

講演2

# 世界医薬品市場の概況

アイ・エム・エス・ジャパン株式会社副社長

## 末弘秀人



講演2では、アイ・エム・エス・ジャパン株式会社副社長の末弘氏に世界医薬品市場の概況についてお話しいただいた。

末弘氏は、世界の医薬品市場の現状と動向についてデータに基づき分かりやすく解説。新興市場の成長とスペシャリティやバイオ医薬品が主流になってきていることや、欧米での3つの巨大流通グループ誕生の動きなどを紹介した。また、日本の医薬品市場の規模や成長率などについて、2014年度薬価改定の影響とともに説明し、長期収載品が落ち込んでいく中でそれに依存したビジネス展開は厳しくなると指摘した。

■日時:平成26年7月8日(火)12:40~13:40 ■場所:東京ガーデンパレス「高千穂の間」

## はじめに

私どもは日本でビジネスを始めてから今年で50周年を迎えました。これも皆さんのおかげであり、お礼申し上げます。これからも日本の医療業界、医薬品業界のために頑張っていきたいと思いま

すので、よろしくお願いいたします。

本日は「世界医薬品市場の概況」についてお話ししますが、その前に留意点を述べさせていただきます。まず、年の表示は、世界市場は1月から12月までの暦年、日本市場は4月から翌年3月までの会計年度で表示しています。

為替レートは2つのレートを採用しています。

市場規模に関してはそのときの変動為替レートです。四半期ごとに平均値を出し、4つを足し合わせて年度の市場規模としています。一方、市場の成長額と成長率に関しては固定為替レートです。例えば、2012年と2013年を比べる場合は、2012年の為替レートで計算します。そうしないと、為替レートが大きく変動した場合、市場が成長しているにもかかわらず、落ち込んでいるようなことが起こり得るからです。ですから、比較する場合は固定為替レートを使っています。そのため、途中で数字が合わなくなることがありますが、それは2つのレートを使っているからだをご理解ください。

3点目は、日本のジェネリック市場のデータはすべて卸の皆さんから提供いただいたもので、ジェネリックの販社からはデータをいただいています。直販もあります。卸経由でないジェネリックデータは私どもでは把握していません。それは市場の2割5分～3割くらいだと私どもでは推計しています。ですから、日本のジェネリック市場規模は、私どものデータから算出されたものよりも大きいとご留意いただきたいと思います。

## 世界の医薬品市場

### (1) 市場規模・成長率・市場予測

#### ●2013年の医薬品市場規模

それでは、世界の医薬品市場についてみてみましょう。昨年、2013年の市場規模は9850億ドルでした。1ドル100円とすると98兆5000億円で、もう少しで100兆円になるレベルまで達しています。

成長率は4.8%でした。2011年までは5%以上でしたが、2012年に大きく落ち込みました。その要因は「2010年問題」で、ブロックバスターの特許切れによりジェネリックへの移行が2010年から始まり、最も影響を受けたのが2012年だったのです。そこからリバウンドしたわけですが、まだ5%には達しておらず、「2010年問題」の影響が若干残っていると考えています。

#### ●新興市場の医薬品市場規模

世界市場の中で、新興市場についてみてみま

しょう。私どもは新興市場を3つのグループに分けています。グループ1は中国1国です。グループ2はブラジルとインドとロシア、いわゆるBRICsで中国を除いた3か国です。グループ3は17か国あり、計21か国を新興市場と定義しています。

この新興市場の売上高は2400億ドル、24兆円に上りますが、そのうちの4割を中国が占めています。近年大きく成長していますが、中国や開発途上国は貧富の差が激しいことから、新薬よりも安価なジェネリックが使われています。中国も新薬は数量ベースで25%しかなく、20%が漢方、残りの55%はジェネリックとなっています。市場規模自体は、14億人の国民がいるので930億ドルと大きいのですが、先発のブランド品はそのうちの4分の1で、それほど大きな市場ではありません。

#### ●2012年と2013年の市場成長額

2012年と2013年の対前年市場成長額を比較すると、2012年の227億ドルに対し、2013年は450億ドルで223億ドル増加しています。特にアメリカの絶対成長額は139億ドル増加しました。

