

2010年の一般用医薬品の国内市場調査をテーマ別分析

10年見込(改正薬事法施行7ヶ月を含む09年比)

リスク第1類市場 311億円(4.0%増) 育毛剤が牽引役
 花粉症対策市場 469億円(20.9%減) 花粉飛散減と家庭用マスクの流通在庫増で
 腸内環境訴求製品市場 338億円(0.9%増) 当面便秘薬の伸びが貢献
 生活改善薬市場 137億円(1.5%増) タバコ増税が禁煙補助剤増を後押し

一般用医薬品市場調査(4)

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、改正薬事法により変動する国内の一般用医薬品の主要薬効73品目の市場を1月~4月にかけて調査し、結果を3回に分けて報告した。今回の「一般用医薬品データブック 2010 No.4」では、この調査市場を総合的・多面的に把握するため、カテゴリー横断的に捉えるテーマ分析や総括分析を行った。また、OTC(一般用医薬品)企業32社の事例分析と、チェーンドラッグ企業12社の改正薬事法対応を取り上げた。

厚生労働省薬事・食品衛生審議会の医薬品等安全対策部会は、10年8月にワーキンググループを設置しており、医療機関や製造販売業者から副作用報告や店舗販売と適正使用などの情報を基に、一般用医薬品の各リスク区分を再検証する方針である。

改正薬事法に基づく新販売制度から約1年が経過したが、インターネット販売などを巡って行政刷新会議で議論が続き、10年1~2月の厚生労働省の調査によると、3割強の店舗で陳列・販売方法の混乱が続いている。また6年制薬学部制度への移行から薬剤師不足が10~11年にかけてピークに達する事情もあり、実績の伸び悩むスイッチOTCの第1類医薬品が増えた。

リスク第1類医薬品は政府によるスイッチ化推進を背景に、今後も市場活性化の切り札といえる。10年~11年は陳列・販売方法変更の影響、さらには薬剤師不足がピークに達し、リスク分類別の販売戦略の模索が続く。また、法改正を機にドラッグストア業界でも異業種の参入・連携を含めた業界再編と業態変化が進んでいる。調剤併設型ドラッグストアチェーンは、リスク第1類医薬品の専門性を強めていく方針である。また、マツモトキヨシとローソンの提携のように、登録販売者主体で“ヘルスケア・コンビニ業態”を模索する動きも顕著となっている。多様化する小売業界への対応強化も一般用医薬品メーカーの今後の課題である。

<調査結果の概要>(調査対象73品目)

	2009年	08年比	2010年(見込)	09年比
一般用医薬品市場	6,251億円	99.5%	6,247億円	99.9%

市場は07年~08年にかけてスイッチOTCの新製品や、肥満防止剤、漢方関連製品の成長により回復した。しかし、09年は新型インフルエンザが流行して医療機関への受診が増えて、感冒関連製品の需要が大幅に減少し、殺虫剤など季節商材が伸び悩んだこともあり、再び前年を下回った。

また、09年は、リスク第1類医薬品の取扱店減少や取扱い時間の縮小、店頭陳列方法の変更による影響から、大幅に実績が減少する薬効品目も見られた。特に販売実績が大きかった制酸薬、禁煙補助剤は前年比で10%以上も減少した。また、スイッチ化間もないしみ治療薬、口唇ヘルペス治療薬、エネルギー代謝改善薬などは、認知を高める途上で法改正の影響を受け露出制限を余儀なくされ市場が縮小した。ただし、リスク第1類医薬品のウエイトは5%程度に過ぎず、ウエイト60%強の総合感冒薬や季節商材などリスク第2類医薬品の不振が全体市場に大きく影響した。

<注目される市場分析>

リスク分類別市場(調査対象73品目市場からリスク区分外とされたOTC検査薬市場を除く)

	合計	第1類	第2類	第3類
2009年	6,235億円	299億円	4,003億円	1,933億円
2010年(見込)	6,231億円	311億円	4,012億円	1,908億円

