

講演2 (中国講演)

# 2013年中国医薬品流通業界 発展状況の分析



中国医薬商業協会会長

付 明仲

講演2では、中国医薬商業協会の付会長が中国医薬品流通業界の状況について解説した。まず、中国の医薬品流通業界の規模や新たな医療制度改革政策を概説。そして、中国の市場の集中度と卸企業のランキング、医療機関や小売市場の状況を述べた上で、医薬品流通業界の発展の特徴を紹介した。

日時:平成25年10月18日(金)15:20~16:00

会場:目黒雅叙園 4階飛鳥(東京)

## はじめに

本日参加している皆様は、中国の医療市場や医薬品業界について、とても関心があると思います。中国の市場はこの医薬品の流通も含めて大変急速に伸びています。

最初に、中国医薬品流通業界の発展の概況というところで話をしていきたいと思います。

## 医薬品流通業界の規模

はじめは中国の医薬品流通業界の規模です。2010年、中国の医薬品流通市場は急速な需要増を維持しました。安定しつつも減速しましたが、商務部の2012年の統計によると、医薬品流通業界の総売上高は前年比18%増で、1兆1122億元となりました。ただ、伸び率は5ポイント前年より下が

りました。これは七大分類商品を含む金額です。

この七大分類商品というのは、中国の分類法では薬品類といわれるもので、医薬品類や漢方製剤類、医薬機器類、化学試薬類、ガラス器具類、その他が含まれています。一方、医薬品の小売市場の総売上高は2225億元です。比較不能な要素を除くと、前年同期比16%増で、伸び率は4ポイント減となりました。

これまでの5年間、つまり2008年から2012年の医薬品流通業界の年間平均成長率は19.3%でした。

次は、中国の医薬品流通業界の収益の状況です。昨年の流通オンライン報告企業の主要営業収入、これは848社対象で、前年よりも88社増えているのですが、それらを合計しますと7942億元です。オンライン報告企業の総売上高は業界総売上高の83.55%を占め、比較不能な要素を除くと前年比20%増、伸び率は3ポイント減、実現利益総額は164億元です。比較不能な要素を除くと、前年比で



資料を駆使して解説する付会長

16.5%の増加、伸び率は0.5ポイント減、業務粗利益は6.9%、前年同期比では0.3ポイント減でした。経費率は5.2%、前年同期比0.1ポイントの減少です。平均利益率は1.9%、前年同期比0.3ポイント減となりました。

### 新たな医療制度改革政策

次に、中国の医薬品流通業界の発展の特徴について説明します。

中国の新たな医療制度改革政策が業界の急速な発展のチャンスをもたらしました。中国の医療保険は従業員医療保険、都市部住民医療保険、新型農村合作医療保険の3つの基本医療保険があり、この加入率は95%以上です。

そして、都市部住民医療保険、新型農村合作医療保険の政府補助基準は1人当たり年間280元に引き上げられました。そして、この2つの医療保険政策の適用範囲の入院費用支払比率は70%以上に上昇しています。

### 市場の集中度とランキング

次に、市場の集中度ですが構造的な変化が出ています。2012年の医薬品卸売企業トップ100社の主要営業収入は、全国総売上高の64.4%を占めました。中でも、トップ3社の主要営業収入は全国総売上高の28.9%、前年比で2.31ポイント増加、またトップ10社では全国の42.1%を占め、前年

比2.48ポイント増加です。また、トップ20社では49.3%を占め、前年比2.21ポイント増加しており、業界の市場集中度上昇の主な推進力ともなっています。つまりトップ20社が市場の中で大変大きなシェアを取っており、業界全体を盛り上げているという核心的な力となっています。

2012年100億元以上の営業収入を上げていた企業は10社ありました。そして50億元～99億元は7社、10億元～49億元に達したものは73社ありました。このような市場の規模や競争というのはいまも高まっているところでもあります。

次に、トップ20社の主要営業収入ランキングです。トップは中国医薬集団総公司です。第2位は、華潤医薬商業集団有限公司、第3位は上海医薬集団股份有限公司、第4位は九州通医薬集団有限公司、このトップ4社ですが、大きな卸売企業は日本の医薬卸とも合弁などを持っています。中国医薬、上海医薬、九州通などです。

