

OTC 医薬品卸協議会 スペシャル座談会

ヘルスケア卸が挑む 「セルメ推進ビジョン」の 社会実装

会長
松井秀正氏（大木代表取締役社長）

幹事
西田 誠氏（アルフレッサ ヘルスケア 代表取締役社長）

副会長
阿座上 登氏（リードヘルスケア 代表取締役社長）

幹事
吉田拓也氏（PALTAC 代表取締役社長）

運営委員長 ★司会進行
関 光彦氏（PALTAC 常務執行役員店舗支援本部長）



（左から時計回り） 吉田氏、松井氏、関氏、西田氏、阿座上氏

大衆薬卸協議会から「OTC 医薬品卸協議会」へと2024年5月に名称変更してから初年度が経過した。超高齢社会を背景に健康寿命の延伸が希求される中、ヘルスケア卸は何に取り組み、何を提唱しようとしているのか。業界の現状と協議会の方向性について座談会形式でうかがった。

阿座上 西田 名称変更は未来見据えた戦略的な一歩 OTC 薬が担うこれからの健康管理

関 卸の連携による社会実装を目的とする「セルフメディケーション推進ビジョン」の実践や厚労省の「セルフケア・セルフメディケーション推進に関する有識者検討会」が示す改善案に対する評価

など協議会の取り組みについてうかがいたいと考えています。まず組織の名称変更とその意義からお願いします。

松井 OTC 医薬品は、大衆薬や家庭薬などさまざまに呼ばれてい

ます。しかし、セルフメディケーションの推進やスイッチ OTC 化など医療との連携が進む中、医療用と対になる OTC 医薬品の流通を担う卸という定義を各社と共有したいと考えました。また、そのことを行政や関連団体に分かりやすく伝えるため、名称を変更しました。

吉田 旧称は、確かに時代にそぐわなくなっていました。組織名の変更は、新たなビジョンを共有し、連携を目指すとの意義があると思います。

西田 当社の売り上げの構成比は OTC 医薬品の割合が高くなっています。医療費削減の推進やセルフケアの考え方の浸透で医療用医薬品と OTC 医薬品が両輪を成す中、OTC 医薬品、そしてそれを取り扱うわれわれの役割も非常に重要なものとなりました。OTC 医薬品卸協議会の名称には、そうした背景を含め「大衆薬」という言葉を用いるよりも重みを感じます。オーバーザカウンターという名を持つ OTC 医薬品の役割をしっかりと引き出せるような販売の仕組みやフォローアップの体制を作っていかなければなりません。

阿座上 単なる組織名の変更にとどまらず、OTC 医薬品卸が果たすべき社会的役割の再定義であり、業界の未来を見据えた戦略的な一歩と考えます。中間流通業として機能強化、行政・業界団体との連携強化、また OTC という言葉は、国際的に通用する用語で、今では新聞、雑誌などメディアで広く使われており、スイッチ OTC 薬、ダイレクト OTC 薬などに触れられる機会も増えてきました。生活者に OTC 薬を身近に感じていただくことでセルフメディケーションの推進に貢献していきたいと思っています。

関 協議会が策定した「セルフ

メディケーション推進ビジョン」には、セルフケア卸の指針、卸機能の向上、持続可能な流通体制という3つの視点が設けられています。各社の取り組みについてお聞かせください。

阿座上 私たちを取り巻く環境は、少子高齢化や人生100年時代を迎え、健康や美容に対する価値観が大きく変化していると感じています。また、医療や介護の業界では、深刻な人手不足で社会保障制度の維持といった課題に直面しています。そうした中でドラッグストア（DgS）さまならびに薬局・薬店さまは、地域における健康拠点としての役割を高めています。

当社は、元気に年齢を重ねるための予防的な提案となるウエルエイジングやオーラルケア、男女の更年期対策、フェムケアに力を入れています。また昨年には、2社のベンチャー企業がフォレストグループに参画しました。医療用ウィッグのナチュラルと、特許取得の粘着シリコンで簡単に装着できる人工乳房および人工ニップルを製造販売するナチュラルブレストの両社です。がん手術後の患者に寄り添った提案を行える身近な存在として薬局・DgSさまは、非常に親和性が高いと思います。新しい市場の創造に向け、店頭からの情報発信を通じて付加価値の高い製品と情報を届けたいと考えています。

吉田 症状が出た時の対処となる OTC 薬のほか、健康寿命の延伸に関して病気にならない生活習慣や栄養、運動、睡眠の改善を呼びかけなければなりません。JAPAN ドラッグストアショーにも出展しましたが、新しい切り口でサプリメントをおいしく楽しく摂っていただくため、韓国からのインナービューティーやグミタイプのサプリメントなど若い世代にも



