中国医薬品業界の最新動向

世界第3位に躍進した医薬品市場 日系各社は経営資源を集中へ

野村綜研（上海）咨詢有限公司
事業・経営戦略グループ主任コンサルタント　鶴田祐二氏

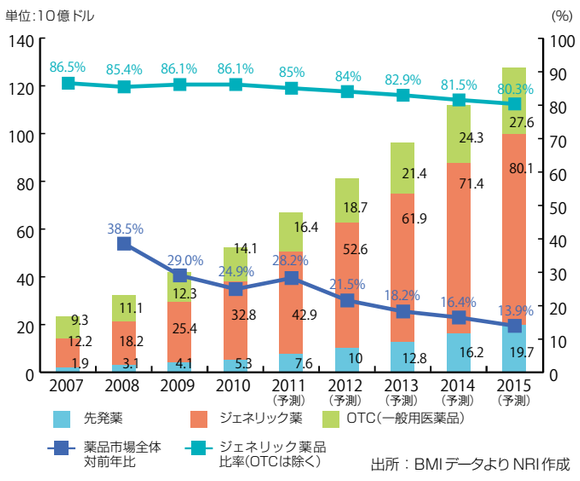
中国の医薬品市場は2011年に世界第3位の規模に躍り出たと見られるが、ジェネリック医薬品（後発薬）が市場の8割以上を占めている。規模で圧倒する中国系、M&Aを積極的に進め、大手医療機関で存在感を発揮する欧米系に対し、日系が出遅れている。ただ、各社とも中国市場に注力しており、今後の巻き返しに期待される。

中国市場の存在感が増す

IMSヘルスジャパンのデータによると、中国の医薬品市場は09年に世界第5位の規模だったが、2011年にはドイツ、フランスを抜いて第3位となり、医療先進国の米国、日本に次ぐ規模になったと予想されている。

図表1で示した通り、2010年の中国医薬品市場規模は全体で約522億ドルで、2015年には2010年比2倍以上の約1274億ドルまで拡大すると見られている。先進国と異なり、ジェネリック医薬品が一市場の8割以上を占める特殊な市場で、成長のスピードは減速しつつあるが、高齢化の進展、疾病構造の欧米化、生活習慣病患者の増加、国民皆保険制度の実現、政府による医療改革、第12次五カ年計画などによる政策的な後押しもあり、今後も引き続きGDPを上回る成長率で伸びていくことが予測される。医薬品メーカーにとって非常に魅力的な市場と言えよう。

［図表1］中国の医薬品市場規模



出所：BMIデータよりNRI作成

鶴田祐二（つるだ・ゆうじ）

●早稲田大学卒、Northern Virginia University, MBA。日系シンクタンク等を経て現在に至る。専門は消費財、流通、ヘルスケア領域における事業戦略、マーケティング戦略、M&A戦略、中国新規事業構築支援など。

大手医療機関で欧米系に存在感

図表2左に示した通り、中国における医薬品売上高ランキングでは中国系企業が軒並み上位を占めており、一見すると欧米系のプレゼンスは低い。しかし、中国の場合、ヘルスケア産業が発展してきた歴史的背景もあり、川上の生産から川中の卸、川下の小売りまでのバリューチェーン全てを内包する国有系医薬集団企業が全国に存在しており、集団企業全体ではその売上高が大きく見える。

しかし、図表2右の中国の主要病院における売上高ランキングを見ると、売上上位は欧米系の独壇場となっており、中国系で一定の存在感を有するのは抗がん剤大手の「山東斉魯」および「江蘇恒瑞」、ジェネリック大手で医薬品売上高ランキングでも4位にランクされる「揚子江薬業」のみだ。グループ全体の規模では中国系に及ばないが、欧米系は先発薬の主要なユーザーとなる主要病院（三級病院）にうまく入り込めていると言える。

一方で、日系企業はランキング上位には全く見当たらない。

［図表2］左：中国における医薬品メーカー売上高ランキング（2010年）
右：中国主要病院における医薬品メーカー売上高ランキング（2008年）

ランク	企業名
1	上海医薬集団
2	哈薬集団
3	広州医薬集団
4	揚子江薬業集団
5	天津医薬集団
6	吉林修正薬業集団
7	石薬集団
8	華北製薬集団
9	西安歩長製薬集団
10	バイエル（独）

