医薬医療関連業界の令和新時代への期待と展望

「薬粧流通タイムズ」創刊500号記念特集

「薬粧流通タイムズ」は昭和五十七年（一九八二年）十月十五日付で創刊号を発行し、本号で創刊五百号の節目を迎えました。これもひとえに読者の皆様はじめ、取材活動や営業活動に対しご支援、ご協力をいただいている業界関係の皆様のお陰であり、心から感謝と御礼を申し上げます。今後とも、社会正義に基づく尺度から厳正中立な報道を堅持し、是々非々の報道姿勢を貫徹することで医薬品・医療品関連業界の健全な発展に微力でも貢献いたす所存です。つきましては引き続きのご支援ご協力をお願い申し上げます。さて、今年は我が国にとって年号が令和に変わり、新時代の幕が開けました。少子超高齢社会の諸課題への対応が求められる一方で、これを好機と捉えて各社の発展につなげていただきたいと願っております。そこで、本記念号特別企画として「令和新時代への期待と展望」をテーマにして、業界関係者の様々な声を集めることで新時代に飛躍するためのヒントとしたいと考えました。また、特集後半は「温故知新」で、本紙五百号を百号の節目の年ごとに回顧することで、歴史の変遷とともに将来を展望する一助となれば幸いです。

令和新時代の我が社の経営ビジョン

健康寿命延伸に貢献

武田コンシューマーヘルスケア㈱社長　野上　麻理氏

「いつまでも健康でありたい」「いきいきとした生活を送りたい」と願うお客様に対して、「優れた製品と適切な情報＝ブランド」をお届けすることにより、健康寿命の延伸に貢献し続けるのが、私たち武田コンシューマーヘルスケアのミッションです。

日本は世界最高レベルの長寿国である一方、少子高齢化による人口減少が急速に進行している課題先進国でもあり、団塊の世代が後期高齢者に達する二〇二五年に加え、団塊ジュニア世代が六十五を迎え、高齢者数がピークに達する二〇四〇年を見据えた議論が活発化しています。

また、社会保障給付費の推計では二〇四〇年度の医療費はおよそ七十兆円と現在の四十兆円から大幅に増加する一方、現役世代（十五～六十四歳）人口は約一七％も減少することが見込まれており、「健康寿命の延伸」は日本にとって喫緊の課題といえます。

私たちは武田薬品創業以来二百三十年以上にわたり、医薬品で培った知識や経験を活かし、未病の改善や軽治療をはじめとする「セルフケア」「セルフメディケーション」の領域において「優れた製品と適切な情報＝ブランド」提供を通じて、人々の健康に貢献することを目指しています。

武田コンシューマーヘルスケアの成長戦略の根幹にあるのは、私たちのビジョンに基づいた「お客様第一」の視点です。

その上で、成長の軸となる四つの戦略テーマに焦点をあて、全部門が効果的に協働して取組みを進めてまいります。

①アリナミン、ベンザのメガブランド化への取組みと、定番基幹ブランドの育成。②自社スイッチOTC薬の導入。③通販事業の再構築。④インバウンドの活性化を含む中華圏海外事業の成長。

武田コンシューマーヘルスケアは、武田薬品グループの一員として、「お客様との約束（ブランドプロミス）」に誠実に応え続けるために、「優れた製品と適切な情報」の提供を通じ、「人々の健康」に貢献してまいります。

新時代のサービスも創出

㈱プラネット社長　田上　正勝氏

令和新時代も当社の基本的な考え方は変わりません。

流通の情報インフラサービスを継続させることが最優先であり、長期的な視点で緩やかな成長を目指します。

令和新時代は、「働き方改革」によりワーク・ライフ・バランスの見直しが行なわれます。これを踏まえ「プラネットビジョン2025」を進めて参ります。

①企業間取引における業務効率の追求＝「働き方改革」には定型業務をなくす、というテーマがあります。当社のEDIサービスは定型業務を自動化できるので、有効に活用いただきたいです。また、物流課題の調査・研究を行ない、物流EDIも進めていきます。

