



東京都家庭薬工業協同組合会報

かていやく

令和元年11月 通巻97号



冠雪間もない初冬の富士

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97号 2019年11月30日

第72回通常総会の開催～役員補充～	3
特集 鼎談・家庭薬3団体トップが語る将来展望	4
特集 家庭薬キャラクター大集合！ 家庭薬啓発活動を効果的に促進	9
家庭薬ロングセラー物語／パワーライフ	12
委員会だより 総務、薬事制度・薬事、薬事制度・品質、流通、 労務、消費者対応、情報広報	14
工場見学 宇津救命丸株式会社	20
家庭薬グラフィティー	22
事務局だより 編集後記	24
表紙題字／第4代理事長 表紙写真／相談役・理事、救心製薬(株) 代表取締役会長	津村重舎 堀 正典

第 72 回通常総会の開催 ～役員の補充～

5月23日（木）15時30分から千代田区・神田明神会館「竹の間」において第72回通常総会が開催され、組合員33人のうち27人（委任状による出席8人）が出席しました。塩澤理事長が満場一致で議長に推薦され、下記議案について慎重に審議しました。

- 第4号議案 令和元年度新規組合加入者の出資金及び加入手数料決定の件
- 第5号議案 令和元年度役員報酬決定の件
- 第6号議案 年度途中における予算の一部変更承認の件
- 第7号議案 役員の補充選挙の件

- 第1号議案 平成30年度事業報告書及び決算関係書類承認の件
- 第2号議案 令和元年度事業計画書、収支予算及び賦課金・会費並びに徴収方法各案決定の件
- 第3号議案 令和元年度における借入金最高限度額決定の件

第1号議案から第6号議案は4月11日（木）総務委員会及び5月9日（木）理事会において審議された議案であり、提案どおり承認されました。また、第7号議案は組合活動の一層の充実を図るためのもので新たに原澤理事が補充選任されました。

総会後の懇親会には、風間、牧田両相談役も出席され、和やかに開催されました。

東京都家庭薬工業協同組合役員名簿（敬称略、役職は就任時）

相談役	太田 昭	株式会社太田胃散／取締役名誉会長
同	風間 八左衛門	東京都家庭薬工業協同組合／元理事長
同	牧田 潔明	東京都家庭薬工業協同組合／元副理事長
同	堀 正典	救心製薬株式会社／代表取締役社長
相談役・理事	太田 美明	株式会社太田胃散／代表取締役社長
理事長	塩澤 太朗	養命酒製造株式会社／代表取締役社長
副理事長	山 崎 充	株式会社金冠堂／代表取締役社長
同	藤井 隆太	株式会社龍角散／代表取締役社長
理事	堀内 邦彦	株式会社浅田飴／代表取締役社長
同	齋藤 慎也	イチジク製薬株式会社／代表取締役社長
同	宇津 善博	宇津救命丸株式会社／代表取締役社長
同	堀 厚	救心製薬株式会社／取締役副社長
同	渡邊 康一	三宝製薬株式会社／代表取締役社長
同	大泉 高明	株式会社大和生物研究所／代表取締役社長
同	玉川 幸彦	玉川衛材株式会社／取締役会長
同	加藤 照和	株式会社ツムラ／代表取締役社長
同	宮川 修作	株式会社東京甲子社／代表取締役社長
同	原澤 正純	原沢製薬工業株式会社／代表取締役社長
同	竹内 彪衛	株式会社山崎帝國堂／会長
同	柴 賢悟	株式会社老舗恵命堂／代表取締役社長
同	神谷 信行	わかもと製薬株式会社／代表取締役会長
専務理事	内田 康策	東京都家庭薬工業協同組合
監事	鉦田 英二	救心製薬株式会社／常務取締役
同	中島 研一郎	啓芳堂製薬株式会社／代表取締役社長

家庭薬 3 団体トップが語る将来展望

日本家庭薬協会
太田美明氏

東京都家庭薬工業協同組合
塩澤太郎氏

大阪家庭薬協会
坂上隆彦氏

権威ある団体として一般社団法人化目指す

健康寿命延伸が叫ばれる中、家庭薬には未病や養生といった病気になる手前のアプローチが期待されており、まさにセルフメディケーションを啓発する上で重要な役割が期待されている。

また、2020 年には東京オリンピック・パラリンピックが開催され、海外でも人気の高い家庭薬が、今後、外国人に対してどのように正しい使用方法を啓発していくのか、その取り組みにも注目が集まっている。

さらに、高騰する医療費に目を向けると、軽度な症状に対して利用することで、一定の軽減効果も期待される。さらに、在宅医療の現場においても夜間や休日の無用な往診を減らすことができる存在として評価する声もあり、医療現場へのアプローチを図ることで、家庭薬は、多剤併用や残薬問題だけでなく、医師や患者の負担軽減にも役立てるだろう。

さまざまな期待に応えられる家庭薬だが、去年は業界の主要 3 団体（日本家庭薬協会、東京都家庭薬工業協同組合、大阪家庭薬協会）のトップが同時交代した珍しい年。そこで、日本家庭薬協会の太田美明会長、東京都家庭薬工業協同組合の塩澤太郎理事長、大阪家庭薬協会の坂上隆彦会長にご参集いただき、家庭薬業界の現状認識と将来展望など、忌憚のない意見を頂戴した。



家庭薬 3 団体トップが初めて集い今後の展望を語った
(写真中央＝日本家庭薬協会・太田美明会長、左＝大阪家庭薬協会・坂上隆彦会長、右＝東京都家庭薬工業協同組合・塩澤太郎理事長)

太田

多様化に対応できる製品開発が必要

——日本家庭薬協会、東京都家庭薬工業協同組合、大阪家庭薬協会のトップが代わられて 1 年が経過しました。皆さまにとって、この 1 年はどんな 1 年だったのでしょうか。

太田：日本家庭薬協会（以下、日家協）は日本全国を網羅している家庭薬団体です。今日まで家庭薬の購入が続いている一番の原点は、安全安心で間違いのない製品を届けているということ。国内はもちろん、東南アジアを中心とした海外の方々にも評価されています。

その原点は、やはりコンプライアンスの遵守だと思います。日本の家庭薬は間違いのない、安全で安心なものという信頼は、国内だけでなく、海外からもいただいています。将来、多様化がさらに進んだ時代になっても、対応できるような商品供給、製品開発につながる努力をしていくということが今後大事です。

3～4 年前から訪日外国人が増え、今は年間約 3,000 万人といわれています。2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けては、4,000 万人くらいが政府の目標になっており、将来的には 6,000 万人

くらいに焦点を当てています。そうすると、日本の人口の半分くらいに相当しますので、市場としては無視できません。

われわれも、国内と海外の両方に焦点を当てた家庭薬をお届けするよう、努力と工夫をしていかなければいけないと思います。

セルフメディケーション税制（以下、セルメ税制）については、認知率は高まっているものの、申告が少ない状況にあります。これは、何か魅力が足りないのではないかと思います。

そういった問題を、今後も厚生労働省を通じて国に働きかけ、幅広い税制として、社会保障費の削減・低減につながるよう業界も一翼を担わなければいけないと考えます。

また、理事会総会で、満場一致で決議されましたが、日家協は、今後も生活者のために信頼の重みを増すためにも、法人格を持つ一般社団法人化を目指します。信頼できる団体に衣替えをし、いろいろな意味で生活者の頼りになるよう、そして、さまざまな問題点についても、所轄官庁の厚生労働省をはじめ、国に対して現在より威厳のある発言ができると思います。

——坂上会長はいかがでしょうか。

坂上：私が1年前に、この会長職を受ける際に、業界の先輩方にも相談した経緯があります。現在、大阪家庭薬協会（以下、大家協）加盟会社は52社。その本社の所在地は13都府県にわたっています。大阪がもちろん一番多いわけですが、近畿2府4県のみならず、中部、四国、九州に本社がある会社も多く入っています。

もう一つ大家協の特徴は、比較的事業規模の小さな会社が多いということです。その意味では、先ほど太田会長がおっしゃったように、薬事やマーケティング、海外需要の対応など、なかなか自社で完結しきれていないという部分を十二分に理解しなければいけません。

そういう意味では、中小の会社が「大家協に入っていて良かった」と思うような活動をしていかなければなりません。例えばGMP問題では、大家協として昨年、自己点検システムというものを作りました。会員会社の中で、「GMP関連のチェックをしたい」「自分の会社の目だけでは心配だ」ということで、薬事委員会のメンバーが「外部の目」として立ち上げました。

この件については、今年は2年目として、GMPのeラーニングシステムを構築します。プログラムを作って、薬事委員会から各社に配布します。これは、製薬企業に勤めている以上、薬事に関わる関わらないを問わず、全社員が最低限知っていなければ駄目だというような内容にし、会員会社に貢献していく予定です。

これには、先ほどもお話ししました、各社の事業規模という大阪の特殊事情があります。中には、従業員数が一ケタのところや、家族経営になっている会社もあり、そういった企業の支援というのも大事になると思います。

