

## Mizuho Short Industry Focus

### 毎年薬価改定の開始で厳しさを増す国内医薬品市場 ~ 中堅製薬企業に求められる戦略の方向性 ~

#### 【要約】

- ◆ グローバル医薬品市場を概観すると、欧米先進国では、がん分野のけん引により成長し、新興国では、近年の所得水準向上から市場が急拡大している。一方で、国内医薬品市場に目を転じると、社会保障給付費の削減が急務のため、2019 年度から毎年薬価改定が始まることから、市場は縮小に向かうものと思われる。
- ◆ 大手製薬企業は、海外企業の買収によるパイプラインの獲得や海外市場の販路拡大に取り組んでいる。また、準大手製薬企業も、海外企業への製品導出<sup>1</sup>などにより、国内市場へ依存しない体制を構築しようとしている。
- ◆ 中堅製薬企業<sup>2</sup>を領域特化型と領域複数型に分類すると、前者は特定領域での新薬開発、後者は事業効率化により現状ではその利益水準を維持しているが、徐々に利益率が低下しつつある。
- ◆ かかる中、領域特化型には、引き続きパイプラインの拡充と新たなモダリティ<sup>3</sup>への挑戦が求められる。領域複数型には、コスト削減により研究開発資金を確保することが必要となる。そして、両者ともに、国内で稼ぐモデルから海外で稼ぐモデルへの転換が重要である。特に、現地企業への製品導出や国内商社との連携強化の方法で、規制緩和の進んでいる中国市場への取り組みを強化することが考えられる。

## 1. 医薬品業界を取り巻く環境の変化

グローバル市場は先進国を中心に拡大

医薬品のグローバル市場を見ると、成長の一途をたどっている。成長のけん引役となっているのは先進国であり、米国は 2014 ~ 2019 年にかけて年平均+5.3%、欧州は同+4.6%で成長している。一方で、新興国においても、所得水準の上昇から医療アクセスが向上していることに伴い、市場が急拡大している。例えば、中国では同+6.0%、ASEAN では同+6.4%で成長している。但し、成長のドライバーは異なっており、欧米先進国においては、がんなどのスペシャリティ分野が成長しているのに対し、中国や ASEAN といった新興国においては、価格の安いジェネリック医薬品の使用が増加している。今後は、2024 年にかけて、米国で同+6.8%、欧州で同+4.2%、中国で同+5.8%、ASEAN で同+6.6%の成長を見込む。

国内市場では毎年薬価改定が開始

このように、グローバル市場が拡大を続ける一方で、日本の 2014 ~ 2019 年の年平均成長率は+0.1%にとどまっている(【図表 1】)。日本では、社会保障給付費の削減のため、薬価制度の抜本改革が行われており、政府は、新薬創出等加算の見直し<sup>4</sup>や市場拡大再算定<sup>5</sup>の導入に加え、これまで 2 年に 1 度、偶数年のみ行っていた薬価改定を、2021 年度から毎年行うことも決定した。2019 年度は奇数年のため、通常薬価改定年では

<sup>1</sup> 特定の医薬品を開発、販売するために必要な知的財産権の他社による使用を許可すること。

<sup>2</sup> 本稿では、2000 年度から 2018 年度の売上高の平均が 5,000 億円以上の企業を大手製薬企業、1,500 億円以上 5,000 億円未満の企業を準大手製薬企業、1,500 億円未満の企業を中堅製薬企業と定義する。大手製薬企業の対象は、武田薬品工業、アステラス製薬、第一三共、エーザイで、準大手製薬企業の対象は、中外製薬、協和キリン、田辺三菱製薬、大日本住友製薬、塩野義製薬、大正製薬、小野薬品工業である。中堅製薬企業の対象は後述する。

<sup>3</sup> 低分子化合物、バイオ医薬、核酸医薬、再生医療など創薬技術の分類のこと。

<sup>4</sup> 薬価改定時に、一定の条件を満たした新薬に対して与えられる薬価加算について、対象品目の絞込みや加算額を減少する仕組みのこと。

<sup>5</sup> 効能追加などで売上が急拡大した医薬品に対し、年 4 回の薬価収載の機会を使って、臨時で薬価を引き下げる仕組みのこと。

ないが、10月の消費増税にあわせて、臨時で薬価改定を行った。その平均改定率は2.4%（薬剤費ベース）で、+2%の消費増税分を加味してもマイナス改定となっている。2020年度は、偶数年で通常の薬価改定年であり、実質的には2019年度から毎年薬価改定が始まることになる。こうした薬価制度の厳格化の動きは、国内に主軸を置く製薬企業にとって、大きな痛手となるものと思われる。

