

2022年6月6日発売
TIME誌掲載内容 and 訳

TIME 記事文面:

産業分野の哲学・信条は”Monozukuri”と”Kaizen”であり、効率化、価値、そして改善と変化に対応していく絶え間ない努力を目指すことから構築されているものである。佐藤薬品工業の佐藤進社長は、「日本のものづくりコンセプトは、高品質なものづくりと細部へのこだわりに通じている。私たちは常に品質管理を改善していき、製品の改良に取り組んでいます。」と語った。

TIME 広告:

健康産業の挑戦は続く

-日本のヘルスケア分野の中小企業は限界に挑戦し、人々の生活向上に寄与する-

写真下コメント:

「当社は業界のリーダーとして、製品だけでなく従業員の福利厚生においても認められています。」
佐藤薬品工業株式会社 次期社長 佐藤雅大氏

すべての素晴らしい医学的進歩は大きな挑戦から生まれる。何年にもわたる努力と限界の突破なしに、治療法や医薬品は開発され得なかった。それは、大きな製薬企業と同様に、中小企業にとって、特に佐藤薬品のような先駆的な企業にとっても当てはまることである。70年間、佐藤薬品は日本のヘルスケア業界の重要な部分を占めてきたが、21世紀には特別な賞を受賞し、COVID-19との戦いでも良き仕事を収めて新たな高みに到達している。佐藤薬品は、70年で獲得してきた技術と経験を生かし、発展のために様々な挑戦をしながら成長してきた。健康危機により、日本の委受託製造機関(CMO)のビジネスが2020年に市場価値が899.1億ドルに跳ね上がり大幅に増加した。彼らはパンデミックの前2019年に日本で優良な会社として表彰され、コロナ感染症の治療にも貢献してきた。

佐藤薬品の次期社長である佐藤雅大氏は、「市場でこのような地位と評価を獲得できたことを光栄に思います」と述べ、「私たちは、長期にわたるパートナーシップを維持し、プロセスを継続的に改善することを可能にする品質管理に重点を置いてきました。品質と細部へのこだわりは、佐藤薬品の成功の鍵となっています。」と付け加えた。彼らは現在、委託品と自社品売上を50%対50%を目標に掲げ、自社独自ブランドの開発を計画している。2030年までに総売上高180億円を目指し、化粧品・サプリメントブランドであるメディメリーを通じて販売の多様化も一部計画している。佐藤氏は「現在、私たちは医薬品のみを製造していますが、化粧品やサプリメント販売も拡大していきたいと思っています。」と述べた。