ランク	企業名
1	アストラゼネカ（英）
2	ファイザー（米）
3	ロシュ（スイス）
4	バイエル（独）
5	山東斉魯（中）
6	ノバルティス（スイス）
7	江蘇恒瑞（中）
8	サノフィ・アベンティス（仏）
9	メルク（MSD）（米）
10	揚子江薬業

出所：中国SFDA南方医薬経済研究所「中国薬品工業100強リスト」および「2012年中国医薬経済予測」よりNRI作成

欧米系はM&A等で事業拡大

日系のライバルとなる欧米系メーカーの事業動向を見ていく。

ファイザーを例に取ると、2010年6月に抗がん剤大手の浙江海正薬業とグローバルでの販売提携、2011年4月には上海医薬と新薬の販売提携、同年5月には原薬、中間体の生産を強みとする華海薬業と包括提携など、積極的にアライアンスを進めている。

販売体制の面では、2011年時点でMR（医療情報担当者）を5000人以上抱えていると言われており、医薬品先進国の日本を凌駕するまでになっている。営業手法についても、旧態依然とした医者へのマージンを取り入れたものではなく、海外の最新論文の提供など、ユーザーである医者との長期的な関係を築いている。

業界キーマンとのリレーション構築は、影響力の強弱をランク付けし、それに応じて訪問頻度を変えるなどシステマティックに行っている。販売エリアも北京、上海、広東省以外の内陸市場への展開が進み、グレードの低い医療機関への深耕も進むといった〝面〟と〝点〟で広がりを見せている。

中国系は生産技術が向上

中国系は現状、ゼロから創薬する研究力を有する企業は少なく、ほとんどがジェネリックメーカーだ。ただし、感染症薬などの開発をテコにそのプレゼンスは高まりつつある。製造能力も向上しており、FDA（米国食品医薬品局）認証を有する工場も増加傾向にある。前述の流通集団を通じて、一定の販売力はそもそも有しているため、バリューチェーンの川上を強化中であり、前述の通りグローバル医薬品メーカーとのアライアンスにも積極的だ。

中国政府は第12次五カ年計画において、「医薬品メーカーの国際競争力強化」を打ち出している。中国医薬品の第三国への展開、高価格品の輸出を目論んでおり、競争力強化のため政府主導の大規模な業界再編が起こることも予想される。

日系各社の動向に要注目

一方、日系の動向はどうであろうか――。日系医薬品メーカーの各社の中国事業規模は軒並み100～200億円程度に留まっていると言われている。背景には、生産開発面では上市品目数の不足、地場研究開発機関とのネットワーク構築の遅れ、製造面では中国系メーカーと比較して高い原価率、販売面では販売網の未整備などが挙げられる。

しかしながら、ここに来て日本勢も巻き返しを図っている〔図表3〕。足許では中国における拠点整備、製品パイプラインの強化、MRの増強、販売強化を目的とした中国系企業とのアライアンスなど積極的な施策を打ち出しており、その動向から目が離せない。

今後の日系の戦略の方向性として、生産開発面では国際共同治験ネットワーク整備による新薬承認スピードの向上、研究開発部門の展開、製造面ではコスト削減のための中国系メーカーとの連携、販売面では中国系、欧米系との連携による販路のさらなる拡大、そして日系ブランドそのものの認知向上などが必要となるだろう。日系医薬品メーカーの巻き返しが期待される。

［図表3］日系大手の中国事業動向

企業名	販売体制（MR数）	動向
武田薬品工業	250人→2000人（2015年）※ナ社MRを含む	・2011年4月、統括会社を設立。合弁の天津の合弁工場を独資化 ・2020年までに中国売上高750億円を目指す ・買収したスイス・ナイコメッド社のチャネルを活用し販売網拡大 ・糖尿病治療剤「アクトス」について、ファイザー（中国）と販売提携
アステラス製薬	600人	・ターゲットの医療機関も2015年にに4000～5000施設へ ・免疫抑制剤「プログラフ」の販売に注力
第一三共	450人→700人（2015年）	・2011年11月、統括会社を設立 ・2015年には売上高で2010年比4倍の約400億円規模へ ・製品ポートフォリオの強化、M&Aを積極的に実施していく方針
エーザイ	730人	・2012年度までに中国での売上高400億円目標 ・乳がん治療剤、パーキンソン病治療剤の中国における販売をフィンランドの製薬会社と提携 ・OTC（一般用医薬品）事業も合わせて強化していく方針

出所：報道、各社ニュースリリース等よりNRI作成