それに対し、中国の2013年の成長額は前年に比べて13億ドル減っています。市場自体は成長していますが、成長の絶対額が若干減っています。

#### ●薬効別市場規模ランキング

2003年、2008年、2013年の5年単位の薬効別市場規模ランキングをみてみましょう。

2013年のトップは抗腫瘍剤で、650億ドル、6兆5000億円の市場規模です。次は、糖尿病治療薬です。2003年の7位から2008年に5位となり、そして2013年には2位になりました。プライマリーケアの医薬品としては非常に成長率が高く、この5年間の年平均成長率は11.8%です。伸びている要因は、患者数が多いこととDPP4を中心とした新製品が多く出てきていることです。

#### ●製品別の市場規模ランキング

製品別の市場規模ランキングをみると、2013年のトップはヒュミラで98億ドルです。この5年間



世界医薬品市場の概況について話す末弘氏

の平均成長率は21%となっています。

トップ15製品のうち、ヒュミラ、エンブレル、ランタス、レミケード、マブセラ、アバスチン、ハーセプチンの7製品がバイオ医薬品で、トップ15製品の売上全体の48%を占めています。つまり、スペシャリティ医薬品やバイオテック製品の市場占有率が高くなっていることが分かります。

逆に、2007年に137億ドルを売り上げたリピトールのような超大型ブロックバスターはみられず、トップのヒュミラでも100億ドルを超えていません。かつてのブロックバスターといわれるレベルの医薬品は、出てきづらくなってきていると考えられます。

## ●メーカー別売上金額ランキング

メーカー別売上金額ランキングをみると、2013年のトップはノバルティスで500億ドル、5兆円ですが、これにはサンドも含まれています。ノバルティスはスペシャリティの開発力が非常に高いメーカーです。そして、これまでトップだったファイザーは2位になりました。

4位はロシュで、以前から抗癌剤を扱って高い成長率を示していますが、8位のアストラゼネカまでを見ると、ノバルティス、ロシュ以外のメーカーの成長率は非常に低いか、マイナスになっています。つまり、いかにイノベーションに投資しているか、ブロックバスター終焉後、それをフォローする製品を出せているかが勝負の分かれ目になっています。

逆に、テバは別として、イーライリリー、アムジェ

ン、アッヴィ、ベーリンガーインゲルハイム、ノボ ノルディスクなどのニッチあるいはスペシャリティの製品に強いメーカーは成長しています。やはり、イノベーションが進んでいるメーカーの成長率が高くなっていることが分かります。

## ●5年ごとの年平均市場成長率

続いて、5年ごとの年平均の市場成長率をみてみましょう。2003年～2008年は9.8%の成長でしたが、2008年～2013年は「2010年問題」があり、4.2%と低い成長率でした。

これからの5年間の成長率は、私どもでは5%前後だと考えています。「2010年問題」も今年くらいに終焉して新製品が出てきます。それによって安定成長するだろうという読みです。ただ、プライマリーケアのブロックバスター的な製品はなかなか出てきにくく、スペシャリティやバイオの製品が多くなってくると思います。

いま世界では約640製品がフェーズ2以上の臨床試験段階にあります。この半分以上は、いわゆるスペシャリティ領域の製品であり、3分の1がバイオ製品です。トレンドは完全にそちらに移っています。

一方、いわゆる新規化合物による新製品もここへきて少しずつ増えてきています。2010年に24、2011年に30、2012年に32だった新規化合物は、2013年から2017年まで、年平均35くらいは出てくるといわれています。ですから、製品自体の市場規模はともかく、新製品はかなり出てくると考えられます。

## ●地域別成長率と市場規模シェア

2009年～2018年の地域ごとの成長率をみてみると、新興市場の成長率が高くなっています。中国は若干下がり気味ですが、成長額はそれほど下がらないでしょう。中国以外の新興市場の成長率はこれから上がっていくと考えています。

一方、アメリカは2012年にマイナス成長で、ヨーロッパもほぼゼロです。しかし、アメリカは今後5年間は4%前後、ヨーロッパは2%前後で落ち着くと考えています。

その結果、2018年の世界の地域別市場規模シェア

アの予想では、新興市場は31.4%となってアメリカにほぼ匹敵する規模になるとみえています。

2013年の日本のシェアは9.5%、中国は9.4%です。為替レートが影響しますが、このまま為替レートが変わらなければ、日本は今年、市場規模で中国に抜かれるでしょう。

