



2011年の一般用医薬品（OTC）国内市場を総合分析

12年見込(11年比)

- 一般用医薬品市場 6,067億円(0.8%減) 景気低迷や競合の増加で
- 第1類市場 287億円(6.2%減) 一部成分の第2類移行と大型品目の減速で
- 胃腸・消化器官用薬 717億円(1.0%減) ストレス対応などニーズに変化も
- 花粉症対策市場 470億円(3.3%減) 花粉飛散量が増大した11年の反動から

一般用医薬品市場調査(3)

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、大震災が低調な推移に追い打ちをかけた形の11年の一般用医薬品市場を11年12月~今年4月にかけて調査した。調査の対象は、一般用医薬品17カテゴリー68品目の国内市場である。

今回の報告書「一般用医薬品データブック 2012 No.3」では、この調査をカテゴリー別、薬効別、有効成分別分析や、テーマ別の横断的分析により総合的・多面的な総括を行った。また参入企業のうち、医薬品メーカー32社とドラッグストア12社について事例分析を行った。今回版よりこの一年間のヒット商品の事例研究も加え、第一三共ヘルスケア「ロキソニンS」とロート製薬「メンソレータム メディクイックH」のヒット要因などについて分析した。

なお17カテゴリー68品目の個別調査結果については、4月、5月の2回に分けて発表済である。

<調査結果の概要>(調査対象68品目)

	2011年	10年比	2012年(見込)	前年比
一般用医薬品市場	6,115億円	99.6%	6,067億円	99.2%
総合感冒薬	584億円	98.2%	593億円	101.5%
鼻炎治療剤	203億円	119.4%	185億円	91.1%

11年の全体市場は、6,115億円、前年比0.4%減と小幅な縮小に留まって今後の巻き返しも期待できる。市場は、09年に新型インフルエンザの流行に伴い医療機関への受診が増加し、一般用医薬品の感冒関連製品は需要を奪われ、更には同年の改正薬事法施行により、第1類の医薬品が販売店減少、販売時間短縮、店頭陳列方法の変更を強いられ市場は縮小した。09年の落ち込み以降は、長期的に減少推移が続いている薬効もあり、不況による生活者の低価格志向の高まりや買い控え、東日本大震災によるマイナスの影響が重なり、市場は縮小の一途を辿っている。11年は、1月に第一三共ヘルスケアの「ロキソニンS」が好調なスタートを示し、鼻炎治療剤が同年春の花粉飛散量増加により大幅に実績を伸ばした。漢方処方エキス製剤、便秘薬、育毛剤などは需要が一巡し、11年は前年を下回った。一方、ビタミンB₁B₆B₁₂主薬製剤や関節痛治療剤、救急絆創膏、皮膚治療薬など好調な薬効もある。女性保健薬、妊娠診断薬は堅調で、市場縮小の歯止めを担った。口内炎治療剤、強肝解毒栄養剤、造血剤なども貢献した。

12年以降は、「ロキソニンS」(第一三共ヘルスケア)や鼻炎治療剤「アレジオン10」(エスエス製薬)の順調な実績増や、6年制新卒薬剤師の輩出による薬剤師の増加など、低調が続く第1類市場へのプラス要因が見込まれる。しかし、景気低迷による低価格志向の高まりや一部薬効での医療用医薬品への需要流出、生活スタイルの変化による需要低迷、健康食品や医薬部外品との競合などにより市場の縮小は避けられない。

一般用医薬品市場では既にあらゆる製品が創出され生活者のニーズと共に多様化も進んでいる。当面は既存品の処方強化やリニューアル製品への切り替えによる強化を進めると見込まれる。その結果、確立したブランドが再認識されれば、飽和状態から需要回復に向かうことも可能と考える。

<注目される市場分析>

リスク分類別市場（救急絆創膏の医療用具や薬局医薬品に属する妊娠検査薬などは除く）

	2010年	2011年	2012年（見込）	前年比
第1類	298億円	306億円	287億円	93.8%
第2類	3,931億円	3,918億円	3,917億円	100.0%
第3類	1,770億円	1,745億円	1,715億円	98.3%
合計	5,998億円	5,968億円	5,918億円	99.2%

第1類はロキソプロフェンナトリウム水和物配合のスイッチOTC「ロキソニンS」（第一三共ヘルスケア）の寄与が大きく、11年は前年比2.7%増306億円に拡大した。12年には同じく大型スイッチOTCである鼻炎治療薬の「アレジオン10」（エスエス製薬）の実績が追加されるものの、今まで第1類市場を牽引してきた育毛剤「リアップX5」（大正製薬）が減少に転じ、30億円規模の総合感冒薬のアンプロキシール塩酸塩配合製品が指定第2類に移行したことから、12年の第1類販売規模は287億円と前年より6.2%減少に転じると見込まれる。

第2類はOTC市場全体の60%以上を占め最も大きい分類で、11年は一般用医薬品市場全体の低迷を受けて、前年を0.3%下回った。第2類のなかで最も販売規模が大きいのは総合感冒薬であり、総合感冒薬に占める第2類の構成比も90%を超える。11年は風邪があまり流行しなかったことによる総合感冒薬全体の低調な推移を受けて第2類実績も縮小した。皮膚治療薬では、頭皮湿疹という新たな切り口で需要を獲得した「メンソレータム メディクイックH」（ロート製薬）がヒット商品となり、第2類実績のみならず皮膚治療薬市場全体の拡大にも寄与した。

第3類では、最も大きな販売規模を持つ外用消炎鎮痛剤の落ち込みが目立っており、12年は第3類全体でも1.7%減と前年割れとなる見込みである。ビタミン剤をはじめとする保健薬でも断続的に減少が続いており、12年も引き続き販売規模の縮小が見込まれる。