広州医薬が5番目、第6位が重慶医薬、第7位が南京医薬、第8位が華東医薬、第9位が四川科倫医薬貿易、10位が浙江省の英特薬業です。そして11位は中国医薬保健品、12位は天津天士力、13位は雲南省医薬、14位は中国北京同仁堂集団、15位は山東海王銀河医薬、16位は上海永裕医薬、17位はアメリカとも合弁関係があります哈薬集団医薬、18位は天津医薬集団太平医薬、19位は重慶桐君閣、そして20位は鷺燕福建薬業と続きます。

医薬品卸売企業は、先進国のビジネスモデルに学び、サプライチェーンの最適化サービスを革新の中心として大きな飛躍を実現しました。

具体的な例として、1つ目は、スマートなサービスで市場競争力を向上させ、病院物流分野における企業の優位性を強化してきました。日本のSPDのやり方と同じです。要するに、外の流通をさらに病院内部に伸ばすという流通を行ったということです。

2つ目は、病院の薬局、医療機関の薬局の仕入委託代行を行うという形も取られています。

3つ目は、末端医療機関病院・薬局提携サービスの展開、4つ目は、小売薬店では特殊医薬品・専

## The 1st Asia-Pacific Pharmaceutical Distribution Forum

門医薬品のエンド・ツー・エンド、DTPサービスを展開しています。これは韓国、日本でも同じような形が取られているかと思えます。中国と韓国、日本が異なっている点はいろいろありますが、医薬分業がなされていない点が中国とほかの2カ国との違いです。

5つ目は、上流顧客に対し情報のフィードバックやデータサービスを行っています。これはすべてのサプライヤーがこのようなことをしています。

6つ目は、産業チェーンを大きな保険医療市場へと伸ばしており、7つ目は、インターネット医薬品取引サービスが、いま大変急速な勢いで伸びています。要するにeコマースが中国でも急速な伸びを示しています。

8つ目は、第三者の医薬品物流配送サービスの業務が急拡大しています。

### 医療機関の構造変化

次に、医薬品流通市場における末端の構造変化を説明します。

中国には、二級とか一級とかの病院があり、いま二級以上の病院の販売額が増えています。また末端の医療機関の売上も伸びています。中国では末端の医療機関というのは、いわば本当に地域に根ざした施設で衛生所、保健所、診療所のようなものを指しています。

また、国産医薬品の販売の割合が拡大してきて49.2%を占めるようになり、合弁医薬品が32.8%、輸入医薬品は18%となってきたことも特徴的なところでは。

中国の医薬品小売市場の売上の伸びは若干減速しています。これらは前年同期では16%増加していますが伸び率は4ポイント減少しています。そして過去5年、つまり2008年～2012年の小売チェーンの年間平均成長率は18.6%を示しました。

近年の医薬品の小売チェーンのトップ100社の売上高についての統計ですが、まだそれほど大きくはなっていません。

トップ100社の中の上位企業は、第1位が国薬

ホールディングス、第2位が中国北京同仁堂、第3位が重慶桐君閣大薬房、第4位は中国海王星辰、第5位が広東大参林、第6位が重慶和平薬房、第7位が雲南鴻翔一心堂薬業、第8位が湖北同濟堂薬房、第9位が遼寧成大方圓、第10位は上海華氏大薬房です。

2012年における小売チェーンの企業のトップ100社の平均利益率は4.4%です。2011年の5.5%より1.1ポイント低下しましたが、平均粗利益率は21.1%で、0.2ポイント低下しました。平均経費率は19%で、3ポイント上昇しました。

それから売上の大きい地域についてです。売上が上位10位の省・市というのは、上海、重慶、雲南、北京、広東、山東、浙江、湖北、四川、江蘇という10の省・市です。そしてこれがトップ100社の総売上高の78%を占めますので、これらの場所が重要な市場だということがわかります。

### 小売市場の成長鈍化の原因

次は、医薬品の小売市場の成長が鈍化した原因についてです。

1つ目ですが、中国の医療機関の薬局は、一般薬局、保険薬局という区別がありません。また指定薬局の数が少なく指定薬局の比率はわずか31.6%です。日本や韓国ですと65%以上になるのではないのでしょうか。国際的には65%以上で80%になる国もあると思います。2つ目は、医療保険の適用範囲が拡大したため、病院で診察を受けて薬をもらう人が増えています。そして、これが小売の薬店における客の流れに影響しています。