塩澤

軽微な疾病や予防に言及できる家庭薬

——塩澤理事長はいかがでしょうか。

塩澤：ベーシックな理念を含めて、家庭薬としての考え方は太田会長もおっしゃっていた通りです。東京都家庭薬工業協同組合（以下、東家協）だけを見ると、賦課金の問題が長く課題としてありました。会員会社の事業規模や企業におけるOTC医薬品の割合などがあり、現状に皆さんが満足していないことも承知しています。

しかし、この問題の根底には、OTC医薬品業界の地盤沈下が跳ね返ってきているように感じてなりません。以前の規定通りに杓子定規に進めると、賦課金合計では維持できないという問題もあります。ですから、

会員企業数社には、かなり無理をお願いして賦課金を上げてもらっています。

また、その逆に、下げているところもあります。これを一律にすると、脱退を避けられないという企業もあると思います。ベーシックではありますが、極めて大きな問題です。OTC医薬品業界を見渡した時、市場回復の兆しとして、セルメ税制は業界として念願でした。とりわけ家庭薬としては、ものすごく大きなことだと思っています。

安心・安全、それこそが軽微な疾病並びに予防に言及できます。これからの時代、セルフメディケーションには、予防という意味が含まれますから、そういったところを家庭薬の一員として取り組んでいきたいと考えています。

坂上：これは、大家協としても同じです。家庭薬企業の総意でしょう。

——セルメ税制については、家庭薬として一枚岩となっているわけですね。

塩澤：セルメ税制でいうと、東家協においては対象商品を販売している会社は2社程度ですが、家庭薬は最も活躍している分野だと思っています。われわれとしては、対象商品の拡大は訴えていきたいと思っています。

坂上：大家協では、5社ほどです。われわれ家庭薬メーカーの現場のウオッチは、全OTC医薬品への対象拡大は必須です。この10月には、消費税増税もあり、いろいろ議論の中、セルメ税制がOTC医薬品の普及の突破口を開いたのは間違いありません。ここから対象商品を広げることは、業界の総意として他団体とも協力していきたい。

話はずれるかも知れませんが、医療費が42兆円といわれる中、医薬品は8兆円です。その中で、OTC医薬品は医療用と比べると10分の1。1兆円もない、7,000億～8,000億円という数字です。

私は大阪薬業の年金基金や健康保険の役員もやっていますが、例えば、大阪薬業の健康保険組合の財務体質を見てみますと、半分は高齢者補助です。実際、1人あたり55万～60万円の健康保険料を会社と個人を含めて払っています。そのうち、自分たちで使うのは半分。残り半分はというと、高齢者補助金、後期高齢者負担金です。

結局、国全体の社会保障システムに使われているのですから、ある意味貢献はしているのです。民間事業団体での健康保険組合の財政という観点からみても、やはり健康寿命の促進、未病領域でOTC医薬品、われわれの役目というのは大きいと思います。

もう一つ、話題となっている2,000万円の問題ですが、ある政治家のセミナーでは、「健康的に生きる。未病領域で食い止めることが一つの解決策だ」という



日本家庭薬協会会長
太田 美明氏
(太田胃散 代表取締役社長)

おおた・よしあき ●

1949年生まれ、70歳。1972年慶應義塾大学法学部卒業。同年長瀬産業入社。77年イワキ、同年龍生堂本店を経て、78年太田胃散入社。85年常務取締役、94年代表取締役副社長、2002年代表取締役社長（現職）。日本一般用医薬品連合会副会長、公益社団法人全国防犯協会連合会会長も務める。

内容の話がありました。やはり、われわれ家庭薬やOTC医薬品は、周りから見ても社会保障の問題解決に活躍できると実感しました。

坂上

外国人の自国購入を叶えるよう積極的に対応

——OTC医薬品をもっと身近に感じてもらうためにどのような活動をされていますか。

坂上：大阪では、薬の神様・少彦名神社、神農さん（神農祭）がイベントの中心になります。今まで神農さんでは、お見えになった先着400人に、販促品や健康食品などをセットにして差し上げていました。医薬品は設備など手続き上の問題から含めていませんでした。しかし、福德の森のOTC医薬品普及啓発イベントでは、それをちゃんとクリアして臨時の配布所を設け、東京都知事も呼んでやられました。

正直、素晴らしいと思いましたし、あの実行力には敬意を表したいと思います。と同時に、大阪もこれに負けていられないとも思いましたね。大阪でも、福德の森のように皆さんにサンプルをお配りできるよう、徹底的に調べ上げて、会員企業とも協力して検討していこうと思います。

塩澤：東京での普及啓発イベントは、最初の新宿から数えるともう10数年になります。第10回目を機に、福德の森神社（日本橋）に移りました。このイベントでは、医薬品はもちろん、健康食品や化粧品などをセットにしたサンプルバッグを配布しています。

われわれ家庭薬の商品は、サンプリングは有効な手段ですが、長く同じ場所で開催してきたことで多少慣れが生じてきていました。そういった意味でも、日本橋への移転は本当に良いタイミングだったと思います。各社の商品をしっかりと説明できる環境になったと実感しています。

また、薬という概念をどう考えるかというのは非常に難しい問題だと思います。特に、当社の「薬用養命酒」は第2類医薬品です。薬酒というカテゴリーを誰もがすっきりできる仕分けができないかと、日ごろか

ら考えています。

坂上：塩澤さんが提示した薬の概念というのは、当社の漢方生薬「樋屋奇応丸」も同じことが言えます。海外の話になりますが、例えば日本のビタミン製剤は、第3類医薬品ですが、アジアではビタミン剤は薬ではありません。

例えば「樋屋奇応丸」などは、欧米ではサプリメントです。US/FDAは、薬は化学合成したものであって、自然にあるものは、動物性でも植物性でも調合するとサプリメントになります。

グローバルベースでも、それぐらい違います。アジア各国の許認可についても、全部バラバラです。

国家のボーダーラインだけでも複雑なのに、ここに言葉の問題も出てきますから、ライセンスを取るというのは本当に大変なことです。

中華圏への進出は、中国語と英語の訳を用意して、それぞれの規定に合わせて全部申請をしなければなりません。一製品取るのに、早くて3年がかかります。せっかくインバウンドで買って帰ってもらったのですから、やはり地元でも提供できるようにするというのは、日本国民のみならず、アジア40億の人たちに対する、われわれができることではないかと思います。ぜひその辺のところは外交政策も関わるとは思いますけれども、積極的に働き掛けていきたいと思っています。

太田

グローバル化にはインバウンドが肝要

——言葉という面では、日家協は業界でもいち早く多言語に対応したと思います。

坂上：今はまだ各社ベースのものですが、協会のスタンダードをつくるというのは、これからの課題だと思います。成分の言い方や訳し方など、ある程度、統一を図ることは必要でしょう。これは今後、国際委員会や未来事業推進委員会などを中心に取り組んでほしいと思います。

太田：来年は、東京オリンピック・パラリンピックも開催されますし、グローバル化は、業界として当然視野に入れています。現在、海外のお客さまの中心は東南アジアの方です。その方たちが、小売店で薬を買う時に、正しい情報を認識して購入してもらえよう、中国語や韓国語の他にも、親しみのある言語で紹介できるよう取り組んでいます。

先ほどのビタミン剤の話もそうですが、胃腸薬なども例外ではありません。一例ですが、日本では、消化酵素は医師の許可なく、医薬品の成分としてOTC医薬品に使用できます。ところが米国では、消化酵素は処方薬のため、日本の処方のままの「太田胃散」は販売できません。そこで、米国では消化酵素を除いた「太

田胃散」で許認可を取り、販売しています。消化酵素が入っていませんから、食べ過ぎといった効能は削除されています。

こういった国と国の間での共通性がまだありません。各国の医薬品に関する法律をしっかりと把握し、合わせていかないと、医薬品としての許認可は下りません。こういった問題も、今後課題だと思っています。

最近、中国からは日本以上に厳しいデータを求められています。以前は、日本の薬はほとんど何の問題もなくパスできたのですが、現在は、われわれ OTC 医薬品といえども、臨床データを要求されることもあります。それに伴う金銭や労務などの負担を考えると、とても大きな問題です。

ところがインバウンドは、ありがたいことに、海外の方が日本に来て、日本の基準の中で薬を買っていただけるので、法律上の問題はありません。われわれ業界としましては、今後もインバウンドを拡大していくことが肝要であるのではないかと考えます。

もちろん、海外だけではなく、日本国内のお客さまにもしっかりと目を向け、内需拡大に努めることは業界を挙げて努力してまいります。この二つをしっかりと行っていけば、業界の繁栄にもつながり、日本の生活者、それから世界の人々の健康の一翼を担うことにもつながると思います。

いま日本では、「健康寿命をいかに伸ばすか」ということが政府の課題となっています。100 歳時代に 100 歳まで健康でいられることが、一番大事な課題ではないでしょうか。

坂上

医・看・薬の協業が家庭薬拡大のカギ

——国内で家庭薬を盛り上げるにはどうしたら良いとお考えですか。

坂上：個人的といいますか、一言で言いますと、医療関係者との協業、コラボレーションというのが一番の道ではないかと思っています。当社の「樋屋奇応丸」は、子どもの夜泣き、かんの虫に効きますが、夜泣きに悩んで病院に行っても、小児科の先生は「薬はありません」と言います。これも、言えることと言ってはいけないことが医師法で決まっているので、仕方がないことです。