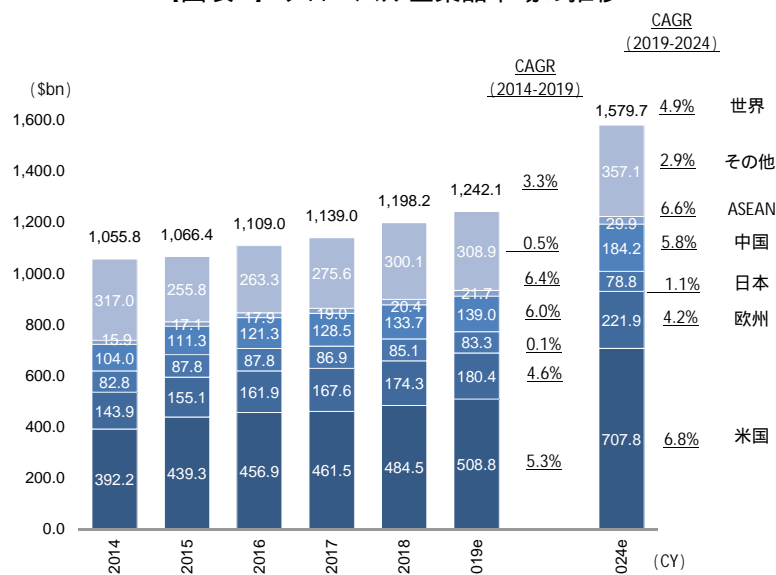
ジェネリック医薬品の数量シェアが増加

さらに、政府はジェネリック医薬品の使用を推進し、2020年9月までにジェネリック医薬品の数量シェアを80%にする目標を掲げている。2018年度時点のシェアは74.0%と目標の80%を達成する見込みであるが、今後も長期収載品<sup>6</sup>からジェネリック医薬品への置き換えがさらに進む見込みである。

国内市場は縮小トレンドへ

こうした薬価制度の厳格化やジェネリック医薬品の普及により、国内医薬品市場は、2017年、2018年と2年連続で縮小している。今後もこの傾向が続くことで、2019年から2024年にかけて年平均1.1%の縮小となる見通しであり、日本市場に依存している製薬企業への悪影響は不可避であると言える。

【図表1】グローバル医薬品市場の推移



(注1) 欧州はイギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、ASEANはタイ、インドネシア、ベトナム、フィリピン、マレーシア、シンガポール

(注2) 2019年、2024年の数値およびCAGRはみずほ銀行産業調査部による予測

(出所) IQVIA World Review Executive 2014-2018より、みずほ銀行産業調査部作成

Copyright © 2019 IQVIA.無断転載禁止

モダリティが再生医療等へシフト

ここで、創薬トレンドの変遷について見てみると、対象となるモダリティが低分子医薬品からバイオ医薬品や核酸医薬、再生・細胞医療、そして、遺伝子治療へと変化している。それに伴って、医薬品の研究開発の難易度が高まるとともに、研究開発費もグローバルで高騰している。欧米メガファーマーを中心に、こうした環境変化に対応するために、パイプラインや新たなモダリティ、技術基盤の獲得を目的とした大型買収が行われている。

国内大手は買収で新たな基盤を獲得

こうした環境変化を受け、国内でも大手製薬企業を中心に、海外企業の買収等により、パイプラインや新たなモダリティを獲得しようとしている。例えば、武田薬品工業は2018年にShire社を買収し、希少疾患分野のパイプラインを獲得した。また、アステラス製薬は2015年にOcata社を、2018年にUniversal Cells社をそれぞれ買収し、再生医療分野で自社に不足している基盤を補い、当分野への取り組みを加速している。欧米企業に比べ規模やスピード感で劣後しているものの、こうした取り組みは、創薬トレンドの変遷にあわせた成長投資と言える。また、準大手製薬企業は、例えば、海外企業に自社製品を導出し、他社の販路を活用する形で、海外市場に活路を見出そうとしている。

<sup>6</sup> 特許が切れ、後発品(ジェネリック医薬品)が存在している医薬品のこと。

コスト削減を推進

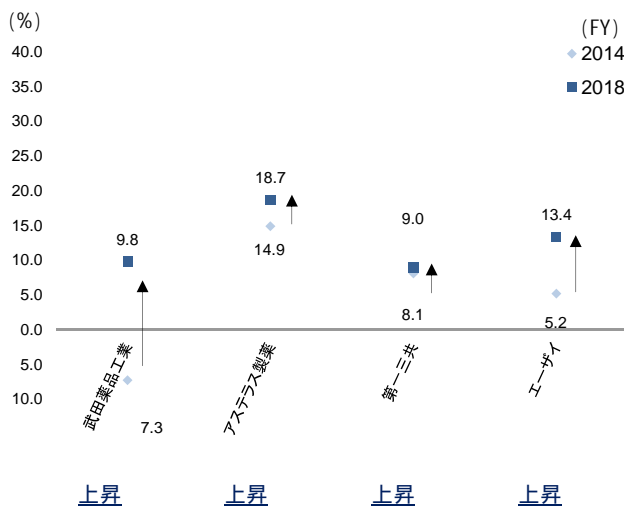
並行して、国内大手・準大手製薬企業は、工場の売却や早期退職制度の導入による営業人員の削減などを活発に行っている。実例としては、2019年に、第一三共が子会社の高槻工場を太陽HDへ譲渡することを発表したように、自社を取り巻く環境が厳しくなる中でも、コスト削減を進めることで、研究開発資金を確保し、新薬の開発につなげようとしている。

