

分担研究報告書

医薬品流通環境に関する研究

研究分担者 三浦 俊彦 （中央大学 商学部教授）

研究要旨

平成30年度薬価制度抜本改革が我が国の医薬品流通環境に与える影響を分析・評価するために、a. 資料に基づく調査研究、b. 個別企業へのヒアリングおよびアンケートに基づく調査研究、c. 消費者（患者）へのグループインタビューおよびアンケートに基づくインターネット調査研究、d. 流通改善に向けた関連業界の分析（比較研究）を行った。

a.からは、医薬品卸売業者の経営状況について、実販売額は若干増加したが、大規模な薬局チェーンや病院との取引が重要な影響要因であることが理解された。b.からは、卸売業者は、「流通ガイドライン」の項目の中では、「過大な値引き交渉」・「頻繁な価格交渉の改善」などの価格関係と、「頻回配送・急配の削減」・「返品削減」などの配送関係を大変重視していることが理解された。c.からは、インタビュー調査で医療制度や薬の処方制度、病院・薬局、医師・薬剤師への率直な意見が得られた。それらインタビューの知見も加えて作成したアンケートによるインターネット調査結果は、現在精査中である。d.については、医薬品流通と同様にメーカーの流通支配がかつて強く、今日系列化の状況が崩れている家電業界との比較研究を行ったが、価格決定メカニズムや消費者のブランド選択行動は医薬品流通とは大きく異なっていることが理解された。

A. 研究目的

平成30年度薬価制度抜本改革が我が国の医薬品流通環境に与える影響を、多様な視点から分析、評価する。

B. 研究方法

1. 資料に基づく調査研究

医薬品卸売業者の経営状況について、日本医薬品卸売業連合会の「医薬品卸売業の経営概況」（2019年版）に掲載されている卸経営の状況（売上総利益率、販売費及び一般管理費率など）や各種資料に基づき、経時的な変化とその要因を分析する。

2. 個別企業へのヒアリングおよびアンケートに基づく調査研究

医療用医薬品の流通を担う医薬品卸売業者（新薬およびジェネリック）に対し、a.まず複数社にヒアリング調査を行って現状および課題を把握し、b.それら知見も加えて質問項目を設定してアンケート調査を行い、その結果を分析・整理する。

3. 消費者（患者）へのグループインタビューおよびアンケートに基づくインターネット調査研究

医療用医薬品の流通チャンネルの最末端である消費者（患者）に対し、a.まず数グループに対しグループインタビュー調査を

行って実態および課題を把握し、b.それら知見も加えて質問項目を設定してアンケートによる大量サンプルのインターネット調査を行い、その結果を分析・整理する。

4. 流通改善に向けた関連業界の分析（比較研究）

医薬品流通と同様に、かつてはメーカーが流通系列化を行い、今日系列化の状況が崩れている同様な事例として家電流通を取り上げ、医療用医薬品と家電のそれぞれについて流通の特徴・実態とそれぞれの施策が取引に与えている影響や効果を比較し、医薬品流通改善の施策への活用について考察する。

C. 研究結果

1. 資料に基づく調査研究

別紙1。

2. 個別企業へのヒアリングおよびアンケートに基づく調査研究

別紙2。

3. 消費者（患者）へのグループインタビューおよびアンケートに基づくインターネット調査研究

別紙3。

4. 流通改善に向けた関連業界の分析（比較研究）

別紙4。

D. 考察

1. 資料に基づく調査研究（別紙1）について、医薬品卸の実販売額は前年比2.1%増加した。販売対象構成比は、約半数強が薬局・薬店、約1/4が大病院（200床以上）であり、これら大規模取引先との交渉が経営状況に大きな影響を与えていることが理解され

た。交渉内容について、価格面に加え、サービス面にも広がりを見せているので、その実態をさらに調べていく必要がある。

2. 個別企業へのヒアリングおよびアンケートに基づく調査研究（別紙2）について、医薬品卸売業者39社、ジェネリック販社14社の計53社に、2020年2~3月に、アンケート調査を行い、多くの分析結果を得た。

「平成30年度薬価制度抜本改革」については、「毎年薬価調査・毎年薬価改定」を最も重視していた。「医療用医薬品の流通改善に向けて流通関係者が順守すべきガイドライン」については、「過大な値引き交渉」・「頻繁な価格交渉の改善」などの価格関係と、「頻回配送・急配の削減」・「返品削減」などの配送関係の項目を、大変重視していた。医薬品メーカーとの取引では、最も削減したいコストとして、「返品・廃棄処理」をあげる企業が多かった。調剤薬局・病院・診療所との取引では、流通ガイドライン適用（2018年4月）前と比べての配送頻度・急配・返品の増減を聞いたところ、調剤薬局との取引において、増加したと回答する企業が全3項目とも4割を超えていた。調剤薬局との配送頻度・急配・返品の改善が重要と答えた企業が、どの項目も8割前後の高率であった。価格交渉については、単品単価交渉について、流通ガイドライン適用以前と比べると、増加したという回答が卸売業者で8割、ジェネリック販社で5割であった。上期と下期の価格交渉を別々にやるかについては、対調剤薬局で、卸売業者の約7割、ジェネリック販社の約15%が別々が多く、対病院では、卸売業者の約7割、ジェネリック販社の約35%が別々が多かった。価格交渉の改善が重要と回答した企業は、対調剤薬局で80%台後半、対病院で約2/3であった。

日本の医薬品流通をよくしていくための施策としては、「流通関係者（メーカー・卸・

薬局／病院)の適正利益」が約7割、「適正な配送頻度」が約2/3と高かった。

メーカーとの取引ではアローアンスの適正価額設定などいくつかの課題が残っているが、近年大きな力を持ってきている調剤薬局(および大病院)との取引では、配送頻度・急配・返品の配送関係と、価格交渉が大変重要な問題として捉えられており、流通システム全体(メーカー・卸・薬局／病院)の効率性・有効性の視点から改善していくことが望まれる。

3. 消費者(患者)へのグループインタビューおよびアンケートに基づくインターネット調査研究(別紙3)について、インタビュー調査では、世代(現役・シニア)と医療用医薬品服用頻度(高・低)の2要因をかけあわせた4グループ16名に対して行い、医療制度や薬の処方制度、病院(医師)・薬局(薬剤師)などへの率直な意見・課題・要望を聴取した。これらインタビューの知見も加えたアンケートによるインターネット調査結果は、現在精査中である。

4. 流通改善に向けた関連業界の分析(比較研究)(別紙4)について、家電流通との比較研究からは、かつてのメーカーの流通系列化が崩れている点は同じであるが、価格決定のメカニズムや消費者のブランド選択行動が医薬品流通とは大きく異なっていることが理解された。

E. 結論

医薬品卸売業の経営においては、川下に関しては、大規模な保険薬局や医療機関との取引実態に起因する可能性もあるので、川下への配送(急配・返品を含む)や取引を絶えずチェックしながら進めていく必要がある。これらの点は、単に医薬品卸の経営にプラスと言うだけでなく、医薬品流通全体の効率化に関わるものなので、大変重要なポイントと考えられる。

G. 研究発表 なし

H. 知的財産権の出願・登録状況 なし