医師であっても「薬局で売っている OTC 医薬品を使ってみたらどうですか」と言える環境があれば、悩んでいる人は助かると思います。薬局やドラッグストアが問題だというのであれば、病院でも OTC 医薬品を置けばいいと思います。

実際、台湾では「樋屋奇応丸」は病院に置いてもらっています。台湾の病院は、中医学科という漢方専門が



東京都家庭薬工業協同組合理事長
塩澤 太郎氏

(養命酒製造 代表取締役社長)

しおざわ・たろう●

1948 年生まれ、71 歳。大学卒業後、三菱信託銀行入社。2000 年に養命酒製造へ常務取締役総務・経理担当として入社、01 年常務取締役広報部長、同年 8 月事業開発部長兼任、02 年専務取締役事業開発・広報担当、03 年薬事業務担当兼任。04 年代表取締役社長就任。

あり、一般のドラッグストアで売っているものと同じ値段ですが販売しています。要するに「この薬で対処してください」というような制度があるのです。

そういう面では、10 月に大阪で「第 46 回日本脳神経看護研究学会」という看護師さんの学会があります。そういったところから「OTC 医薬品の PR に来ませんか」とお誘いを受けることも出てきましたので、今後、医・看・薬の連携をすることで新たな施策をつくりたいと思います。

日本の OTC 医薬品市場において、インバウンド需要は 10% を超えていると思います。トータルの量からすると 15% ぐらいはいっているのではないのでしょうか。

国内の OTC 医薬品の総売り上げは横ばいです。つまり、国内市場は右肩下がりになっているということです。そういう面では、国内市場に対する危機感をわれわれはもっと持たなくてははいけません。ついインバウンド需要が合計された数値をボトムラインでとらえがちですが、これは違うということに危機感を持って対応していかなければいけません。

医・看・薬のコラボレーションの道を探っていくのは、その対処の一環ということです。また規制に関してですが、例えば PIC/SGMP、要するに国際統一基準です。それから GQP、GDP、GVP とあるのに、なぜライセンスだけ国際基準を作ろうとしないのか疑問です。

製造や管理ばかりに偏っています。管理面のみならず、いわゆるマーケティング、コマーシャライズ面などを含めた統一化を是非ともお願いしたいと思います。

塩澤：業界ベースで言えば、坂上さんがおっしゃったように、療担規則（保険医療機関及び保険医療養担当規則）の見直しが望まれると思います。日家協の薬事委員会を中心に対応していますが、これはとても大きく、重要なことだと思っています。

現状、患者が「『薬用養命酒』を飲んででもいいですか」と聞くと、医師は「アルコールに弱くなければ別に飲んでもいいですよ」と言ってくれています。でもそれ



大阪家庭薬協会会長
坂上 隆彦氏
(榧屋製薬 代表取締役社長)

さかのうえ・たかひこ ●
1954年生まれ、64歳。1977年慶應義塾大学商学部卒、同年ダイキン工業入社、97年化学事業部、国際部長、2000年専任役員、ダイキンアメリカ社、代表取締役社長（ニューヨーク駐在）、04年ダイキンフッ素化学（中国）集団、副総裁（上海駐在）。11年榧屋製薬代表取締役社長（現職）。18年大阪家庭薬協会会長、大阪府薬事審議会委員などを兼任。

は、患者から聞かないといけない。そうではなく、症状を聞いた医師が、「それなら『薬用養命酒』でも飲んでみなさいよ」と言ってくれるというのはだいぶ違うのです。

これは言いはじめてもう5～6年になりますが、これは機会があるごとに言い続けなければならないと思います。

塩澤

療担規則の見直し実現に向け注力

——医師や看護師との連携という話も出ましたが、太田会長はいかがですか。

太田：確かに、「これぐらいだったらOTC医薬品を服用してください」と言ってくれる医師は、本当に良心的だと思います。実際に口にしていただける医師というのはなかなかいません。

われわれも、もともと医師との接点が多いわけではありませんので、未病や軽医療の手助けができるという点を、われわれ自らで告知していくしかありません。そのためには、宣伝や販売促進など、薬局・薬店、ドラッグストアを通じ、しっかりと打ち出していきます。店頭を通じ、一般の方との接触をより多く持てるよう努力しています。

われわれメーカーというのは、卸・小売企業との接触がほとんどで、一般生活者と直接接する機会ほとんどありません。現在、日本チェーンドラッグストア協会が主催する「JAPANドラッグストアショー」、東京・日本橋で行うOTC医薬品普及啓発イベントなどが、生活者と直接触れ合える機会です。回数も地域も十分ではありませんが、そこは形を変えて、広く全国の生活者に届くよう、広げていく必要を感じています。

われわれも努力をしますが、国にももう少し、OTC医薬品の良さを理解していただきたい。現在、就学児童が医療機関にかかった場合、ほとんどの自治体が無償です。しかし、薬局・薬店、ドラッグストアでOTC医薬品を購入しても何の助成もありません。

ん。一般の方にしてみれば、子どもが風邪をひいたら、病院に行った方が家計は助かるという単純な発想で、せっかくの家庭薬を使うチャンスを自ら放棄してしまうことになります。

こういった不平等性について、今一度考えていただくことは、OTC医薬品の購買だけでなく、社会保障費削減につながると確信しています。

塩澤：療担規則の見直しを求める取り組みの中でも、同じような話が出てきました。医師からOTC医薬品を薦める場合、どのようなインセンティブがあるのかということです。

未病対策費というのはどうかなど、いろいろな議論をしていますが、このような諸事情がクリアできていないため、残念ながら現時点では、医師がOTC医薬品を薦めるという話は前進していません。

太田：根底には生活者のマナーやルールの遵守も必要だと思います。もし、OTC医薬品が助成対象になったとき、その制度を悪用して、薬局やドラッグストアで不必要に医薬品を買い込むことも考えられます。ですから、制度の話と同時に、生活者の医薬品リテラシー向上も必要不可欠だと思います。

——最後に来年に向けて抱負をお願いします。

太田：私はやはり、日家協の一般社団法人化です。国民医療の一角をしっかりと担えるような権威ある団体にしていきたい。これは、会員各社の意識高揚と、結束力を強めることにつながっていると思っています。未病とかそういった社会保障費の削減などにも貢献できるようにしていきたい。それによって各企業がよりいっそう安全で安心な薬を作るという意識をさらに深く持っていていただくということにつながる。これは大事な今後の協会としての目標と思っています。

坂上：大家協は中小の会社が多い協会です。先ほどGMPの話をしてきましたが、さまざまな部分で、より実務的な支援ができるような活動をしていきたい。それが魅力となって、会員数が増えればと思います。

塩澤：東家協としてというよりは、家庭薬全体のためにも、まずもって療担規則の見直しが必要であると考えます。この実現に向け、力を注いでいきたいと思っています。

——ありがとうございました。

[2019年6月12日収録]

※年齢等はインタビュー当時

(『DRUG topics』2019年7月29日号より転載)

家庭薬キャラクター大集合!

家庭薬啓発活動を効果的に促進

近年、広報活動を効果的に行うために自治体や団体、企業などがキャラクターを制作し、イベントなどに参加する光景を見ることが多くなった。家庭薬の会員企業においても製品キャラクターを制作し、OTC医薬品普及啓発イベントや神農祭などのイベント、JAPANドラッグストアショーなどの展示会において家庭薬の普及啓発に努めている。ここでは、各企業のキャラクターの特徴や活動状況などを昨年につき紹介する。

養命酒製造株式会社

養命酒のハコさん



赤い養命酒の化粧箱。ボーっとして、角が立つことを嫌うひかえめな性格。びんやカップを包みこむジェントルな魅力を備えています。購入後お客様に捨ててしまわれることが多く、すこし影が薄いのが悩み。□数は少ない。

養命酒のビンくん



養命酒のびん。いたって能天気なお調子者で、重そうな見た目と違って軽い性格。光を遮る茶色いガラスのため、本当の心の内は謎。不思議な行動をとることも多い。人間でいうと400歳を越えるとか。一般の人には聞こえず、社員にしか聞こえない謎の言葉を話します。

公式ツイッター @binkun_yomeishu https://twitter.com/binkun_yomeishu
企業ホームページ <https://www.yomeishu.co.jp/>

ユースキン製薬株式会社

A太郎

ユースキンA 120gのボトルをモチーフにした「A太郎」。自分で中の黄色いクリームを使って手足をケアしているので、いつもしっとりしています。性格は元気で明るく、しっかりもの。手あれに悩む人を救うため、ユースキンAの秘密や効果的な使い方を教えてください。