まつい・ひでまさ

●1999年4月大木入社。システム部副部長、東京支店長、大阪支社長、社長室長兼経営企画室長、業務本部本部長を経て2018年5月大木ホールディングス代表取締役社長。

健康につながる商品を提案することが卸の重要な役割だと思います。

肌や髪など体の外側のケアには、気持ちを良くする働きもあります。外面と内面からケアすることは、DgSさまの領域です。OTC薬と健康食品、化粧品を組み合わせる提案を強めていきたいと考えています。

西田 DgSさま、薬局・薬店さまは、特にコロナ禍を境に以前にも増して日常生活に不可欠な業態になっていると思います。今年のドラッグストアショーのテーマは「地域の皆様に最高の未来をお届けする」であり、これは、DgSさま、薬局・薬店さまが今まで果たしてきた役割とこれからの期待感が反映されたものです。

多様性の時代と呼ばれる今、健康に対しても一人一人が異なる考え方や方向性を持っています。それらをトータル的にサポートすることがより良い健康づくりにつながっていくのではないでしょう



あざがみ・のぼる
●1984年4月コーヤク（現リードヘルスケア）入社。2014年4月西日本営業本部九州量販営業部長。15年4月営業統括本部九州営業部長。17年4月執行役員西日本営業本部長。19年6月取締役執行役員営業本部長。20年4月より代表取締役社長。

か。これを実現する上で、利便性を向上させるオンライン上でのツールや新たな情報発信の方法が登場していますが、やはり人と人とのつながりが最も重要です。特に店舗で、コトからモノ、モノからコトへとつなぐコミュニケーションを幅広く行っていくことが、一人一人の持つ健康のイメージを満たしていくことにつながります。DgSさま、薬局・薬店さまと共に地域住民の健康な未来を創っていくという志のもと、当社も卸の基本となるつなぐ役割で、店頭から発信する健康づくりを提案していきたいと考えています。

松井 新しい価値観と商品の提案を行う流通は、卸が主体に支えなければならないと考えています。医療用、OTC薬、もしくは日用品、化粧品など各社に強みがあって立ち位置は違いますが、それぞれの提案を店頭で反映しようと努力しています。調剤薬局・DgSさまというヘルスケアの専門家が

いる店頭で販売されるスイッチOTC薬やエビデンスベースの健康食品、化粧品を私たち卸が流通させている点を再認識してもらえればと思います。

当社は、社員に75歳まで働きたいと思ってもらえる会社を目指しています。ヘルスケア業界に入ったからには、それを一番享受するのは社員であっていいはずです。人手不足の中で75歳まで元気で働ける環境づくりを進めています。

吉田 DgS、薬局の強化を目的にした「店舗支援本部」を6年前に設けました。消費者向けのPOPや販促物などをしっかり反映さ

せ、買い物しやすい売り場のお手伝いをする部署です。

スマホで撮った売り場の画像がすぐにサーバーへ飛び、リアルタイムでメーカー・小売業さまと共有できます。現在、さらに進歩させ、POSデータへの影響まで分析できるツールにブラッシュアップしています。この目的は、面談で決定した通りに正しく売り場を作り、消費者にも情報が伝わりやすくすることにより、店頭売上を伸ばすことです。マンパワーで手がけてきた伝統にDX化を加え、地域住民に買いやすい売り場を提供し、売上増につなげています。

吉田 無駄のないサプライチェーンの構築目指す 松井 協議会に諮りたい災害時 OTC 薬の利活用

阿座上 卸機能の一丁目一番地は、安定した商品供給と品質管理だと思っています。その上で情報提供や販促提案といった機能が生かされてきます。ロジスティクスにおいては、今後の災害を予見したBCP対策を準備するとともに、お得意先の納品に対して効率的でコストの低減が期待される物流の拠点を整えつつあります。3年前に広島県福山市で稼働したほか、一昨年も九州に2つ目の物流センターを構築しました。今期は、関西と関東エリアの物流拠点の見直しを進めています。

西田 現在、2030年問題が懸念されています。これは高齢者人口が全人口の約3割に達することで引き起こされる労働力不足や医療・介護費の増大、社会保障費の増加などが深刻化する問題のことですが、一方で薬機法の改正などに伴い、オンライン診療・服薬指導など、それらを解消する医療のDX化が進んでいます。

