



高い開発力・技術力によりドリンク剤製造で信頼のパートナーシップを築く

大同薬品工業株式会社 奈良県葛城市

1956（昭和31）年、奈良県御所市にて設立された大同薬品工業株式会社は、奈良県で盛んな配置薬（売薬）用医薬品の製造販売からスタート。

配置用のドリンク剤の開発を皮切りに、医薬品、医薬部外品、清涼飲料、健康・美容分野のドリンク剤のOEM（相手先ブランドによる受託製造）に特化し、研究開発力、製造技術を磨くとともに、多品目・少量生産にも対応可能な生産体制を築き上げ、創立60周年を迎える現在では国内トップクラスの日産170万本の製造能力を持つ。また、飲料の株式上場企業「ダイドードリンク株式会社」の発祥母体でもある。

会社概要



会社名：大同薬品工業株式会社
所在地：奈良県葛城市新村214番地1
電話：0745-62-5031
FAX：0745-63-1821
設立：1956（昭和31）年7月
代表者：代表取締役社長 高橋 豊
資本金：5,500万円
従業員：180名
事業内容：医薬品・医薬部外品・清涼飲料水・炭酸飲料等の製造販売
URL：<http://www.daido-yakuhin.co.jp>



本社・第1工場社屋

配置薬業の営業基盤を基に全国展開へ

昭和30年代は、まだ全国的に医師不足の時代であり家庭での薬品ニーズも高く、奈良県の配置薬（売薬）業界も全国有数の産地として賑わっていた。また、全国各地に営業拠点と得意先を持つ配置薬の販売者は情報伝達の役目も持ち地域密着性が強く、後々、同社の営業基盤拡大の基礎が築かれていたと言える。

昭和50年代には飲料販売部門を「ダイドードリンク」として分離し、以後、ドリンク剤の研究、開発、製造分野に取り組み、OEM（相手先ブランドによる受託製造）に特化したビジネスを展開し、開発力、技術力を磨き上げると同時に、スピードと品質を両立し、多品目・少量生産にも対応可能な生産体制を築いていった。

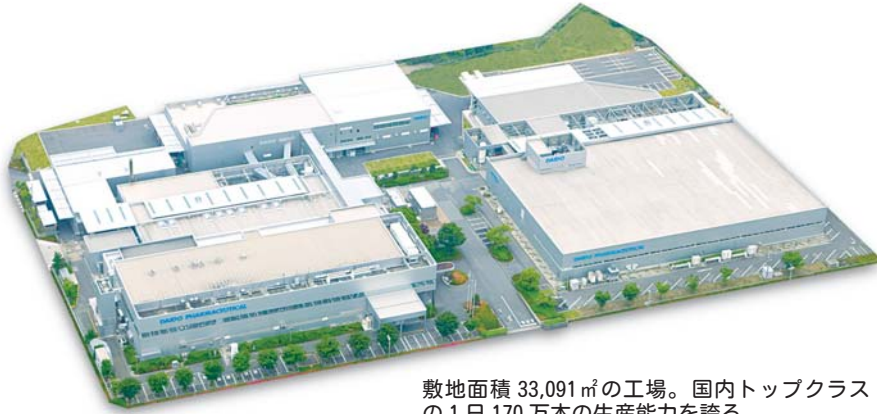
相手先企業からの信頼も厚く、医薬品・医薬部外品ドリンクから、清涼飲料にいたるまで幅広く製造し、その提案力により年間約50品目の開発に携わるという。

ドリンク剤の開発・製造と販売の分離

創立初期の同社では、主力製品のひとつとして栄養ドリンクや眠気覚まし用のドリンク剤を発売し、職域（事業所）、ドライブインなどに配置していた。

その中で、昭和50年に缶コーヒーの製造販売に参入することになった。昭和40年代以降、飲料業界では自動販売機が登場したが、この自動販売機の普及がドリンク剤、缶コーヒーなどの総合飲料メーカーとしての同社事業拡大に寄与した。つまり、自動販売機の設置により、配置薬事業で築いた各地の営業所や代理店を通じた急速な事業展開を可能としたのである。

そして1975（昭和50）年、「ダイドードリンク株式会社



敷地面積 33,091㎡の工場。国内トップクラスの1日170万本の生産能力を誇る。

(現ダイドードリンコ株式会社)」が設立され、缶コーヒーなどの清涼飲料製造販売企業として分離。一方、大同薬品工業株式会社は、ドリンク剤の研究、開発、製造に取り組み、大手製薬会社等のOEMに特化し事業を拡大していった。

近年、医薬品業界においては、薬事法の規制緩和が進み、2005（平成17）年の医薬品の受託生産解禁によりOEM市場が急拡大し、その他にも、医薬部外品の一部やドリンク剤がコンビニエンスストアやインターネット等で販売可能となったことも市場には追い風となっている。

また、消費者の美容への関心が高まる中、コラーゲン、ヒアルロン酸などの美容飲料の製造で化粧品分野にも取引が拡大してきた。

さらに、新薬の開発には長い年月と巨額の研究開発費を要することから、製造事業についてはOEM化を進める企業が増えたことで、同社の受託生産能力へのニーズはますます高まっている。

品質基準達成能力はお客様に作って頂いた

製薬や食品、化粧品の大手企業からの受注を進める上で、最も重要なことは品質の担保である。当然、当社では品質マネジメントシステムの国際規格であるISO9001やFSSC22000の認証を取得し、医薬品及び医薬部外品を製造することのできる基準に適合したGMP適合工場として、高い安全性を担保する体制をいち早く確立した。

そして、数あるOEMメーカーの中から選ばれ

る存在であるために、薬品会社としての歴史が活かされている。

原料・原薬メーカーとのパイプ、また、ドリンク化の高い技術力・ノウハウを基にした企画提案力による提案営業、さらに、顧客から相談を受け問題の解決をサポートするソリューション営業の推進により

パートナーシップを強化してきた。

生産体制でも、大手企業、外資系薬品企業との取引が拡大する中で、世界最高水準の生産技術、品質保証能力を求められ、厳しいチェックをクリアしなければならない。「新鋭設備導入や人材育成など、まさに、品質基準達成能力はお客様に作って頂いた」と高橋社長は語る。

自社のDNAを踏まえ先を見通した提案へ

ドリンク剤市場は日本独特の市場として発達してきた。高橋社長は「少子高齢化が進み需要人口が減少する市場環境下ではドリンク市場だけでは限界がある。」と見通す。

その中、これまで液剤にほぼ特化し、その技術を磨き上げてきた自社のDNAを踏まえ、薬品成分の抽出、また、粉体から液剤を生産していくといった工程内の技術要素を見直し、新分野の開発、新素材の創出に取り組むとともに、液体化技術の海外展開や、首都圏・関東を始めとした全国への取引強化を目指す。

薬品関連業界においては、開発から発売に至るまで長い期間を要し、先を見通した開発が求められる。高橋社長は、「医薬品等のドリンク剤メーカーであると同時に、薬品原料メーカーであり、また、飲料や化粧品のメーカーでもあることから、幅の広い分野の技術力・開発力を持つ強みを生かし、また、先を見据えた提案営業の強化を図っていく。」と力強く語る。（山城 満、前田 徹）