ブランドサイト http://www.yuskin.co.jp/yuskin_a/

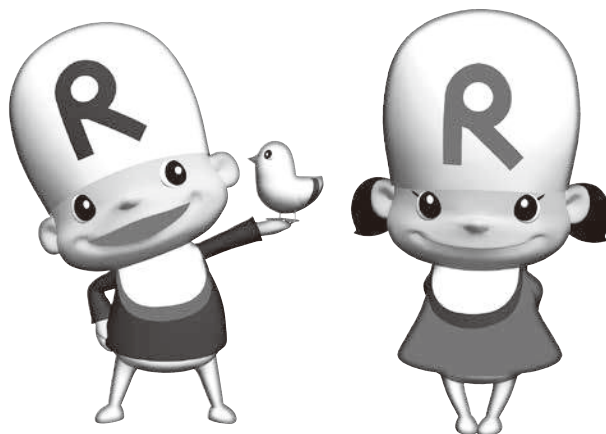


ロート製薬株式会社

ロッタくん・ロッチャーちゃん

ロート製薬のマスコットキャラクターであり、ロート製薬の社員でもある、ロッタくん（5歳）とロッチャーちゃん（3歳）です。

まだまだ子供だけど、働き者！元気いっぱいのがんばり屋さんです！大きな帽子はよろこびックリ商品の工場、アイデアの素がいっぱい詰まっています、満タンになると弾けて新商品が飛び出てきます！企業ホームページ <https://www.rohto.co.jp/>



宇津救命丸株式会社

メイちゃん

当社が1985年に発売した子供用のイチゴ味かぜ薬のキャラクターとして生まれました。明治時代から当社が宇津救命丸に使用している2人子供（姉と弟）の商標がモチーフです。

最初は女の子の顔が西洋薬系、男の子が漢方系のかぜ薬に使われていました。その後、新薬系の薬がシリーズ化され、女の子が当社のイメージキャラクターとなりました。

広告にはアニメキャラクター化した天使のメイちゃんも登場し、優しくてちょっとお節介な一面を見せています。

企業ホームページ <https://www.uzukyumeigan.co.jp/>



株式会社龍角散

龍角散ダイレクト君

『龍角散ダイレクト君』は、のどの薬「龍角散ダイレクト」のキャラクターです。

『龍角散ダイレクト君』は、飲みやすい顆粒タイプのミント味とピーチ味でみんなののどを守ります。

水なし服用で、淡雪のようにサッと溶け、微粉末生薬がのど粘膜に直接作用して、のどに侵入してきた異物の排出を促進、のどに潤いをあたえます。

のどの調子が良くないときは『龍角散ダイレクト君』の名前を呼んでくださいね。

企業ホームページ

<https://www.ryukakusan.co.jp/>



協同薬品工業株式会社

オーカンくん

オーカンくんは、みんなを明るく元気にするために誕生したマスコットキャラクター。クミアイ家庭薬の商品として長年ご愛用いただいているクミアイオーカンモデルに、企画・デザイン・制作まで全て社

員が行いました。ちょっとおちゃめで可愛いオーカンくん、工場見学やイベント等で活躍中です。
誕生日：11月16日
出身地：山形県長井市
趣味：配置箱の整理整頓
ポリシー：“明日はもっと健康に”

企業ホームページ

<http://www.kyoyaku.co.jp>



イスクラ産業株式会社

你好星星

名前は你好星星（ニーハオ・シンシン）です。誕生は1973年8月10日。手塚治虫の「虫プロ」がデザインを手掛けました。笹が好物の男の子です。名前の由来は中国語のこんにちは「ニーハオ」に、「イスクラ産業」の中国名「星火産業」の頭文字である「星」を組み合わせました。ちなみに、「星火」という名前は「星火燎原」という中国のことわざに由来し、小さな火花でも、やがては広野を覆い尽くすほど広がるという意味を持ちます。「安心・安全」の目印として活躍しています。

企業ホームページ <https://www.iskra.co.jp/>



カイゲンファーマ株式会社

カイゲンの風神さん

「かぜひいてまんねん」でおなじみの“カイゲンの風神さん”です。最近では見かけなくなった超の付くレアキャラに成長しました（笑）。道修町の本社建て替え工事に伴い、山に籠って日夜、修行中です。由来は俵屋宗達「風神雷神図屏風」の風神をキャラクター化しました。気はやさしくて力持ち、頼りがいのある神様で特技は空を飛び、風を起こすこと。

毎年11月に道修町の少彦名神社で斎行される「神農祭」で、もしかしたら会えるかも…。

企業ホームページ <https://www.kaigen-pharma.co.jp/>



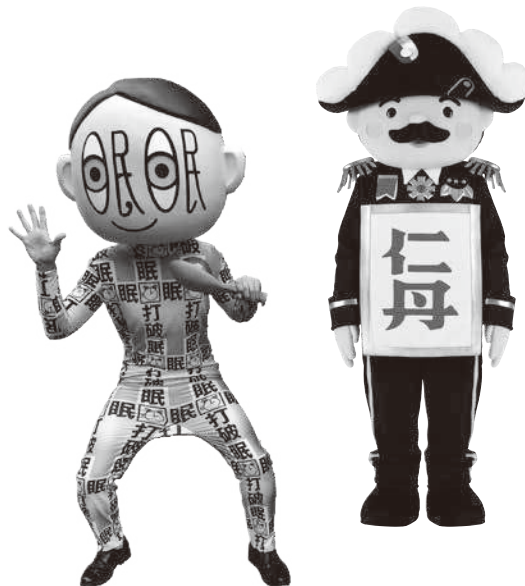
常盤薬品工業株式会社

打破山 眠太郎

頑張る人を応援するここぞの1本「眠眠打破」のキャラクター 打破山 眠太郎（だはやま みんなたろう）です。

眠打破ゼミナールで予備校教師をしています。趣味は資格を取る。インテリアコーディネーターなど50の資格を取得中！

生徒たちの親御さんからの信頼も厚く、心優しいインドア派でもあります。特技はペン回し。



公式ホームページ <https://minmin.tv/index.htm>
公式ツイッター <https://twitter.com/minminTV>

森下仁丹株式会社

仁丹王子®

100年以上親しまれている「仁丹」の大礼服マークは、創業者 森下博の「日本はもちろん、世界中の人々に健康を届けたい」という想いが込められた、薬の外交官。仁丹王子はこのトレードマークから誕生した、森下仁丹のオリジナルキャラクターです。

- ・出身地：大阪
- ・好きな食べ物：梅仁丹

公式ツイッター @official_jintan
https://twitter.com/official_jintan
企業ホームページ
<https://www.jintan.co.jp/>





パワーライフ®

発売開始年：1980（昭和55）年

HOSENDO

すっぽんの栄養をギュッと凝縮！「トリオリNOP」が元気の源。

●澤田寶仙堂 樺太代理店

宝仙堂は大正10年、東京の板橋本町に宝仙堂初代・澤田助三郎が医薬商「澤田商店」を創業。とりわけ強壯薬、婦人薬において専門性を高めていました。

大正14年、神田明神下に移転し「澤田寶仙堂」に改称。その後は、北は樺太から南は九州まで国内の販売代理店網を確立し、陸軍省第一局へ栄養剤を納入するなど幅広く事業を展開しました。戦災により一時閉店したものの、昭和25年、焼け野原と化した神田明神下に「澤田寶仙堂」を復興します。



澤田寶仙堂 樺太代理店にて。当時の賑わいを偲ばせる

●伝説のパワーライフ誕生

宝仙堂を継いだ二代目・澤田賢三郎が40歳の時に心臓の大手術を受けました。術後の経過が思わしくなく、もうダメだと諦めていた時に救ってくれたのが“すっぽん料理”でした。まさに天の恵み。この素晴らしいすっぽんの滋養効果に着目した澤田賢三郎は、すぐに研究を始め国内外の各地を行脚しました。

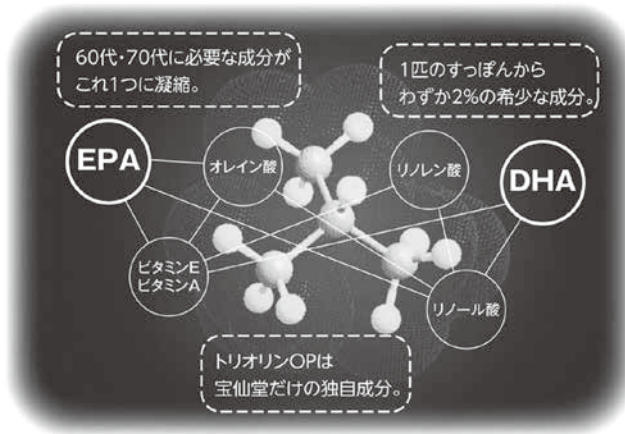
やがて研究の積み重ねは成果を上げ、独自の技術にてスッポンエキスを抽出することに成功し、ついに昭和55年、スッポンエキス「パワーライフ」が誕生します。新聞・雑誌などの広告媒体に澤田自ら登場し、皆様から「スッポン博士」の異名を頂戴するに至りました。



スッポン博士こと澤田賢三郎

●高級食材すっぽんの栄養を凝縮

昔から中国などで珍重されてきたすっぽんは、薬膳食材としてあらゆる部分が活用されてきました。宝仙堂の技術陣は、すっぽんの



すっぽんの栄養を凝縮している希少エキス「トリオリンOP」

有用部位からわずか2%しか摂れない希少エキス「トリオリンOP」(宝仙堂商標登録)を抽出することに成功。このエキスの特徴はDHA、EPA、POA、リノール酸などの人体の生理活性物質に働きかける多くの不飽和脂肪酸によって構成されていることです。すっぽんをまるごと凍結粉碎した材とは質も内容もまるで違う、この「トリオリンOP」こそが「パワーライフ」の主成分です。