一方で、中堅製薬企業は、大宗の企業が国内市場に依存しており、さらに長期収載品の割合も大きく、薬価改定の影響を最も受けやすい構造にあるが、大手・準大手製薬企業に比べ、環境変化への対応に遅れが見られる。

中堅の利益率は低下傾向で新たな打ち手が求められる

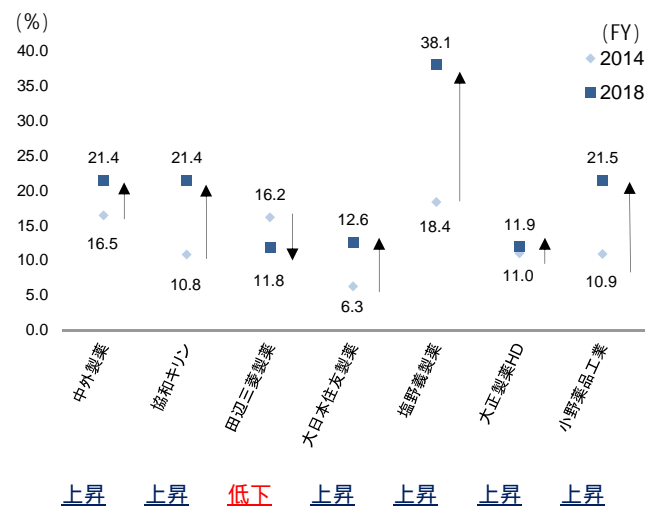
国内製薬企業の2014年度と2018年度の営業利益率の推移を見てみると、大手製薬企業は4社とも上昇しており（【図表2】）、準大手製薬企業は一部企業で低下しているものの、大宗の企業が上昇している（【図表3】）。一方で、中堅製薬企業は、半分の企業が低下している（【図表4】）。中堅製薬企業は薬価改定や開発難易度の高まりの影響を大きく受けたことがその背景にあるものと推察され、今後新たな打ち手が求められる。

【図表2】 大手製薬企業の営業利益率推移



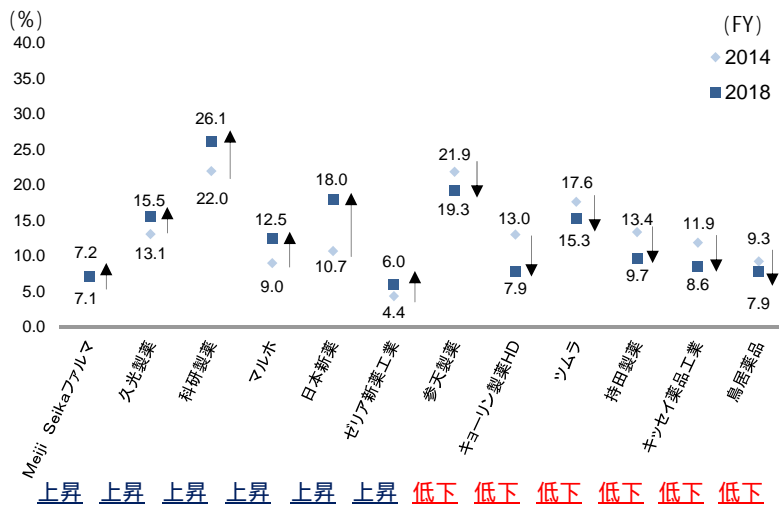
(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表3】 準大手製薬企業の営業利益率推移



(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表4】 中堅製薬企業の営業利益率推移



(注1) Meiji Seika ファルマは、明治HDの医薬品セグメントの数値を使用  
 (注2) マルホは2013年度と2017年度の決算数値を使用  
 (出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

## 2. 中堅製薬企業の現状と課題

中堅は領域特化型・領域複数型に分類可能

中堅製薬企業の今後の打ち手を論じる前に、まずは中堅製薬企業の現状と課題を分析しておきたい。中堅製薬企業を、保有ポートフォリオに応じて分類すると、注力している分野の広がりによって、領域特化型と領域複数型に分けることができる(【図表5】)。領域特化型は特定の分野に特化して研究開発を行っている企業で、領域複数型は複数の疾患領域を有している企業を指す。さらに、領域特化型は、以前は複数の疾患領域を有していたが選択と集中を進めて特定の領域に特化することになった企業と、当初から剤形や疾患の特定分野に絞って研究開発をしていた企業に分類できる。例えば、参天製薬は抗リウマチ薬事業と眼科薬事業を有していたが、2015年に抗リウマチ薬事業をあゆみ製薬に売却し、眼科薬事業に特化した企業となった。

【図表5】 中堅製薬企業の分類

分類	ビジネスモデル	代表的企業
領域特化型	疾患領域によらず、当初から、剤形等の特定分野に絞って研究開発を推進	久光製薬、ツムラ、ゼリア新薬工業
	以前は複数の疾患領域に注力していたが、注力疾患分野の選択と集中を進めることで、特定の疾患に注力	参天製薬、マルホ
領域複数型	複数の疾患領域を保有。長期収載品が中心	MeijiSeikaファルマ、杏林製薬、科研製薬、持田製薬、日本新薬、キッセイ薬品工業、鳥居薬品