また、過疎地や遠隔地におけるドローンの活用なども始まってお

り、当社グループでも一部実施段階にあります。これらは主に医療用領域での話ですが、先々セルフケア領域とも連携を進め、DX化も含めた新たな技術の提案を重ねていくことも卸の一つの機能だと考えています。

松井 先ほど災害対策の話が出ましたが、医療用医薬品の企業連携が進んでいるのに対し、OTC薬の場合、法的な面も含め整備されていません。避難所には、専門家がいないと簡単にOTC薬を配れないし、使えない状況があります。セルフメディケーションをベースとした災害時のOTC薬の利活用について協議会で諮り、法的な部分のクリアも目指したいと思っています。

関 次に持続可能な流通体制に関してお願いします。

阿座上 当社では、流通在庫の最適化を踏まえて適正な在庫管理を実施するため、需要予測にAIを活用したシステム構築を進めています。

また5年後、10年後を想定した

人材育成にもグループを挙げて取り組みを始めました。パーパスドリブン経営を掲げ、企業の理念や目的を求心力とした企業経営を、社員一人一人が理解し、社会と会社に対してどのように貢献しているか、きちんと考えて動ける人材を育てていこうということも一つのテーマとして取り組んでいます。「企業は人なり」という言葉がありますが、人材の成長が企業の成長を牽引すると考えています。

西田 当社では、2月に新しく3次元ロボットピッキングシステムを導入した「九州物流センター」を移転稼働しました。労働環境改善を図るとともに、ピッキング工数削減による業務効率化を実現することで正確、迅速かつ安全な商品供給体制を強化しています。

物を運ぶという卸の仕事は「競争」から「共働」の時代になってきています。この人口減少社会において、業界を発展させるためには、協業すべきところは協業して、社会インフラの安定に寄与していくことが肝要でしょう。

吉田 サプライチェーンについては、各社の努力で日本は世界的に見ても相当に進んでいると思います。ただ課題としては、それぞれがトラックを走らせて積載率の低い物流をいまだに行っていることです。本当の意味でサプライチ

ェーンがつながっていません。当社は「つなぐ力で人と社会のミライを創る」を長期ビジョンに掲げています。データがブツブツと切れていて卸各社や店頭の在庫、売れ筋、欠品・返品などが把握できず、予測の中で製造し、仕入れ、販売しているのが実状です。これが無駄を生む一番の原因ではないかと思います。

流通業界が素晴らしい社会貢献を果たしていると社会的に評価いただくため、協議会を通じてデータ活用も含めた無駄のないサプライチェーンの構築を目指したいと思います。皆が共通のデータを活用し、適切な需要予測のもとにメーカーさまが生産できるようになれば、持続可能な流通体制が構築できるのではないのでしょうか。

阿座上 卸4社が同じDgSさまのセンターに配送している現状は、確かに見直すべきですね。一緒にコスト軽減に取り組んだほうが絶対にいいと思います。

西田 毎日配送するべきか否かも検証する必要があります。2024年問題の際、メーカーさまから週3回配送を2回にしてほしいとの要望を受け、諸々の調整を行い、実施いたしました。課題を持ち寄り、製配販で同じ方向へ向かっていく姿勢が、業界の持続可能な流通体制につながります。



にしだ・まこと
●1983年8月日本商事（現アルフレッサファーム）入社。2014年4月アルフレッサヘルスケア執行役員営業本部副本部長。16年4月常務執行役員営業本部副本部長。17年4月常務執行役員営業本部長。17年5月取締役常務執行役員営業本部長。19年4月取締役専務執行役員営業本部長。23年4月代表取締役社長。

松井 新データエクステンションなど小売さま、メーカーさまをつなぐ機能を卸は積極的に対応してきました。小売業さまへの配送は毎日なのに対し、卸への配送は週1～2回になっている。そろそろ製配販で全体最適を考え、協調していく必要があるのではないのでしょうか。それにはやはりデータのオープン化だと思います。今、マスターの統一がようやく議論に乗ってきました。経産省の提唱する



よしだ・たくや
●1995年4月三和銀行（現三菱UFJ銀行）入行。00年4月新和パルタック（現PALTAC）入社。2019年4月常務執行役員商品本部長。20年10月同東京支社長。21年4月専務執行役員東京支社長。23年4月副社長執行役員兼COO。同6月代表取締役社長。メディパルホールディングス取締役（化粧品・日用品、OTC事業担当）。

フィジカルインターネットは、物流情報をオープンにし、倉庫やトラックを効率的に活用する考えです。食品業界や日用品業界のデータ統合も進んでいます。一方、厚労省のOTC医薬品成分のデータベース化も「JSM-DBC」を中心に整備ができてきました。

