



# HARMONY

No. 102 Nov. 2018

PUBLICATION BAYER IN JAPAN 発行 日本のバイエル  
 PUBLISHER KEIKO OGIUE 発行人 荻上敬子  
 MANAGING EDITOR YOKO OHARA 編集デスク 小原葉子  
 EDITORIAL BOARD YOICHI MATSUMOTO KEN TAKASHIMA 編集委員 松本陽一 高島 健

BAYER HOLDING LTD. COMMUNICATIONS バイエル ホールディング株式会社 広報本部  
 1-6-5 MARUNOUCHI, CHIYODA-KU, TOKYO 100-8268 〒100-8268 東京都千代田区丸の内1-6-5  
 EDITORIAL DEPARTMENT TEL: 03-6266-7255 FAX: 03-5219-9705 編集部 TEL: 03-6266-7255 FAX: 03-5219-9705

www.bayer.jp

PRODUCTION COOPERATION HEARST FUJINGAHO CO., LTD. 制作協力 株式会社ハースト婦人画報社  
 FIRST ISSUE PUBLISHED JANUARY 1986 創刊 1986年1月

転載転写ご希望の際は、必ず発行人までご連絡ください。

## CONTENTS



### FEATURE 1 » P.2

Explore Opportunities  
好機をとらえ、チャンスを生かす



### FEATURE 2 » P.6

New Partnership  
日本とドイツの新しいパートナーシップ



### FEATURE 3 » P.8

Advancing Together  
バイエルが描く農業の未来



### FEATURE 4 » P.10

The 40th Anniversary  
滋賀工場創立 40 周年



### FEATURE 5 » P.12

The 50th Anniversary  
防府工場創立 50 周年



### REPORT » P.14

バイエルクロスの誇りを胸に  
パラアスリートが躍動する

## ONLINE "HARMONY" NEWS

『HARMONY』のWEB サイトでは、  
オンライン限定コンテンツも発信しています

誌面で紹介した記事に加え、特別インタビューやムービーなどオンライン限定コンテンツもお楽しみいただけます。また日本のバラスポート支援の一環として、今年からバイエル社員となった国内トップクラスのアスリート 2 人の活躍を紹介するコンテンツもスタート。ぜひアクセスしてください。

<http://harmony.bayer.jp>



HARMONY

No. 102 Nov. 2018

発行：日本のバイエル  
www.bayer.jp

PP-OTH-JP-0017-05-11

日本のバイエル企業広報誌



# HARMONY

BAYER: A LIFE SCIENCE COMPANY

## Explore Opportunities

## 好機をとらえ、チャンスを生かす

日本バイエル代表にトーマスペーター・ハウスナーが就任

No. 102  
Nov. 2018



## FEATURE 1

Explore Opportunities

# 好機をとらえ、チャンスを生かす

## 日本バイエル代表にトーマスペーター・ハウスナーが就任

ドイツ・バイエル社で戦略本部長を務めていたトーマスペーター・ハウスナーが 2018 年 8 月 1 日付で日本バイエル代表に就任した。二度目の日本での勤務となる同氏に、就任してからの印象を聞いた。

### 日本バイエル代表への就任をうれしく光栄に思います

——日本バイエル代表に就任されて数カ月がたちました。感想をお聞かせください。

ドイツ・バイエル社経営委員会から日本の代表として任命されたときは、本当にうれしく、また光栄に思いました。私は 2011 年から 3 年間、インドネシア・バイエル社で代表を務めていましたので、一国のバイエル代表の仕事がどういったものか理解しているつもりです。さらに、私は 2005 年から約 3 年間大阪に赴任していたのですが、そのとき一緒に仕事をしていた懐かしい仲間とも再会することになりました。そして、各部門やカントリー・プラットフォームのあらゆる社員たちと話してみて、皆さんが歓迎してくれていると感じ、うれしく思っています。

### 課題に取り組み、好機を生かす。常に両面が求められている

——ドイツ、日本、そしてインドネシアなどさまざまな国で仕事をされてきました。これまでのビジネスキャリアで



印象的だったことを教えてください。

私はこれまでに、バイエルで 28 年間にわたって部門や部署でさまざまな業務を担当し、いろいろな国で仕事をしてきました。その間、バイエルは大きく変化してきました。同時に自らの業務において、私のチームや私自身が、変化とは、常に課題だけでなく好機ももたらすものだと実感してきました。日本に来る前、私はドイツ・バイエル社の戦略本部長として、コベストロ社の分離やバイエルの組織改編、米国モンサント社の買収など、会社の大きな変化に関わってきました。私たちはこれからも、市場や顧客が目まぐるしく変化する中で新しい課題に直面するでしょう。しかし一方では、新たなチャンスにも遭遇し、それを生かしていくことが求められてもくれます。私は、常

にその両面があると思っています。

### 変革の時代を生きる企業文化を育てたい

——日本のバイエルをどのようにリードしていきたいとお考えでしょうか。

ご存じのように日本は世界第 3 位の経済大国です。医薬品市場も同じく世界第 3 位であり、OTC 医薬品(一般用医薬品)では世界第 4 位、農業関連事業においても世界第 7 位の市場を有しています。バイエルグループとしても、日本を戦略的に大変重要な国ととらえていることは改めて言うまでもありません。

日本のバイエルがどのような方向に向かっていくべきか、私の考えを少し説明させてください。バイエルの企業目的「Science for a better life」を実現するため

に、医療用医薬品部門では、今後注力する疾患領域において市場のリーダーとなるための戦略を策定しました。自分たちの強みに一層投資することでイノベーションを生み出し、卓越した結果を示すことができる治療分野に注力することで、患者さんやステークホルダーの皆さんに優れた価値を提供していきます。こうしたアプローチで、私たちは数年間にわたり連続成長する基盤を形成してきました。これは日本にも当てはまります。しかしながら、医薬品産業を取り巻く環境は大きく変化しており、今後さまざまな課題に直面することになるでしょう。さらに、医療費の膨張は薬価抑制の状況を招いています。これらの課題を克服するために、2021 年までに上市を目指しているジビイ(2018 年日本承認済み)、ダロルタミド、

### 日本バイエル代表 バイエル ホールディング株式会社代表取締役社長 トーマスペーター・ハウスナー

Dr. Thomas-Peter Hausner  
Senior Bayer Representative for Japan,  
President and Representative Director, Bayer Holding Ltd.