●養殖から製品まで一貫体制

「パワーライフ」の素になるすっぽんは、豊かな自然に囲まれた養殖地において育まれます。宝仙堂千葉工場はこれらのすっぽんを活用し、入念な衛生管理と徹底した工程管理のもと、黄金に輝く「パワーライフ」を生産しています。

発売からまもなく40年を迎える「パワーライフ」は、累計50万人以上の方々に愛用されてきました。発売以来その中味は何ひと

つ変えていません。それが時代を超えて信頼され続けている証と言えます。

平成12年、現社長・澤田昭紀が就任し、新発想の製品「凄十シリーズ」が開発されました。現在コンビニエンスストア、ドラッグストアで大好評を頂いておりますが、この「凄十シリーズ」にもやはり「パワーライフ」の主成分「トリオリンOP」が含まれています。宝仙堂は今後も、素材の探求を重ね、みなさまの健康に寄与する製品開発に努めます。



宝仙堂千葉工場

パワーライフ サプリメント

朝の目覚めがスッキリしない。年齢とともにパワーに自信がなくなってきた方に。身体も心も若々しく！

●特長

- ・スッポン一匹にわずか2%しか含まれない希少成分「トリオリンOP」配合。
- ・DHA、EPAをも含む「トリオリンOP」は宝仙堂だけの独自成分
- ・イキイキに必要な成分がこれ1つにぎっしり凝縮

●原材料名

スッポン抽出エキストリオリンOP(EPA、DHA、ビタミンA、ビタミンE、各種ミネラル)

●お召し上がり方

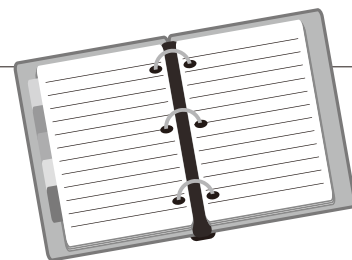
1日5粒～6粒を目安に、そのまま水またはぬるま湯でお召し上がりください。

●商品ホームページ

<https://www.powerlife.co/>



委員会だより



総務委員会

委員長 山崎 充

(株式会社金冠堂 代表取締役社長)

新たな賦課金基準案をもとに予算編成の方針を固める

総務委員会は、事業計画案・予算案及び事業報告・決算書類の作成、事務所ビルの保全や事務局職員の処遇等について検討し、組合の健全運営や組合事業の円滑な推進を図っています。



総務委員会では昨年度に賦課金基準を見直し、新たに賦課金基準案を作成しています。

4月11日(木)に開催した総務委員会では、新たな賦課金基準案によって適正な予算規模が確保できることを確認し、平成31年度(令和元年度)の予算編成方針を作成しました。

引き続き、第72回通常総会に提出するために、平成30年度決算書及び事業報告書案並びに令和元年度予算書及び事業計画書案を協議しました。事業計画書案では、①訪日外国人旅行者数は引き続き増加が見込まれるため、多言語情報提供など市場拡大に向けたインバウンド関連事業に引き続き取り組むこと②家庭薬の普及啓発に関しては、日家協と協力・連携し、生活者及び薬剤師などの専門家に向けたイベント等を開催すること。具体的には、関係薬業団体と共に実行委員会に参画し、10月の「薬と健康の週間」に合わせて「OTC医薬品普及啓発イベント」を主催していきます。③生活者に向けて組合活動や家庭薬関連情報を公開するホームページを運用し、広報誌『かていやく』による広報活動を行うこと—以上の3点を計画しました。決算書、予算書等は理事会に提案し、これらは5月23日開催の第72回通常総会で承認されています。

今後とも総務委員会では、家庭薬振興を図るため、生じてくる諸課題について議論を重

ねていきます。組合活動の推進について一層のご理解とご協力をお願いします。

薬事制度委員会 薬事部会

委員長・部会長 新田 信一

(株式会社龍角散 社長付特任担当)

薬機法改正と三役制度、コデイン類安全対策、封に関する情報提供、家庭薬魅力化検討

薬事制度委員会薬事部会は、家庭薬が直面している薬事、安全性等に関連する懸案事項について、関連業界団体、行政と連携し、検討を行うと共に加盟各社との情報共有化、提言等を行っています。



最近の家庭薬製造販売業者にとって最大の関心事は、経営者を含めた全社的な取り組みが求められている三役制度の円滑な業務実施と、薬機法改正にあると言っても過言ではありません。一方では、製造販売承認書と製造実態との整合性が強く求められています。

日薬連薬制委員会で、日家協として東家協加盟各社の状況を考慮した意見具申を行うと共に、東家協薬事制度委員を日家協代表として2016年10月新たに設置された日薬連薬制・品質合同法規制合理化検討プロジェクトタスクフォースに継続して参画いただき、当局を交えた法規制の合理化等の検討を継続して対応しています。

当局との懇談の中で、三役制度の円滑な業務実施には経営者への周知徹底が必要とのことで、当薬事部会は、日家協薬事常任委員会・大家協薬事委員会と連携、当局から講師を招聘、日薬連加盟団体としては初めての経営者対象薬事セミナーを2017年度から毎年継続して実施しており、本年度は2019年6月12日には厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課長による家庭薬安全対策セミナーを開催しました。

2019年は薬機法施行後5年に当たり、見

直しの可否を検討することになっており、2019年秋の臨時国会での設立を目指すと言われています。既に、東家協は日家協薬事要望として2018年2月に「製造管理者、総括等の資格要件の見直し」「審査業務の簡素化」等を要望として提出、2018年12月には厚生労働省医薬品・医療機器制度部会業界側委員による総括資格要件の見直しについてヒアリングを受けると共に、同月末に業界要望書のとりまとめを行い、当局に提出、「総責の例外規定」が盛り込まれた改正案が国会に提出されています。「薬機法改正」対応として、現在、日薬連内に薬制・安全性・品質各委員会代表委員による「法改正対応連絡会」が設置され鋭意検討が進められており、当局においても「総責の例外規定を定めるための研究班」が設置され、鋭意検討が進められています。今後とも、当部会は、日家協を通して日薬連並びに当局に対して意見具申を行います。

偽造医薬品流通問題に端を発した「封の例示」に関する件も、日薬連安全性委員会医薬品安全使用対策検討部会に東家協側委員が参画し、家庭薬の包装実態を反映した検討が進められるよう意見具申を行っており、2018年8月1日付で厚生労働省医薬・生活衛生局長通知「医薬品の封の取り扱い等について」、2019年3月29日付で『「医薬品の封の取り扱い等について」に関する質疑応答集(Q&A)」が発出、家庭薬の立場から意見具申を行い、発出前に疑義照会等を実施しました。これらの通知において封に関する情報提供を行うこととされており、現在、東家協側から日家協代表として参画した検討チームが2019年6月に立ち上がり、「封に関する情報ホームページ(HP)表示」の検討が開始され、2019年度中には「封に関する情報(包装形態別の開封口、開封前・開封後の比較)」を一般薬連のHPに掲載、家庭薬各社がリンクを貼ることで情報提供を完結する仕組みを準備中です。

ところで、2017年7月に「コデイン類の小児に対する予防的安全対策」に関する一連の通知が発出されましたが、2019年度中に発出予定の禁忌通知対応に対し、諸般の事情で対応困難な企業への説明・相談対応、他団体と協力し、家庭薬の立場から種々意見具申を行うと共に、リスク回避と適切な対応の在り方・円滑に対応できるよう意見交換を行い

ながら、業界団体と当局との直接面談に参加、当局との調整の結果、2019年7月使用上の注意改訂通知(12歳未満禁忌)が発出されました。

しかし、禁忌通知対応の当局との面談過程で新たな課題が発生しています。当局より国会審議において「コデイン類等のOTCの濫用問題」が取り上げられたことで、何らかの対応が必要との認識が示され、その後、2019年8月6日発刊『医薬品・医療機器等安全性情報365号』に「4.濫用等のおそれのある市販薬の適正使用について」が掲載され、2018年度厚生労働省研究班調査報告書「全国の子科医療施設における薬物関連精神疾患の実態調査」で市販薬(OTC薬)乱用・依存の現状が取り上げられ、また、厚生労働省「2018年度医薬品販売制度実態把握調査」結果で、乱用の恐れのある第2類医薬品などを、質問を受けずに複数購入できた比率が前年度より悪化したことなどを受け、当局として2019年9月12日付で、薬局、店舗販売業及び配置販売業への適切な指導を行うよう「一般用医薬品の適正使用のための情報提供等及び依存の疑いのある事例の副作用等報告の実施について」を発出しています。このような実態を踏まえ、当局より業界側に面談依頼があり、10月上旬、日家協、OTC薬協、直販協及び一般薬連とで当局と面談、今後の対応等、協議していくことを確認、何らかの対策を小売り団体を含めた協議の中で検討していくこととなりました。

最後に、家庭薬活性化策の一つとして日家協薬事委員会内特別PJとして2012年10月よりスタートした「家庭薬魅力化PJ」では、2018年3月27日実施した「医療と家庭薬の未来を語る—医療環境の変化と家庭薬—」と題した訪問診療医・かかりつけ医との対談内容が、2018年6月、医師向け専門誌『クリニックマガジン』に、2018年10月にはドラッグマガジン社のタブロイド版にそれぞれ掲載されました。この結果を踏まえ、在宅医療での家庭薬の役割・機能拡大を目指し、2019年7月名古屋開催の日本在宅薬学会で家庭薬展示を未来事業推進委員会と連携して実施、2019年度後半よりかかりつけ診療や訪問診療の現場で家庭薬が活用できることを実証する臨床研究を着手すべく打ち合せを実施して