②企業間コミュニケーションの活性化＝「流通の次世代を語る会」は、未来の店舗、未来の在庫管理をテーマに、日用品化粧品業界が考える未来のイメージをまとめました。今後は具体化に着手していきます。「インバウンド研究会」は、参加者の要望もありインバウンド、越境EC、一般貿易を一体として考える研究会へと発展させていきたいと思います。

③流通における情報活用の推進＝業界横断的に商品情報を活用する取組みを、流通システム開発センター（GSI Japan）と食品業界の商品情報を管理するジャパン・インフォレックス社と協力して進めていきます。また、ID-POSの分析を行なうTrue Data社と連携して、AIやビッグデータの活用が進むことで増加するデータの加工作業を共同処理する仕組みを検討します。

④社会に役立つ情報の収集と発信＝おかげさまで訪日外国人客の買物実態をまとめた調査レポート『インバウンド消費を拡大させる意識と行動』、生活者の意識調査『From プラネット』は、ともに好評をいただいております。引き続き生活者に寄り添った情報の発信を行なっていきます。

流通の情報インフラサービスを維持・継続しつつ、令和新時代に必要とされるサービスを創出できるよう尽力して参ります。

輝く未来の一翼に

不二ラテックス㈱社長　伊藤　研二氏

令和二十年の日本の生産人口は二〇％減の五千二百四十五万人になるという予測があります。

人口減少、財政悪化、マイナス成長等の諸問題、持続的成長と財政健全化の実現、持続的な社会保障制度への転換等の課題を乗り越えた社会を目指すことにより〝日本国民が安心して安全に暮らせる社会〟を実現し、日本の存在感を世界に示すとともに、世界経済の中で重要なポジションを維持することになると予想できます。

課題に対して解決、対応できなかった場合は、相応の不満足社会になることが予想されます。

ここでは、持続可能な豊かさが実現したと仮定して、社会の中でのコンドーム業界の位置づけについて考えてみました。

避妊と性感染症予防の役割を担うコンドームは、依然としてその存在価値を維持しているものと予測いたします。

市場状況は、国内では少子高齢化が進み、縮小傾向が続く中で、高付加価値ハイエンドコンドームへのシフトが促進されると予測されます。

海外市場も生活水準の向上とともに、少子高齢化へ転換する国が増加し、高付加価値ハイエンドコンドームへのシフトが予測されます。日本のコンドームメーカーは世界市場において、高付加価値ハイエンドコンドームブランドの発信基地になると予測されます。

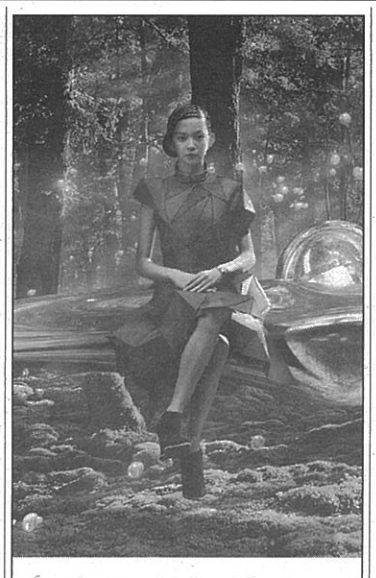
このような予測の中で不二ラテックスは、第一に「バースコントロールの総合メーカー」を目指します。性感染症予防から避妊、妊活、出産までの多様化した消費者ニーズに対応すべく商品開発を進めてまいります。

第二に、不二ラテックスコンドームは高付加価値ハイエンドコンドーム

（13めんへつづく）

ヘルスケア関連業界の発展と社会貢献目指す

（順不同）



アストラゼネカ株式会社
代表取締役社長　ステファン・ヴォックスストラム
〒530-0011　大阪市北区大深町三-一　グランフロント大阪タワーB

大日本住友製薬株式会社
大阪本社　〒541-0045　大阪市中央区道修町二-六-八　TEL（〇六）六二〇三-五三二一
東京本社　〒104-8356　東京都中央区京橋一-一三-一　TEL（〇三）五一五九-二五〇〇

Eisai　hhc human health care
エーザイ株式会社