#### Profile

1990 年にドイツ・バイエル社に入社。2005 年バイエルヘルスケアジャパン CAO 兼 バイエル薬品株式会社 経営企画本部長(日本)、2009 年バイエルヘルスケア社 医療用医薬品 グローバルコントローリング責任者(ドイツ)、2011 年インドネシア・バイエル社およびインドネシア・バイエルマテリアルサイエンス社 代表、2014 年ドイツ・バイエル社 コーポレートファンクション/戦略本部長を経て、2018 年 8 月より現職。

In 1990, Hausner joined Bayer. In 2005, he was appointed Chief Administration Officer for Bayer Healthcare in Osaka, Japan. In 2009, he became Head of Pharma Global Controlling in Berlin. Thereafter, he has been the President Director / Senior Bayer Representative for PT. Bayer Indonesia and PT. Bayer MaterialScience Indonesia in 2011. In 2014, he was appointed Head of Strategy of Bayer AG. In August 2018, he took up his current position as Senior Bayer Representative for Japan and President of Bayer Holding Ltd.



Dr. Thomas-Peter Hausner, formerly Head of Strategy for Bayer AG, took over as Senior Bayer Representative for Japan on August 1. This marks Dr. Hausner's second assignment to Japan. We asked him to describe his first impression in Japan.

### “I'm very delighted and honored to be Senior Bayer Representative for Japan”

——Several months have passed since you became Senior Bayer Representative for Japan. What are your impressions?

I'm very delighted and honored having been appointed by the Board of Management of Bayer AG as Senior Bayer Representative for Japan. The role of a Senior Bayer Representative is not unfamiliar to me as I had the opportunity to serve in this responsibility in Indonesia for three years starting in 2011. Meanwhile, I've met several colleagues from my days in Osaka, where I was assigned for three years starting in 2005. In addition,

I have also spoken with employees from all divisions and the Country Platform; everyone has made me feel very welcome.

### There is always a challenge and an opportunity in all we do

——You've worked in many countries, such as Germany, Japan, and Indonesia. What are some of the big memories of your career that really stand out?

During my 28 years with Bayer, I've worked in different divisions, functions and countries and witnessed Bayer undergoing significant change. In all my assignments my team and I realized that change always comes with challenges, but also with opportunities. Before coming to Japan, I was Head of Strategy for Bayer AG. That role allowed me to take part in some big company changes, such as the Covestro carve-out, New Bayer re-organization and the Monsanto acquisition. Looking ahead, we are all going to face new challenges as our markets and customers are

changing rapidly. But at the same time we will find new opportunities and take advantage of them. I think that those two sides always exist in what we do.

### Growing our culture in a time of change

——In what directions do you want to take Bayer in Japan?

As you know, Japan is the world's third largest economy. It's also the third largest pharmaceutical market. And, Japan ranks fourth in the OTC market, and seventh in crop protection market. So, Japan has strategic importance for the overall Bayer Group.

Let me take a minute to explain my view on what direction we need to go for Bayer in Japan. As you know, the Pharmaceuticals Division has outlined a strategy of Focused Leadership in key therapy areas to support our overall purpose of “Science for a better life.” In Pharmaceuticals, we fulfill this purpose by focusing on categories where we can win, investing in

innovation, and executing with excellence, which will enable us to deliver superior value for patients and other stakeholders. Our approach has formed the basis for a series of tremendously successful years. This is also true for Japan. However, we will face diverse challenges brought about by the immense changes sweeping across the pharma industry's landscape. In addition, rising healthcare costs may result in a tightening pricing environment. In managing these challenges, we will need to maximize the potential of our pipeline assets such as Jivi (approved in Japan this year), Darolutamide, Molidustat, Finerenone, Vericiguat, and Vilaprisan, just to name those that are scheduled to be launched by 2021. To further complement our own portfolio, Pharmaceuticals is also working on options for external deals (e.g., partnerships with other companies).

The global strategic review of our Consumer Health Division has reinforced the attractiveness of the consumer health market. We see growth in all categories and across all our geographies with sustainable



# 好機をとらえ、未来を開く

molidustat、フィネレノン、ベルイシグアト、vilaprisanといったパイプラインがもつ可能性を最大化していかなければなりません。ポートフォリオをさらに補完するために、医療用医薬品部門は新たなオプション（導入や他社との提携など）も検討しています。

コンシューマーヘルス部門では、グローバル戦略レビューの場で市場の可能性が再認識されました。持続可能な利益率を維持しつつ、全てのカテゴリー、全ての地域で成長しています。しかし、ここ数年は私たちにとって厳しいものでした。そのためグローバル戦略レビューでは、今後数年、勝算のあるカテゴリー、ブランド、地域に焦点を当てて、そこに資源を再配分する必要があることが示されました。日本では女性の健康に関する分野に注力するという明快な戦略を立て、すでにプレナタル\* サプリメント「エレビット」と腔カンジダの再発治療薬「エンペシド\*\*」のブランド構築に大きな成果を示しています。

クロップサイエンス部門では、モンサントの買収が成功裏に完了しDay1を祝ってから約1カ月がたちました。クロップサイエンス部門が目指すところは、生産者、消費者、そして地球のために画期的なイノベーションを通じて農業の未来を形成することにあり、私たちは、これを実現するために、世界中のあらゆる規模の農業生産者

に利益をもたらす革新的な技術に投資しています。私たちは、持続可能性と社会的責任を重視しながら、顧客が少ない資源から、より多くを生産するための

支援を行っています。日本では、殺線虫剤「ピーラム粒剤」など革新的な製品を軸に、市場の成長率を上回る成果を上げていくことに特に焦点を当てています。

動物用薬品事業部には、大きな可能性を備えた市場があります。獣医師、ペットオーナー、畜産農家といった顧客のニーズを的確に把握し応えるために、日本では今後も、寄生虫駆除薬、抗菌薬および機能性飼料・健康補助食品へ注力していきます。

このように、日本の私たちが進むべき方向は明確です。社内においては、環境、市場、顧客が急速に変化し、デジタル化が驚異的なスピードで進んでいる現在、オープンに議論する企業文化をより一層育むことが必要です。そうすることで、現状に挑戦し、機会を模索しつつ、さらに大きな成果を上げられるチームが構築できるはずです。

