排尿データ簡単検査

村中医療器が携帯流量計

4段階で自己評価

村中医療器（大阪市中央区、村中重夫社長、06・6943・1221）は、排尿障害の患者が家で気軽に排尿データをとることができる「携帯式尿流量計（P―Flowdiary）」を産学官で共同開発した。24日から病院などに発売する。消費税抜きの価格は本体が58万円、専用タブレット（統計支援ソフト付き）が10万円、消耗品の受尿カップが250円。初年度100台の販売、売上高6000万円を見込む。

産学官で共同開発

自宅で受尿カップに排尿するだけで排尿の量や時間、尿流量などを自動的に測定できる。排尿後に前面の音声ガイド付きボタンで「良い」から「悪い」まで4段階で排尿満足度を自己評価で記録する。

数日間測定したデータはSDカードに保存。医師が測定結果を統計支援ソフトで解析し、診察時、患者にみせながら説明できる。「医療機器クラスⅠ」の承認を受け保険が適用される。

「携帯式尿流量計」は2013年度の経済産業省の課題解決型医療機器等開発事業、14年度の医工連携事業化推進事業の採択を受け産学官で開発に着手。奈良県立医科大学のニーズを開発・製造担当のマイクロニクス（京都府久御山町）、受尿カップを供給する不二精機と協力し製品化した。

前立腺肥大症など排尿障害患者は、全国で男女合わせて1300万人以上いると言われている。平尾佳彦奈良県立医科大学名誉教授は「高齢者の尿検査の負担を軽減するとともに、正確なデータを治療に役立たせたい」としている。

▲携帯式尿流量計（P―Flowdiary）

尿沈渣 14項目測定

シスメックス 成分分析装置を投入

全自動尿中有形成分分析装置 UF―5000

【神戸】シスメックスは腎疾患や尿路疾患の診断のための尿沈渣検査に使う「全自動尿中有形成分分析装置UF―5000/4000/3000」を発売した。[illegible]いった尿中の有形成分に照射するレーザー光に青色を採用。従来に比べて微小な粒子を感度よくとらえ、複数の有形成分をより正確に成分ごとに分けられるようにした。まず最上位機種のUF―5000を国内で販売。順次、UF―4000やUF―3000も含めて海外に展開する。

2006年発売の「UF―1000i」の次世代モデル。レーザー光を赤色から波長の短い青色に変えた。UF―5000の場合、処理能力は1時間当たり105検体で、14項目を測定できる。

また今回3機種とも尿に加え、がんや髄膜炎の病態の把握に使う、体液を用いた検査も新たにできるようにした。

カプセル内視鏡向け

電磁波防護服を開発

メディカル・エイド

メディカル・エイド（大阪府和泉市、松井英樹社長、0725・53・3270）は、カプセル内視鏡用電磁波防護服「MGベストCES」を開発、カプセル内視鏡メーカーのコヴィディエンジャパン（東京都世田谷区）を通じて発売した。消費税抜きの価格は3万8000円から。初年度販売目標は国内で1000着、3年後には国内と欧米で計1万着を目指す。

同防護服は病院内にあるテレメーターの電磁波やハンディー無線機などから出る高周波電磁波の影響を防止、軽減できる。

カプセル内視鏡は消化管内の撮像検査に用いる。カプセル内視鏡と生体情報モニターの間で電波干渉を生じることが知られている。カプセル内視鏡検査を実施する病院などの要望を受け、電磁波防護服を製品化した。

メディカル・エイドは2004年にペースメーカーICDなど植え込み型装置の電磁波防護服を実用化し、各種電磁波防護服を製品化している。

さあ！出番

IT'S YOUR TURN

現場の力引き出す

メルクセローノ社長

レオ・リー氏

「中小規模の会社だが、潜在力は高い。私の力で急成長できる」と考え転身した。メルクセローノの守備範囲は、がん領域と不妊治療領域。「女性の社会進出が進み、子どもを持つ時期の選択肢を広げることが必要。がん治療薬も高齢化の中ではまだ足りない」と社会的意義も強調する。

