

医薬品産業に関する研究

1120374 立花佑紀

高知工科大学マネジメント学部

1 概要

今後の日本は、さらなる少子高齢化社会の進展が予測されている。我々の生活の中で、医療や医薬品の重要性が、さらに高まってゆくだろうことは想像に難くない。日本における医療費は約 36 兆 67 億円のマーケットである。これは、年々増加傾向である。これと同様に、医薬品卸業界においても年々売上高が増加傾向にある。そして現在、約 8 兆円規模のマーケットが存在し、国民医療費の約 40%を占めている。今後は生活習慣病などの現代病の患者増加によりますます医療の需要拡大は予想される。しかし業界は 1960 年代には 1300 社近くあった会社が近年 100 社と減少している現状である。

2 背景

医療用医薬品の価格は景気変動よりも、国の医療政策による影響を大きく受ける。診療報酬や薬価基準が改正され、薬価は現在約 6.5%まで引き下げられた。その結果、薬価収益が縮小し、医療機関の経営は苦しくなっている。そのため、大手病院はもとより、一般の医療機関などでも、医療用医薬品に対する値引き要請が厳しい。特に規模拡大が進む調剤薬局では共同購入化が進んでいる。そのため、大手医薬品卸売業は地方の中小卸売会社と業務提携や吸収・合併を行ない規模拡大などにより、医薬品流通コスト削減を行っている。また政府は国の医療費の増加傾向による財務負担軽減のため「ジェネリック医薬品」の促進を進めている。平成 22 年におけるシェア率が 23%であったが、平成 24 年にはシェア率 30%以上となっており、普及施策に積極的に取り組んでいる。医薬品卸企

業の企業経営は厳しい状態が続いている。

3 目的

厳しい経営が続く国内医薬品卸業界の近年の大型合併や買収のプロセスや推移を調査分析する。筆者は、業界における根本的な問題点を整理しながら、本質的な知識を得たいと考えている。

4 研究方法

公表された各種文献や資料を中心に、詳細な文献調査を行った。以上から得られた知見を時系列で取りまとめながら、業界における代表的企業の基本的な財務状況の検証や、合併買収におけるメリットやデメリット、米国との相違点等を抽出し、業界の根本的な問題点を分析検討する。

5 結果

財務省「年次別法人企業統計調査」による法人企業の売上高及び売上高営業利益率を比較検討した。卸販売業・小売業に関しては、平成 20 年度および平成 21 年度はいずれも売上高営業利益率が 0.9%であり、異分野他業種と比較しても低水準である。医薬品卸のトップ 3 社の値を見てみると、平成 23 年度はメディパルの売上高営業利益率が 0.5%、アルフレッサが 0.4%、スズケンが 0.3%である。上位 3 社とも、異分野同業種の平均値を大きく下回っている。その要因としては平成 22 年 4 月に薬価基準が 6.5%引き下げられた事が影響している。その結果、3 社の売上高は市場の伸びを上回って順調に推移したものの、価格交渉の難航により売上総利益率が低下し、経営が厳しい状態となった。また東日本大震災による営業所の生産活動の停滞や個人消費の抑制がみられた。復興需要への期待感はあるものの先行きが不透明な状況で

推移した。また平成 20 年においては、3 社とも前年よりも営業利益率と売上高経常利益率が急激に低下している。各社の有報によれば、原因は薬価基準の 5.2%引き下げ、サブプライムローン問題に端を発する金融危機であった。また平成 21 年度よりジェネリック医薬品の普及率も 20%を越えてきているのも原因の一つである。

6 考察

医薬品卸は再編が続いていたが、近年落ち着きを取り戻している。しかし、企業の売上高は年々上昇しているが、営業利益は低迷をしている状態である。その原因は 2 年に一度の薬価基準の見直しが行われ年々引き下げと、医療機関との価格交渉がうまくいっていないからである。今後も企業の再編は行われていくだろう。

米国と比較してみると日本における医薬品卸業の MS は日本独自の業種である。海外から見れば、日本の MS は機能性に特化しているがコスト面において難点がある。日本の医療制度の目的が、国民に少ない負担で最適な医療を提供するために整備されているが、皮肉にもコスト構造が消費者に見えにくくなっている。その点、米国では医療制度は任意によるものなので、コスト面に対してシビアであり、また民間の保険会社も先発医薬品よりも価格の安いジェネリック医薬品の使用を促進している。日本でも政府はジェネリック医薬品の普及を促進しており、今後はジェネリックと先発医薬品とのシェア率が入れ替わる可能性もある。

日本の医薬品卸会社は、複数メーカーの医薬品を安定的かつ効率良く供給できる能力に優れている。供給不足を他社がカバーすることが可能で、人命に関わる医薬品の供給企業は、日本の医療において重要な役割を果たしている。統合の進む業界においては、グループ化によるメリットも顕在化している。

7 提案

①グループ化によるスケールメリットの確立

グループ企業が所在する各地域への域密度をさらに高めるといふ企業戦略形態をとる傾向が強まっている。全国レベルで流通機能を効率化しながらコストダウンを図り、地域への密着度を高めるといふ戦略でさらに地域に特化したサービス力を向上させる。これによって自社のシェア拡大につなげていく。

②収入源確保のためにネットワーク力を強化する

現在の医薬品卸企業は各社とも収益確保に苦戦する傾向である。その中で、医薬品卸企業が薬局をグループ傘下に収めるといったような動きが現在進行している。今後は米国スタイルの保健医療サービスの提供によって新たな付加価値を生み出す必要がある。

(1) MS の機能を拡大する。米国式のような例えば、薬局における総合管理システム、医薬品共同購入、促進などが挙げられる。

(2) 派遣のような人材サービス機能を提供する。薬局や病院との連携を強化し、ネットワーク機能と薬局間コミュニティを強化する。

③新規顧客

新規顧客として薬局などをグループ内に傘下させているという動きの傾向がある。価格競争が無くなり卸としては安定的に顧客と収益性の確保が可能になる。しかし、ひとつの問題点が発生する。医薬品卸の定義は「安全かつ安定的供給を行うこと」であるが、卸業者を指定していると、それが崩される結果になる恐れがある。ひとつの会社に絞る事によって緊急時などの場合の他社による供給体制の確保が困難になる。

参考文献

- [1]有価証券報告書. アルフレッサ HD、(株)スズケン・メディパル HD, 各年版
- [2]医薬品卸連合会、医薬品業界動向本, 2010 年