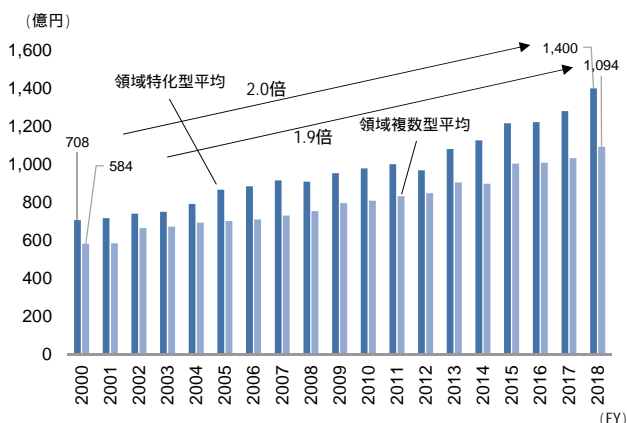
(出所) みずほ銀行産業調査部作成

このような分類毎に、財務面でどのような違いが生じているのか、売上高、営業利益率、売上高販売管理費率の順に分析してみたい。

特化・複数型とも売上は成長傾向で利益率は漸減

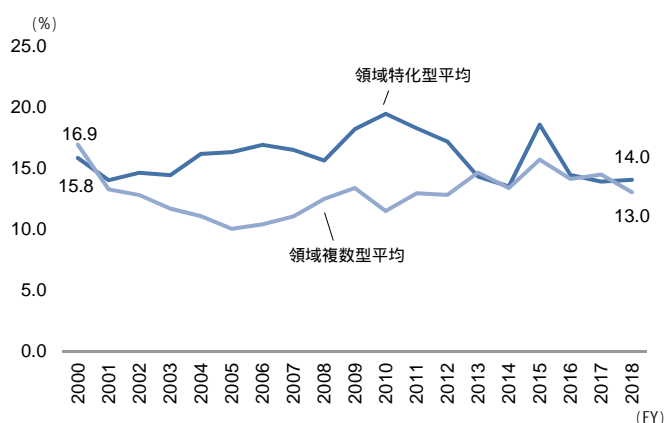
まず、中堅製薬企業の売上高を見てみると、領域特化型は2000年度から2018年度で2倍、領域複数型は同期間で1.9倍と、ともに成長している(【図表6】)。また、営業利益率は、領域特化型の方が高い水準が続いていたが、近年は両者とも漸減傾向にあり、13%~14%と同水準となっている(【図表7】)。

【図表6】 中堅製薬企業の売上高推移



(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表7】 中堅製薬企業の営業利益率推移

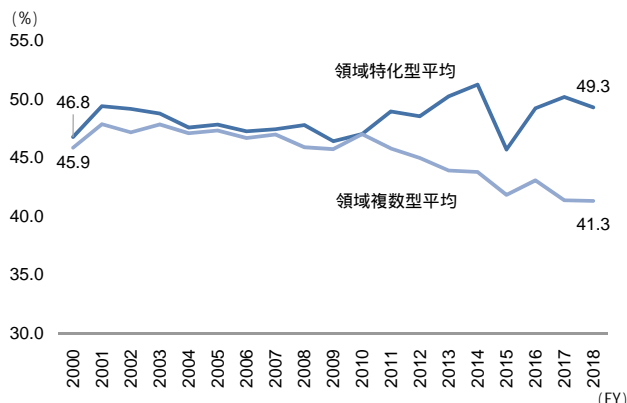


(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

領域特化型は新薬のプロモーションに注力する一方、領域複数型はコスト削減に注力

次に、売上高販売管理費率を見ると、領域特化型は一時的な増減はあるものの、微増傾向にあり、足下では 50%近い水準まで上昇している(【図表 8】)。薬価改定の影響を受けつつも、継続的に新薬を創出し、プロモーションを行っていることがその要因と推察される。一方、領域複数型はほぼ一貫して減少傾向にあり、足下では 40%近くまで低下している。新薬の創出に苦戦する中、営業利益率を維持するために、営業体制の見直しなどによるコスト削減を進めたことがその背景にあると考えられる。

【図表 8】 中堅製薬企業の売上高販売管理費率推移



(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

領域特化型は効率的に研究開発を推進

また、売上高に占める研究開発費の比率を見てみると、10%前後で横ばい傾向にある。中堅製薬企業の中でも、領域特化型は、領域複数型と比べ、研究開発比率が低くなっている(【図表 9】)。領域特化型は、注力している疾患分野の選択と集中を行った企業も存在し、特定分野に集中的に経営資源を投下することで、効率的に研究開発を行っていることが、こうした違いを生んでいるものと思われる。