それから3つ目は、医療保険の政策が各地域で大きく違っているために政策が一致せず、小売薬局の多角化経営が阻まれています。

4つ目は、小売薬店は家賃、労働力、物流など経営コストの急騰圧力に直面しています。

5つ目は、健康な人が薬局に行くという考え方が中国では最近やっと出てきたのです。ただし、予防を主とする保健の意識というものを持つには、まだまだ時間が必要だと考えられます。

## 特集／第1回アジア・パシフィック医薬品流通フォーラム

それから6つ目は、ニーズに寄り添い、生活に寄り添うような商品がまだまだ少ないということです。そのようなニーズ、また生活に密着したものがおそらく日本や韓国では数十万もあると思うのですが、中国ではまだまだ少ないです。

2012年上半期の典型的なサンプル都市における小売薬局での売上構造です。一番多いのは、化学医薬品で41%、漢方製剤が26%、保健食品が12%を占めています。次が医療機器で、家庭での看護用を含んでいますが9%、それから、漢方の煎じ薬が6%。薬用化粧品が4%です。

そして次の特徴は、業界の薄利経営が顕著になっていることです。日本、韓国でも、薬価が下がるような圧力に直面していると思います。そして中国では、消化系、抗腫瘍系、免疫系、血液製剤などの医薬品の価格が調整され、その値下げ幅が平均で17%前後でした。

それから、キャッシュフローの圧力です。100社の卸売企業について調査を行いました。2012年末現在での売掛金の総額が1154億元ありました。これは公立医療機関向けの売上の46%を占め、2ポイント上昇したことになります。そして、売掛債権の回転日数は142日ということで、これが前回の調査よりも11日伸びています。

### 業界の資本市場の状況

次に、業界の資本市場の状況についてです。上

表1：国内医薬品流通業界上場企業基本指標

順位	企業名称	証券コード	上場地	2012.12.31 市価(億元)	合計15社		流通業務比率
					主要営業収入 (億元) 2012年	流通業務収入 (億元) 2012年	
1	国薬控股	HK1099	香港	472.6	1357.87	1313.57	97%
2	上海医薬	600849	上海	298.74	680.78	616.75	91%
3	九州通	600988	上海	155.69	295.08	290.41	98%
4	華東医薬	000963	深圳	147.58	145.79	112.82	77%
5	国薬一致	000028	深圳	101.71	180.18	160.67	89%
6	国薬股份	600511	上海	69.76	85.92	82.42	96%
7	中国医薬	600056	上海	62.78	99.01	95.46	96%
8	南京医薬	600713	上海	31.84	180.24	176.38	98%
9	瑞康医薬	002589	深圳	31.42	46.21	46.21	100%
10	浙江農元	000705	深圳	21.55	17.96	14.42	80%
11	嘉事堂	002462	深圳	19.08	25.54	25.54	100%
12	英特集団	000411	深圳	17.49	105.9	105.59	100%
13	桐君閣	000591	深圳	17.27	47.08	42.55	90%
14	第一医薬	600833	上海	16.95	13.58	12.77	94%
15	海王星辰	NPD	ニュー ヨーク	9.95	25.50	25.50	100%
合計				1474.41	3306.58	3121.06	

