

ジャパンメディックは薬局・薬店向け外用剤のOEM（相手先ブランドによる生産）分野で、国内トップシェアを目指す。久光製薬の液体消炎鎮痛剤「サロンパスローション」や第一三共ヘルスケアのかゆみ止め「オイラックス」など大手の人気商品を手掛けており、前田康博社長は「七年後の平成二十七年二期までには、売上高を現況のほぼ二倍の五十億円に引き上げた」と意気込む。

会社メモ

ジャパンメディック 昭和25年、配置用医薬品メーカーとして創業。35年に前田模範堂を設立し、平成7年に現社名に変更した。資本金3500万円、従業員95人。売上高は26億円（平成20年2月期）。

外用剤OEMで急成長

ジャパンメディック

富山市横越



久光製薬と共同開発したサロンパスローションの製造ライン

していく。国内で戦うなら、外用剤しかないと判断した」と前田社長。二十年二月期は売り上げの七割を外用剤が占めた。特に、塗った後の

次回27日はアステラス富山（富山市興人町）です

トップシェア目指す

風邪薬や胃腸薬などの内服薬を製造してきたが、七年に、外用剤事業に参入した。配置薬市場が縮小する中「内服薬に比べ、気軽に購入できる外用剤は今後、薬局にとどまらずさまざまな場所で販売され、市場は拡大

さらさら感や爽快感などの使用感、使いやすい容器の形状などの研究に力を入れ、近年は自社製のノウハウをもとに、大手メーカーと共同開発する「提案型OEM」を増やしてきた。

昨年発売された久光製薬のサロンパスローションの受注も、開発力が認められた形だ。「久光側から共同開発の誘いを受け、E.Mを手掛ける商品が、大きな営業力になっている」と自信を深める。

は人材。薬剤的な知識だけでなく、消費者の視点で使いやすさを追求できる人材を育てていくことが、会社の成長力となる」としている。

昨年発売された久光製薬のサ

ト商品のOEMにも乗り出し、昨年は大手三社から水虫薬を受注した。

今年から先行投資のつもりで、人材面の強化に乗り出した。従来は隔年で三人程度だった新入社員を今春は十人採用。二十

二年度まで、毎年

十人ずつ採用する

計画だ。前田社長

は「最も大切な