

時代の潮流 (今後 10 年間の環境変化)

【国内】

少子高齢化と人口減少

- 人口の 1/4 が 65 歳以上、1/5 が 75 歳以上
- 単身世代の増加

外国人移民者・就労者・旅行者の増加

- 多様なニーズへの対応
- 商品やサービスの世界標準化
- インバウンドの増加(2014 年 1,341 万人)

社会保障費増大(医療費、介護、年金)、医療制度・保険財政破綻の危機

- 国民医療費 39 兆円(2012 年度) ⇒ 53 兆円(2025 年度)
- 急性疾患から慢性疾患増加
- 介護、年金などの社会保障費の増大

健康寿命の延伸のため、自助を基本に共助、公助が支える

- 自助努力を支えることにより、公的制度への依存を減らす
- すべての世代が相互に支え合う
- 一般用医薬品等の所得控除制度
- 効き目と安全性に優れたスイッチ OTC 化(検査薬含)が進展
- 保険者を中心として保険外のヘルスケア産業が進展

健康食品・サプリメントの拡大

- 機能性表示の規制緩和
- 特定保健用食品の市場拡大

価値観の変化

- 平均寿命から健康寿命(健康・活動長寿)へ
- 未病・予防、健康・アンチエイジングへ
- 医療・介護・旅行への投資

国民マイナンバー制が普及

- 治療の最適化、効率化
- 医療情報等の共有
- 予防医療の効果検証の実現

購買チャネルの変貌と拡大

- ミレニウム世代が消費の中心になることによる通信販売、ネット販売の台頭
- 規制緩和によるチャネルのポータル化
- 大型店舗から地域密着型の小型店舗へ
- 新チャネルの拡大(在宅介護、訪問薬剤師、訪問歯科、患者申出療養制度)
- 流通の巨大化、集中化

【グローバル】

新興国の経済成長

- 新興国の人口増加と経済発展
- 中間所得層の増加による購買力の向上、ライフスタイルの多様化
- 各国の民族資本の OTC 医薬品企業が競争力を獲得

巨大化する欧米グローバル企業、台頭する現地企業

- グローバル企業の新興国市場への参入と欧米主導の市場形成。グローバルブランドの台頭
- 現地企業の技術レベル向上による日本製品の優位性低下

アジア諸国での疾病構造変化

- 経済発展に伴うライフスタイルの変化により、疾病構造が感染症中心から、生活習慣病等の慢性疾患に移行(日本の後追い)

新興国における安全性・品質への要求の拡大

- 安全で高付加価値製品へのニーズ拡大
- 薬事規制の厳格化(欧米化)、薬事規制の統合(ASEAN)、PIC/S 加盟国が広がる
- アジア諸国の日本製品への信頼感向上(Made in Japan)

2025 年 OTC 医薬品産業の在るべき姿(3 本柱)

1. 国民の健康寿命延伸にセルフメディケーション・セルフケアが貢献

- 1) 高齢者から若者まで、全ての国民が元気に活躍し続けられる社会、安心して暮らすことのできる社会の実現に向け、公的医療保険(皆保険)制度を基盤として、セルフメディケーション・セルフケアが国民へ浸透し「未病」「予防」「早期手当」等の正しい対処方法が理解され、健康リテラシーが向上し、国民の健康寿命の延伸に向けた行動変容へとつながっている。
- 2) 国民自身がセルフメディケーション・セルフケアに向けた取り組みを積極的に進めるための新たな基本法が制定されている。
- 3) セルフメディケーション・セルフケアを実践する場として、医療機関とともに健康サポート機能を有する薬局、ドラッグストアが地域包括ケアに貢献。
- 4) 健康に関する知識と啓発が進み、学校教育と共に医師・保健師・薬剤師・登録販売者など専門家支援のもとセルフメディケーション・セルフケアを習得・実践できる体制が整っている。