## 存在し続けるのは、変化のみである

——仕事をするうえでモットーにしてい



ることは何でしょうか。

“The only thing that is constant in life is change.（人生で存在し続けるのは、変化のみである）”という言葉がモットーです。これまでを振り返ると、誰もが人生においてさまざまな変化があったことに気づくでしょう。例えば、以前はそろばんのような手動の計算機を使っていたものが、やがて電卓になり、今はスマートフォンを使うようになりました。また、以前は百科事典で調べていたことも、GoogleやWikipediaを使っています。世の中の変化は加速しています。変化こそ、私たちがこの世界に発展をもたらすことを可能にするのです。

## 困難を克服し、可能性を信じて未来を開いていきたい

——読者へのメッセージをお願いします。

バイエルの長期的な展望は、健康と食糧関連の分野においてイノベーション・リーダーの地位を保つというものです。私たちは今後のさまざまな世界の課題に

ついて、積極的に取り組んでいかなければなりません。課題の一つである社会の高齢化によって、質が高く、画期的な医療による解決策の需要が高まっています。また、2050年には、地球上の人口は現在からさらに22億人増えて、100億人に達するといわれています。全ての人々に十分な食糧供給が必要です。国連が掲げる持続可能な開発目標（SDGs）の「全ての人に健康と福祉を」「飢餓をゼロに」という目標が、バイエルの事業戦略とも結びついているのです。加えて、会社の利益を確保し、株主や従業員に対しても新しい価値を提供しつつ、私たちには企業市民として社会的、倫理的な責任を果たしていくことが求められています。

こうした私たちの事業を牽引するのが、バイエルの価値観「LIFE」です。「LIFE」とは、Leadership（リーダーシップ）、Integrity（誠実さ）、Flexibility（柔軟性）、Efficiency（効率）の頭文字で構成されるもので、全バイエル共通の価値観であり、社員全員の行動指針となるものです。

大きく変化する今の時代は、私たちにさまざまな課題を提起し、同時に好機ももたらしてくれるものだと言えます。たとえ厳しい状況にあろうとも自分たちの可能性を信じ、自信を持って、共に歩んでいきましょう。

## Open up the future by exploring opportunities —Please give a message to our readers.

I'd like to say that our long-term vision is to remain an innovative leader in health and nutrition. This commitment requires us to proactively seek out solutions for the diverse challenges ahead of us. One such challenge is the aging population, which is driving up demand for quality innovative health solutions. In addition, the global population is expected to reach ten billion in 2050, almost 2.2 billion more than today. All people will need to be fed with quality food. The United Nations' sustainable development goals include "good health and well-being" and "zero hunger." These goals are tied to our business strategies. And we must address our social and ethical responsibilities as a corporate citizen, while also strengthening our earnings and creating value for our customers, shareholders, and employees.

Our business is driven by our values, namely, LIFE, which stands for Leadership, Integrity, Flexibility, and Efficiency. LIFE is a set of values shared across the entire Bayer organization, and it is a code of conduct for every employee.

This era of great change poses diverse challenges to us, but at the same time it brings us opportunities. So, even though the going will get tough, let's believe in our potential and stride forward with confidence.

## ハウスナー新代表の横顔 Profile of Dr. Hausner

### Q 日本で楽しみにしていることは何ですか？

A 私にとって日本は唯一無二の国です。安全で、あらゆるものが清潔で、組織だっている。日本で暮らす間に、人々の考え方も含めて、日本をより深く理解したいと思っています。

### Q 余暇はどのように過ごされていますか？

A まだ着任して間もないので余裕がありませんが、時間があれば少しずつ日本の各地を妻と訪ねたいと思っています。手始めに東京の公園巡りをしています。小石川後樂園や新宿御苑などに出向きましたが、いずれも素晴らしい公園でした。

### Q 好きな日本食はありますか？

A 私は10代をイタリアで過ごしたのでイタリア料理が好きなのですが、日本の食文化は豊かで質が高いと感じています。世界でも最高レベルの料理を楽しむことができますね。好きな日本食もたくさんあります。夏はお寿司やお刺身。冬はしゃぶしゃぶや天ぷらがいいですね。正式な場では、日本の会席料理が一番です。

### Q. What things do you plan to enjoy in Japan?

A Japan is a very unique country from my point of view. It's a very safe place, clean and everything is well-organized. While I'm here I want to better understand Japan, including the views and opinions of Japanese people.

### Q. How do you spend your time off?

A I don't have much spare time since I've just gotten started, but when I do get the time I'd like to visit different places in Japan with my wife, step by step. We've already gotten a start by visiting some parks in Tokyo, such as Koishikawa Korakuen and Shinjuku Gyoen. All of them are very nice parks.

### Q. What Japanese food do you like?

A I lived in Italy when I was a teenager, so I like Italian food very much. However, I feel that Japanese cuisine is one of the best in the world in terms of quality and texture. You can enjoy some of the world's finest dining here. I like many Japanese foods—sushi and sashimi in the summer, and shabu-shabu and tempura in the winter. And, when it comes to formal dining, kaiseki is the best.

\* 妊娠準備期間および妊娠期間

\*\*「エンペシドL」 第一類医薬品 製造販売元：佐藤製薬株式会社

profit margins. However, the last few years have been challenging for us. Our global strategic review showed the need to focus on the categories, brands and geographies where we can win in the coming years, and to focus our resources accordingly. In Japan, we have a clear local strategy, which is to focus on the Women's Health segment, where the team has already made great progress in developing our brands Elevit, a prenatal supplement, and Empecid, a treatment for vaginal yeast infections.

About one month has passed since we successfully celebrated Day 1 within our Crop Science Division. Our purpose in Crop Science is to shape agriculture through breakthrough innovation for the benefit of farmers, consumers and our planet. To do so, we are investing in innovation that will benefit farms of all sizes, all over the world. We will help our customers to grow more with less and will do this with a strong emphasis on sustainability and social responsibility. In Japan, special attention will be given to further growing the business above market with innovative products, such as Velum. Our Animal Health business operates in a very attractive market. And we understand the needs of our customers - whether they are veterinarians, pet owners or farmers. For Japan, this

means to continue to focus on parasiticide, anti-infective and nutrition products.

So, the direction we will go in Japan is clear. And as our environment, markets, and customers are rapidly changing and digitalization is moving forward with amazing speed, we need to foster a culture in our company in which we can openly discuss all relevant topics. This will help us to develop teams that can challenge the status quo, explore new opportunities, and achieve even greater accomplishments.