胃腸・消化器官用薬（総合胃腸薬、健胃・消化薬、制酸薬、鎮痛鎮痙胃腸薬、胃腸内服薬、整腸薬など10薬効）

	2011年	10年比	2012年（見込）	前年比
胃腸・消化器官用薬	724億円	98.4%	717億円	99.0%
制酸薬	87億円	102.4%	88億円	101.1%
健胃・消化薬	24億円	96.0%	24億円	100.0%

飲酒機会の減少や、暴飲・暴食を避ける傾向が強まっており、胃腸薬の需要は長期減退が続いており、この分野では、総合胃腸薬を始めとして減少する品目が多くなっている。その中で、制酸薬のエーザイ「セルベール」やエスエス製薬「ガストール」は弱った胃の働きを改善することやストレスに伴う胃の不調を改善することを訴求して需要を獲得しており、10年以降伸びている。総合胃腸薬でも、ストレス対応をうたったものは比較的堅調な推移を示しており、胃腸薬に求められるニーズの変化が感じられる。健胃・消化薬と整腸薬は、保健薬として継続的に服用するユーザーも多いことから安定した需要を確保している。

美容関連用薬（あかぎれ・ニキビ・しみ・乾燥皮膚用薬とビタミンB2・ビタミンE主薬製剤）

	2011年	10年比	2012年（見込）	前年比
美容関連用薬	402億円	97.1%	392億円	97.5%
あかぎれ用薬	60億円	101.7%	60億円	100.0%

シミ治療薬は、一部のブランドで好転の兆しが見られるが、第一三共ヘルスケア「トランシーノ」の減少が続くなど、全体としての需要回復に至らず、11年も前年割れとなった。ビタミンB2主薬製剤は、エスエス製薬「ハイチオールB」の伸びで11年は前年並みの実績であったが全体の需要回復には至らなかった。外用薬のあかぎれ用薬と乾燥皮膚用薬は、冬の寒さなど気候要因が需要に大きな影響を与えており、11年は前年並みの微減推移となった。ニキビ用薬は化粧品への需要移行もあり低調な推移が続いており、11年もテコ入れを行った一部の伸びを除き市場全体では、前年割れが続いた。

花粉症対策関連（OTCに関連する衛生雑貨市場を加えて捉えている。）

	2011年	10年比	2012年（見込）	前年比
花粉症対策市場	486億円	113.3%	470億円	96.7%
家庭用マスク	170億円	113.3%	180億円	105.9%

従来、花粉症予防は、花粉によ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。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で、一般用医薬品の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、一般用医薬品以外に、関連する衛生雑貨で家庭用マスク市場を捉えている。この市場では、飛散量の多い年に新たに発症する生活者もあり、利用者は確実に増加している。また鼻炎治療剤を中心にスイッチOTCなどの投入もあり中長期的に増加が続くと考えられる。家庭用マスクは、花粉症のみならず、インフルエンザや感染症の流行にも左右されるものの、09年の新型インフルエンザ流行がターニングポイントとなり生活者に予防ツールとして定着した感がある。マスクの着用は、手洗い、うがいに準じる習慣のひとつになりつつある。今後は、啓発活動によるマスク着用の有効性の周知をさらに徹底することで更に市場拡大が期待される。一方では低価格化の進行が懸念され、競合品との差別化やブランド力の強化が一層求められる市場となると考える。

医薬部外品（一般用医薬品に密接に隣接し深く関連する分野として分析）

	2011年	10年比	2012年（見込）	前年比
医薬部外品	2,431億円	98.2%	2,434億円	100.1%

06年以降市場は減少が続いていたが、11年は整腸薬や健胃・消化薬などの胃腸・消化器用薬の一部薬効で実績回復が見られた。一方、震災に伴う消費行動の自粛ムードや流通の混乱の影響により、ドリンク剤、ミニドリンク剤が実績を大きく落とし、その他の薬効でも減少が目立った。医薬部外品市場はドリンク剤や整腸薬を主要薬効とする指定医薬部外品が約6割を占めているため、指定医薬部外品全体の縮小幅を高めた。また乾燥皮膚用薬の新製品は順調に実績を伸ばしたが育毛剤と殺虫剤が伸び悩んだ。

現状では化粧品や清涼飲料、食品類などとの差別化が難しく競合が避けられず、医薬部外品の位置付けは低下しつつある。しかし、ドリンク剤やミニドリンク剤への震災のマイナス影響は収まりつつあり、12年は回復に向かう見込みである。その他の薬効でも、新製品の投入や製品のリニューアルも行われており、市場は安定した推移が期待できる。

以上

<調査対象> 17分野 68品目

胃腸・消化器用薬（10品目） 感覚器用薬（3品目） その他外用薬（5品目） 環境衛生用薬（2品目）
感冒関連用薬（6品目） 花粉症関連（2品目） 生活習慣病関連（4品目） 生活改善薬（5品目） オーラルケア（3品目） フットケア（2品目）
肩こり・関節痛関連（4品目） ドリンク剤（2品目） 疲労対策（5品目） 女性関連（6品目） 美容関連用薬（6品目） 小児用薬（2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> 2012年3月～6月

以上

資料タイトル	：「一般用医薬品データブック 2012 No.3」
体 裁	：A4判 396頁
価 格	：書籍版 150,000円（税込み157,500円） PDF/データ版セット 170,000円（税込み178,500円）
全巻セット価格	：書籍版 420,000円（税込み441,000円） ：書籍版・PDF/データ版セット 455,000円（税込み477,750円）
調査・編集	：富士経済 東京マーケティング本部 第二統括部 TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
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 TEL03-3664-5811（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/