います。

最後に、今後の新たな課題として、「薬機法改正成立後の対応」「医薬品の封の取り扱い通知対応」「乱用防止対策」等、対応する事項も多く、今後とも、的確かつ迅速に課題と問題点を整理し、大家協と共に日家協薬事常任委員会に上程、率先して問題解決にあたり、当組合内に介在する薬事、安全、GMP関連での懸案事項の迅速検討、加盟各社への情報発信・情報共有化に努めてまいります。

薬事制度委員会 品質部会

部会長 内藤 功一

(株式会社浅田鉛 品質保証部)

薬機法と GMP 省令の改正

○データインテグリティ (データ完全性)

データインテグリティに関するガイドラインがないまま査察指摘が先行したため、自治体あるいは査察官ごとに要求事項に格差が出ているようで、指摘事例について情報収集しています。その結果から推測するに、生データを清書に転記して捨てる、試験不適合を再試して適合した結果を採用して不適合結果を棄却してデータを廃棄するなど、データインテグリティが話題になる前から問題とされている行為や、記録の保管(紛失など必要とする記録を取り出せない状態にならないこと)等は少なくとも指摘の対象となると考えられます。



○薬機法改正

薬機法は施行当初から5年目に見直しすることになっていました。その5年目を迎えた今年見直し検討され、改正案が出ていますが、国会の審議は先送りとされたため改正は遅れ気味です。品質部会では改正案に関する情報、改正の進捗状況の情報について収集し提供しています。

改正案の一つは、総括製造販売責任者は薬剤師でなければいけないという件の例外規定を設けるというものです。薬剤師がやむを得ぬ事情で確保できない場合の特例措置であるため、将来的に適任の薬剤師を育成する計画

を立てることが前提となっています。次に薬機法に関わる業務の責任役員(大半の役員は該当する)の氏名の業許可申請書への記載があげられています。さらに、製造販売承認品目の定期的GMP適合性調査について、一つの製造業者に対し多数の製造販売業者が関わる場合、製造販売業者が各々で申請を行っていたため、申請時期がばらばらとなり、重複して査察を受けるケースが問題になっていました。査察する側もされる側も非効率であったため、製造所から取りまとめて申請できることで合理化を図る案も出ています。

○GMP 省令改正

PIC/S加盟の際、GMP省令を改訂せず、施行通知の改訂で対応していたため、今度の省令改正でPIC/Sに伴う追加項目が省令に盛り込まれる予定となっています。改正スケジュールは大幅に遅れており、公布は年度末になるかと思われます。改正内容についての最新情報はこのところ出ていませんが、PIC/Sに伴う追加、データインテグリティ、品質部門を品質保証部門と品質管理部門の2部門構成とする、というところが主であると思われます。

これらの改正が出たらその解釈と制度対応について議論を進めていく予定です。

○GMP 研修見学会

昨年度は高田製薬幸手工場を訪問し、最新の珍しいフロービンシステムを見学しました。同工場では、原料の秤量、投入、原料容器洗浄等の一連の作業を自動化するシステムを導入。人が介在する業務を減らすことで、作業のムダと交差汚染を減らすことに成功していることを学びました。今年度は11月26日に日本山村硝子株式会社 ガラスびんカンパニー 埼玉工場への訪問を予定しています。

流通委員会

委員長 西山 謹司

(救心製薬株式会社 常務取締役ヘルスケア本部長)

再編するドラッグストア業界の
検証と対応

○今年のテーマ

- ・寡占化が進むナショナルドラッグストアとリージョナルチェーンへの対応、情報共有
- ・主要卸様の戦略確認と課題抽出・対応



1. メンバー数

浅田飴、イチジク製薬、太田胃散、救心製薬、キンカン、ツムラ、東京甲子社、町田製薬、ユースキン製薬、養命酒製造、龍角散、わかもと製薬、アサヒグループ食品の計13社で構成しています。

2. 定例会について

定例会は流通委員会の常任委員会「五月会」として、毎月1回開催しています。

また、東西合同の流通委員会を毎年1回開催。各社の販促活動、CSR活動への取り組みなどを発表、講師による勉強会も実施しています。

3. 活動内容

- ①業界における行事確認、小売企業・卸企業様の動向検証
- ②卸各社の月別売上の確認、三次消化実績の検証と各社状況
- ③ヘルスケア卸による勉強会の実施、最新の情報入手と事業の方向性の確認
- ④大家協メンバーである西薬会会員との情報交換
- ⑤加盟企業の工場見学の実施（今年度はユースキン製薬）
- ⑥チェーンドラッグ様との情報交換会の実施
- ⑦小売企業様との共同取り組み（サツドラ様の店頭における常備薬フェア、サツドラフェスにおける家庭薬共同ブースへの出店）
- ⑧小売り各社のインバウンド状況と出店状況の把握

ドラッグストアもその経営方針によりビューティ、調剤、食品、介護・地域包括ケア等大きく方向性が分かれつつあります。単純にOTC医薬品という枠組みでは括れない複合的な流通とリアル店舗としての存在の意義などを流通委員会として様々な切り口から提案してまいる所存です。

労務委員会

委員長 清水 政明

（養命酒製造株式会社 人事総務部）

「働き方改革関連法案」の実施後の課題について意見交換

・令和元年7月 定例委員会

賃金や福利厚生等を含む人事労務管理に関する事項、「女性活躍推進法」改正（女性活躍推進、ハラスメント対策の強化等）について情報交換を行いました。



・令和元年10月 合宿形式の定例委員会

秋山錠剤株式会社様の福島工場を見学し、意見交換を行いました。また、各社の労務に関する情報交換も行いました。

今年度4～9月は、4月に施行された「働き方改革関連法案」について、実施後の課題等について意見交換を行いました。同法案に関連した諸施策、諸対応は真摯な対応が必要であり、従業員の帰属意識の向上にも大きく関与する重要なテーマと認識し、精力的に話し合いを進めました。

今後とも、行政や社会の動向を含めた最新情報を収集、共有化し、委員相互の積極的な意見交換を行うことによって、会員各社の人事労務施策の立案及び実務対応に具体的に寄与する場として活動していき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 マーケティング部お客様相談室長）

事例に基づいたクレーム対応について学び、資質向上を図る

当委員会におきましては、年4回開催される日薬連安全性委員会くすり相談部会にあわせ、定例委員会を4回、また活動内容に応じて臨時委員会を随時開催しています。



この1年間の主な活動としましては、「消費者対応担当者研修会」と、一昨年度より開始しました当委員会の主たるテーマでもある「委員各社におけるお客様対応業務全般に関わる情報交換及び共有を通じた対応スキルアップ」のための活動が挙げられます。

以下にそれぞれ概略をご報告いたします。

1. 定例委員会について

昨年11月、本年3月、6月、9月に定例委員会を合計4回開催しました。昨年11月におきましては、平成30年度第3回日薬連安全性委員会くすり相談部会の内容要旨報告及び委員の持ち回りによるお客様相談対応業務に関わる勉強会（クレーム事例研究）、また各社におけるEメール対応状況やSNSにおける対応、体制状況について情報共有を実施しました。

以降の委員会におきましても11月と同様に、①くすり相談部会の内容要旨の報告（平成30年度第4回及び2019年度第1回、第2回）②品質・有害事象の難対応事例等に関わる研究③各社における品質クレーム発生時の対応方法、改正個人情報保護法施行後の個人情報の取り扱いに関わる対応、電話録音の有無やナンバーディスプレイ対応、非通知電話への受信有無等の情報交換④3月に実施した消費者対応研修会や11月開催の東西合同消費者対応研修会に関わる内容検討及び確認等を中心に密に情報交換を行いました。

2. お客様対応業務に関わる情報共有について

前述のとおり、一昨年度より開始した各委員の持ち回りによるお客様対応業務に関わる勉強会におきましては、難クレーム対応をはじめ、日々の実務に直結する内容を中心に、委員相互に活発に情報を共有し、密に意見交換を行っています。こうした活動を通じ、自社におけるお客様対応業務や薬事関連業務に有益な情報を相互に入手したり、情報交換が図れることで、委員のスキルアップと様々な知識の向上に繋がっています。

今後とも、当委員会として積極的に取り組んでいきたいテーマと考え、継続的に実施することとしています。

3. 第16回消費者対応担当者研修会について

3月28日に東京薬業健保会館にて出席者数43名（うち講師1名）にて開催しました。今回も加盟各社の担当者のお客様対応スキルアップを図るべく、講師として、ツムラ様で長年にわたりお客様対応に携わるとともに、前東京医薬品工業協会のくすり相談研究会会長としてもご活躍されていた辻様と、日家協薬事委員会委員長の新田氏を招聘し、お客様対応のスキルアップや対応業務を取り巻く知識向上に繋がるご講演をいただきました。当日はこちらの予想を上回る出席者数のなか、辻様からは「失敗から学ぶクレーム対応～録音記録より」と題し、これまでのご自身の体験に基づき、選りすぐったお客様対応事例を赤裸々にご紹介いただきました。新田氏よりは「医薬行政及びOTC医薬品に関わる最近の動向と話題」と題し、昨今の行政の動向や変更点等について詳しく、わかりやすく説明いただき、何れもお客様対応業務に直結する内容として非常に参考となるものでした。

