今後事例の集積状況をみながら、単年度ではなく数年単位にての発行としたいと考えています。

新規のテーマとしては、平成18年度に実施した「お客様相談業務アンケート」結果の学会発表（本年10月開催日本薬剤師会学術大会を予定）、大衆薬協、直販協、日漢協等の関連業界団体との意見・情報交換を介した関係強化を推進していきたいと考えています。

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推進し、より一層充実した活動内容にしていきたいと考えています。

どうぞ、加盟各社様におかれましては、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)

当委員会では「活力ある専門メーカーの戦略的連携」を目指して経営を取り巻く諸問題を全方位で検討しています。最近の活動を要約すると次の通りです。

1. EDI化について

プラネット社、NRC（日本レコードセンター株式会社）と2社での実験的試行が1年間の予定で、平成18年10月に開始されており、受注データ取り込み・仕切り書データ送信などについては技術的問題を克服して順調に運用中です。次の段階である販売データの取り込みについては主にコスト面について検討中です。

2. 海外展示会関係について

家庭薬メーカーが海外に進出しようとする場合、まず問題となるのが相手国の承認基準への自社製品の適合性だと思われますが、現地代理店などを通して情報不足や誤解などから、スムーズに進む例は少ないようです。当委員会では団体のメリットを活かし展示会への共同出展や相手国行政との直接交渉によって効率的な情報収集を図り各社の海外展開を支援したいと考えます。既に進出済の企業にとってもセカンドオピニオンとしての情報収集や、現地の業界に対しても団体としての総合力を示すことは効果的なのではないのでしょうか。

(1) 上海国際現代中医薬展覧会

上海で平成18年12月8日～10日に開催された上海国際現代中医薬展覧会に16社が参加しました。なお、本件は東京都の海外展示会支援事業に応募し承認されたものです。

(展示会の様子は記事別掲8ページ)。

(2) 国際現代化中医薬及健康産品展覧会 (ICMCM)

香港で平成19年8月16日～20日に開催予定であり、昨年に続き本年も参加の予定で準備を進めています。今回は香港衛生署とも会合

を持つべく香港貿易發展局経由で交渉中です。

3. 流通支援関係

(1) ハローキティ家庭薬キャンペーンについて

前回は(株)サンリオによる小売企業との交渉方法や現場への連絡不徹底などの要因により実際の店頭展開率が60%程度と不調に終わりました。次回は前回の反省を踏まえ、流通委員会の強力な支援を頂きながらより確実な展開を目指して検討中です。

(2) 「お取り寄せ相談薬局（仮称）」について

店頭での回転率を重視する大規模小売企業の店頭では愛用者の意思とは関係なく定番がカットされ、メーカーへの問い合わせが増加している例が散見されます。一方通信販売業界ではいわゆる「ロングテール現象」が起きており、消費の多様化は明らかです。

当委員会では医薬品のリスク分類化に伴う通信販売への逆風を想定し、既存の流通インフラを活用した新たな形の販売方法を検討中で、既に一部の卸企業や一般小売店グループとの情報交換を開始しました。当初はクレーム対応の受け皿としてスタートし、段階的に網羅性を高めたシステムに発展させ、いずれは「あなたの欲しい専門薬ココにあります!」というコンセプトで一般消費者にアピールできればと考えています。尚、本件はJSM-DBの活用が不可欠であることからIT委員会とも協力して推進しています。

4. その他

(1) 第7回JAPANDラッグストアショー

平成19年3月2日～4日幕張メッセで開催され、全国家庭薬協議会共同出展には13社が



参加しました。なお、今回、個別出展会社であって全国家庭薬協議会ゾーン近場配置を希望する会社とは連携して申請を行い希望に沿った配置が実現できました。

(展示会の様子は記事別掲9ページ)。

(2) 香港・中国における漢方薬販路拡大セミナー

大阪家庭薬協会と香港貿易発展局共催で平成19年6月28日大阪薬業クラブ2階ホールにて「香港・中国における漢方薬販路拡大セミナー」が開催され、組合員企業にもご案内をしました。

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)