オープン化を目指す土台づくりは、やはり卸が主体となって推進したいと考えています。

松井 急がれるデータベースの標準化 阿座上 強化したい自治体や医療機関との連携

関 セルフメディケーションをさらに推進していく上でのキーポイントは何かでしょうか。

松井 どちらかといえば卸は受け身でした。しかし、われわれは川上から川下までトータルで関係をしています。今後は発信を強め、行政や医療機関、メーカーさま、小売業さまに働きかけていく組織でありたいと思います。

西田 われわれ卸は流通のプロであるという自覚を強く持ち、協議会としてもそうした立場から公的な場にもっと出て現状を伝えるべきだと考えます。

松井 ここに出席している4社それぞれがヘルスケア卸を代表し、公的な場で意見を言わせていただきます。

阿座上 自治体や医療機関との連携は今まで十分とは言えませんでした。今からの取り組みが大切になります。それによってインフラとしての信頼性が向上し、業界の発展につながります。

吉田 今のセルフメディケーション税制は、十分に定着しているとは言いつらく、その理由は、制度の複雑さと手続きの煩雑さだと思います。1年間レシートを貯め

続けたとしても、1万2000円に届かなければレシートは無駄になってしまいます。理念は非常に意義深いものですが、現行制度が生活者にとって複雑であり、分かりにくさ、使いづらさを感じています。

有識者会議でも意見があったと思いますが、0円から適用するとか、スマホで簡単に申告できるようにするとか、DX推進と制度の分かりやすさの両立が生活者の利便性向上につながり、懸念されている医療費増加への対応策として効果が出るのではないのでしょうか。

阿座上 生活者に近い小売業さまからの呼びかけも強めてほしいですね。

関 17年1月1日に導入された同税制は21年までの時限立法でしたが、5年間延長され、来年12月31日までの適用です。

西田 医療費控除と併用できず、また対象にならないOTC薬もあり、非常に分かりにくいですね。このままでは延長の効果も限定的になってしまう恐れがあります。卸の立場からも発信していくことが大事です。

松井 財務省がセルメ税制で削減された医療費トータルの証明を

また求めています。業界団体で8年間の間にどれだけ医療費が軽減されたのかアピールする必要があります。

関 セルメ税制の申告を含めたDX化については、業界標準の商品マスターの管理が必要であり、経産省と厚労省が絡む内容です。OTC医薬品卸協議会が関わるべき一番のポイントかと思います。

松井 OTC医薬品などの製品情報のデータベース「JSM-DBC」が、厚労省からセルメ税制対象商品のリスト化の事業を受けています。そこがエクセルベースのようなリストを出していますが、出力方法など現在、連携するための整備をしているところです。一部実証実験のような形で小売業さまのシステムを組んでいる企業と連携し、一年間そこで購入した対象商品がリストで出てくる仕組みができたらと思っています。

JSM-MDなどデータベースの標準化は、卸の団体がメーカーさまに働きかけないと、いまだに一部メーカーさまから標準化の必要性を聞かれる現状です。

西田 データを取り込み、アウトプットする卸の労力も知ってほしいですね。

関 大包装・小包装の管理についてもDX化をすれば、購入履歴から飲み合わせの問題にも対応できます。

西田 マイナンバー保険証などによるデータの取りまとめで過去の治療歴が分かります。そこから次の治療にもつながりますので、データベースは非常に重要なものです。協議会としても、データの有用性を最大限発揮できるような活動に取り組むことで、健康寿命の延伸につなげたいですね。

松井 卸は、データの標準化を重視しています。小売業さま、メーカーさまよりも卸がデータの重要性を知っており、推進するポジションにあると思います。ただ、卸が中心となってやるか、メーカーさまか小売業さまがやるかの違いはあるでしょうね。

関 中間流通業だからこそできる持続可能な取り組みかもしれません。

吉田 経産省や厚労省もデータベース化の必要性をご認識いただいています。具体的な内容の詰めは業界団体の主体的な動きが求められています。経産省や厚労省のさらなる方向性の提示や後押しがあることで、業界全体としての



せき・みつひこ
●1984年4月小林製薬入社。2005年4月KS北海道代表取締役社長。08年4月Paltac（現PALTAC）入社。15年4月執行役員ヘルスケア営業本部長。20年6月常務執行役員店舗支援本部長。

動きが加速するのではないかと考えています。

関 ありがとうございました。活発な議論の中でOTC薬のデータベース化について、皆さまから声を大にして発言していただきましたので、その実現を目指しながら、生活者のセルフメディケーション推進のために皆で頑張っていければと思います。