## (2) 流通業界における合従連衡

### ●3つの巨大流通グループの誕生

次に、世界で起きている流通業界の合従連衡についてお話しします。この2年間で、大西洋をまたぐ巨大な流通グループが次々誕生しました。

まず、ヨーロッパでは2006年にイギリスの卸企業のアライアンスユニケムとブーツが一緒になり、ヨーロッパ最大の卸企業のアライアンス・ブーツが生まれました。そのときこの会社は非上場になりました。そして2012年6月、このアライアンス・ブーツの株式の45%を、アメリカのドラッグストアチェーンで、CVSと並んで最大規模を誇るウォルグリーンが取得しました。さらに来年2月までに、残り55%を取得するというオプションも持っています。そしてこの2社は、後発品の購買組織をジョイントベンチャーとして設立することに合意しています。

その次に、2013年9月、アメリカ3大卸の1社であるアメリカソース・バーゲンが、ウォルグリーンと医薬品供給に関する10年間の契約を結びました。

2013年12月には、やはりアメリカ3大卸の1社であるカーディナル・ヘルスとアメリカのドラッグストアチェーンのCVSケアマークが、後発品の購買組織設立で合意し、今年7月から営業を開始しました。CVSケアマークは、CVSが10年ほど前にメールオーダーやホームケアを行っていたケアマークを買収し、誕生した会社です。

そして最後に今年2月、アメリカ3大卸の残りの1社であるマッケソンが、ヨーロッパ3大卸の1社であるドイツのセレシオに対するTOB（株式公開買付け）に成功しました。そして同じ月に、マッケソンとアメリカ第4位のドラッグストアチェーンのライト・エイドが後発品購買契約を結びました。

この結果、アライアンス・ブーツ、アメリカソース・バーゲン、ウォルグリーンの3社によるグループ、カーディナル・ヘルスとCVSケアマークのグループ、セレシオを買収したマッケソンとライト・エイド、という3つのグループができたことになります。

アメリカ3大卸とヨーロッパ3大卸のうちの2社がグループ化の動きをみせたわけで、ヨーロッパで3番目に大きいフェニックスだけ、今回は蚊帳の外という形になっています。

### ●今回の提携・事業統合の理由

この3つのグループで共通しているのが、ジェネリックの購入組織の設立やジェネリックの売買契約の締結です。

アメリカは、数量ベースで84%~85%がジェネリックです。物量は非常に多い一方、価格はかなり安い市場なのです。卸がこのジェネリックの市場をいかにコントロールするかが、今回の動きの大きなポイントだったのではないかと思います。

今回の提携・事業統合の理由はいろいろいわれていますが、まず、後発品市場における力関係が働いているのではないかとみえています。日本のジェネリック専門メーカーでは、日医工が売上1000億円くらいでトップだと思いますが、世界のジェネリックメーカーのテバやアクタビス、マイラン、サンド、ホスピーラなどは桁が違います。これらを合わせると、価格の安いジェネリックであっても、アメリカ国内だけで3兆円くらいの供給量があるといわれています。そのような状況にあり、卸も規模の経済を活かして交渉しなければ、価格で勝てないという問題があります。

それから、オバマケア（米国医療保険制度改革）による価格プレッシャーがあります。アメリカでは人口3億人の16%の約4600万人は健康保険がまったくない無保険者でした。この無保険者にどうやって医療保険を付与するかはクリントン大統領の頃からの課題でしたが、オバマ大統領になってやっとこの制度ができました。ただ、政府にとっては非常にお金のかかる改革です。そのため、製薬企業はオバマケアによって需要が増える分、か

なりの資金提供が求められ、価格的にも相当叩かれます。それに伴い、卸としても統合によるコスト削減が必要になってくるのです。

3番目の理由は、アメリカの卸にとっては、欧州への足がかりになるということです。

## ●今回の提携・事業統合のインパクト

今回の提携・事業統合によるインパクトとしては、第一にシナジー効果が挙げられます。統合によるコスト削減と購買力の増大です。

しかし最も大きいのは、卸流通市場の拡大です。アメリカ市場での大手ドラッグストアチェーンへの流通は、特許品に関しては卸経由です。一方、後発品に関してはドラッグストアチェーンが入札してメーカーから直接購入しており、卸は入っていきませんでした。それが今回の提携・事業統合によって、卸が大手ドラッグストアチェーンのジェネリックの流通に入っていけるようになりました。アメリカの医薬品市場では、物量的には8割以上がジェネリックなので、非常に大きなビジネスになると思います。ドラッグストアチェーン側も当然、価格的にもかなり優遇されますので、持ちつ持たれつの関係ができたと思います。