### The only thing that is constant is change

—What's your motto for the way you work?

My motto is "The only thing that is constant in life is change." Looking back on our lives we see that so many things have changed. For instance, many years ago people used slide rules to manually calculate numbers. These were replaced by electronic calculators, and today we use our smartphones to add up numbers. Years ago, we used encyclopedias. Today, we use Google and Wikipedia. Our world is changing with great speed. Change is what enables us to bring new positive advances to our world.







**BAYER  
GLOBAL**

世界のバイエルから



「V・ファーレン長崎」のメインスポンサーは、ジャパネットグループが務める。株式会社ジャパネットたかたの創業者で、株式会社V・ファーレン長崎代表取締役社長の高田 明さん（写真左）と「バイエル 04 レバークーゼン」のブランド営業責任者フロリアン・デデリッヒス（写真右）

## FEATURE 2

### //////////////////// New Partnership //////////////////////

#### スポーツの育成文化の交流

# 日本とドイツの新しいパートナーシップ

ドイツのプロサッカーリーグ「ブンデスリーガ」に所属するサッカーチーム「バイエル 04 レバークーゼン」は、日本のJリーグ所属クラブ「V・ファーレン長崎」とパートナーシップを結んだ。3年間にわたるこの提携を通じて、両クラブの育成部門間で緊密な協力が図られる。

#### 国際的な交流が生む 大きなメリット

「ブンデスリーガをはじめ、ヨーロッパのサッカーリーグで活躍する日本人選手の数を考えると、日本は『バイエル04レバークーゼン』にとって非常に魅力的な市場といえます」。「バイエル04レバークーゼン」の若手育成機関である「ベルクスエルフ・アカデミー」の代表を務めるヘルムート・ユングハイムはそう語る。「また、この国際的な交流は両クラブにとって大きなメリットがあります。コーチ陣は有意義な意見交換を行えますし、ユースの選手たちはこれまでにない体験を通して視野を広げることができるのです」

計画では「バイエル04レバークーゼン」のU-17チームが1年に1度、長崎で開催される合宿に参加することが予定されている。さ

らに、今回のパートナーシップの一環として「バイエル04レバークーゼン」のU-17およびU-19チームのトレーニングに日本人選手が毎年4週間参加する。「V・ファーレン長崎」のユース選手には、「バイエル04レバークーゼン」の親善試合に出場する資格も与えられる。「バイエル04レバークーゼン」のブランド営業責任者フロリアン・デデリッヒスは次のように語る。「このパートナーシップは、競技面だけでなく、クラブの国際化という観点からも重要な意味を持っています。今後、この関係がより強固なものとなっていくことを私たちは確信しています」

「V・ファーレン長崎」の代表取締役社長 高田 明さんは、この日本とドイツの新しいパートナーシップが実現したことを喜び、次のようなメッセージを届けてくれた。「『V・ファーレン長崎』は『サッカー

を通して、長崎、そして全国に“今を生きる楽しさ”を広げること』を кредとしてしています。そのためにも、アカデミーの選手がよりサッカーを楽しみ、選手として、人間として成長することは大変重要なことです。150年以上の歴史を持ち、世界79カ国で展開されるバイエルは、社員の皆さんに多岐にわたる個人の能力開発の機会を提供しているとうかがっています。バイエルの下で活動する『バイエル04レバークーゼン』と育成業務を提携したことから、子どもたちの成長、活躍の場は長崎、日本、ドイツ、世界へ広がったと考えています。いつの日か『バイエル04レバークーゼン』と世界の舞台で真剣勝負をする日を夢見て『V・ファーレン長崎』も成長をしていきます。応援をよろしくお願い申し上げます」

#### バイエル 04 レバークーゼン

##### 企業の誇りを胸に世界で戦うサッカーチーム

ドイツのプロサッカーリーグ「ブンデスリーガ」に所属するサッカーチーム。ドイツ・バイエル社を母体に1904年に創設。ドイツリーグでは、数多くある所属チームで唯一、チームエンブレムに企業ロゴが入っている歴史ある古豪として知られる。ドイツ・レバークーゼンにあるホームスタジアム「バイアリーナ」は、約

3万人を収容。スタジアムには、バイエルクロスが際々と輝く。日本では、元日本代表の細貝 萌選手が2011年から2013年のシーズンに所属していたことも有名に。昨シーズンは、リーグ5位。現在は、ドイツ代表でも活躍するユリアン・ブランド選手がエースナンバーの10番を背負う。



Bayer 04 Leverkusen, a soccer team in the Bundesliga, Germany's top professional league, has partnered with V-Varen Nagasaki of Japan's J League. The three-year agreement will foster close cooperation between the youth sections of the two clubs.

##### Major Benefits from International Exchange

"If you look at how many Japanese players there are in the Bundesliga and other European leagues then the market is very interesting for Bayer 04," explained Helmut Jungheim, head of the Werkself Academy, an institute that develops young players. "On top of that, both sides will benefit from this international exchange. The coaches can share valuable ideas and the young players can make new experiences and extend their horizons."

Plans call for the Bayer 04 U17 team to take part in a training camp in Nagasaki once a year. The agreement also covers the regular participation of Japanese players in Bayer 04 U17 and U19 training sessions over a period of four weeks each year. V-Varen Nagasaki youth players will be able to take part in Bayer 04 friendly games as well. "In addition to the sporting aspects, this partnership also plays an important role in the internationalization of the club," said Florian Dederichs, head of brand and commercial management at Bayer 04. "We're confident this partnership

will have a broader base in the future."

Akira Takata, president of V-Varen Nagasaki, is overjoyed with this new partnership between Japan and Germany and sent the following message to Bayer employees in Japan. "Our credo at V-Varen Nagasaki is to spread the joy of living the moment to Nagasaki and all of Japan through the game of soccer. It's therefore especially important for youth academy players to really enjoy the game and to continue to grow as players and as people. With over 150 years of history and operations in 79 countries around the world, Bayer provides its employees with opportunities to develop a broad range of individual skills. Through this youth development partnership with Bayer 04 Leverkusen, which operates under Bayer, the opportunities for young players to grow and perform have been broadened, from Nagasaki and Japan to Germany and the world. V-Varen Nagasaki will continue to grow with the dream of one day seriously competing with Bayer 04 on the world stage. We thank you for your support and encouragement."