課題 研究開発の競争力を維持できるか

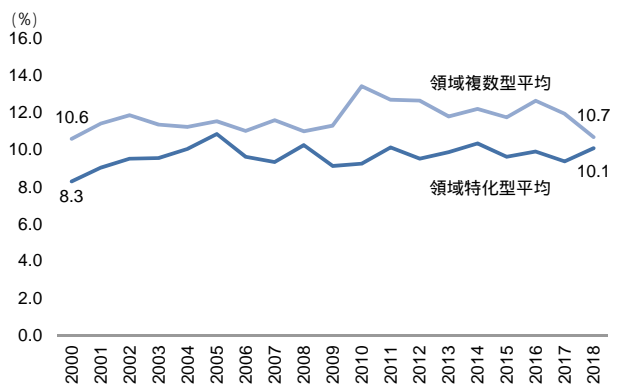
しかし、大手・準大手製薬企業に比べると、中堅製薬企業の研究開発費率は、格段に低く、研究開発にあてる原資規模が小さいことが見て取れる(【図表 10】)。創薬の成功確率が低下している中、領域特化型は、今後も継続的に新薬を創出できるとは限らない。また、領域複数型は、特に長期収載品の占める割合が大きく、収益の悪化によって、今後は研究開発資金の確保が困難になることも考えられる。中堅製薬企業は、研究開発面での競争力を、今後も継続して維持できるかが課題となるだろう。

研究開発の難易度が高まり開発費も高騰

足下で研究開発の難易度が高まり、研究開発費が高騰していることも、中堅製薬企業の競争力維持を難しくしている。日本では、1990年代から2000年代半ばにかけての医薬品の主な対象疾患は、高血圧や糖尿病等のいわゆる、生活習慣病領域であった。製薬企業は、化学物質を合成した低分子化合物を中心に研究開発を行い、成長を遂げてきた。2000年代半ば以降は、徐々に、がんや中枢神経等の分野に対する医薬品へのニーズが高まり、また、製薬企業の創薬アプローチも、低分子医薬品からバイオ医薬品へとシフトした。近年では人の細胞や遺伝子をターゲットとした再生・細胞治療、遺伝子治療の研究も盛んに行われている。それに伴い、研究開発の難易度が高まり、新薬が出にくくなるとともに、研究開発費も高くなっている。大手・準大手製薬企業は、欧米企業に比べると、規模やスピード感で劣るものの、ノンコア資産の売却を行い、がん等の分野へ研究開発のリソースを充当しようとしている。さらに、企業買収やパイプラインの導入<sup>7</sup>等、積極的に投資を行っている。一方、中堅製薬企業は研究開発資金が限られており、大手・準大手製薬企業と同じように投資を行うことは困難と思われる。

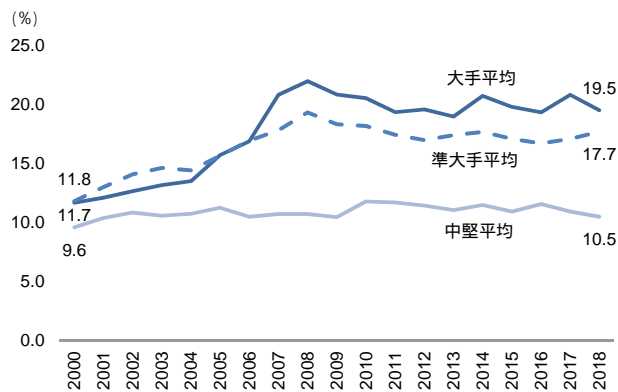
<sup>7</sup> 特定の医薬品を開発、販売するために必要な知的財産権の使用の許可を他社から得ること。

【図表 9】 中堅製薬企業の研究開発費率推移



(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成 (FY)

【図表 10】 国内製薬企業の研究開発費率推移

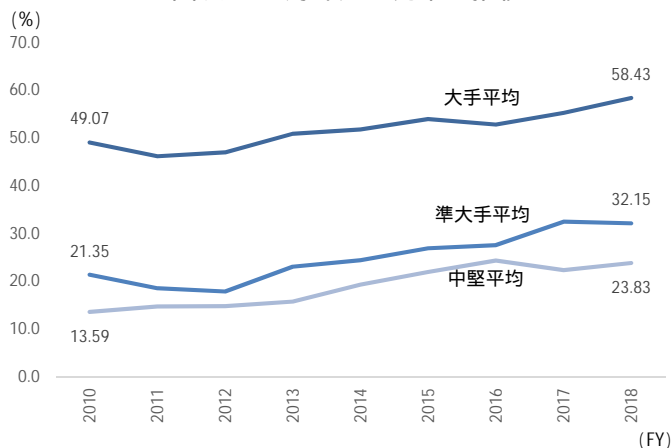


(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成 (FY)

課題 中堅製薬企業は国内に依存

また、中堅製薬企業の海外売上比率について見ると、公表している企業の平均値では、約 20% 程度にとどまっていることが見て取れる。中堅製薬企業の中には、海外売上比率が 10% 未満であるため非公表の企業も存在していることを考慮に入れると、実際にはさらに低い数値であるものと推察され、海外展開において大手・準大手製薬企業の後塵を拝していると言えよう(【図表 11】)。

