老舗リブランディング

# 高田製薬（さいたま市、後発薬の製造販売）

## ヤクルトから抗がん剤継承

かつて薬は、子供にとって「苦いもの」の代名詞だった。その常識を覆し、医薬品を飲みやすくやさしいものへと変えてきたのが、高田製薬である。1895年創業、130年を超える歴史を持つ同社は、さいたま市に本社を構え、従業員790人、年商275億円（2024年度）の中堅の研究開発型製薬会社だ。医療用医薬品に特化し、病院や薬局向けに約300品目を展開している。

代表的なのが、子供向け抗生物質クラリスロマイシンDS（ドライシロップ）「タカタ」。高田製薬は、苦味を抑えた製剤技術を確立し、ジェネリック医薬品の中でも特異な存在感を築いてきた。「小児向けの薬は、飲みやすさが何より大事。苦味をどうマスキングするか、薬の特性を損なわずに味を整えるのが難しい」と高田浩樹社長は語る。

高田製薬がヤクルト本社から販売を継承した抗がん剤「エルプラット」

高田社長は「選ばれるジェネリックへ」と価値を高めることに挑戦してきた

血中濃度や溶解速度など、先発薬の基準をクリアする試験データを満たしながら、子供が嫌がらずに飲める味を設計する。苦味の度合いに合わせて最適な味を選ぶノウハウが蓄積されており、「この苦味にはバナナ味が合う」という知見も、科学と経験の融合から生まれたものだ。

高田製薬の歩みは、戦前に家庭薬を製造販売していた時代に遡る。1950年代に処方箋医薬品へと舵（かじ）を切り、医療現場に根ざした企業へと転身。77年には医薬品GMP（製造管理及び品質管理に関する基準）義務化に対応して大宮工場を整備し、80年にはヤクルト本社との提携により健康食品や医薬品の受託生産を開始した。現在は埼玉県内に4つの製造拠点（大宮、大宮第二、北埼玉及び幸手工場）を構え、研究開発と製造を一体化した体制を敷く。

2010年に社長に就任した高田氏が就任した当時、ジェネリック医薬品のシェアは20・2%（09年9月時点）だった。政府は医療費抑制の観点から、12年度までに30%以上の数量シェアを目指す目標を掲げていた。そうした時代にあって、高田製薬は「品質と安定供給を両立するジェネリック」を掲げ、独自の製剤技術と誠実な生産体制で信頼を築いてきた。「品質を守り、必要な薬を必要な時に届ける。それが私たちの存在理由です」と高田社長は語る。

同時に、ジェネリック＝安価な後発品というイメージからの脱却に長年取り組み、服薬のしやすさや安心感を備えた「選ばれるジェネリック」へと価値を高めることにも挑戦してきたという。ジェネリック医薬品の承認を持つ企業は国内に約180社あるが、継続的に新製品の承認を得て安定供給を続けているのは20社前後にとどまる。同社はその一角を占め、24年まで日本ジェネリック製薬協会の会長企業として業界を支えてきた。

近年では抗がん剤分野にも参入。長年培った注射製剤の技術を応用し、病院用で生産難度の高い製剤の開発に挑戦している。2024年にはヤクルト本社から抗がん剤の販売を承継し、カバーする治療領域を拡大した。

「安心品質」「安定供給」「安全情報」という「3つのA」を経営の柱に掲げる高田製薬。130年を超える歴史のなかで、同社がリブランディングを進める原点は一貫している。苦みを消す技術のように、医薬品に〝やさしさ〟を加えること。それこそが、老舗が次の時代へ託す新しいブランドのかたちだ。

（Saccc社長、公益資本主義推進協議会会員　加藤俊）