ですから、今回の事業統合のインパクトは、なんととっても後発品流通にあると考えています。

## ●各企業の株価変化率

今回、関与した8社のうち、アライアンス・ブーツは非上場ですので、残り7社の株価を調べました。今年5月20日現在の株価変化率をみると、スタンダード&プアーズ500という市場の指標は、2年前と比べて42%上がっています。1年前と比べるとプラス15%でした。

今回関与した7社の株価は、ライト・エイドは他の理由もあってとんでもなく大きいのですが、それ以外の6社も2年前との比較では市場指標の2倍から3倍の上昇がみられました。1年前の指標と比べても2倍から3倍上がっており、今回の提携・事業統合はウォール街に相当高く評価されていると考えられます。

以上がこの2年間に起きたことですが、この動

きによって日本市場が何らかの影響を受けるかといえば、まずほとんど受けないと思います。日本の医薬品流通は欧米とはまったく違い、医療用医薬品の市場は卸の皆さんががっちり固めています。ですから、影響はないと思いますが、ドラッグストアチェーンは分かりません。ウォルグリーンはかつて商社と組んで日本に入ってきて失敗していますが、再進出を考えているはずで、このように、ドラッグストアチェーンには何らかの動きがあるかもしれません。

以上が世界市場に関する話でした。

## 日本の医薬品市場

### (1) 市場規模・成長率・成長要因

#### ●2013年度の医薬品市場規模と成長率

続いて、日本市場についてお話しします。私もはすべて薬価ベースで市場規模を計っており、実勢価ではありませんのでご注意ください。

まず、日本の医薬品市場は薬価ベースで、2013年度は10兆円を超えました。成長率は4.8%です。2009年度6.3%、2011年度5.5%だったので下がり気味ですが、それほど悪くありませんでした。

ただ、今年度は4月に薬価改定があったので成長率は下がるわけですが、それに加えて消費増税がありました。そうすると、仮需があったはずで、この仮需がどれくらいあったかは、私もなりに分析しています。2013年3月の単月の市場規模は全体で8164億円だったのに対し、今年3月は9272億円で1108億円増えています。その増加分を超える金額が新薬創出加算の対象品から出ています。2013年3月の単月の新薬創出加算品は2186億円で、今年3月は3358億円となり、プラス1172億円でした。ここが仮需の最も大きなポイントだったのではないかとみています。ただし、すべてが仮需とはいえませんので、だいたい800億円から1000億円くらいの仮需があったのではないかと私もはみています。

この800億円は2013年度の市場規模10兆円の0.8%、1000億円では1%に相当します。ですから、この仮需を外すと4.8%の成長率は、3.8%~4.0%に

落ちます。そうすると2008年以降、薬価改定がある年もない年も落ち続けていることになりますので、少し危惧すべきではないかと懸念しています。日本でもブロックバスターの特許切れがあったので、恐らく「2010年問題」が影響しているのではないかとみています。

### ●5年間の要因別成長額

そこで、2003年度、2008年度、2013年度の市場規模について、その間の5年間の要因別（新製品の上市、既存品数量、薬価ベースの価格）の成長額を分析してみます。

2004年度～2008年度の5年間は、1兆1810億円の新製品の上市、1兆3110億円の既存品の数量アップがあり、そして価格で1兆2200億円落ちていきます。一方、2009年度～2013年度は、2兆1310億円の新製品、6280億円の既存品の数量アップに対し、価格は1兆1110億円落ちていきます。

価格の落ち込みは後者のほうが少ないのですが、2004年度～2008年度の5年間には薬価改定が2004年度、2006年度、2008年度の3回ありました。ということは、1回当たりの薬価改定の影響度は4000億円です。それに対して、2009年度～2013年度は、2010年度と2012年度の2回だけなので、1回当たり5500億円の影響があったこととなります。つまり、薬価改定の影響額は、10年間でみると後者の5年間が大きくなっていることが分かります。逆に新製品も増えており、特に糖尿病領域のDPP4で、この5年間でかなり新製品が出てきています。しかし、既存品の数量は、後者の5年間は半分以下になっており、恐らく長期収載品が大きく落ち込んだのではないかと考えられます。

### ●5年間のカテゴリー別成長額

2008年度から2013年度までのカテゴリー別成長額をみると、既存特許品は7010億円、新製品は1兆6330億円で、特許期間中の新薬は2兆3350億円でした。先ほどは要因別分析でしたが、これはカテゴリー別分析なので、ここには価格の引き下げも入っています。