### FEATURE 3

Advancing Together

## バイエルが描く農業の未来

### 生産者、消費者そして地球のために農業を形成する

2018年第2四半期、ドイツ・バイエル社（以下「バイエル」）は、米国・モンサント社（以下「モンサント」）の買収を完了し、8月から両事業の統合という新たな段階に入った。モンサントの買収によって、ハイレベルな革新的強さ、強力な製品ポートフォリオならびにパイプラインが統合され、リーディングカンパニーとして農業の未来を形成していく。

#### 世界が直面している課題

安全な食糧を将来にわたって供給するために、農業はさまざまな課題に直面している。2050年には地球上の人口が100億人近くに増加すると予測されている中、すでに約8億人の人々が飢餓に苦しんでいる。同時に、土地の侵食や塩害、また都市の拡大の結果として耕地面積が縮小し、急激な気候変動も農業にとって深刻な課題となっている。例えば、地球の気温が2°C上昇すると、小麦の生産量は約8%減少する。つまり、将来的に質が高く十分な食糧を手頃な価格で供給するには、多大な負担が必要になってくるということだ。国際連合食糧農業機構（FAO）の試算によると、2012年の収穫量と比較して、2050年までには約50%以上収量を増やさなければならないとしている。私たちは少ない資源から多くを生産しなければならないのだ。さらに先進国に共通する問題として、農業従事者の高齢化

が挙げられる。このことは後継者不足につながり、このままでは農業生産システムは持続可能とはいえない。

私たちは農業の新時代に入りつつある。そこには地球全体の大きな課題があり、新しく持続可能なソリューションとテクノロジーによって、生産者がより少ない労力で多くを生産することが求められている。しかしながら、課題に応えるためのイノベーションには多くの時間と費用が不可欠だ。例えば、新しい作物保護製品の開発には、平均2億5千万ユーロの費用がかかり、市場で承認に至るまでには通常10年から14年という長い年月が必要となる。このために、農業におけるノウハウと資源の共有は重要だ。

#### イノベーションの創出

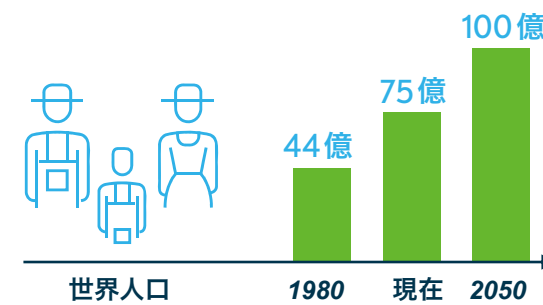
バイエルによるモンサント買収完了で、二つの異なる事業が高度に補完しつつ統合していく。年間約24億ユーロ（農業業

界の中で最高レベル）の研究開発予算が試算され、業界をリードしてきた両社のイノベーション能力、ならびに研究開発のプラットフォームが組み合わされている。バイエルは、この統合によってさらに多くのイノベーションを迅速に提供することが可能になる。このことは特定規模の農業を対象にしたことではない。バイエルは、生産者や消費者に自由な選択肢と多様性を提唱している。食糧問題を解決する鍵となるのは、世界で5億以上の小規模農家だ。なぜなら世界中の食糧の半分は、彼らが供給してくれているからである。バイエルの目的は、生産者にさらに強力なソリューションを提供し、次世代の農業のために業界をリードするイノベーション原動力を創出することだ。大規模農場から小規模農家まで、あらゆる顧客の問題を解決する包括的なアプローチで、これからも農業が直面する巨大な課題に取り組んでいく。

#### 世界が直面している農業の課題

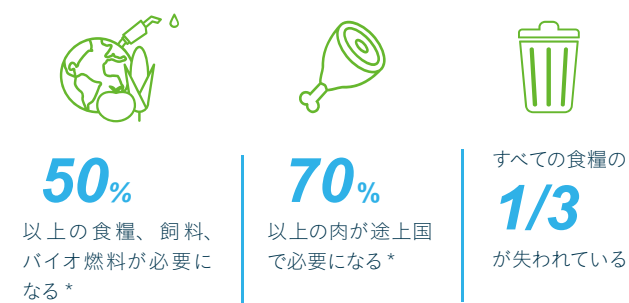
### Rising Population

#### 人口増加



### Changing Economies and Diet

#### 経済と食糧の変化



\*2050年までに

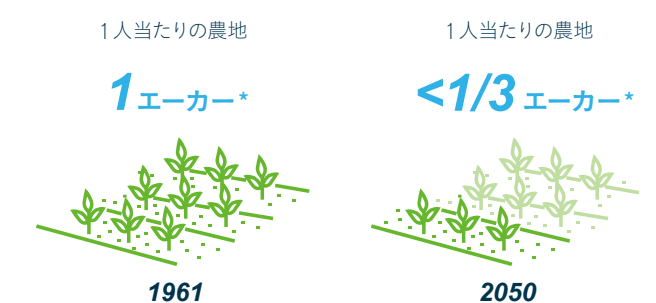
### Changing Climate

#### 気候の変化



### Limited Farmland

#### 限られた農地

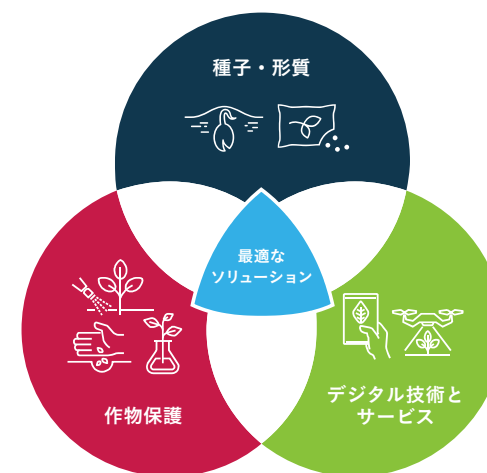


\*1エーカー＝約4047平方メートル

#### Shaping Agriculture to Benefit Farmers, Consumers and Our Planet

Bayer completed its acquisition of Monsanto in the second quarter of 2018 and began integrating the two businesses from August. The goal is to join their advanced innovative power and robust product portfolios and pipelines to define the future of agriculture as the leading company in the industry.

Agriculture faces major challenges to its ability to supply safe food into the future. The global population is forecast to grow to nearly 10 billion



農業の未来を形成するプラットフォームの統合

by 2050, yet some 800 million people already suffer from hunger today. At the same time, the area of arable land is shrinking, due to soil erosion, salinity, and increasing urbanization. Rapid climate change, too, is presenting significant challenges for agriculture. And, the aging of the farming population is another issue that affects all developed countries. As things stand, without enough successors, our agricultural production system is not sustainable.

