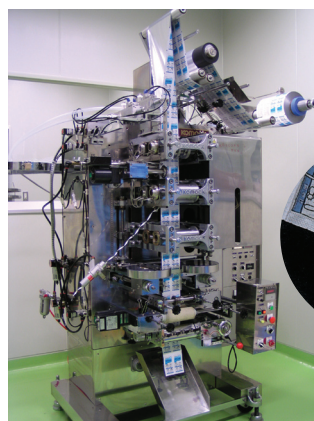


# 差異化のカナメは「基準外」への挑戦

新生薬品工業株式会社



液剤の自動充填・閉塞装置



飲みきりタイプ  
液剤シート分包機

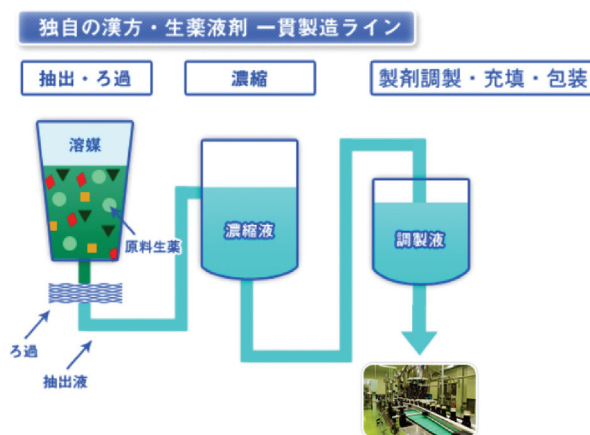
製薬大手企業に対抗する OTC 医薬品を開発し、差異化するために  
考え出された新製品開発の焦点は、  
「基準外医薬品」への挑戦という、優れたキーワードであった。

## 医薬品製造販売業への挑戦

家庭用医薬品の配置販売業として創業された「梶谷延寿堂」の時代から、現在の新生薬品工業株式会社に到る歴史上、当社の最大の転機は1980年代に訪れる。当時、開発に携わっていた梶谷順久現社長は、OTC 医薬品の製造販売を目指していたが、目の前には、大手製薬企業の大きな壁があった。しかし、新たに開発した漢方薬の製造技術を生かして、他社に負けない製品を世の中に送り出したいという想いはくじけない。そこで、梶谷社長が選択した手法が、『基準外』への挑戦である。厚生省（当時）の「一般用医薬品承認基準」に収まらない「漢方液剤」に注目し、数年をかけて開発し、ついに厚生省（当時）から一般用医薬品の承認を獲得したのである。

さらに、製品の競争力を高めるために、生薬の抽出・ろ過から充填・包装までの一貫製造ラインを完成させた。当時としては、かなり思い切った投資であったと推測される。

1986年、新しいプラントから画期的な製品「葛根湯内服液」が出荷され、新生薬品工業株式会社は、ついに OTC 医薬品業界に進出した。



新生薬品工業の OTC 医薬品

## 研究開発への投資

この時に蓄積された技術や、提携した大手製薬会社の協力を元にして、当社の研究開発力は、飛躍的に成長した。省力化機器、最新の試験設備などに投資しつつ、開発への情熱はさらに強まった。そして、再び「承認基準」を超える製品を開発し、厚生省の認可を受けることに成功する。1日3回服用で認可された「漢方液剤」を1日2回服用にリニューアルしたのである。

その後も、ビタミン配合の葛根湯顆粒剤など、「基準外」に挑戦した開発は、留まるところを知らない。



## 経営戦略

他社との差異化を図ることは、中小企業の経営戦略上必須のことではあるが、これを、企業内で実践することは至難の業である。「差異化」したつもりが、単なる自己満足になっているケースが圧倒的に多い。しかしながら、新生薬品工業株式会社の「差異化」は、間違いなく「世の中になくはないもの」である。厚生労働省の「基準外承認」であれば、他社の追従は短時間にはできないもので、一時的には独占的な展開が可能である。

梶谷社長の開発者魂は、さらに磨きがかかり、事業推進室長であるご子息の梶谷徳輔氏に承継されていく。梶谷徳輔室長は、得意先との窓口として最前線に立ち、さらに、物流の最終統括者を兼務することで、開発の出発点としての「顧客の声」が聞けるポジションに就いて、常に市場に、生活者のニーズに、目を向けている。

最後に、梶谷社長に「経営課題は何ですか？」と尋ねたところ、間髪をおかず「開発力の強化です。」という答えであった。「小さくてもキラリと光る企業」を目指すという梶谷社長の目は、まさしく輝いていた。



## 新生薬品工業株式会社



代表取締役社長 梶谷 順久

〒 635-0103  
奈良県高市郡高取町清水谷 1269 番地  
■ TEL ■ 0744 - 52 - 3330  
■ FAX ■ 0744 - 52 - 3340  
■ URL ■ <http://www.shinsei-pha.co.jp/>