

## 医薬品業界の爆発的ヒット商品

「画期的なC型肝炎治療薬の販売開始により特需が発生している」(医薬品卸売)。12月のTDB景気動向調査でこのようなコメントが複数寄せられた。いま、C型肝炎治療薬が爆発的ヒットを飛ばしている。2014年世界の医薬品売上高ランキングで第2位に躍り出たのが、2013年に発売された米ギリアド・サイエンシズの「ソバルディ」である。

日本では2015年5月に販売が開始され、同年7～9月期には432億円を売り上げ、医家向製品の国内製品別売上ランキングでいきなりトップに立った(IMSジャパン「IMS医薬品市場統計」)。これまで、同ランキングは血液の血栓・塞栓を抑制する「プラビックス」が9四半期連続でトップを維持していたが、突如追い抜いた格好だ。

同薬は治療期間が12週間に短縮され、治癒率も90%を超える。従来は長ければ数十年にわたり薬を飲み続けなければならないこともあり、画期的な新薬と言われるゆえんである。完治までにかかる治療費は保険負担を含め総額で500万円を超える。しかし、これまでの治療期間にかかる医療費や仕事復帰にかかる時間、病気による苦しみ等を考慮すると、12週間で治癒させることを選択する方が多いのだろう。

このような急激な売り上げ拡大を受け、厚生労働省は昨年12月の2016年度薬価制度改革で、年間販売額が1,000億円超かつ予想販売額の1.5倍以上など一定の条件を満たす医薬品について、特例的に最大で5割の価格引き下げを行う(特例再算定)という仕組みの導入を決めた。これは「ソバルディ」などを対象候補としているが、国内製薬メーカーからも「イノベーションを阻害する」といった反発も出ているという。

しばしば、想定外の新製品などがヒットすると、このような規制をかけるようとする動きが出てくる。今回は、医療の財政負担軽減とともに患者の窓口負担の軽減を図るとしている。しかし、それにより新商品開発が阻害されてしまえば、結局は患者の苦しみが長期化するだけである。どちらを向いた政策なのか。日本経済の成長を阻害する要因はこのようなところにあるのかもしれない。

(撞球者)

## 下町ロケットと街の洋菓子店

TBS ドラマ「下町ロケット」が2015年の民放連続ドラマの平均視聴率トップになったという。このドラマが人々を引きつけた理由はそれぞれあるだろう。私は毎週末、家族の住む北関東の都市と東京とをJR高崎線で往復している。以前、電車のなかで池井戸潤さんの原作「下町ロケット」を読み映像化への関心があったため、自然とドラマの視聴者に加わった。

ドラマの舞台となった佃製作所は機械部品の製造業者で同社の佃社長が主人公。佃社長は宇宙航空分野の元研究者で父親の会社を継いだという設定である。いわゆる技術畑の佃社長は宇宙航空や医療機器分野で自社製品が活躍することをモチベーションとして東奔西走、協力者も現れライバル会社との競争に勝ち抜く、というのが大まかなストーリーだ。

予算や仕事が天から降りてくるのを待つ、という営業形態とは真逆。自社製品にプライドを持ち、大きな決断をして従業員を牽引している佃社長の生き様が視聴者の心を引きつけた一因のように思われる。

企業経営者は決断の連続で、その決断は従業員の生活を含め広範囲に大きな影響を及ぼす。決断が正解かどうかは後年、振り返るかたちで判断することになる。連続して正しい決断を下すのは簡単ではなく、決断を誤ると場合によっては経営破たんに至るケースも多々ある。振り返ると、私はこれまで幾度となくそのような倒産現場をみてきた。ここで、大きな決断が奏功した企業を思い出した。2000年代初頭、私が足を運んでいた北関東に本店を置く企業である。

同社は1990年代まで家族経営のいわゆる街の和洋菓子店であった。2000年に発表した新商品の洋菓子(ラスク)が大ヒットすると時を経ずして同社は転機を迎える。年商を上回る借入金を金融機関から調達して新たに洋菓子工場を立ち上げたのである。当時、この大規模設備投資に対する悲観的な見解も周囲にあった。ヒット・流行には「一過性のブーム」「衰退」というマイナスのキーワードがつきまとう。貸出金の担保として経営者の親族名義の自宅に抵当権を設定する金融機関もあった。新工場への投資が失敗して経営が傾けば全てを失うかもしれない。まさに大きな決断だった。

