

地域の拠点として役割果たす

ドラッグストア

新型コロナウイルスの感染拡大は、ドラッグストア業界にも影響を与えた。近年の同業界の成長を牽引していた一つであるインバウンド需要はほとんどなくなり、テレワークなど在宅勤務の影響で化粧品の販売は不振に陥った。それでも、大手ドラッグストア企業の多くは好調な業績をあげた。感染リスクに対応しながら、巣ごもり需要の発生により食品を中心に売上が拡大、衛生用品の売上高伸長と共に業績を支えた。

新型コロナウイルスの感染が拡大する中、生活必需品の供給インフラと位置づけられたドラッグストアには営業継続が求められた。昨年4月に緊急事態宣言が発令された中においても、店舗スタッフの感染防止対策を実施しながら勤務シフトを調整し、地域の拠点として店を開け続けた。

未曾有の危機に一貫性をもって対処することで、ドラッグストアは大きな信頼を手にした。現在、ドラッグストア業界ではコロナ禍で得た信頼をつなぐことに注力。今後目指すべきものとして「本来目指す機能である健康と美に関するハブステーション機能」を挙げ、①スイッチOTC化推進②バイタ

ルチェック（トリアージ機能）強化③セルフプリベンション（予防）コーディネート——に取り組んでいる。

特にスイッチOTC化推進に関しては、▽ドラッグストア業界の最重要課題として対応（医療用での利権に執着する動きに対して政府、各行政機関、議連等への効果的な提言活動）▽販売事業者として正当な主張を展開（各方面への推進活動のため根拠となるデータを整備、蓄積・販売事業者として消費者が納得して医療関係者が承服する現実的な販売体制整備状況を主張）▽日本OTC医薬品協会との協同（一層の情報共有による共同戦線を張る）——といった活動を行っている。

一方、ドラッグストアの調剤事業を見ると、拡大傾向が続いている。調剤を併設する店舗数は増加し、ドラッグストアの調剤医療費はわが国の調剤医療費全体の10%強にまで達している。ドラッグストア調剤は年々拡大してきており、まだまだ“伸びしろ”は大きいとの見方があり、今後、ドラッグストア各企業は調剤事業にさらに注力し、調剤併設の店舗数の増加も見込まれる。日本チェーンドラッグストア協会（JACDS）は2025年のシェア30~40%確保を目標に掲げている。

またドラッグストア業界では、環境問題の取り組みも推進。いち早く買い物袋の有料化に取り組み、これを成功させて内外からの高い評価を得た。今後はさらに、返品削減やペットボトルのリサイクル、照明器具のLED化などにも積極的に取り組んでいく考えだ。

さらに、ドラッグストア業界では、売上高が1兆円に到達する企業の誕生が近づいている。業界最大手のウエル

各業界の動向と
展望をチエック！

シアホールディングスの21年2月期中間決算における売上高は約4767億円に達し、通期の業績予想では9541億円の売上高を見込んでいる。また、10月1日をメドに経営統合すると発表したマツモトキヨシホールディングスとココカラファインの売上高も、単純合算すると1兆円に迫る。

毎年薬価改定 業績に打撃も

製薬企業

製薬業界は大きな転換期を迎えている。医薬品の価格を引き下げる薬価改定が今年4月から毎年実施されることになり、製薬企業の業績にも大きな打撃を与えそうだ。その一方、有効な治療法がない疾患領域で効果が期待できる革新的な医薬品については、改正医薬品医療機器等法のもと、条件付き早期承認や先駆的医薬品が位置づけられ、通常審査期間より早期に承認される枠組みが定着した。新薬開発にとどまらず、予防・未病分野にも進出し、全世界で革新的なソリューションを事業展開できる企業が今後の成長株になりそうだ。

医療用医薬品を製造販売する製薬企業の事業モデルは、ハイリスク・ハイリターン型と呼ばれている。新薬の開発成功確率は約3万化合物のうち一つと極めて難易度が高く、一つの新薬を創出するのに必要な開発費用は約26億ドルと高騰している。新薬を開発した企業がきちんと販売後に投資を回収できるように、新薬の有効成分には一定期間独占的に販売できる特許期間が設けられている。そのため、これまでは製薬企業は特許期間中に得られた利

益を次の医薬品の開発費用に投じることができた。

しかし、日本の医療費が約40兆円に膨らむ中、近年は医療費削減に充てる財源として薬価の引き下げを行うようになっていく。国は、薬価と医療機関が医薬品卸から納入する際の実勢価格にはズレが生じるため、乖離幅を調べる薬価調査を実施している。できるだけ実勢価格に近づけるため、これまでは2年に1度の頻度で薬価改定を実施していたが、今年4月からは実質的

な毎年薬価改定が実施されることになった。

当初、今回の薬価改定は乖離が大きい品目に絞って小規模に行われる予定だったが、全体の約7割となる約1万2000品目が引き下げの対象となった。

医薬品調査会社のIQVIAによると、日本の医療用医薬品市場は2025年度まで緩やかにマイナス成長となる見通しで、毎年薬価改定による影響は大きいと見られている。従来、日本市場の売上比率が高い企業が多かったが、他社買収を通じて世界市場での販路を構築するなど国際展開へと動き出している。大手企業の中では日本の売上比率が約2割まで低下する企業もある。

今後、国際的に需要が高い新薬の開発が至上命題となるだろう。昨年9月に施行された薬機法の一部改正省令では、世界に先駆けて日本で上市された

医薬品が先駆的医薬品として位置づけられるなど、革新的医薬品の早期承認が現実なものになった。

一方で、将来の成長が保証されづらい事業の不確実性が高まり、新たな事業選択肢を検討する企業も登場している。ゲームやICTに強い企業と手を組み、アプリケーションやVR（仮想現実）で病気を治す新たな治療法、病気にさせない予防法の開発に挑む動きも見られている。既存の事業モデルからの脱却に各社が努力しているようだ。

新型コロナウイルス感染症の拡大で製薬企業と医療機関の接点は対面から非対面へと変化している。新型コロナ終息後もこれまで以上にデジタル化を進めていくことが社会的に要請されるようになる。地域ごとで異なる医療課題を解決していくために何をすべきか、そこでデジタル的な手法をどう活用していくか、現場の発想がより大事になってくる。新薬開発、国際化、デジタル化の三つの軸で製薬企業の研究をしてみると良いかもしれない。

“患者”と“医療者”による本当のチーム医療とは!?



患者参加型 医療

本当のパートナーシップの
実現を目指して

岩堀 禎廣 (合同会社オクトエル代表社員, 日本薬科大学客員教授)
鈴木 信行 (患医ねっと代表)
有田 悦子 (北里大学薬学部 薬学教育研究センター-医療心理学部門 准教授)

医療のこれからのあるべき姿である「患者参加型医療」。

その考え方を広め、実現するために、患者と医療者双方の立場から“わかりやすさ”をコンセプトに概念や課題などを詳述した一冊。

A5判/104頁/定価1,800円+税

薬事日報社 書籍のご注文は、オンラインショップ (<https://yakuji-shop.jp/>) または、書籍注文FAX03-3866-8408まで。