【図表 11】 海外売上比率の推移



(注) 中堅企業は海外売上比率を公表している企業の平均値  
(出所) 各社有価証券報告書より、みずほ銀行産業調査部作成

領域特化型は比較的海外展開に積極的

一方で、中堅製薬企業の中にも、海外展開に積極的な企業が存在する。特に、領域特化型を中心に、欧米企業の買収を複数行い、海外売上比率を高めようとする動きが見られる(【図表 12】)。例えば、領域特化型の代表格である参天製薬は、2018 年度の海外売上比率は 31.4%と、準大手製薬企業並みの水準を誇っており、自社の規模に見合った海外企業を買収することで、国内市場に依存しない体制を構築しつつある。

【図表 12】 中堅製薬企業による海外企業の買収事例

会社名	時期	内容
参天製薬(領域特化型)	2001年	米Advanced Vision Science,Inc.を買収
	2011年	仏Novagali Pharma S.A.を買収
	2016年	米InnFocus,Inc.を約2億2,500万ドルで買収
マルホ(領域特化型)	2012年	米Cutanea Life Sciences,Inc.を買収
久光製薬(領域特化型)	2009年	米Noven Pharmaceuticals,Inc.を約4億3,000万ドルで買収
ゼリア新薬工業(領域特化型)	2009年	スイスTillotts Pharma AGを買収
MeijiSeikaファルマ(領域複数型)	2014年	印Medreich Limitedを買収
杏林製薬(領域複数型)	2004年	米ActivX Biosciences,Inc.を買収

(注) 各社ホームページより、みずほ銀行産業調査部作成

これまで述べてきたように、領域特化型は、自社が注力する特定領域に集中することで新薬を創出しているが、創薬の難易度は高まっている。また、一部企業を除き、大手・準大手製薬企業に比べ、海外売上比率が低い。領域複数型は、薬価制度が厳しくなっている中、コスト削減により、その利益水準を保っている。しかし、研究開発に充当する資金的余力は特に乏しく、また、国内市場の成長が見込まれないにもかかわらず依然として、大宗の企業が国内に依存している(【図表 13】)。このような課題に、中堅製薬企業はどのように立ち向かうべきか、領域特化型、領域複数型、それぞれが取りうる戦略について述べたうえで、両者共通の打ち手も提言したい。

【図表 13】 中堅製薬企業の現状と課題

	現状	課題
領域特化型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社が強みとする領域で新薬を開発し、積極的にプロモーションを実施</li> <li>・一部企業を除き、大手・準大手製薬企業に比べ、海外売上比率は低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・創薬の難易度が高まる中での継続的な新薬の創出</li> <li>・海外展開のさらなる加速</li> </ul>
領域複数型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コスト削減により、研究開発費を捻出しているものの、新薬開発に苦戦しており、長期収載品の占める割合が大きい</li> <li>・多くの企業は国内市場に依存</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新薬開発のための研究開発資金の確保</li> <li>・国内市場に依存した体質からの脱却</li> </ul>

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

### 3. 中堅製薬企業の戦略の方向性

領域特化型はパイプラインの拡充と新たなモダリティへの挑戦が必要

まず、領域特化型においては、継続的な新薬の創出のため、引き続き、パイプラインを拡充していくことが必要である。パイプラインの拡充にあたっては、自社開発の医薬品が最も収益貢献は大きいですが、創薬の難易度が高まる状況下においては、他社から導入することも有効であると考えます。これに加え、新たなモダリティへの挑戦も忘れてはならない。特に、再生医療分野は根本治療が可能な治療法として注目されている。日本は実用化で遅れをとっているものの、徐々に承認を取得する製品も増えてきた。さらに、2020年代後半にかけて、現在、開発の後期段階にあるパイプラインの上市が見込まれており、今後市場が拡大する見通しである。例えば、参天製薬が、新規網膜疾患治療薬の創出を

目指し、理化学研究所と先端医療振興財団と共同で iPS 細胞を用いた研究を行っている。このように、外部リソースを活用して、自社が注力している領域で、新たなモダリティでの創薬につなげていく必要があるだろう。

領域複数型は引き続きコスト削減が必要

領域複数型においては、バリューチェーンの各段階で、事業の合理化をさらに進めることで研究開発資金を確保することが求められる。特に、営業部門においては、大手製薬企業や準大手製薬企業を中心に、早期退職制度の導入による大胆な人員削減が相次いでいるが、中堅製薬企業は規模やスピード感で遅れをとっている。例えば、これまで人手に頼っていた情報提供活動を、ITを活用した情報提供へシフトさせるなどの対応が求められる。また、製造部門においては、CMO<sup>8</sup>の更なる活用によるコスト削減が期待される。特に、領域複数型は、研究開発資金に乏しく、長期収載品への依存度がより高いと推察され、こうした取り組みが求められる。その上で、近い領域を有する企業との提携や合併で、規模を拡大させ、新薬を開発していくことも一手であろう。

両者とも海外展開が重要

そして、領域特化型、領域複数型ともに、国内市場に依存した体質から脱却し、海外展開を加速させることが重要である。とりわけ、中国は有望なターゲットと考えられ、その理由を3点述べたい。