心配する周囲をよそに同社は順調に業績をのばした。街の和洋菓子店はいまでは年商100億を超えている(「下町ロケット」の佃製作所の年商を上回る規模)。同社の洋菓子は全国区となり、都内の百貨店の売り場には行列ができるという。私も正月休みのお土産として北関東の百貨店の行列にならび、その洋菓子を抱え高崎線で東京に向かった。車窓に映る同社の新工場は今まで以上に大きく見えた。

(週末高崎線)

### 「酒場放浪記」にみるサラリーマンの懐事情

BS で放送されている「酒場放浪記」は今や裏の月9といわれるほどの人気番組である。吉田類氏が街歩きをした後、エリアに根ざしたオススメ店の暖簾をくぐり、店の主人や常連客と軽妙なやりとりをしながら、盃を交わすという内容である。当番組のターゲット視聴者層は、吉田氏と同年代のいわゆる「おじさん世代」が多いと思われるが、女子にも結構ウケが良いようで、「おんな酒場放浪記」なる派生番組もスタートしている。

当番組の人気を理由を探っていくと、吉田氏の独特のキャラクターに加えて、視聴者になじみのある街や店がテレビに登場することから「親近感」や「共感」を抱くことができるというのが1つ目の理由である。

別の理由は、「仮想現実」の体感である。当番組がスタートしたのは2003年9月であるが、その後2008年のリーマン・ショック以降の景気の後退局面で、おこづかいの緊縮財政を強いられたサラリーマン諸氏も多いことだろう。総務省の家計調査（1世帯当たり年平均1カ月間の支出-2人以上の世帯）によると、おこづかいの金額は2003年に1万8,163円であったものが、その後2008年に1万4,754円、2014年には1万368円となり、減少の一途をたどっている。サラリーマンの懐事情が厳しくなる中で、「家飲み」というコトバもすっかり定着した。「家飲み」派が、自宅でグラスを傾け、番組を見ながら酒場で飲んでいる気分を味わうという「仮想現実」を楽しんでいるのではなかろうか、というのがもう1つの理由である。制作会社に制作意図を聞いてみたいところであるが、「そんなことまで考えてないですよ」と言われてしまうのがオチかもしれない。

サラリーマンの聖地である東京・新橋界限では、「新型おいはぎ」なる犯罪も多発しているようである。2016年も懐具合と健康に十分留意しつつ、楽しく美味しいお酒で、明日への活力としていただきたい。最後は吉田氏にならない俳句といきたいところだが、サラリーマンによるサラリーマンのためのサラリーマン川柳でしめさせていただきたい。

「おいはぎが 目を光らせる 千鳥あし」

(タカトシ)

## 地方は活性化するか否か

2015 年は芥川賞を受賞した又吉直樹著「火花」が 250 万部を超えるベストセラーとなったが、地域活性化に関するヒット書籍も生まれた。秋田市在住の漫画家・こばやしたけし著「地方は活性するか否か」が売れている。

本書はもともとインターネット上で 4 コマ漫画として公開していた内容を、ストーリー漫画として書籍化したものである。学者でも政治家でもない一般市民の立場として書かれており、現在の地域活性化の問題点を平易にかつ鋭く展開している。

地方創生を主人公である女子高生が論じるというのはユニークな試みである。そこで語られる「地方創生失敗のパターン」として、「やりっぱなしの行政、頼りっぱなしの民業、全然関心のない市民」という会話が交わされる箇所は、本質を突いた指摘のように感じる。

ほかにも、『カネがない「地方」は「カネでにぎわいを作る」のではなく、「にぎわいでカネを作る」ようにしないといけない』という見方は、行政だけでなく地域イベントの開催においても忘れてはいけない点であろう。

しばしば、地域活性化のキーパーソンとして「よそのもの」「ばかもの」「きれもの」「わかもの」という人材像が挙げられる。「よそのもの」とは、外からの視点を持ち、内向きになりがちな思考に対して、客観的に対処することができる人材。「ばかもの」とは、楽天的で一見すると何も考えていないように見えるが、行動力や観察力にたけている人材。「わかもの」とは、経験が不足している半面、勢いや新しいものを受け入れられる人材。「きれもの」とは、上記のような人材を束ねるプロデューサーとしての人材であり、それぞれの短所を補いながら長所を最大限引き出すことが重要となる。「きれもの」は本来、地方の政治家が担うべき役割と言える。

いつの時代も、地方経済が日本を支えてきたのである。しかし、地域活性化や地方創生などさまざまな言葉で語られるが、なかなか成果が表れていないのが現実であろう。専門家や行政だけでなく、さまざまな視点から議論が深められることが重要である。

(撞球者)