

Open Up the Future



田辺三菱製薬

医療の未来を切り拓く

田辺三菱製薬 株式会社

三菱ケミカルホールディングスグループの一員として、グループ内のヘルスケア事業の中核を担っている同社。免疫炎症、糖尿病・腎、中枢神経の薬剤やワクチンなど、特徴ある医療用医薬品を提供するとともに、ジェネリック医薬品や一般用医薬品の販売を通じて、幅広い医療ニーズに対応しています。今回は、代表取締役社長の三津家氏に創業の歴史や経営指針、医薬品ビジネスの未来像について、幅広くお伺いしました。

一 田辺三菱製薬の創業と

薬のまち「道修町」への進出

弊社の前身である田辺製薬(株)は1678年に初代田邊屋五兵衛が「たなべや薬」を看板に大阪土佐堀で創業しました。当時の大阪は物流・経済の中心地として発展しており、全国の物産のみならず輸入された唐薬のほとんどが道修町に集まり、株仲間の薬種商が仕事を独占していました。田邊屋五兵衛の商売は順調でしたが、薬を商う以上は薬のまちである道修町への進出、そして株仲間への参入を目標していました。初代以来の悲願が達成されるのは創業から113年、1791年です。ついに株仲間入りを果たしましたがまだ借家でした。そして1855年、創業から177年を経て十一代目です。場所は現在の大阪市中央区道修町3丁目、つまり田辺三菱製薬本社が建つ地で、当時から本社の場所は変わっていません。

に乗って業種転換をはかり、酒の防腐剤となるサリチル酸を主力商品としました。大阪の周りには神戸の灘や京都の伏見など、名だたる酒所があります。酒が腐造することを「火落ち」といいます。現在では火落ち菌が原因であることがわかっていますが、当時はひとたび火落ちすればその後何年も悩まされる大きな経営リスクの一つでした。そのリスクを大幅に減らし、安定した酒造りを提案できる商品として、通称「子ズミ箱」が灘五郷で大ヒット商品となりました。

二つ目の転換点は、第二次世界大戦後にニッパスという抗結核薬を自社新薬として開発したことです。当時日本には、戦後の食糧難で約300万人の結核患者がいました。画期的な結核治療薬としてすでに欧米で注目を集めていたパラアミノサリチル酸(PAS)に着目し開発、戦後焼け野原になってしまった日本の復興の願いを込めて日本のパス「ニッパス」と名付けました。

これら二つの事業転換は、時代の節目であるとともに、公益性の高い事業でもあります。営利のためだけでなく、社会と人に貢献するという創業の精神の具体化でもありました。

一 300年以上事業が続くために

薬種商田邊屋五兵衛から現在の田辺三菱製薬までの300年以上の間、いくつもの変遷を繰り返してきました。その中でも特に大きな事業転換が二つあります。

一つ目の大きな転換点は、洋薬を技術導入したことです。創業当初は漢方薬の薬種商を営んでいましたが、1882年、十二代五兵衛の時に自由貿易の波

一 田辺三菱製薬 合併の系譜

2007年に田辺製薬と三菱ウェルファーマが合併し、現在の田辺三菱製薬になりました。田辺製薬とはまっ



田辺三菱製薬 株式会社

代表取締役社長：三津家 正之 氏
 本社：大阪市中央区道修町3-2-10
 創業：1678年 / 設立：1933年
 社員数：7,228名
 事業内容：医療用医薬品を中心とする
 医薬品の製造・販売
 URL：https://www.mt-pharma.co.jp/



本社外観



■インタビューに答える三津家社長

同氏は、東京大学大学院薬学研究科博士課程を修了後、1982年に三菱化成工業㈱（現在の三菱ケミカル㈱）に入社。田辺三菱製薬㈱取締役常務執行役員、代表取締役専務執行役員などを経て、2014年6月から現職。