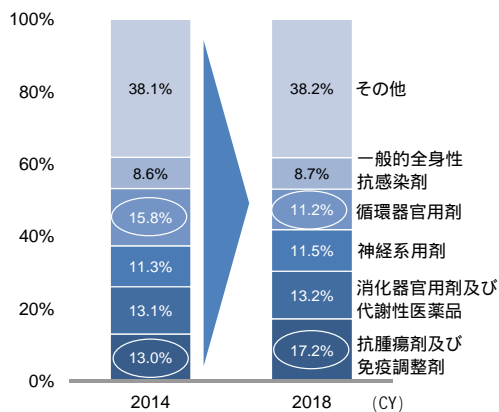
中国市場は成長を続ける

第1に、市場の規模と成長性である。中国市場は、近年、成長が著しく、米国に次ぐ世界第二位の規模となっており、また、今後の成長性から有望な市場であると考えられる。

中国市場は生活習慣病領域の薬剤が中心

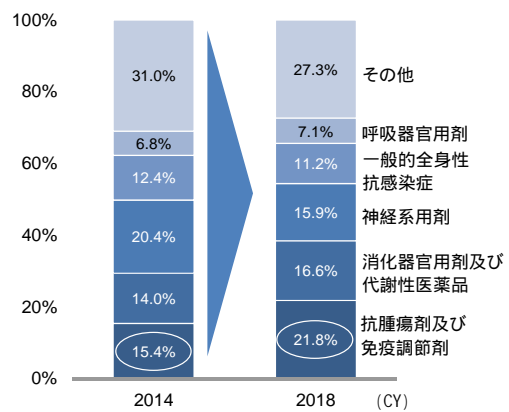
第2に、中心となる薬剤の分野である。日本、米国、欧州といった先進国では抗がん剤の使用が増加しているのに対し、中国では、所得水準の上昇に伴うライフスタイルの変化や高齢化から、生活習慣病患者が中心の構造となっている。疾患別の市場シェアを見てみると、日本は、2014年から2018年にかけて循環器分野のシェアが15.8%から11.2%に低下し、抗がん剤分野のシェアが13.0%から17.2%に増加している(【図表14】)。米国、欧州でも抗がん剤分野のシェアが増加しており、2018年時点のシェアは約20%となっている(【図表15、16】)。一方、中国は代謝性疾患や循環器分野といった所謂生活習慣病領域の薬剤が中心の構造が続いており、2014年、2018年ともに約25%となっている(【図表17】)。中堅製薬企業がすでに保有している生活習慣病分野の製品に対する、中国でのニーズは高いと考えられる。

【図表14】疾患別の売上シェア(日本)



(出所)IQVIA Analytics Link2014,2018 より、みずほ銀行産業調査部作成  
Copyright © 2019 IQVIA.無断転載禁止

【図表15】疾患別の売上シェア(米国)

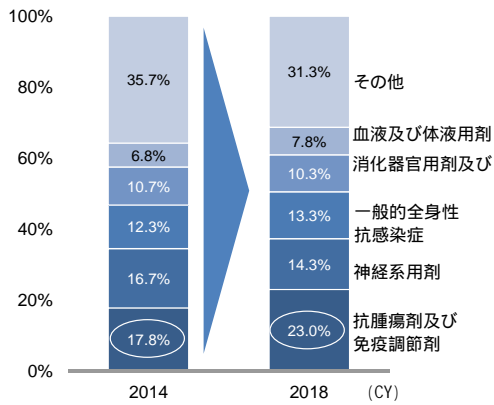


(出所)IQVIA Analytics Link2014,2018 より、みずほ銀行産業調査部作成  
Copyright © 2019 IQVIA.無断転載禁止

<sup>8</sup> CMO...Contract Manufacturing Organization(医薬品の製造を請負う受託機関)

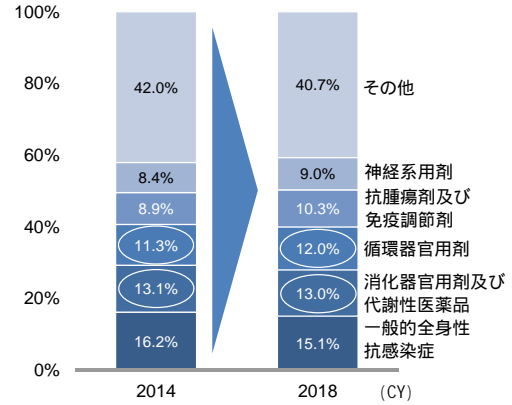


【図表 16】 疾患別の売上シェア (欧州)



(出所) IQVIA Analytics Link2014,2018 より、  
みずほ銀行産業調査部作成  
Copyright © 2019 IQVIA.無断転載禁止

【図表 17】 疾患別の売上シェア (中国)



(出所) IQVIA Analytics Link2014,2018 より、  
みずほ銀行産業調査部作成  
Copyright © 2019 IQVIA.無断転載禁止