当部会の事業も順調に進行し、4月上旬に2007年版の広告統計資料を会員の皆様方および業界関係様、そして厚生労働省様、都庁様等へ送付させていただきました。お蔭様で、当資料を見た方から大変参考にさせていただいていますとの声があり、当部会としては大いに喜んでいる次第です。

現在、当部会は6社からの委員で構成され各社が分担しながら資料収集を行い、毎年1回検討、編集、印刷を行っています。どうか、当資料をご一読いただければ幸甚です。何かご希望、ご意見等がおありの場合当部会までお知らせください。よろしくお願い申し上げます。

また、組合HPの組合員専用連絡掲示板も、平成19年3月12日をもって

1. 2006年地上デジタル放送受信機器の国内出荷実績12月の概況
2. 2006年地上デジタル放送受信機器の月別出荷台数

等について新しい資料も入手しましたので差替えしました。

これからも当部会は内容の一層の充実を目指して活動していく覚悟です。皆様方の暖かいご支援を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 水谷 睦
(救心製薬株式会社 広告部長代理)

「かていやく」81号の編集会議を4月24日と7月5日に開催し、企画・校正を行いました。巻頭では当組合が創立60周年を迎えるにあたり、今までの歩みとこれからの展望について理事長よりご挨拶をいただきました。60年という長い歳月の間に家庭薬を取巻く環境は大きく変貌していますが、いつの時代にも消費者に愛される家庭薬を目指して活動を続けていかなければと改めて肝に銘じました。

今回の特集は、テレビなどでも度々取り上げられている昭和レトロをテーマに街づくりを行う青梅商店街の取り組みを紹介しました。平成3年に始まった青梅宿アートフェスティバルをかわきりに、平成6年には昭和の映画看板が登場し、平成17年にはJR東日本の協力でレトロステーション青梅駅がオープンするなど古さを生かした街づくりが行われています。昔から親しまれてきた家庭薬の振興のヒントが隠されているかもしれません。

また、会員会社の活動の一環として、2006上海国際現代中医薬展覧会と第7回JAPANドラッグストアショーへの出展の様子も紹介しました。

委員会だよりやロングセラー物語などについては、ご多忙の中、関係の皆様にご執筆を頂いた原稿で出来上がっています。改めて皆様に感謝申し上げる次第です。



事務局だより

●1月26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65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21日から11月11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、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22日

薬業健保会館において、当組合の第60回通常総



会を開催しました。平成18年度の事業報告、決算および平成19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、理事の補欠選挙が行われ、退任された塩澤 崇浩氏の後任として養命酒製造株式会社

の塩澤 太郎氏が、玉川 博之氏の後任として玉川衛材株式会社の玉川 幸彦氏が理事に選出されました。この度、理事を退任されました塩澤 崇浩氏、玉川 博之氏には永年にわたり当組合の理事としてご尽力を賜り、ここに改めて深謝いたします。

●5月25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42回定期総会を開催しました。

●7月12日

組合の7月定例理事会及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。

■家庭薬ビル新テナント入居

未入居であった4階に平成19年1月より高嶋 哲夫税理士事務所が新テナントとして入居しました。

■お知らせ

組合事務局職員永原 恵子氏が平成19年1月20日付で退職し、後任として清水 美枝子氏が4月1日に採用されました。

編集後記

特集記事を読んでいたらこんな「昭和」を思い出しました。それは私が小学生の頃、「石油があと35～45年でなくなる」という話を本で読み、子供ながらに数十年後の世界は大変だろうなと思ったことです。この計算でいくと、長くてあと10数年以内には世界中から石油がなくなるはずですが、今現在、世間の関心が高いかと言えそうですがありません（以前よりは高いと思

いますが）。燃料電池やソーラーパネルなどの進歩により燃料としての石油代替品の見通しはある程度ついた感もありますが、製品原料の代替品は果たしてどうでしょうか？ 子供の頃の心配がより現実的なものとなって最近感じられます。ちなみに小学生の時に読んだその本には石油がなくなった後のことは書かれていませんでした。（株式会社 トクホン 前田）

かていやく

通巻81号 2007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

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/>