表3：中外医薬品流通業界企業ベンチマーキング

国別	企業	売上 米ドル (億元)	自己資本 利益率 (%)	収益力比率(%)				
				粗利益 率	営業 利益率	純利 益率	流動 比率	D/E レシオ
中国	中国医薬集団総公司 (Sinopharm)	311.55	12.16	7.25	1.80	1.92	1.39	2.67
	華潤医薬商業集団有限公司 (CRP)	100.68	13.30	6.71	1.66	1.45	0.91	5.22
	上海医薬分銷控股份有限公司 (SHP)	39.29	16.16	7.07	4.19	1.90	1.20	2.68
	九州通医薬集団有限公司 (Jointown)	48.77	8.53	6.22	1.38	1.40	1.44	2.06
	広州医薬有限公司(Guangzhou Pharma)	39.98	7.17	4.70	1.00	0.81	1.24	2.91
日本	Medipal Holdings Corp (メディバル)	303.74	5.89	7.09	0.92	0.78	1.15	11.05
	Alfresa Holdings Corp (アルフレッサ)	263.96	7.94	6.53	1.05	0.89	1.13	3.11
	Suzuken Co Ltd (スズケン)	197.95	4.79	9.29	0.51	0.85	1.13	0.26
	Toho Holdings Co Ltd (東邦)	123.59	9.01	8.93	1.41	1.02	1.04	17.42
	VITAL KSK HOLDINGS INC (バイタル ケーエスケー)	86.70	6.53	7.31	0.53	0.66	1.06	3.52
米国	McKesson Corporation (マッケソン)	1171.36	19.25	5.90	1.77	1.11	1.08	68.93
	Cardinal Health (カーディナル)	997.61	5.48	4.87	0.99	0.33	1.22	64.50
	AmersourceBergen Corp. (アメリソース バーゲン)	714.43	26.61	3.21	1.30	0.73	0.98	58.89
英国	Alliance Boots (アライアンス・ブーツ)	255.58	14.20	3.59	5.65	3.31		

注：中国企業のデータの出所は商務部オンライン報告システムの2012年報で、日本・米国企業のデータの出所はロイターの各企業が発表した2012/2013会計年度年報で、英国企業のデータの出所は企業の年報である。

場企業が非常に少なく全部で15社しかありません。この15社の市価総額は、人民元で計算すると1474.41億元です。そして、それらの主な営業収入の合計が3306億元です。これは業界の主要な営業収入の34.6%を占めるということになります。

それから、中国と外国の医薬品流通業界の企業のベンチマーキングです。中国については5つの会社の指標を見てみましょう。中国の、例えば医薬集団総公司ですが、自己資本利益率が12.16%、粗利益率が7.25%、純利益率が1.92%となっています。

中国の他の4つの会社、日本とアメリカ、イギリスについても良く見ていただきたいと思います。

### 医薬品流通業界の発展の特徴

最後に、中国の医薬品流通業界の発展の特徴についてお話ししたいと思います。

1つ目は、今後、中国の医薬品市場の集中度がさらに進むとみられています。先ほど、医薬品卸売企業トップ100社の主要営業収入は全国総売上高の64.4%を占めるといいましたが、2015年にはこれが80%になるとみられます。

2つ目には、今後、売上の伸び率が小さくなり、15%前後になるとみられます。

3つ目ですが、収益の安定増加を目標とする新たな成長モデルに変わっていくとみられます。安定した収益の増加ということで、ビジネスモデルや運営モデルなどについての発展のモデルも変え

ていくということです。

これらの流通企業をどのようにしていくかという、医薬品のサプライチェーンの中でのサービスプロバイダになっていこうということです。

4つ目は、医薬品流通業界のモデルチェンジについて、速度や構造、また効率などの関係をしっかり調整し、たくさんのものの投入による推進から、すべての要素の効率を高めることによる推進への転換を図っていくということです。これは非常に重要な転換です。

5つ目は、伝統的な医薬品の卸売企業を医薬品の安全なサプライチェーンサービス提供企業にモデルチェンジするという事です。

6つ目は、この流通業界の成長は、多くの需要条件、政策環境、医薬品価格、医療体制改革、国民の収入レベル、健康意識のレベルなどの要素に左右されるものです。ですから、このような構造調整を行っていくことは非常に苦痛を伴う大変なプロセスです。これはおそらく、日本や韓国の皆さんはすでに経てきたものだと思います。

7つ目は、全業界のサービス戦略のモデルチェンジをしていかなければなりません。それぞれのサービスの戦略などを企業が打ち立てていく必要があります。

8つ目は、この転換の中で人材の育成に努める、つまり流通業界サプライチェーン人材の育成です。そういった人材をより多く導入し、また発掘していくことも必要です。

中国の将来の医薬品の流通企業には、これらのような特徴があると思います。以上中国の医療市場、医薬品業界について発表させていただきました。ありがとうございました。

### 質疑応答

**質問** 日本の卸企業にいます。付会長、本日は中国の業界がよくわかる講演をありがとうございました。私のほうから2つ質問です。

1つ目が、今後市場の集中度がどんどん増していくとお話がありました。この意味は大手の企

業が大きく売上を伸ばすということなのか、もしくはM&Aのような合併とか買収とか、そういったことを経由して行われるのか、どちらで市場の集中度が進むとみられているかということをお教えください。