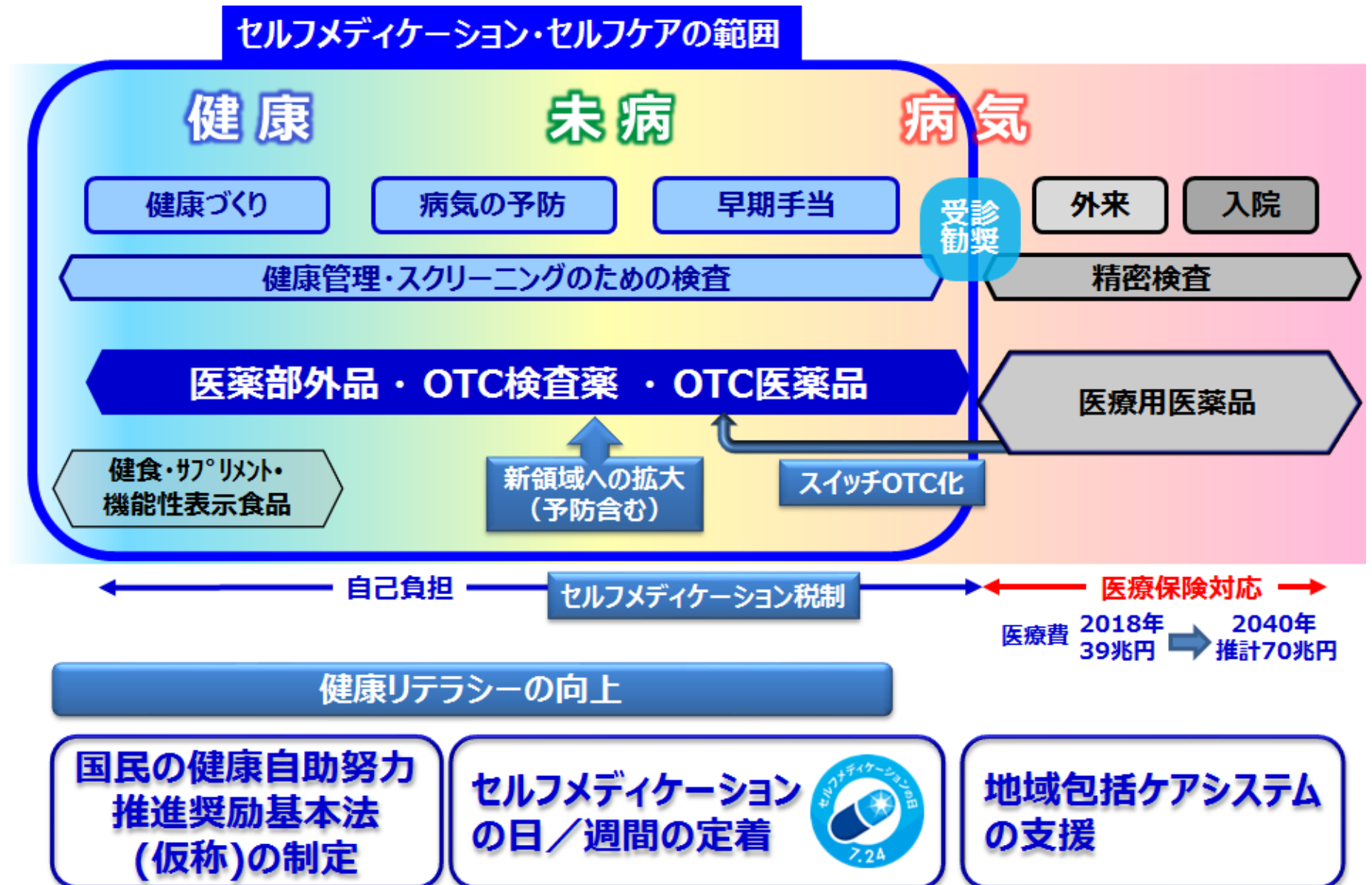
2. セルフメディケーション・セルフケアを実践するための OTC 医薬品の活用が拡大

国民がセルフメディケーション・セルフケアを実践するための情報が充実するとともに、「未病」「予防(重症化予防含む)」「早期手当」に資する OTC 医薬品や検査薬等が世の中に提供されている。

3. 日本発の OTC 医薬品がアジアに普及

既にアジアに進出している企業の製品と同じく、広く日本の OTC 医薬品が、アジアの市民から品質や効果の面から信頼を得て、日常使いの医薬品として普及する環境が整っている。

セルフメディケーション・セルフケアの推進が「健康寿命の延伸」に貢献



“在るべき姿3本柱”を立てるための3つの「環境作り」

<p>① 国民の健康寿命延伸のための行動変容を支援する環境作り</p> <ul style="list-style-type: none"> ●国民のセルフメディケーション・セルフケア実践に向けた環境整備・公的保険外支援 ●地域包括ケアシステムの支援 ●他業種・団体との協業によるセルフメディケーション・セルフケア普及 ●くすり教育体制の支援 	<p>② OTC 医薬品が活用される環境作り</p> <ul style="list-style-type: none"> ●人生 100 年時代の QOL 改善に向けた承認基準及び規制の見直し ●諸外国とのスイッチラグの解消(検査薬含む) ●OTC 医薬品の効能効果と適正使用に関する情報伝達 	<p>③ 日本発の OTC 医薬品がアジアに普及する環境作り</p> <ul style="list-style-type: none"> ●アジア各国への進出サポート活動の強化 ●OTC 医薬品を各国生活者に届けるため、政府・PMDA と協働による各国当局との関係強化 ●日本 OTC 医薬品の海外ブランディング
--	---	---