「企業文化が最も大切。その次に戦略と戦術がある」と説く。そのあるべき文化の姿は「患者に焦点を当てる」。この意味でも社員の育成を重視。「社長は組織のボトムにいる。その上に本社部門があり、顧客と向き合う部隊を支援する」と、現場の力を引き出すマネジメントを心がける。

日本滞在歴は約13年に上る。すしや居酒屋など日本文化を満喫している。（斎藤弘和）

96年米カリフォルニア大ロサンゼルス校微生物学・分子遺伝学専攻卒。97年米アクセルリス入社。08年MSD副社長執行役員。11年アラガン・ジャパン社長。台湾出身、46歳。7月13日就任。（東京都目黒区下目黒1の8の1）

積極投資で成長軌道へ

ゼリア新薬工業社長

伊部 充弘 氏

海外展開に"本気のM&A"

後発医薬品が急速に普及し中堅製薬企業の経営が危ぶまれる中、ゼリア新薬工業が生き残りに向けた投資を積極化している。医療用医薬品事業は消化器領域に軸足を置き、導入品を増やして既存製品との相乗効果を狙う。ただ今後の海外展開強化に当たっては、かじ取りの難しさが増すことが必至。もう1本の柱である大衆薬事業も国内市場が縮小傾向にあり、予断を許さない。伊部充弘社長に外部環境の認識や今後の事業展望を聞いた。

◇

―社長就任から1年強が経過しました。

「医療用医薬品とコンシューマーヘルスケア（大衆薬）の両輪を力強く成長させ、かつグローバル企業として安定的な発展を目指した1年だった。そのためにM&A（合併・買収）も含めて積極的に手を打ってきた。例えばベトナムのF．T．ファーマの株式取得や、英アストラゼネカの炎症性腸疾患（IBD）薬『エントコート』導入を決めた」

―企業統治の知見は伊部幸顕会長に学ぶ部分も大きいですか。

「日本企業はM&A後に失敗することも多い。だが会長は先方の経営陣と深くコミュニケーションをし、ゼリア新薬の一員にしてしまう。そうした点は大変勉強になる。ただ私も金融機関出身で、数字を見る能力は相応にあると思う。M&Aの成否は（買う側が）どれだけ本気になれるかで決まる。ベトナムでも本気になり、当社の方向性を示したい」

―後発薬普及で医療用医薬品事業の環境は厳しさを増します。

「中堅であれば中堅なりに、継続・安定して新薬を発売することが必要。特化している消化器領域や、その付随分野で開発をしていく。海外での臨床試験も進んでおり、研究開発費は今後も増える」

―消化器領域の既存製品を国内で普及させることも必要では。

「潰瘍性大腸炎薬『アサコール』は国内でシェアトップだが、都道府県別では拡大余地がある。今後エントコートとの相乗効果も見込める。機能性ディスペプシア治療剤『アコファイド』は新しい疾患概念で、製品認知がまだ低い。使用した専門医の評価は高く、かかりつけ医への浸透も急ぎたい。営業体制はアステラス製薬と協業しており、十分だ」

―国内大衆薬市場の活性化策についてはどうお考えですか。

「健康寿命の延伸を国が掲げており、当社も貢献できる。効き目と安全性を両立した薬を出していきたい。（関節痛や腰痛を改善する）『コンドロイチン』は当社製品が医薬品であり、健康食品に分類されている他社製品よりも効能・効果が優位だ。この点を訴求し始めてからは、販売が回復傾向にある」

記者の目

手堅い姿勢から強み極める

伊部社長は「中堅企業は失敗ができない」と話す。M&Aにせよ製品導入にせよ、投資効果を周到に検討した上で意思決定につなげているようだ。消化器領域に特化する手堅い姿勢も納得感がある。後発品普及で中小規模の新薬メーカーには閉塞感が漂うが、強みを極めれば勝ち残りも夢ではない。今後はその実証が望まれる。（斎藤弘和）