09年、リスク第1類医薬品市場は、前年をやや下回り299億円、全体のほぼ5%に留まり、リスク第2類医薬品が64%、リスク第3類医薬品は31%の構成であった。リスク第1類医薬品は、09年の法改正による販売方法の規制の影響から実績を縮小する薬効品目が目立った。そうした中で実績を伸ばしたのは、育毛剤、膣カンジダ治療薬、頻尿・尿もれ改善薬である。育毛剤はミノキシジル5%配合の新製品、大正製薬「リアップX5」が需要を獲得し、リスク第1類医薬品市場の約16%にシェアも拡大した。膣カンジダ治療薬は、大正製薬「メディトリート」の通年実績に追加発売のクリームタイプも寄与し実績が増加した。

リスク第2類医薬品は、第一三共ヘルスケア「新ルル-A」や大正製薬「パブロンS」、武田薬品工業「ベンザブロック」、全薬工業「ジキニン」などの総合感冒薬が主力である。09年は、新型インフルエンザが流行して医療機関での受診が増加したことにより、総合感冒薬の落ち込みが目立った。外用消炎鎮痛剤は、リスク第2類医薬品のエスエス製薬「イプアウターI」などインドメタシン製剤や第一三共ヘルスケア「パテックスフェルピナクメントールローション/ゲル」などフェルピナク製剤が多数投入され、実績拡大に貢献した。

10年は法改正から1年以上が経過し、第1類医薬品は当初の混乱から緩やかに回復すると見込まれる。しかし薬剤師不足の解消がリスク第1類医薬品の本格的な実績回復の鍵を握っており、12年の新卒薬剤師の確保がどこまで進むかが注目される。また予想外のリスク第1類医薬品販売の混乱が、リスク第2、3類医薬品では登録販売者を配置した店舗展開に特化する代替策を促進した。10年以降12年までの間にその効果が判定され、ドラッグチェーンの店舗戦略にとっても重要な時期を迎える。11年5月期限の一般用医薬品の郵送・通信販売規制の経過措置も見直される見通しがなければ、販売戦略の見直しが不可欠である。

スイッチOTC市場

	2009年	08年比	2010年(見込)	09年比
スイッチOTC市場	1,474億円	99.0%	1,510億円	102.4%

スイッチOTCは医療用医薬品として使用実績のある成分を一般用医薬品に転用した医薬品と定義されるが、市場規模算出に際しては1980年代以降に転用された成分全てをスイッチOTCとしている。(必ずしも第1類医薬品とは限らず、その後他区分へ移行した成分も含まれる。また、ダイレクトOTCもスイッチOTCとして捉える。)

09年6月の法改正により、リスク第1類医薬品の販売規制が強化されたことにより、発展期に入ったところであったスイッチOTC市場はマイナスに転じた。10年は、法改正の混乱も落ち着きをみせ、また育毛剤の大正製薬「リアップX5」の続伸が見込まれ、ロキソプロフェンナトリウム水和物を成分とする鎮痛消炎剤の発売も計画されていることから、市場は再び拡大へ向かう見込みである。今後、新規薬効として高脂血症・閉塞性動脈硬化治療剤「エパデール」のスイッチOTCが大正製薬や日水製薬から発売されると見込まれ、市場は活性化すると期待される。

10年、11年は薬学部の6年制移行期間にあたり、薬剤師不足からスイッチOTCの販売が滞る懸念もある。

花粉症対策市場

	2009年	08年比	2010年(見込)	09年比
花粉症対策市場	593億円	130.2%	469億円	79.1%

市場は、主に目と鼻のアレルギー症状の予防・治療を訴求したもの、一般用医薬品ではアレルギー用点眼薬と洗眼薬、鼻炎治療剤、抗ヒスタミン剤、漢方処方エキス製剤の小青竜湯を、衛生雑貨では鼻孔拡張テープ、鼻洗浄剤、家庭用マスクの市場を捉えている。従来の花粉症予防は、花粉によって起こされるくしゃみや鼻水の軽減・抑制を訴求した一般用医薬品が中心であったが、近年は体内への侵入を防ぐ家庭用マスクも一般化している。

09年春は花粉飛散の開始が早まったことや、飛散量の多さから、リスク第2類医薬品を中心に多くの製品が好調であった。さらに花粉症対策で着用する消費者が増加した家庭用マスクは、新型インフルエンザが流行したため、予防意識が高まり特需が生じて市場が拡大した。しかし10年春は花粉飛散量が少なかったこと、家庭用マスクの流通在庫が蓄積していることを受け、市場は大幅に縮小する見込みである。

