

スイッチOTCの受け皿、第1類医薬品に明暗
胃腸薬、目薬、外皮用薬、消毒薬の国内市場を調査

09年実績（改正薬事法施行7ヶ月を含む）

育毛剤 08年比 4.9%増の149億円、第1類医薬品構成比83.9%
制酸薬 08年比11.6%減の84億円、第1類医薬品構成比28.6%

一般用医薬品市場調査（1）

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、改正薬事法全面施行により変動する国内の一般用医薬品の主要薬効73分野の調査を今年1月から4月にかけて実施し、3回に分けてまとめる。

今回の報告書「一般用医薬品データブック2010 No.1」は、胃腸薬、その他消化器官用薬、目薬、外皮用薬それに消毒薬の5分野23品目の市場実態を明らかにすると共に13年にかけての市場を予測した。

改正薬事法（09年6月施行）では、一般用医薬品を副作用リスクの高い順から第1類、第2類、第3類に分け、第1類は薬剤師に取り扱いを限定し、第2類は薬剤師の他に新たに登録販売者の取り扱いも可能となっている。第3類は第2類と同様だが、通信販売も可能となる。ただし、通信販売を巡っては取り扱いが第3類に限定されることに対して日本オンラインドラッグ協会や全国伝統薬連絡協議会が反対の姿勢を表明しており、今後も紆余曲折が予想される。

09年6月の改正法全面施行に伴い、薬局・薬店では、薬剤師不足に起因する第1類医薬品取扱店の減少や、薬剤師不在時の販売機会ロス、リスク分類別の店頭陳列変更などが生じ、各社の販売実績にも影響を及ぼしている。また同年は春から世界的に新型インフルエンザが流行し、日本国内でも全国各地に広がったため、薬局・薬店店頭では関連製品特需が発生した。

改正薬事法施行、新型インフルエンザの流行という2大トピックスが重なったことで09年の一般用医薬品市場は薬効別・リスク分類別にも複雑な動きを示しており、この報告書では、各薬効分野における改正薬事法施行の影響についても詳述する。

< 調査結果の概要 >

1. 胃腸薬

2009年 406億円（前年比95.8%） 2010年見込 406億円（前年並み）

総合胃腸薬、健胃・消化薬、制酸薬、鎮痛鎮痙胃腸薬、胃腸内服液を対象とした。胃腸薬領域では飲みすぎ・食べ過ぎ対策における健康美容食品（H・Bフーズ）との競合が強まる中で、一般用医薬品としては症状・シーン別対応の強化がトレンドとなっている。改正薬事法が施行された09年は制酸薬を中心とした第1類医薬品の実績減少が響き、全体としては前年比4.2%減の406億円となった。10年は前年並みの推移が予測される。

第1類医薬品全体の販売不振を受けて、日本チェーンドラッグストア協会は独自の販売マニュアルを策定し、09年秋以降、第1類拡販に向けた取り組みを強化している。しかし薬剤師不足は6年制新卒薬剤師が輩出される12年まで解消する見通しはなく、今後は登録販売者でも対応可能な第2類製品に注目が高まり、各社から新製品の投入がなされ、市場の活性化につながる事が期待される。

制酸薬（第1類医薬品構成比28.6%）

2009年 84億円（前年比88.4%） 2010年見込 87億円（前年比103.6%）

09年の改正薬事法施行に伴い、「ガスター10」を始めとする第1類医薬品は、取扱店数の減少、薬剤師不在時の取扱時間の減少というダブルの販売機会ロスが響き、大幅な実績減少となっており、第2類を含めた制酸薬全体でも市場規模は2桁減となった。ファモチジンなどH2プロロッカーは第1類、テブレノン、スクラルファートなどは第2類となったが、薬剤師による対面販売が義務付けられた第1類医薬品は6月以降販売不振が続いており、リスク分類が明暗を分けた。

H2 ブロッカーの需要回復には時間がかかると見られ、同成分が第2類に変わるか、薬剤師配置体制が整う12年以降まで市場の本格的回復は持ち越される可能性が高い。

2. 目薬

2009年 404億円(前年比101.0%) 2010年見込 408億円(前年比101.0%)

一般用点眼薬、抗菌性点眼薬、人工涙液、アレルギー用点眼薬と目の洗浄を訴求する洗眼薬を対象とした。市場はPB製品などの低価格製品と高機能訴求の高価格製品の2極化が進んでいる。

09年は、特にアレルギー用製品の伸長が目立っており、花粉飛散時期が早まったために、アレルギー対策製品が46億円(前年比104.5%)と好調に推移した。6月の改正薬事法施行後も、目薬全体としてもともと第1類目薬の構成比が1.2%と少なかったことに加え、高機能製品の好調により全体は微増を維持し、前年比1.0%増の404億円となった。

一般用点眼薬(09年172億円)は、前年に続き09年も疲れ眼対策の高機能訴求製品が実績を伸ばし、主として中高年層の開拓に成功している。中高年用では、PC利用による眼の酷使も影響しドライアイ対策需要が高くなっている。

アレルギー用点眼薬では、春先に限られる花粉症だけではなくハウスダストなどのアレルギーによる通年需要の取り込みが進んでいる。罹患者は価格よりも機能性を重視する傾向にあり、引き続き高機能訴求製品が今後の市場拡大の鍵となると予測される。

コンタクトレンズ用点眼薬

2009年 133億円(前年比102.3%) 2010年見込 134億円(前年比100.8%)