We are entering a new era of agriculture. Farmers around the globe will have to produce more with less labor by using new, sustainable solutions and technologies. However, the development of a new crop protection product costs around EUR 250 million on average, and it generally takes considerable time, 10 to 14 years, from the first laboratory test to marketing authorization. Pooling of know-how and resources in agriculture is therefore very important.

With Bayer's acquisition of Monsanto now complete, the focus is on seamlessly integrating the two differing but highly complementary businesses. The annual research and development budget of EUR 2.4 billion is the highest R&D budget of any company in the agricultural industry. This, along with the combination of the two industry leaders' innovation capabilities and R&D platforms, will enable Bayer to launch more innovations more quickly. We will comprehensively provide powerful solutions to farms of all sizes and create industry-leading innovative power for the next generation of agriculture. In so doing, we will help farmers to overcome the challenges lying ahead so that they can sustainably supply the growing global population with safe and affordable food.



## FEATURE 4

//////////////// The 40th Anniversary //////////////////

# 技術力の研鑽とさらなる挑戦へ

## 滋賀工場創立40周年を迎えて

滋賀県甲賀市にあるバイエルの医薬品の製造拠点、滋賀工場が、創立40周年を迎えた。これまでの歩みとこれからの展望について、滋賀工場長片山博仁に話を聞いた。

### 顧客のニーズに応える高い品質

滋賀工場は、1978年の設立以来、「日本の患者さんの『better life』のために」をモットーに、独自のイノベーションを生み出しながら新しいことにチャレンジし、日本の患者さんのための医薬品づくりに真摯に取り組んできました。包装工場として操業をスタートさせ、1995年には固形製剤棟が完成し、製剤から製造を行える一貫生産体制を確立しました。開発CMC\*と連携しながら、高い製剤・製造技術により有核二層錠技術を確立し、1日1回の服用を可能にした「アダラートCR錠」、そして、水なしでかまずに服用できる「ホスレノールOD錠」など、さらなる患者さんの服用のしやすさを追求し、小型化も成功させました。包装においても、使い勝手の良いデザインの設計に力を入れており、近年では「コバルトリー静注用」において、包装箱の小型化など、患者さんのユーザビリティを考慮した包装デザインを実現。国内外の包装業界からも高い評価を受け、2つの栄誉ある賞をいただきました。また、操業開始以来、オペレーショナル・エクセレンス（カイゼン）活動にも力を入れてきました。工場で働く全員が参加し、年間約

\*CMC：Chemistry, Manufacturing and Control（医薬品の原薬・製造およびその品質管理）

50件のカイゼンプロジェクトに取り組み、毎年継続的にコスト削減を実現しています。現在、滋賀工場では、世界のバイエルにおいても重要な役割を担う製造拠点の一つとして、建設投資プロジェクトが実行されています。常に新しい技術にチャレンジし、技術力の研鑽に努めながら、操業開始以来脈々と続く“カイゼンマインド”を基軸に、これからも日本の患者さんのQOLを向上させる医薬品づくりを続けていきます。

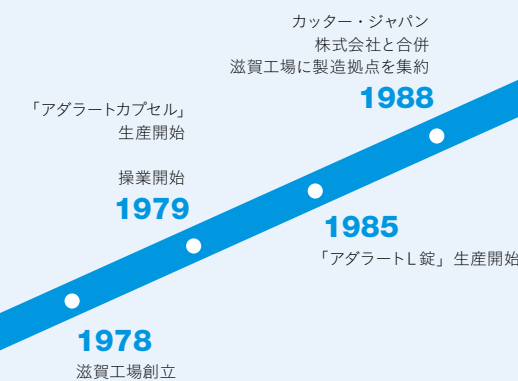


バイエル薬品 プロダクトサプライ  
ジャパン本部長  
滋賀工場長  
片山博仁  
Dr. Hirohito Katayama  
Head of Product Supply Japan  
Pharmaceuticals

### Meeting Customer Needs with High Quality

Since its establishment in 1978, the Supply Center Shiga (SC Shiga) has produced unique innovations while taking on new challenges under a motto of "For a 'better

life' for patients in Japan," and has faithfully endeavored to manufacture pharmaceuticals for patients in the country. In recent years, for Kovaltry for iv injection, the SC Shiga has designed innovative packaging for improved patient usability, including smaller packaging boxes, earning it positive recognition from the packaging industry domestically and overseas along with two prestigious awards. A construction investment project is currently being conducted at the SC Shiga, reflecting the important role it plays within Bayer globally as a manufacturing facility. The SC Shiga is committed to improvement and has been since it first began operations. It constantly takes on the challenge of new technologies, and while working to further polish its technical capacities, it continues to produce pharmaceuticals that improve the quality of life of patients in Japan.



2002 「コージネイトFS」生産開始

2005 「アダラートCR錠」(小型化製剤)生産開始

2009 「ホスレノールチュアブル錠」生産開始

2013 「アイリーア硝子体内注射液」生産開始

2007 日本シーリング株式会社と統合  
滋賀工場に製造拠点を集約

2014 「ホスレノール顆粒分包」生産開始

2016 「コバルトリー静注用」生産開始

2015 「イグザレルト細粒分包」生産開始  
「ガドビスト静注」個包装箱がカラーユニバーサルデザインで「アクセシブルデザイン包装賞」(日本包装技術協会主催)受賞

2017 「ホスレノールOD錠」生産開始  
「コバルトリー包装」が、グローバル・プロダクトサプライの「PH-PSアワード・イノベーション賞」、2017日本パッケージングコンテストで「医薬品・医療用具包装部門賞」(日本包装技術協会主催)、「ワールドスター2018」で「医療と製薬部門ワールドスター・アワード」(世界包装機構主催)を受賞

「打錠工程における夜間無人運転」プロジェクトが、グローバル・プロダクトサプライの「PH-PSアワード・OE賞」受賞

アイリーア包装棟(D3棟)建設工事着工

2018

### NEXT FUTURE PROJECT

#### アイリーア包装新棟着工

滋賀工場では、今年の春より拡張計画の一つとして「アイリーア硝子体内注射液」を包装するためのD3棟の建設が進められている。日本で求められる品質水準を満たす精度の高い目視検査と、製品の品質に重要な低温の維持、また日本のユーザーの要望に合わせた包装工程の構築が、製造における重要なポイントとなる。また設備やレイアウトにおいて、オペレーターが快適に作業できるよう、デザインが工夫されている。