今後もアレルギー患者は増え続けるとの見方も強く、花粉飛散量・期間に大きく影響を受けながらも、市場は拡大してゆく予想される。また、家庭用マスクによる予防も定着したため、一層位置付けが高まるとともに、それ以外の製品でも花粉の侵入を防ぐ製品の多様化が進むと見られる。

治療訴求ではリスク第1類医薬品としてアレルギー用点眼薬でフマル酸ケトチフェンが、鼻炎治療剤でフマル酸ケトチフェン、エメダスチンフマル酸塩、アゼラスチン塩酸塩を配合した製品が展開されている。09年12月にフマル酸ケトチフェンの点鼻薬がリスク第1類からリスク第2類区分へ移行したことや、10年1月にエピナスチン塩酸塩が一般用医薬品として承認されたことから、今後の活性化が期待される。

腸内環境訴求製品市場

	2009年	08年比	2010年(見込)	09年比
腸内環境訴求製品市場	335億円	102.1%	338億円	100.9%

便秘薬、整腸薬、止瀉薬を対象とし、一般用医薬品(約80%)と医薬部外品を合算して捉えた市場は便秘薬が約50%のウエイトを占める。

便秘薬は植物性便秘薬間の競合もあり、価格訴求圧力が強まり伸びを欠いた推移が続いた。09年に、エスエス製薬が前年12月に投入した「スルーラック デトファイバー」の拡販に努め、興和新薬やゼリア新薬工業が店頭販促の強化を図り市場は拡大し、10年も続伸が見込まれる。整腸薬は医薬部外品が牽引して拡大を続けている。09年は興和新薬が大手ドラッグチェーンでキャンペーンを展開するなど流通対策の強化が市場拡大に寄与した。止瀉薬は携帯性訴求による市場活性化の動きが一巡して09年も縮小が続いている。

この市場でシェアトップの武田薬品工業「新バイオフェルミンS」は医薬部外品として、薬系チャネル中心の展開を行っている。今後も薬系チャネルを重視する姿勢を採るが、新たにCVSなど非薬系チャネルも認知度向上の点から有効と捉えて試験段階にある。

ただし便秘薬の自然派タイプ、整腸薬の大腸訴求による需要開拓は一巡しているとも言え、消化器官用薬カテゴリー内での競合、景気低迷などの要因もあって、市場が増加し続けることは難しいと見られる。

生活改善薬市場

	2009年	08年比	2010年(見込)	09年比
生活改善薬市場	135億円	94.4%	137億円	101.5%

生活改善薬とは、生活の質(QOL)の改善・向上を訴求したもので、頻尿・尿もれ改善薬、禁煙補助剤、催眠鎮静剤を捉えている。頻尿・尿もれ改善薬は日々の生活の中で軽い尿もれを抑制することで心理的なストレスの解消にもつながり、催眠鎮静剤(特に睡眠改善薬)は快適な睡眠環境作りの一助となり、生活の質の向上に貢献する。

07年は催眠鎮静剤の新製品投入、08年は禁煙補助のパッチ剤や頻尿・尿もれ改善薬のスイッチOTCの登場により市場は大幅に拡大した。しかし09年は、前年発売の第1類医薬品が発売初年の反動に加え、改正薬事法の販売法規制で実績を落とし、全体市場も前年を割り込んだ。10年は、上位企業による頻尿・尿もれ改善薬の女性・中高年男性に的を絞った新製品の拡販展開や、タバコ増税による禁煙補助剤需要の拡大が期待され、市場の回復が見込まれる。

以上

<調査対象> 15分野73品目

胃腸薬(5品目) その他消化器官用薬(4品目) 眼科用薬(1品目) 外皮用薬(12品目)
 消毒薬(1品目)
 感冒関連用薬(7品目) その他精神神経用薬(4品目) 泌尿器官用薬(5品目) 歯科口腔用薬(4品目)
 その他医薬品(6品目) ドリンク剤(3品目) ビタミン剤(10品目) その他保健薬(6品目)
 循環器・血液用薬(4品目) 漢方薬(1品目)

<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

<調査期間> 2010年6月～8月

資料タイトル	「一般用医薬品データブック2010 No.4」
体裁	A4判 295頁
価格	各120,000円(税込み126,000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/