コンタクトレンズユーザーの増加を追い風に、コンタクトレンズ用点眼薬が伸びている。これまでメインターゲットとしてきた40代に加え、30代、20代でもドライアイ、疲れ目が広がっており、今後も需要拡大が続くと予測される。その半面「レーシック手術」と呼ばれる“角膜屈折矯正手術”による視力矯正が人気となり、将来的にはコンタクトレンズ利用者数の減少要因として挙げられる。コンタクトレンズユーザーを対象に展開して来たコンタクト用点眼薬市場への長期的なマイナスの影響も考えられる。

3. 外皮用薬

2009年 1,342億円(前年比100.3%) 2010年見込 1,353億円(前年比100.8%)

外用消炎鎮痛剤、水虫薬、育毛剤、鎮痒剤、外用殺菌消毒剤、乾燥皮膚用薬、皮膚治療薬、救急絆創膏、口唇ヘルペス治療薬など12品目を対象とした。外用消炎鎮痛剤が501億円で規模が最も大きく、次いで育毛剤、救急絆創膏、皮膚治療薬、水虫薬、鎮痒剤がそれぞれ100億円以上の規模である。

09年は外用消炎鎮痛剤、皮膚治療薬、あかぎれ用薬、育毛剤が実績を伸ばしたが、水虫薬、乾燥皮膚用薬などは不振が続ぎ、外皮用薬全体では前年比0.3%増の1,342億円となった。10年も前年比0.8%増の1,353億円が見込まれる。

外皮用薬領域における第1類医薬品の代表的製品である大正製薬「リアップ」シリーズは、有効成分が5倍となった「リアップX5」を発売して、指名買い需要の高さから改正薬事法施行後も影響を受けることなく好調に推移した。また、外用消炎鎮痛剤では、09年にジクロフェナクナトリウムが新たにスイッチOTCに承認され、ノバルティスファーマ、久光製薬、大正製薬、エスエス製薬が参入したことにより、市場は一定の規模を維持したが、改正薬事法施行後の6月以降は伸びを欠くこととなった。

高齢者人口の増加に伴って、関節痛などを患う潜在的な患者増加が予想され、この需要を取り込むことが出来れば、市場は中長期的には安定した成長が期待される。しかし、薬局・薬店の外用消炎鎮痛剤の店頭スペースは既に一定の規模に達しており、市場を牽引してきたフェルピナク含有製品の間でも競争が激化していることから、新製品投入が活発化していることと相まって、棚割り競争が収益悪化につながる可能性も見込まれる。

育毛剤(第1類医薬品構成比83.2%)

2009年 149億円(前年比104.9%) 2010年見込 156億円(前年比104.7%)

医薬品では近年大型ブランドの投入が見られなかったが、大正製薬が09年2月にリアップシリーズでミノキシジル5%の「リアップX5」を投入し、第1類医薬品でありながら09年125億円と実績を拡大している。また、第2類でも第一三共ヘルスケアにおけるトリアルユーザー獲得を狙った価格優位性のある新製品も投入されていることから、今後も市場拡大が続くと予測される。店舗側も第1類医薬品の対応に苦慮しており、指名買いが見込める「リアップ」への期待は大きく、今後も注力度強化がプラス要因として挙げられる。

4. 消毒薬

2009年 27億円(前年比108.0%) 2010年見込 27億円(前年並み)

公衆衛生用薬に属する一般用医薬品の消毒薬のうち、一般消費者が使用する哺乳瓶・哺乳瓶用乳首などの消毒の際に用いられる消毒薬を対象とする。代表的製品は杏林製薬「ミルトン」であり、ピジョン「ミルクボン」と2製品で市場が構成されている。09年も出生数は106万9,000人(前年比 2万2,000人)と落ち込みを見せているが、政権交代により誕生した民主党政権が“子ども手当”支給など子育て支援の方針を打ち出して後押し、また新型インフルエンザの流行により母親層の衛生意識が高まったことを受け「ミルトン」も実績を回復させており、市場はプラスに転じている。

今後の課題は、通信販売の取扱がある。改正薬事法施行に伴い消毒薬は第2類医薬品に分類され、経過措置期間終了後は原則として通販が禁止される方向にあるが、両社とも他の関連製品と共に自社サイトにおいてインターネット通販に注力しており、必ずしも医薬品販売に拘泥しているわけではないが、通販不可となることは医薬品実績拡大という観点ではマイナス要因となる。

以上

<調査対象>

分野	品目
胃腸薬	総合胃腸薬、健胃・消化薬、制酸薬、鎮痛鎮痙胃腸薬、胃腸内服液
その他消化器官用薬	整腸薬、止瀉薬、便秘薬、駆虫薬
眼科用薬	目薬
外皮用薬	外用消炎鎮痛剤、水虫薬、ニキビ用薬、イボ・ウオノメ薬、育毛剤、鎮痒剤、外用殺菌消毒剤、あかざれ用薬、乾燥皮膚用薬、皮膚治療薬、救急絆創膏、口唇ヘルペス治療薬
消毒薬	消毒薬

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び薬事工業生産動態統計、有価証券報告書その他関連する公表データ・文献を併用

・販売金額は、メーカー出荷金額(富士経済調べ)

<調査期間> 2010年1月～2010年3月

資料タイトル	: 「一般用医薬品データブック2010 No.1」
体裁	: A4判 245頁
価格	: 100,000円 (税込み105,000円)
調査・編集	: 富士経済 東京マーケティング本部 第二事業部 ヘルスケアグループ TEL:03-3664-5831 FAX:03-3661-9778
発行所	: 株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル TEL:03-3664-5811 (代) FAX:03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/