#### ITツールの積極的な採用

さまざまなITツールを用いて従業員のスキル、能力向上に努め、最大限に効率化された環境で高品質の製品を生産するスマートな工場を目指している。「遠隔監視システムによる無人操作」「ウェアラブルカメラを用いた遠隔保守システム」「iPadを用いた配置ナビゲーションシステム」「支援ロボット技術」など、すでに毎日の業務にITツールを活用している。



### 2018 4/24 滋賀工場40周年記念式典

記念式典には、日本バイエル代表のハンスディーター・ハウスナー（当時）、医療用医薬品日本代表のハイケ・プリンツをはじめ、滋賀工場働くバイエル社員約430人が参加。ドイツ・バイエル社からは、経営委員会メンバーで医療用医薬品部門責任者のディーター・ヴァイナント（当時）と医療用医薬品部門プロダクトサプライ本部部長のヴォルフラム・カリウスが出席した。ヴァイナントは、世界から見る滋賀工場の重要性について「滋賀工場は日本のみならず、バイエルのグローバルサプライの礎として不可欠な存在です。質の高い未来のイノベーションを患者さんに届けるために、滋賀工場には世界のバイエルのお手本となっていたきたいと期待しています」と祝辞をのべた。



## FEATURE 5

//////////////// The 50th Anniversary //////////////////

# 品質の向上で、日本農業に貢献

## 防府工場創立 50 周年を迎えて

山口県防府市にあるバイエルの農業製造の中核、防府工場が創立 50 周年を迎えた。  
防府工場長フタガルン・ファベル・レイモンド・オジャハンに話を聞いた。

### 変化に応じて設備を更新

防府工場は 1968 年に原体（農業の有効成分）を製造する工場としてスタートし、その後、ビジネスの変化に応じて設備の更新を重ねてきました。原体の製造は 2007 年で終了し、現在では原体の加工と、製品の充填・包装を担う工場として稼働。製造する製品をほぼ全量、日本のお客さまに届けています。工場で製造している製品は液剤、固形剤をはじめ約 40 種類。内容量のバリエーションも含めると約 150 種類を製造しています。

日本のお客さまの期待に応えるべく、安全と品質を重視して取り組み、工場の操業、設備、品質管理における日々の経験を教訓としてさらなる改善につなげていきます。また、数年前から団塊の世代が定年退職を迎えていることも踏まえ、人材育成にも注力しています。若い世代への知識と技能の伝承は時間のかかるチャレンジですが、採用および OJT を中心とした育成を強化しています。2018 年 6 月から組織変更を行い、新しいリーダーシップチームのもと、相互信頼や活発なフィードバックを通じた従業員に寄り添うリーダーシップに取り組んで

います。

### さらなる未来に向けて

防府工場が、安全、品質及びコスト競争力において「Best in Class」（クラス最高）となることを目標にしています。また、ビジネスにおける急速な変化に即応できるよう、フレキシビリティを十分持った工場でありたいと考えています。さらに、防府工場従業員全員が工場の一員としての誇りが持てる工場を目指しています。

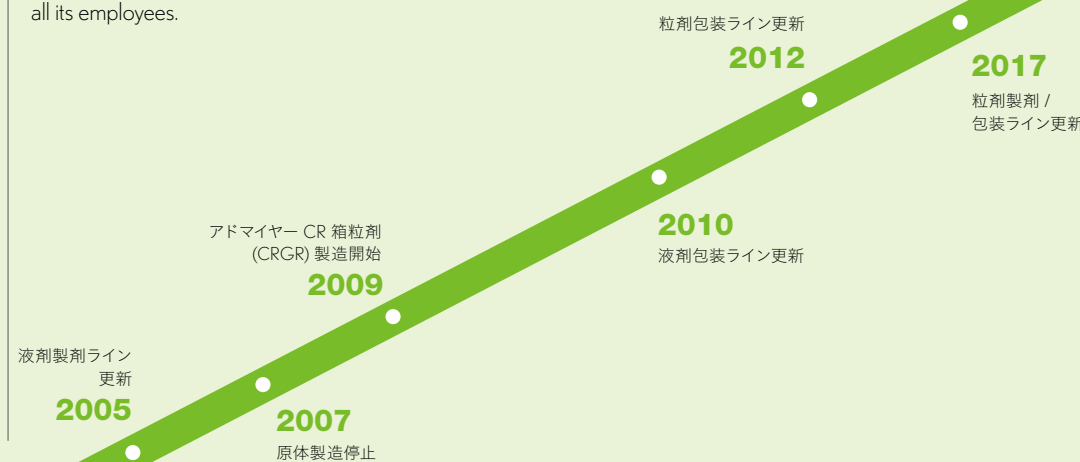


クロップサイエンス部門  
防府工場長  
フタガルン・ファベル・  
レイモンド・オジャハン  
Hutagalung Faber Raymond  
Ojahan  
Head of Hofu Site,  
Product Supply Japan,  
Crop Science

### Upgrading Facilities to Accommodate Change

The Hofu Factory began in 1968 as a manufacturing plant for intermediates (the active ingredients of agricultural chemicals),

and subsequently upgraded its facilities repeatedly to accommodate changes in the business. It stopped producing intermediates in 2007 and currently operates as a facility for intermediate processing and product filling and packaging. Almost all the products it manufactures are delivered to customers in Japan. The factory makes some 40 product types, including liquid formulations and solids, and around 150 types when including volume variations. The Hofu Factory has the goal of being Best in Class in safety, quality and cost competitiveness. It also wants to maintain sufficient flexibility for accommodating rapid changes in the business and to inspire pride in all its employees.