一方、既存の長期収載品（すでに後発品のある



末弘氏の話に耳を傾ける聴講者

先発品）は1兆480億円減少し、新規長期収載品（新たに後発品が収載された先発品）も1660億円減少しています。その分を既存のジェネリック1090億円と新たに収載されたジェネリック2300億円のプラスで埋めていますが、それでも長期収載品の落ち込みの3割も満たすことはできませんでした。2010年以降の長期収載品に対する厳しい政策が如実に現われています。

今後は、6月に年間売上1060億円のディオパンのジェネリックが出て、12月に1119億円のプロプレス、来年になると1050億円のプラビックスのジェネリックが間違いなく出てくると思われます。このように大型新薬が特許切れを迎えるので、長期収載品は非常に厳しい状況が続くとみられています。

### ●長期収載品の売上の変化

ジェネリックが収載された後の長期収載品の売上の変化をみると、新規の長期収載品は、数量が2割から3割落ち込み、既存の長期収載品も1割から2割落ち込んでいます。

また、ジェネリック収載後の長期収載品の売上推移をみると、2004年度の長期収載品は、ジェネリックが収載されても、それより多い数量が出ていました。そして8年目に初めて下がってしまいました。それに対し、2010年以降の長期収載品は3年～4年くらい経つと、数量ベースで3割落ちるのは当たり前という状況になっています。2011年度にはアリセプト、リピトール、アクトスの新薬が特許切れになり、長期収載品になりましたが、

これらの落ち込みは激しいものになっています。

長期収載品は、メーカーにとっても卸にとってもマージンが取れるカテゴリーだと思えますが、非常に厳しい政策が取られるようになったことから、ここに依存するのは非常に危険です。依存度の高いメーカーは厳しい時代を迎え、再編のトリガーになるのではないかと思います。

### ● スペシャルティ市場の成長率

逆にスペシャルティ市場の成長率は高くなっています。この10年間は7%前後、過去5年間は、市場全体の成長率の平均値が3.7%という中で7.7%の成長率となっています。

スペシャルティ製品も薬価改定のある偶数年は落ちていたのですが、2007年以降は薬価改定の影響をほとんど受けていません。ですから、スペシャルティ製品は、現時点では薬価改定の影響度は低いということです。

### ● 先発品のライフサイクル別の売上比率

ここで、先発品のライフサイクル別の売上比率をみてみましょう。2004年度、2007年度、2010年度、2013年度における、上市から3年以内、4年～6年、7年～9年、10年以上、そして特許が切れた後の市場占有率をみていくと、上市から3年以内でシェアの低い製品群はずっとシェアが低いまま推移しています。また、上市3年以内のシェアをみていくと、2004年度と2007年度では5%前後、2010年度では6.1%、2013年度では7.1%と1ポイントずつしか上がっていませんが、売上金額的には2007年度では3190億円、2010年度では4220億円、2013年度では5450億円とかなり上がっています。

私どもでは通常は5年後の市場予測まで行っていますが、今日は予測を控えさせていただきます。というのは、あまりにも未確定要素が多いからです。例えば、消費税が10%に引き上げられるかどうか、また、毎年改定になるのかどうかという未確定要素があります。消費税は今年中に決まると思いますが、毎年改定については3年後の2016年度以降はどうなるのかが不透明です。もし毎年改

定が行われると、価格の引き下げの影響があり、過去の改定による影響額ほどではないにしろ毎年市場が縮んでいく可能性が高いと思います。新製品を上市してもほとんど市場は拡大せず、フラットな状態になるのではないかと思います。

ですから、この毎年改定がはっきりするまでは市場予測はしにくい面があり、今回は予測しませんでした。その代わりに、先発品のライフサイクル別の売上比率を分析し、2016年度に成長期に入る製品群の傾向をみています。

### ● 薬効群ごとの新製品数

薬効群ごとの新製品の数について、2010年度～2013年度の実績と2014年度～2017年度の予想をみると、糖尿病薬がトップで、実績と予想のどちらも12製品です。DPP4阻害剤が多く、今年はSGLT2阻害剤が出てきています。それから、C型肝炎、血友病、てんかん、乾癬、多発性硬化症、肺高血圧症といったニッチな領域や、抗癌剤といったスペシャルティ領域の医薬品が多くなっています。