2つ目は、中国は日本や韓国と違って医薬分業、医療と医薬品が分かれていないとお話がありました。かつて日本も韓国も医薬品が分かれていない中から医薬分業に変わってきました。中国でもこうした医薬分業は起こるとお考えでしょうか。この2つの質問をお願いいたします。

**付** 大変よいご質問をありがとうございます。中国の実情を申し上げますと、今後、大企業は院内流通とかの手法で業績を拡大していくと同時に、M&Aも行っていくと思います。トップ5あるいは10については、業界の中で主導的な役割を果たしており、今後も買収などを続けていくと思います。

これらの大企業は販売やマーケティングのやり方を変え、サービス構造の内容を変えていくでしょう。中国型のサービスを、より専門的なサービスへと切り替えていくことになると思います。それによって集中度がさらに高まっていくと思います。それと同時に、企業内部の質も高めなければいけないということを企業としても考えています。それによって、いまの中国の医療制度の改革にマッチしていこうと考えているはずで

また、中国の場合は地域的にいくつかの状況が現れてくると思います。1つは全国的な、総合的な医薬品卸が出てくると思います。一方、地域に根ざした卸売企業というのが育ってくるでしょうし、また中小企業がより専門化する、専門的な分野だけを扱うということが出てくると思います。

医薬分業については、地域の診療所、保健所に対するサービスについて、そういうところから医・薬の分離ということを実験的にやっていくことが考えられるかもしれません。また3つの級の病院に関しても医薬品の分離が解禁されていく可能性があるかと思っています。

**質問** 韓国卸企業です。中国で医薬博覧会

## 特集／第1回アジア・パシフィック医薬品流通フォーラム

にお会いしました。また日本でお会いできてうれしく思います。グローバル時代に急成長する中国市場について、世界は注目していると思います。今後も15%ぐらい成長できる、世界の市場の中で最も急成長している市場として私たちは考えています。

先ほど説明された、企業の1位から20位までの会社を見てみると、ほとんど中国の会社でした。韓国の場合は、チュールッヒとかそういう外資系の会社はかなり入ってきています。中国の場合も外資系企業、外国の流通企業が進出しているのでしょうか。また今後、どのようになっていくと思いますか。韓国、日本の流通会社が参入できる機会があるかどうか伺いたいと思います。

**付** 非常によいご質問だと思います。2012年12月から、中国はこの医薬品の流通市場を開放しています。外資の企業も参入することができます。4年前ですが、広東省の会社は50対50で、英国のアライアンスブーツと合弁をしています。それ以外にもこのような合弁企業の例があります。

それからまた、メディパルと北京天星も合弁しました。また、九州通と日本の東邦の間でも合弁をしています。それ以外にも小売の間でも協力はありますが、そちらはまだわずかです。アルフレッサ、伊藤忠商事、ココカラファインは成大方円と合弁しましたが、この協力は非常によいケースだと思っています。中国において小売のチェーンを作ろうということ。特にドラッグストアモデルを中国に入れようとしているとみられています。

それからアメリカですが、例えばカーディナル・ヘルスは上海の会社と協力をしています。中国の8つの地域で会社を買収し営業をしています。アメリソースバーゲンも、中国の卸企業と協力関係があります。ほかの企業でもあまり皆に知られない状態でこっそりと中国の市場に入っているかもしれません。このように中国は、流通企業、医薬品について市場を開放しています。

しかし、卸企業で韓国企業との協力があるかどうかというのは私にはわかりません。また、日本の卸企業はSPDという非常によい仕組みを作って

いると思います。それは、中国の企業にとって非常に大きなお手本になると思います。このようなお答えでよろしいでしょうか。

**質問** 日本のヘルスケア企業です。大変わかりやすいご講演をありがとうございました。一般用医薬品を扱っておりますので、ちょっと医療用と違う面でご質問させていただこうと思います。

私どものお得意様で、例えば、先ほどありましたヘルスケア企業が上海などでお店を出していますが、中国のお店を見に行くと、店頭には化粧品が多く並んでいまして、日本の一般用医薬品というのはまだ売れない状況にあるようです。いずれ日本の一般用医薬品が売れるようになるのでしょうか。また、いつごろ規制緩和とか解禁されて売れるようになるのでしょうか。そのへんを教えてくださいたいと思います。