### 農薬 剤型の区分

| 水で薄めて使用するもの<br>(商品は液状) |  |
|------------------------|--|
| 液剤                     | 水に農薬の成分を溶かしたもの（水で薄めると透明に）                  |
| 乳剤                     | 水に溶けない成分を乳化剤で溶かしたもの（水で薄めると白濁液に）            |
| フロアブル                  | 水に溶けない成分を微粉砕して水などの液体に浮遊させたもの（水で薄めると白色に）    |
| 水で薄めて使用するもの<br>(商品は粉状) |  |
| 水溶剤                    | 水に溶ける成分を水溶性の粉と均一に混ぜたもの（水で薄めるときれいに溶けて透明に）   |
| 水和剤                    | 水に溶けない成分を粉と均一に混ぜたもの（水に溶いて攪拌すると白色に）         |
| そのまま使用するもの             |  |
| 粉剤                     |  |
| 粒剤                     |  |
| 油剤                     | 水に不溶で水面に広がり、イネの茎や葉に付着して害虫を防除（サーフ剤＝水田滴下処理剤） |

### NEXT FUTURE PROJECT

#### 優れた防除効果を発揮する殺線虫剤「ビーラム粒剤」

新製品として 2018 年 2 月に上市し、防府工場で製造している殺線虫剤「ビーラム粒剤」。新規有効成分フルオピラムを含有し、従来の殺線虫剤とは異なる新規の作用機構を有している。人畜への影響が低く、優れた安全性を有した粒剤で、被覆やガス抜きなどの作業が不要。散布後すぐに定植、播種が可能でセンチュウの被害を抑えることで、収量や品質の向上に貢献できることが期待されている。クロップサイエンス部門の開発センターや協力農家で行った試験では「ビーラム粒剤」を使用することで、収穫量と品質において市場価値が高くなる結果となった。質の高い収穫へ直結する大きな価値をより多くの農家さんに届けるために、クロップサイエンス部門ではさらなる「ビーラム」の生産計画を進めている。







# Report

## バイエルクロスの誇りを胸に パラアスリートが躍動する

### マルクス・レーム選手が来日

パラリンピックの走り幅跳びで、当時のオリンピック記録を抜いて世界中で話題となったマルクス・レーム選手も「TSV バイエル 04」の所属だ。そのレーム選手が、6月に前橋市で開催された「2018 ジャパンパラ陸上競技大会」に招待選手として来日。世界記録である自己記録を7cm更新する8m47cmの大ジャンプで世界新記録\*を樹立して会場を大いに沸かせた。

### バイエルクロスを誇りに

大会の機会に日本のバイエルを訪ねたレーム選手。チームウェアに入るバイエルクロスを指さしながら「バイエルの選手であることは誇りです」と笑顔で語った。「バイエルはパラスポーツ支援に力強くコミットし、大きな貢献をしています。私は、こちらからも選手として“お返し”をしながら、双方向でパラスポーツを盛り立てていきたいと考えています」

今年の春には、日本のバイエルにも二人

のパラアスリートが加わっている。一人は車椅子陸上の伊藤智也選手。いったん競技生活から退いたが、2017年夏に現役復帰を宣言。2018年2月から社員となりトレーニングに励んでいる。「バイエルの一員となったことを誇りに、また、皆さんが私を誇りに思ってくださいような成績を目指して、精一杯努力していきます」と抱負を語る。もう一人はウィルチェアーラグビーの小川仁士選手。日本代表候補として強化選手にも指定されている若手だ。2018年4月に入社した。「もっとバイエルのことを知り、そして私のことをもっと知っていただけるように、社員の皆さんと交流したいと思っています」と話す。

最後に伊藤選手がパラスポーツの観戦の醍醐味についてこんなメッセージをくれた。「レベルの高い選手、低い選手関係なく、パラアスリートが競技のスタートラインに着くまでにどんなことがあったのか、少しだけ想像してみてください。その姿に何か感じていただけるものがあるかもしれません」

### 300人のパラアスリートが所属

1904年、バイエルは本社のあるドイツのレバークーゼンに社員の福利厚生を目的としてスポーツクラブを立ち上げた。設立年にちなんでクラブは「バイエル 04」と名付けられ、現在は福利厚生にとどまらず、プロサッカーチームやハンドボールチーム、陸上チームなども擁している。その後、1950年に障がい者スポーツチーム「TSV バイエル 04」を設立。現在300人のパラアスリートが所属し、これまで獲得したパラリンピックメダルは82にのぼる。

\* 8月に開催されたヨーロッパ選手権では8m48cmの跳躍でさらに記録を更新している。

ウィルチェアーラグビー  
小川仁士選手

陸上走り幅跳び  
マルクス・レーム選手

車椅子陸上  
伊藤智也選手



### ONLINE “HARMONY”

オンライン限定コンテンツとして  
バイエル所属のパラアスリートの  
活躍を発信しています。

<http://harmony.bayer.jp>







新製品から各部門の活動、グローバル情報までバイエルの最新情報をダイジェストでお届けします。  
詳しい内容は、『HARMONY』のWEBサイト (<http://harmony.bayer.jp>) でご紹介しています。

## 2018

### 3月 March

- 1 「エレビット®」ブランドサイトで  
『妊活の心と体づくり会議』開催



### 4月 April

- 3 水稻育苗箱  
専用殺虫殺菌剤  
「ルーチン®」ブライト  
箱粒剤」新発売



- 4 芝用殺虫剤  
「トップチョイスフロアブル」  
新発売



- 23 高脂血症治療剤  
「アトーゼット® 配合錠」を発売



### 6月 June

- 5 インキュベーションラボ  
「CoLaborator Kobe」を  
神戸医療産業都市に開設



- 13 女性の健康教育に関する講師派遣授業  
『かがやきスクール』開始から4年に



- 24 前立腺がんの患者さんおよび  
患者さんのご家族の方を主な対象に  
前立腺がんセミナーを福岡で開催



### 7月 July

- 5 理科実験教室  
「わくわく実験びっくり箱」を  
三重県で開催



- 11 G4A Tokyo Dealmaker 2018  
プログラムを新たに発表



- 24 犬猫用スキンケア  
シャンプー  
「ヒノケア®」シリーズから  
新製品登場



- 25 血友病患者さんの  
母親の体と心のケアに関する  
意識調査結果を発表



## PRESENT

### 「バイエル 04 レパクーゼン」のオフィシャルTシャツを3名様にプレゼント

企業広報誌『HARMONY』のWEBサイト (<http://harmony.bayer.jp>) にアクセスいただき、プレゼント応募フォームより、ご応募ください（締め切り：2019年1月31日）。今号のプレゼントは、「バイエル 04 レパクーゼン」のオフィシャルTシャツです。当選発表は、プレゼントの発送をもってかえさせていただきます。右記のQRコードを読み込んでスマホからも簡単にアクセスできます。