以上、ご報告申し上げましたが、当委員会におきましては、今後ともメンバー全員で力を合わせ、様々な活動を通じて情報収集やその発信を行うことにより、諸先輩から受け継いだ東家協加盟各会社全体のお客様対応に関わるスキル向上を目指すべく、個々の活動に積極的に取り組んでいきたいと考えています。

どうぞ、このような主旨をご理解くださいます。今後ともご協力の程、何とぞよろしくお願い申し上げます。

情報広報委員会

委員長 宇津 善行

（宇津救命丸株式会社 専務取締役）

JAPANドラッグストアショーで 新たな企画を展開

当委員会は、委員9名、オブザーバー2名構成で、家庭薬広報のサポートを行っています。

当委員会の活動は、東家協独自で動く内容と、日家協「未来事業推進委員会」や「広報委員会」と連動して動く活動とに分かれています。委員は全



員日家協「広報委員会」の委員を兼任しており、毎月テレビ会議や移動委員会で東西合同会議を行っています。

1. 東家協独自の活動

『かていやく』の編集・発行

東家協機関誌『かていやく』は本号で97号目となりました。昭和40年の創刊号から全てがPDF化され、東家協ホームページより閲覧可能になっています。

今回の特集は、昨年度就任された家庭薬3団体会長による鼎談記事と、昨年より引き続き家庭薬加盟企業の「キャラクター」の特集です。

2. 日家協での活動

①ホームページの企画

日家協ホームページにおいてバーチャル工場見学「工場見学を楽しむ!」を企画しています。本年度は宇津救命丸高根沢工場の見学(栃木)を行いました。

また、組合が参加している企画やイベントについて、組合ホームページやFacebook、Twitterを通して告知、報告する活動も行っています。毎月ホームページのアクセス解析を行い、閲覧数や品質の向上についても取り組んでいます。本年度はGoogleのアルゴリ



工場見学の様子

ズムが頻繁に変わり、大きくアクセス数の変動はありましたが、今後もしっかりとコンテンツを見直していくことで、発信力のある広報を実現してまいります。

大阪家庭薬協会との連携も図り、3団体同時にサーバーの見直しを行い、コストを削減しつつSSL対応などの対策を行うことになりました。

②イベントの広報支援や、広報グッズの作成

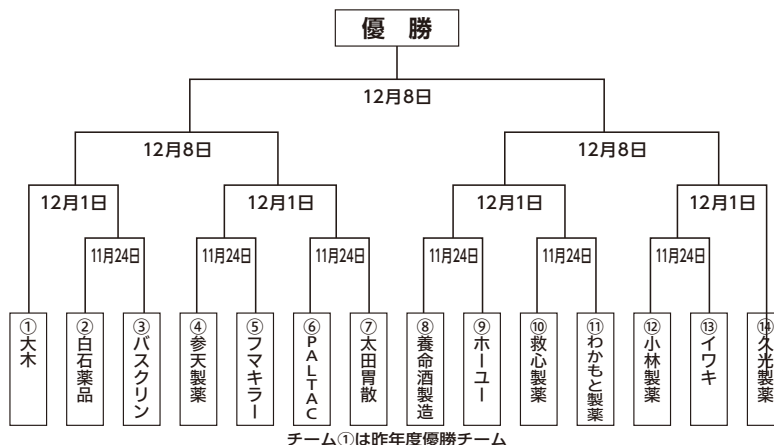
2019年度JAPANドラッグストアショーに協力し、家庭薬メーカー合同でセミナーの開催、スタンプラリーの実施、家庭薬キャラクターパレード、家庭薬キャラクターグランプリを実施しました。

③その他の活動

薬学生向けの広報や、組合員様向けに商品マスタ登録サービスを紹介することの検討なども行っています。

令和元年度 第77回 家庭薬野球大会の組み合わせ

10月9日(水)、第77回家庭薬野球大会に向けて野球委員会及び主将会議を開催し、参加14チームの確認、大会日程と組み合わせを決定しました。しかしながら、台風19号の影響で荒川河川敷にある東京薬業健康保険組合総合運動場野球場が冠水し、グラウンドの土も流失し、復旧の見込みがたなくなってしまうため、10月30日に臨時野球委員会を開催し、残念ながら本年度の野球大会は中止することとしました。



宇津救命丸 株式会社

宇津救命丸



領民に無償で提供された宇津家の秘薬

子どもの薬の代名詞として愛用されている『宇津救命丸』が誕生したのは400年以上前のこと。下野国（現在の栃木県）の殿医（殿様専属の医師）として仕えていた宇津家の初代宇津権右衛門が下野国高根沢西根郷（現在工場所在地）に帰農して、村人の健康のために「金匱救命丸」を創製したことに始まります。

当時、救命丸は近郷近在の人々に無料配布され、子どもから大人までの万能薬として重宝されていましたが、その効能が次第に評判を呼び、関東一円から全国へと知られるようになりました。



七代重之が五代重上の功績を残すために作られた『逸翁略伝』

一粒が米一俵と同じ価値だった一子相伝の貴重な薬

一粒は米一俵の価値（約5万円）と同じと言われていた『救命丸』の製法は一子相伝。代々宇津家の長男だけに口伝で伝えられ、調合する際には体を清めた後、「誠意軒」と呼ばれる当主以外近づけない離れ家で行われました。

江戸時代から明治の初めまで救命丸の調合が行われた誠意軒ですが、宇津家の屋敷の木立の中にあり、今なお当時の佇まいのまま残っています。



救命丸の調合が行われた誠意軒

宇津救命丸の特徴

宇津救命丸は、夜泣き・かんむし・胃腸障害などの症状を緩和するデリケートな赤ちゃんのためのやさしいお薬です。自然の生薬だけを使って作られており、創業以来その処方内容はほとんど変わっておりません。直径2mmの小さな丸剤には、オウレン・カンゾウ・ジャコウ・ゴオウといった乳幼児のデリケートな体質に適した8種類の生薬を厳選して配合。原料は採れた姿で入荷し、自社工場では洗浄・粉碎しています。



赤ちゃんのためのやさしいお薬『宇津救命丸』

※詳しい内容は日本家庭薬協会のホームページで閲覧することができます。



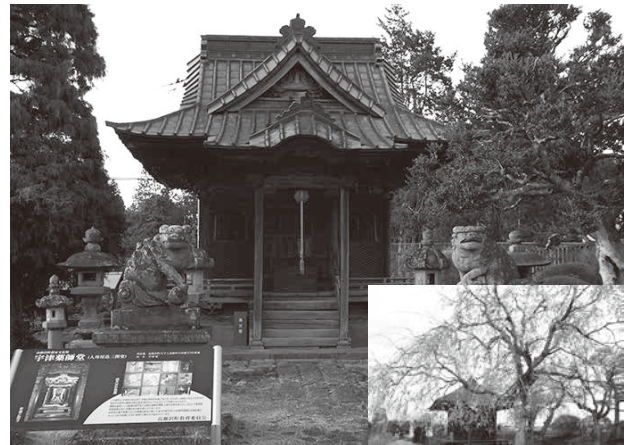
高根沢工場

栃木県塩谷郡高根沢町：

皇室の台所と称される「御料牧場」があることでも知られる高根沢。これに象徴されるように、肥沃な大地では米や麦、大豆のほか、イチゴ、ぶどう、梨なども数多く農作物が作られている。町には文化財に指定された史跡や「疏水百選」に選定された湧水池などが点在しており、今では数少ない懐かしいふるさとの景観を残している。



宇津救命丸の歴史的資料が展示される「宇津史料館」
工場の敷地内には宇津救命丸の長い歴史に係る資料を集めた宇津史料館がある。宇津救命丸の昔からのパッケージや、江戸、明治、大正時代の薬を作る道具、明治・大正・昭和の新聞、雑誌広告が展示されている。



町の文化財に指定されている「宇津薬師堂」

工場の東南の一画に、薬師瑠璃光如来（やくしるりこうによらい）が奉られている「宇津薬師堂」がある。江戸時代に人々が病苦から救われることを願って建立されたお堂で、栃木県高根沢町の指定文化財になっている。

宇津救命丸ができるまで



1 洗滌

生薬を洗うための部屋。生薬の有効成分が溶出しないように、高圧洗浄で土や小石などを落とし、水ですすぐ。洗浄後は脱水機で水分をきり、乾燥させる。

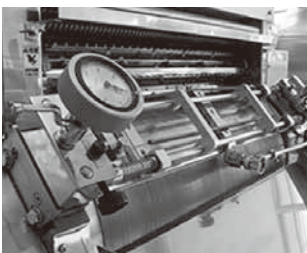


2 粉碎

原料生薬を粉碎し、製粉し、ふるいわけして微粉末にする。また、金属除去機を使って、生薬に金属が混じっていないかを確認、除去する。



宇津薬師堂では2年に1度、8月9日の薬師の日に「一万燈祭（いちまんどうまつり）」が行われる。この祭りは、2012年に宇津救命丸が地元への貢献として約50年ぶりに再開したものだ。