中国では規制緩和が進行

第 3 に、中国内の規制緩和の動きである。中国市場は市場の大きさや成長性から、注目されることが多かったものの、規制や知財保護の不透明さ等を理由に、日本企業は中国での事業拡大をためらっていた。しかし、近年、急速に規制緩和が進行しており、海外の臨床試験データの受け入れ施策はその一例である。中国外で開発した製品の臨床データを活用して、中国で開発することができ、これにより、中国での承認申請の効率化が期待される。現状、ジェネリック医薬品が中心の市場であるが、中国政府は、このような規制緩和により、海外企業の新薬を積極的に呼び込み、中国内の医療レベルをさらに高めようとしているのであろう。また、特許期間の延長等、知財管理を強化しつつあることも踏まえると、中国市場は日本企業にとって、事業を拡大する環境が整いつつあると言えるだろう。

国内大手製薬の中には中国市場強化の動きも

こうした中国の動きを受け、大手製薬企業の中には、中国での更なる事業強化に向けて動き始めている企業も存在する。例えば、アステラス製薬は、中国市場を、日本・米国・欧州と並ぶ最優先市場とし、これまで社内のアジア部門の中に中国が含まれていたが、2019年4月より、中国事業を独立させ1部門とした。十分な経営資源を投下し、開発・営業機能を強化していく方針である。欧米製薬企業も中国事業を強化しようとする動きがあるが、現状、中国市場を占めているのは大宗が中国の地場企業である。中堅製薬企業がこれまで開発してきた高品質な医薬品を中国で展開することで、中国でのシェアを獲得することが期待される。

現地企業へ導出

中堅製薬企業が中国市場を攻略するための方策は2点考えられる。1点目は、現地企業へ製品の導出を進めることである。収益貢献は、自前展開が最も大きいだろうが、現地の情報に乏しく、当局との関係も薄い中堅製薬企業にとっては、中国で信用できるパートナーを見つけ、開発や販売のネットワークを作っていくことが重要である。買収により中国企業を獲得する方法もあるが、中国内の規制環境が緩和の方向にあるとは言え、急速な変化の可能性もあることから、まずは、現地製薬企業へ製品を導出することで、中国市場への足場を築くことが重要である。導出により収益を獲得しつつ、中国での事業展開のノウハウを習得し、徐々に自社販路を拡大するという進め方が求められる。

流通面では国内大手商社を活用

2点目は、日本の大手商社を活用することである。国内大手商社の中には、医薬品周辺産業への参入の動きが見られ(【図表 18】)、流通面においては、中国医薬品卸企業とアライアンスを構築する事例が増加している。例えば、丸紅は、2017年に中国の大手医療・ヘルスケアグループ復星医薬と、医薬品卸業の合併企業を中国に設立した。さらに、2019年発表の中期経営計画では、アジア中間層の拡大に伴い、消費者との接点を拡大する方針を掲げ、ヘルスケアを強化する分野の1領域としている。

【図表 18】 国内大手商社による医薬品周辺産業への参入状況

三菱商事	伊藤忠商事	丸紅
2005年 メディセオHD(現メディパルHD)と医療ビジネスで包括的業務提携	2010年 バイオベンチャー企業のプリズムバイオラボと医薬品候補となる化合物ライブラリーの研究・事業開発を共同で行うことで合意	2017年 復星医薬との間で、日中間における医薬品等の卸販売事業の共同展開に向けて合弁会社を設立することを合意
2009年 中国医薬品卸大手の国薬ホールディングスとの包括提携及び北京華鴻への出資	2011年 中国の民間医薬品卸大手の九州通医薬集団と東邦HDと合弁会社を設立	
2011年 富士フイルムとバイオ医薬品の受託製造事業で、資本・業務提携	2018年 中国の百洋医薬集団有限公司と医薬・健康産業関連分野で包括的業務提携	
2013年 メディパルHDと中国の医薬品卸に出資		

(出所)各社ホームページより、みずほ銀行産業調査部作成

商社は中国での医薬品物流を強化

このような大手商社の取り組みは、成長を続けている中国医薬品市場において、中国内の物流販売網を有している現地企業と手を組み、日本の医薬品を輸出することが狙いの1つであると思われる。中国での流通網を有していない、中堅製薬企業にとって、国内大手商社との連携も、戦略の選択肢となり得ると考える。

#### 4. 終わりに

中堅製薬企業には柔軟な対応が求められる

医薬品業界を取り巻く環境の変化は非常に早く、また、かつてない転機を迎えている。かつては、国内で、長期収載品でも収益源となっていた。しかし、薬価制度が厳しさを増す中、その時代は終わりを迎えつつある。先進国では、最先端の研究が進み、画期的な新薬への需要が高まっている。一方で、新興国では、所得水準の向上や社会保険の整備に伴い、医療支出が増加しており、日本で普及してきた医薬品に対するニーズも高まっていくと考えられる。今後、中堅製薬企業には、この変化をチャンスと捉え、他企業との連携活用等を含めた柔軟な対応が求められる。

みずほ銀行産業調査部  
 素材チーム 永住 堂氏  
 takashi.nagazumi@mizuho-bk.co.jp

© 2019 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。  
 本資料の一部または全部を、複製、写真複製、あるいはその他如何なる手段において複製すること、弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。