

医薬品卸売（平成12年3～4月調査）

医療用医薬品では、薬価引き下げなどの医療費抑制策の影響もあり、売上げは伸び悩みが続いている。他方、一般用医薬品ではドラッグストアとの取引が増え、商品構成に変化が現れている。

最近、医療機関やドラッグストアなどユーザーの影響力が強まり、値引き要請などから収益は厳しい。こうした中、合併や事業の多角化など勝ち残りのための様々な取組がなされている。

業界の概要 大阪の医薬品業界の歴史は古く、中国産の生薬の輸入卸売から始まった江戸時代以来、大阪市中央区の道修町には薬種商の一大集積地として大手製薬会社の本社をはじめ、中堅・中小メーカー、卸売業が多数立地している。しかし、かつてのように日本全国から道修町に仕入れに来るような取引形態がほとんどみられなくなったことから、道修町の中心部に集中していた卸売業者は、近年、在庫や配送に有利な場所を求めて、郊外への立地分散化が進んだ。

医薬品は医療機関で使用される医療用と薬局・薬店で直接消費者に販売される一般用に分けられ、前者が生産額の8割以上を占めている。医薬品卸の多くは医療用・一般用の両方を扱っているが、ほとんどの場合そのどちらかに比重が置かれている。

流通経路をみると、医療用はメーカーから卸を経由して医療機関に、一般用も卸を経由して薬局・薬店に販売される経路が主流である。ただ、ドリンク剤など一般用医薬品メーカーの一部には、卸を介さず直接薬局・薬店に販売する経路がみられる。

平成9年の商業統計調査によると、大阪府内の医薬品卸売業の商店数は589（対6年比13.4%減）、年間販売額は1兆4,694億円（同10.7%減）、従業者数は14,992人（同11.0%減）と、6年と比べて減少した。また、全国に占める大阪の割合はそれぞれ、8.7%、10.7%、11.2%となっている。

医療用は伸び悩み 医療用医薬品卸の売上げは、薬価基準の改定など、医療費の2割以上を占める薬剤費の増加を抑制するための政策が実施され、市場は伸び悩みが続いている。本年4月の薬価改定により、先発品が平均7%、後発品（ある製薬会社が開発した新薬を、特許期限切れ後に他社が製造する製品）では二けた以上薬価が引き下げられた。こうした背景の下、後発品を中心に扱っている卸では、特需（インフルエンザなど）がなかったことや薬価引き下げ前の買い控えなどもあり、1～3月期の売上げが1～2%減少したという。

ただし、今回の改定では、一部に従来の納入価格よりも高くなると見込まれた商品がみられたこと、また既存製品のシェア確保のために、メーカーや卸による納入価格のさらなる引き下げなどから需要が発生し、1～3月期の売上げが前年同期より若干増加したとする企業もみられた。

一般用では商品構成に変化 一般用医薬品の販売は、景気変動の影響を受けることが少ないといわれており、平成10年に落ち込みをみせたものの概ね順調に推移している。近年、ドラッグストアの出店が顕著となり、それと取引する卸も増加している。ドラッグストアでは医薬品はもちろん、医薬部外品、化粧品、健康食品、生活雑貨、ヘアケア関連商品など幅広い品揃えを行っているため、卸の中には、医薬品以外の商品の取り扱いが増えた結果、売上げに占める医薬品の割合が半分以下となったケースもある。このようにドラッグストアの登場は、卸が取り扱う商品構成に少なからぬ影響を与えている。

最近の売上げの推移は、2000年問題に伴う仮需が昨年12月に発生したものの、今年1月はその反動で減少するなど、医薬品部門は不振である。しかし、上に述べたようにそ

の落ち込みを医薬品以外の商品でカバーする形となっている。

業界再編は加速 当業界はこれまでメーカー系列色が強く、メーカーが安定した販路を構築するために地域卸を合併させるという系列内の合併を中心に再編が進んできた。ところが、最近では卸に対するメーカーの影響力の低下や、医療機関やドラッグストアによる卸の選別強化もあり、そうした系列取引はしだいに崩れている。薬価改定などの医療費抑制策により国内市場が伸び悩み、競争が激化する中で、系列を越えた合併・提携はスケールメリットによる価格交渉力の強化やコスト削減、フルライン化（全メーカーの商品を取り扱うこと）による品揃えの強化などを目的としている。

このように、勝ち残りのためのより広域な事業展開が進められているが、これまでのような大手広域卸による中小卸の合併のみならず、最近では大手広域卸同士、あるいは地域中堅卸同士の合併などもみられている。東京や大阪に比べて効率化が必要とされる九州や東北、中国などでは、医療用と一般用医薬品を扱う複数の卸が一般用医薬品部門を分離し、それらを統合して別会社を設立する動きがみられる。

収益は厳しい 従来、医療機関への納入価格の決定などにおいてはメーカーの影響力が強かったが、平成4年にメーカーによる値引補償制度の廃止など流通慣行が見直され、販売価格の決定権がメーカーから卸に移行した。しかし、薬価の引き下げによる薬価差益の縮小に伴い、医療機関の経営は苦しくなっており、最近ではむしろ医療機関などのユーザーが厳しく値引き要請を行うようである。このほか、地域卸の広域展開による競争激化などもあり、利益率はこの1年間で0.3～0.9ポイント低下している。

こうした環境の下、一部の卸では人件費など販売管理費を削減し、高い利益率を確保しているケースがあるものの、労働集約的な業種であることから、経費の削減には限界があるとみる向きが多い。

なお、設備投資については、相次ぐ合併などによる営業所の統合がみられる中で、物流センターの建設がここ数年続いている。また、卸と医療機関をつなぐオンライン受発注システムについても、各企業で充実が図られている。

今後の見通し 今後も、高齢化は進展するものの、薬価基準の引き下げや投薬の抑制、医薬分業、スイッチOTC（医療用として承認された医薬品のうち、比較的安全性の高いものを一般用に転用したもの）の拡大など、継続的な医療費抑制策の状況下で医療用医薬品市場の大幅な成長は期待できない。

そのため、医療用医薬品では利益の縮小など経営環境が悪化し、地域卸の合併や廃業、さらには大手卸への集約がさらに進むという見方もある。単なる価格競争ではなく、医療機関の経営コンサルティングや在庫管理業務の代行、医薬品情報に関する専門部署の設置など、独自性を打ち出す卸や、介護保険の実施に伴い高齢者介護サービスに対する需要の増大を見込んで、介護ショップやヘルパーの養成、介護食の宅配といった福祉サービスへ事業展開している卸もみられる。

一方、一般用医薬品では医薬分業による調剤薬局との取引の増大、またドラッグストアのような大型小売店の出店の増加が予想されることから、今後は市場拡大を見込んで医療用卸をはじめとする参入が増加するといわれている。

こうした中、小売店の要望に対応できるように雑貨など医薬品以外の取扱品目を増やす動きもあることから、今後は配送システムなどの物流において化粧品、食品関係など異業種の卸との連携強化が必要と考えている企業もある。

（山本敏）