■本社建物の2階にある史料館

史料館には、同社が常に時代に先駆けて社会の役に立つ新薬を提供し続けてきた企業活動と、幾多の困難を乗り越えてきたフロンティア精神の歴史的資料を一堂に集めています。館内を3つのゾーンに分け、同社の歴史や日本の医薬品産業の発祥の地とも言える大阪・道修町の歴史や文化、創業から300有余年の間に蓄積された数々の歴史資料、同社の今と未来の姿を紹介しています。無料で予約見学可能な施設です。



たく縁のない財閥系の三菱との合併だと思われがちですが、実は所縁が深い合併です。三菱ウェルファーマは2001年までに四つの企業と合併しています。その中の一つである東京田辺製薬は田辺という名の通り、1901年に十二代田邊五兵衛の次男である田邊元三郎が東京に進出し、田邊元三郎商店を設立したところから始まっています。その他にも同じ道修町にある武田薬品の血を引く吉富製薬や、田辺製薬で専務であった篠島秀雄氏が三菱化成工業の社長になるなど、さまざまところで繋がっています。

— 中期経営計画

「Open Up the Future」

狭義の医薬品ビジネスから広い意味でのヘルスケア産業に移っていく、時代の転換点となる現在、2016年から始めたOpen Up the Future—医療の未来を切り拓く—と題した5か年の中期経営計画に取り組んでいます。高齢者がこれからどんどん増えていく時代の中で医療経済性を改善するために医薬品がどう機能していくのか、医薬だけでなく「医療」の全体で考えなければなりません。単に寿命を延ばすだけでなく、本当の意味での幸せを得るための「健康寿命の延伸」を目指し、取り組んでいます。

そのために体の自由が奪われてしまう免疫炎症と中枢神経、二つの方面の

医薬品開発に力を入れており、すでに関節リウマチや筋萎縮性側索硬化症（ALS）の薬剤を展開中です。ALSの治療薬では、患者様の投薬負担をより減らすために経口剤の開発を進めています。また、現在増えてきているパーキンソン病に対する治療を次のターゲットとして、アメリカでの臨床試験が最終段階に入っており、2021年度申請、2022年度上市の予定です。

— 経営方針、デジタル化の波

現在、専門性の強化を人材育成の課題としています。医薬品の営業は化学物質を売るのではなく、安全性や品質、副作用などの情報提供をしています。花粉症など症状の軽いものはWEB上から情報を収集する医師が多いですが、重度の炎症や神経疾患の医薬情報はしっかりと話を聞きたいので専門的な知識を持つMRに来てもらいたいという医師が多くいらっしゃいます。このような医師の要望に応えながら全国をカバーするために、MR活動とデジタルを効果的に組み合わせるなど営業スタイルはどんどん変化しています。

日本のヘルスケア産業が生き残っていくためには、現在国内にある質の良い診療データをビッグデータ化することが鍵であると考えています。カルテには検査や投薬の履歴が残っていますが、電子化するにあたっては医師に

よって書き方が違うという問題があります。また、安価なスマートウォッチの普及により24時間患者のモニタリングが可能となります。来院した時のみのデータより、日常生活においてのデータの方がはるかに重要です。その膨大なデータの中から必要なものだけを取り出すためにAIの活用にも取り組んでいます。

— 医薬品ビジネスの未来像

狭義の医薬品ビジネスと、我々の業界を横に広げていく広義のヘルスケア産業、2つの未来について考えなければなりません。医薬品ビジネスに関しては残されたニーズがどんどん特殊化してきており、患者様が本当に困っていることを理解して解決する必要があります。広義のヘルスケア事業は、場合によっては民間保険でカバーされるような未病に対するソリューションを提供することが求められます。実生活の臨床データを集めて科学的根拠とともに社会に提供するという医薬品業界が得意とする分野です。医療保険だけでは立ち行かない時代が来るので、小さな成功を積み重ねながら頑張っています。

— 本日は貴重なお話をいただき ありがとうございました。