つまり、製品数は多いかもしれませんが、市場規模としてはそれほど大きくならないかもしれません。それから、新薬創出加算制度もあるので、メーカーとすれば、そういった新製品を多く出して新薬創出加算対象品にする戦略を取ってくると思います。その結果、新製品数は2017年度までかなり多いと読んでいます。それによって市場が成長することを私どもは望んでいます。

## (2) 2014年度薬価改定とその影響度

### ● 過去8回の薬価改定の推移

次に、今回の診療報酬改定・薬価改定のレビューを行います。まず、診療報酬全体では消費税対応分を入れて+0.10%。通常改定分は診療報酬本体と薬価・材料等を合わせて-1.26%でした。

2000年度から2014年度までに8回の薬価改定が行われました。薬価改定ではジェネリック収載品のある先発品の特例引き下げZ1があり、2010年度は2.2%、2012年度は0.86%が召し上げられました。それは厚生労働省発表の数字には入っていません。ですから、それを足したのが実質の薬剤費ベース

になり、2010年度は-6.51%、2012年度は-6.25%。2014年度はZ1の引き下げ分はなく、Z2（ジェネリック取載後5年を経過しても置き換えが進まない場合の特例的引き下げ1.5%~2.0%）となりました。厚生労働省は薬価改定率を-5.64%としています。その詳細は公表していません。そこで私どもで計算し直すと-5.80%となり、これを実質の薬剤費ベースとさせていただきます。

そうすると、この8回の引き下げの中で-6%を切っているのは、2004年度と2008年度、そして今回の3回だけです。そう考えると今回の引き下げは穏やかだったのではないかと考えています。

### ●2014年度改定のサマリーともたらず示唆

今回の薬価改定のサマリーをお話します。

先ほども触れましたが、今回の薬価改定率は薬剤費ベースで実質-5.80%です。新薬創出加算は試行での継続となりました。長期取載品は、ジェネリック取載後初めての薬価改定時における特例引き下げ（Z1）が廃止され、Z2になりました。ジェネリックは先発品に対し7掛けが6掛けに、6掛けが5掛けに引き下げられ、価格帯は3グループにまとめられました。バイオ後続品は7掛けのままです。それから、未妥結減算が新設されました。調剤報酬の後発品調剤体制加算が見直され、加算のハードルが上がる一方、点数は下がりました。その意味で厳しい改定だったといえましょう。

今回の改定によって、平均乖離率縮小に伴う全体影響率は縮減されました。特例的引き下げのZ2が恒久的に導入され、新薬メーカーには5年間の猶予期間がもたらされて負荷が軽減されました。一方、ジェネリック専門メーカーにとって価格のグルーピングは、かなり厳しいものだと思います。それから、オーソライズド・ジェネリックがスポットライトを浴びてくると思います。Z1廃止により長期取載品とジェネリックの価格差が開きますので、そうなるジェネリックが選択される率が上がってくるでしょう。その中でオーソライズド・ジェネリックが意味を持つようになり、オーソライズド・ジェネリックを出せない中堅・中小の後発品メーカーは厳しくなるのではないのでしょうか。



データを駆使して説明する末弘氏

また、ジェネリック使用促進策により調剤報酬での調剤体制加算のハードルが高くなり、それに向けて頑張る薬局と無理だと最初から諦める薬局の二極化が進むと思われます。また、大型チェーンの調剤薬局に対する明らかな基準厳格化が図られました。

### ●前回と今回の改定の比較

前回2012年度と今回の改定の薬剤カテゴリー別改定率をみると、新薬創出加算は2兆1180億円が2兆9400億円となり、8200億円増えました。逆に長期取載品は3兆7000億円が3兆円となり、7000億円減りました。そこが前回と今回の大きな変化だと思います。改定影響も、長期取載品は前回-7.9%が今回-8.5%、ジェネリックは-9.4%が-11.3%となり、非特許品にとっては厳しい改定だったといえるでしょう。

前回改定と今回改定では、市場拡大再算定品の影響額が-846億円から-510億円へと大きく変化しました。市場拡大再算定の運用幅が縮小し、ジェネリックは引き下げ幅が拡大しました。

長期取載品は、Z2の対象となる長期取載品だけで1兆6863億円の市場規模で、287億円の特例的引き下げを受けました。ですから、繰り返しになりますが、長期取載品に依存していたメーカーは非常に厳しくなり、業界再編に結びつく可能性が高いと思われます。

以上で本日の話を終えさせていただきます。ご清聴ありがとうございました。