**付** 今日の午前中に、日本の製薬企業の連合会に表敬訪問に行きました。日本の製薬会社の特徴としては、業態の分類がとても細かくなっていますね。これはジェネリック薬や家庭用薬、そしてそれ以外の配合薬でしょうか、配備薬など、いろいろな分類がとても細かくなされているように思います。これらの製品は今後中国で、みんながヘルスケアを求めるような時代になるととてもマッチすると思います。

中国には、42万社の卸売流通企業があるといわれていますけれども、まだまだ1000万円を超える企業というのは10万社ほどしかないということです。ですから、様々な製品を取り扱える企業がそれほど多くないということが中国のネックになっています。

中国は、やはり日本や韓国のようにもっと人々の生活に根ざした薬とか製品を取り扱っていくことが、重要なのではないかと思います。確かに皆さんは中国市場に大変注目して、ぜひ参入したいと考えていると思います。OTCあるいは予防薬、そして家庭用のいろいろな健康のケアとか処置をするためのものですね。

いま、中国ももはや高齢化社会です。2013年の公の統計では、60歳以上のお年寄りは2億人以上

## The 1st Asia-Pacific Pharmaceutical Distribution Forum

もいるのです。80歳以上のお年寄りはずでに中国では2300万人です。この巨大な高齢化市場、シルバー市場というのは大変大きな潜在力として皆様注目されていると思います。

日系企業は、中国市場への参入がややゆっくりだと思えますが、処方薬、非処方薬では非処方薬のほうが多いと思えます。また、製品の開発というのがそれほどスピーディではないように思えます。これがおそらく、日系の企業と欧米の企業と比べ少し弱いところではないかと思えます。

**質問** ありがとうございます。中国は伝統的な医薬品の卸企業から医薬品の安定、サプライチェーンのほうにこれからは向かっていく可能性が高いとおっしゃいました。

同時に、すべての面で開放を行い、海外企業が入ってくることを望んでいるという旨のお話をいただきましたが、いまの2点が少し一致するのかどうか疑問に思いました。

医薬品卸の売上比で、国内医薬品、合弁医薬品、輸入医薬品の比率が出ていましたけれども、2、3年前と比べて今の比率に変化があったかを教えてください。

**付** 輸入医薬品については、先ほど申し上げましたように下がっています。この輸入薬というものはやはり価格が高いため18%に下がっています。中国ではこの価格があまりにも高く設定されているためにこのような状況があります。十数倍の価格差があります。輸入医薬品は多国籍製薬企業が中国で売るためには、やはり価格を下げないとなかなか売れないと思います。アメリカや日本やヨーロッパなどと比べると、輸入の医薬品価格は同じ規格のものでも中国で売られるときの価格は非常に高くなっています。そのために、使用量にも影響している状況です。これは、国からお金を出してもらうために、実費で精算して請求するので、そういった状況にあります。このようなお答えでよろしいでしょうか。

**質問** 日本の卸企業です。付会長、本当に貴重なご報告をありがとうございます。

中国には、従業員、都市部住民、新型農村合作



付会長に質問する参加者

の3つの医療保険があるとお聞きしました。わが国でもいくつかの保険があって、中国の農村合作医療保険というものに似ているのが、国民健康保険であると思えます。

この日本の国民健康保険ですが、保険料が払えない方が4割近くいて、社会問題にもなっています。この20年間不況で、非常に経済的に厳しい方々が出てきました。中国のこの農村合作医療保険の財政の状況についてお聞きしたいのです。

**付** 中国の医療保険制度は日本や韓国とはずいぶん違うと思います。これは中国の国情があります。13億人という人口の中で農村部の人口はまたかなり多いのです。それで合作医療を農村で行っていますが、そこでは政府、地元の自治体、農民自身の3者がお金を出しあっています。

このような新しい農村の合作医療保険では、農民の負担は、大病をしたときは20%自己負担で済みます。ただ、大病でなく小さな病気であれば自己負担は30%になります。

以前には、農民が全額負担しなければいけなかったのですが、いまは公的資金で7割か8割を支払っています。こういうご質問だったのでしょうか。これでよかったですでしょうか。

**質問** ありがとうございます。大変うらやましいです。