セルフメディケーション・セルフケアの推進が「健康寿命の延伸」に貢献

国内市場予測(小売ベース)

1兆1千億円(2015年度推計)

→1兆8千億円(年率5.05%成長)

国民のセルフメディケーション・セルフケア実践に向けた環境整備・公的保険外支援

- セルフメディケーション・セルフケアに関する基本法制定
→セルフメディケーション・セルフケアに関する基本法を制定し行政、国民のセルフメディケーション・セルフケアに関する義務を明確化
- 公的保険外のセルフメディケーション実践に対する支援としてセルフメディケーション税制の普及・促進
→税制の延長、対象品目拡大へ向け、産業界と連携し税制普及促進活動や調査研究活動
- セルフメディケーションの日・週間の定着
→セルフメディケーション・セルフケアに関する情報発信を通じて国民の行動変容を支援

地域包括ケアシステムの支援

- 医師、薬剤師、看護師等との協働
ex.在宅、医療現場におけるOTC医薬品の活用
- 薬剤師による「受診勧奨」の推進
- 店頭でのスイッチOTC販売体制整備支援
- 医療機関と共に、薬局やドラッグストアを地域住民の健康をサポートする地域医療拠点のひとつとして機能させることを支援

*日本の経済成長率見直し:
年率0.5~1.0%成長
(三菱UFJリサーチ&コンサルティング)
*現在の医療用医薬品:OTC医薬品
=9:1の「是正」

他業種・団体との協業によるセルフメディケーション・セルフケア普及

- 地域医療の中での薬剤師活用として、薬局・ドラッグストアや在宅医療での服薬指導モデル構築
- 地域行政・健保等との協働を通じたセルフメディケーション・セルフケアによる健康支援モデル構築

くすり教育体制の強化

- 子供から大人に至るまで世代別薬育体制強化
- 幼年期からOTC医薬品活用のための環境作り
- 学校教育現場での薬育指導体制構築支援

OTC医薬品の効能効果と適正使用に関する情報伝達

- 自主ガイドラインの遵守により生活者からの信用・信頼を獲得
⇒安心・安全・経済性の訴求
- 訪日外国人への適正使用情報の提供支援

国内・海外で
1兆3,050億円⇒
2兆1,500億円

海外市場予測(小売ベース)

2,050億円(2015年度推計)

→3,500億円(年率5.5%成長) 1\$≒109円換算

*ASEAN5経済成長率見直し:年率5~5.5%成長
(三菱UFJリサーチ&コンサルティング)

アジア各国への進出サポート活動の強化

- 経済発展が著しいアジアから検討。海外進出の手段として「輸出」・「現地生産」を基本に、輸出入・承認取得・現地企業とのマッチング等をサポートする体制の構築

OTC医薬品を各国生活者に届けるため政府・PMDAと協働による各国当局との関係強化

- 外部機関・海外協会から薬事情報を収集する仕組みの構築
- APSMI・Self-CARERの戦略的活用
- 二国間協議の対象国拡大
- 各国におけるOTC医薬品の課題共有と解決検討

日本OTC医薬品の海外ブランディング

- 各国市場受容性の調査
- 各国事情に合わせたマーケティング手法の検討
- 訪日外国人に向けてのブランド浸透

人生100年時代のQOL改善に向けた承認基準及び規制の見直し

- OTC医薬品らしい魅力ある配合剤の審査の促進及び迅速化
- 国民視点からの理解しやすい名称の検討と改称の実現
(医薬品リスク区分・指定医薬部外品、等)
—国民が選択しやすい効能効果表現の整理・見直し(特に予防・未病領域)と目的別陳列の創設
- 容器、容量及び添加物等の規制の見直しによる製品価値の向上

諸外国とのスイッチラグの解消(検査薬含む)

- 国民のニーズが高い「新規領域」でのスイッチOTC化の実現
- 国民が自らの健康状態を迅速・簡便に把握できる一般用検査薬の項目拡大

① 国民の健康寿命延伸のための行動変容を支援する環境作り

② OTC医薬品が活用される環境作り

③ 日本発のOTC医薬品がアジアに普及する環境作り