

和魂洋才 世界のリーダーへ

## 武田薬品工業<sup>⑬</sup>

# 挑戦 する企業

持続的に成長

「持続的な売り上げと利益への貢献」。武田コーンシューマーヘルスケア（TCHC）、東京都千代田区）社長の野上麻理は、武田薬品工業グループにおける自社の使命をこう語る。TCHCが手がけるOTC医薬品（一般用医薬品）は、親会社の武田薬品が扱う医療用医薬品のように特許が切

## 「タケダ」を支える一般薬

れて売上高が急減することはない。高齢化の潮流も踏まえれば、自社には継続的な成長が求められると野上は考えている。ただ、国内の一般薬業界には課題が山積する。例えばセルフメディケー

生活者は2017年11月時点で11・1%だった。野上は同税制をあてにできるのかとの問いに、「あてにと言っか、（利）用促進へ向けた施策をやらねばならない」と即答。認知度向上の具体策

いた野上は、流通の重要性が骨身に染みている。TCHCでも「店舗数の多いドラッグストアなどとはもつと戦略的・中長期的な取り組みが必要」と認識。18年9月の社長就任後に訪問した得意先

## 流通と連携、ブランド向上

シオン税制。医療用医薬品の成分を転用したスイッチOTC薬を一定額以上購入した場合に所得控除をするものだが、認知度はいま一歩だ。日本医療政策機構の調査では、同税制の内容をよく知る

としては「流通さんの力」が非常に大きい。しつかり組みながらやっていくべきだ」と分析する。

本体にお返し

P&Gジャパンで消費財のビジネスに携わって

では「新製品を含めた提案力で最近ちよつと（競合）他社さんに負けているのではないか、とのご意見を頂いた」という。だが野上はこの指摘を「武田さんだったらもつとできるよね、という良



ブランド力への貢献も期待される主力製品の「アリナミン」

▲.....

ディングという意味では（武田薬品本体に）お返しできる部分がある」とみる。武田は学生の採用で

意での期待」と捉えもブランドが強く強

。「物事を店頭起点で考えてほしい。棚を戦略的に取りに行く観点で準備を前倒ししよう」と社員に意識改革を促す。

野上はTCHCが成長の覚悟が試され続ける。（敬称略）