3 製丸

粉末になった生薬を調合した後、ここで丸めて丸剤にする。直径2mmに製丸された丸剤は乾燥後、自動ふるいにかけ、規格外の大きさの丸剤を選別する。



4 箔付

箔付機を使って、厚さ0.4ミクロンの薄い純銀箔、または純金箔でコーティングする。その後、さらに選別にかけると箔丸の完成。



5 検瓶

瓶は洗浄済みのものを購入しているが、1本1本、目で見て検査を行い、割れや印刷不良を取り除く。



6 包装

丸剤が充填された瓶はここで包装される。いたずら防止や製品の保護などのため、アルミ箔と塩ビシートでPTP包装する。

家庭薬グラフィティー

第19回 JAPANドラッグストアショー ～家庭薬イベント～

幕張メッセ 3月14日(木)～3月17日(日)
※14日はプレビュー開催

第19回JAPANドラッグストアショーが幕張メッセで開催され、約12万4000人が来場しました。日家協では初めての試みとして、サンプル百貨店とコラボした消費者参加型のイベント（リアルサンプリングプロモーション）を実施しました。参加企業のプレゼンテーションと家庭薬共同

ブース回遊の二本立てで消費者に家庭薬を訴求。日頃ブロガーとして活躍している152人のサンプル百貨店女性会員モニターに、ツイッターやフェイスブックなどのSNSで情報を発信していただきました。

17日には家庭薬キャラクターグランプリとパレードを実施。グランプリの投票は16日に実施され、イベント会場わきに設置された投票ボード前で、キャラクターが消費者にアピールしました。

そのほか、クイズラリーや懐かしいくすり展、外国人向けアプリの紹介などを行い、家庭薬の普及啓発を図りました。

共同出展 三宝製薬（株）
家庭薬製品出展 61社 132製品



リアルサンプリングプロモーションの様子



日家協ブース前からキャラクターが行進



グランプリの様子

神幸祭

日本橋室町 5月11日(土)

5月11日、江戸三大祭りの一つ、神田祭の神事である神幸祭が開催。今年から正式に、薬祖神近くで、薬祖神奉賛会による総代献饌が行われることになり、神田明神氏子総代で薬祖神奉賛会副

会長の藤井隆太氏が献饌を行いました。

この日、日本家庭薬協会所属メーカー有志が集合し、各社ののぼりを持ったり、家庭薬キャラクターが集ったりして、家庭薬やセルフメディケーションの啓発を行いました。好天にも恵まれ、多くの人が沿道に集まりました。またテレビをはじめ、複数のメディアからの取材も受けました。



令和初の薬祖神奉賛会による総代献饌の様子



家庭薬キャラクターが一堂に会し、家庭薬をアピール



メディアの取材を受ける藤井氏

OTC 医薬品普及啓発イベント

～よく知って、正しく使おう OTC 医薬品

福德の森・江戸桜通り地下歩道 (COREDO 室町2)
東京薬事協会2階 10月4日(金)・5日(土)

10月4日(金)～5日(土)、OTC 医薬品普及啓発イベント「よく知って、正しく使おう OTC 医薬品」が一般薬連 (OTC 薬協、日家協)、東京薬事協会、東京生薬協会、東京都薬剤師会、東京都医薬品登録販売者協会の主催で開催されました。幸い、2日間ともお天気にめぐまれ、また、日刊紙での宣伝やサンプル百貨店ブローガーの情報拡散効果もあり、多くのお客様の訪問がありました。初日のオープニングは坂口眞弓先生の司会で進められ、イベント実行委員会藤井隆太委員長の開会挨拶、厚生労働省の医薬担当森和彦大臣官房審議官からご挨拶がありました。

また、最終日には小池百合子東京都知事がお見えになり、江戸桜通り地下歩道の展示会場で堀日家協未来事業推進委員会副委員長から「オリンピックでの家庭薬活用提案」について説明を受けられました。引き続き、小池知事は閉会式で挨拶を述べられました。また、展示会場での日家協ブース「懐かしいくすり展」はアイワ堂薬局平井有先生のご好意で昔の家庭薬のパッケージやポスター等を展示しました。



展示会場で堀副委員長の説明を受ける小池東京都知事



サンプル百貨店ブローガーがSNSを使ってイベントの様子を情報拡散した。



報道陣の質問に受け答える藤井委員長



開会式には家庭薬キャラクターも登場

薬祖神例大祭

薬祖神社 (福德の森) 10月17日(木)

10月17日(木)に薬祖神社において、例大祭が行われました。今年は神事の間は何とかお天気は持ちましたが、その後は冷たい雨になってしまいました。それでも多くの方々がお祭りに参加されました。神事では塩澤太朗理事長が薬祖神奉賛会の副会長として、祝詞の後に長福恭弘会長に続き、玉串奉納を行いました。

薬祖神は薬の神様。組合員の方々や日本橋界隈の薬の企業に勤めている方々が多数参加し、東京薬事協会内に設けられたお汁粉や福引を楽しみました。恒例の福引の賞品にはマツタケに加え、特等賞には昨年に引き続き真珠のネックレスも加わりスケールアップ、当たりのチャイムと共に歓声飛び交っていました。

令和元年度組合員等の受賞について

本年度、次の方が旭日小綬章を受賞されました。(敬称略)
中富博隆 (久光製薬株式会社代表取締役会長)
受賞者の方に心からお祝い申し上げます。



薬祖神例大祭の様子



薬祖神奉賛会の副会長を務めた塩澤理事長



直会で乾杯の首頭を取る塩澤理事長

事務局だより

●4月12日(金)

日家協広報委員会では、宇津救命丸高根沢工場の見学と移動委員会を開催しました。工場は栃木県高根沢町に位置しています。工場では宇津社長からご挨拶がありました。その後、施設内にある薬師堂、観音堂、資料館等を見学しました。ちょうど桜の時期でもあり、懇親会は施設内の枝垂桜の下で行いました。

●6月12日(水)

午後2時30分から日本家庭薬協会理事会・常任理事会合同会議を、また、午後3時30分から第54回定期総会をホテルグランドアーク半蔵門で開催しました。これらの会議で平成30年度事業報告及び決算報告並びに令和元年度事業計画及び予算が承認されました。その後、同じ会場で厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課課長関野様をお招きし、日家協経営者対象薬事セミナーを開催しました。セミナー後の懇親会では、ご来賓として、お見えいただいたとかしき衆議院議員、藤井参議院議員、厚生労働省医薬品審査管理課山本課長、大衆薬卸協議会松井会長及び一般薬連柴田会長からご挨拶をいただきました。

●7月18日(木)

7月の理事会は(株)大和生物研究所の大泉理事のご好意で会場をハヶ岳山麓にある笹離宮(一般財団法人蓼科笹類植物園)とし、その見学会も兼ね

て行われました。幸いなことに笹離宮見学中は雨もたいしたことはなく笹離宮内のいろいろな笹の見学を楽しみましたが、施設内の清風萬里館で開催された理事会のときには山岳地方独特の豪雨となり、板葺きの屋根に当たる雨音で議論がよく聞き取れないほどになりました。組合懇親会は上諏訪温泉の渋の湯で行われ、諏訪地域の伝統芸能である御諏訪太鼓や大和生物研究所ご提供の笹風呂を楽しみました。

●10月25日(金)

埼玉県の北春日部駅に近い大塚倉庫・関東物流センター(東部運輸株式会社・本社物流センター内)において物流改善・倉庫見学会を行いました。本見学会では倉庫見学と併せて、物流最適化に向けたツール群の紹介が行われました。ちょうどこの日は台風21号が関東地方に接近し、大雨や強風に見舞われたのですが、組合会員企業から7名の専門家が参加し、受け入れ側の大塚倉庫側5名のの人たちと物流改善のための意見交換を行うなど有意義な半日を過ごしました。

●11月8日(金)～9日(土)

両日にかけて東西合同で消費者対応委員会が福岡市博多区で開催されました。今年度は大家協側の企画で東西委員の情報、意見交換や施設見学などを行いました。

編集後記

分子標的薬や抗体医薬品などの登場で現代医療の進歩に大きく貢献している医薬品産業ですが、一方で医療費の高騰という問題に直面しています。そのような中、超高齢化社会を迎える日本において、伝統と文化に育まれ、現代科学によって研ぎ澄まされた信頼と安心の家庭薬が、健康寿命の延伸に貢献できるものと考え、その認知度向上のため活動してまいりました。令和幕開けの本年新た

な取り組みとして、本号及び前号でも特集している、親しみやすい家庭薬キャラクターによるグランプリやSNS等で発信力の高いブロガーを集めた「サンプル百貨店×ドラッグストアショー」などを実施しました。今後も様々な情報発信ツールや各種イベント等を通じて、家庭薬の認知度向上を目指し活動してまいります。

(三宝製薬株式会社・渡邊)

かていやく

通巻97号 2019年11月30日

編集人：東京都家庭薬工業協同組合 情報広報委員会

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

銀座J8ビル3階

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

Eメールアドレス/tokakyo@tokakyo.or.jp

<https://www.tokakyo.or.jp/>