

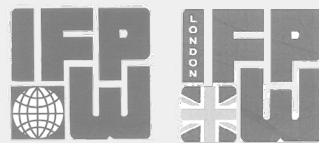
IFPW第21回

2016年ロンドン総会

講演要旨

[テーマ] Evolutions and Visions in Healthcare Delivery
“ヘルスケアサービスの発展と将来展望”

本特集では、「ヘルスケアサービスの発展と将来展望」をテーマに、2日間にわたるIFPW総会での講演・ディスカッション等を要約して掲載した。世界中から多くの医薬品卸の幹部が参加し、製薬メーカー、薬局、保険者等を含めた方々の熱心な議論が行われた。話題の中心はテクノロジーの進展とその影響、パートナーシップ・コラボレーションの重要性などであった。ジェネリックやバイオシミラーの現状と今後についても参加者から様々な意見があった。



開催地：英国 ロンドン市
開催期間：2016年9月15日(木)～16日(金)
開催場所：ランドマークホテル グランドボールルーム



*本稿は、アイ・エム・エス・ジャパン(株)松山哲治氏のご協力によりまとめました。

第1日目 2016年9月15日(木)

◆歓迎挨拶◆
主催者挨拶

講演日時：2016年9月15日(木) 9時00分～9時05分
講演者：マーク・パリッシュ氏 (Mark Parrish)
IFPW代表



皆さま、第21回IFPWロンドン総会にご参加くださりましてありがとうございます。この2年に一度の特別な総会は、世界中で起きている現状の理解だけでなく、ヘルスケア産業のイノベーションについて学び合い、互いの交流を深めながらアイデアを供出し、そして全体成長を促進させることを目的としております。ヘルスケアの中で医薬品卸が果たしている重要な役割について、本総会を通じて理解を深めていただければ幸いです。

講演日時：2016年9月15日(木) 9時05分～9時15分
講演者：オネーラ・バーラ氏 (Ornella Barra)
IFPW代表



ロンドンによろこお越し下さいました。現在、我々医薬品卸を取り巻く環境は急速な変化に見舞われています。それは製薬メーカーにとっても同じであり、テクノロジーを中心とした変化はヘルスケア産業全体に影響を与えています。更に、マクロ経済では英国のEU離脱、米大統領選、EU内の独立機運の高まり、新興国経済の減速などの大きな変化が起きています。IFPWは、このように数カ月前の全体シナリオが通じない変革の時代を迎えている昨今において、産業界の強力なプラットフォームとして貢献するだけでなく、更なる役割を充実させていきたいと考えております。本総会を機会に新たな価値を創出されることを願っています。



◆IMS世界の業界動向◆

講演日時：2016年9月15日(木) 9時15分～10時30分
講演者：ダグ・ロング氏 (Douglas Long)

IMSヘルス社 インダストリーリレーションズ担当副社長

ペア・トレイン氏 (Per Troein)

IMSヘルス社 ストラテジックパートナーズ担当副社長



ロング氏



トレイン氏

世界の業界動向について、世界市場予測、保険者の価格に対するイノベーション、バイオシミュラーの影響、卸売業が抱えるジレンマ、医薬品の先にあるものの5つのトピックスに分けて報告します。

最初に、世界市場の予測について報告します。世界の医薬品市場は、2020年までに1.4兆米ドル規模に達する見通しです。しかし、成長率は2014年、2015年の+9%と比較して2016年以降はC型肝炎治療薬がピークアウトすることで+5～6%に留まると予測しています。

国別に予測しますと、医薬新興国の市場成長は依然として高いものの、中国の成長鈍化が影響することで全体平均成長率は2桁成長から1桁台まで低下する見込みです。先進国は、米国の高成長が、低迷するその他先進国の伸びを支え、2016～20年にかけて平均で+4～7%台で推移する見込みです。景気後退が長期化する中、直面している課題はそれぞれ異なります。米国では保険者の統合が活発化し、上位5社のPBM(薬剤給付管理会社)が市場の85%の購買をコントロールするまで影響力が増しています。それにより価格面では、表示価格と正味価格に大きな乖離が見られるようになりました。これはリベート/ディスカウント幅が拡大していることを意味しており、その率は低分子薬が平均39%、バイオ薬が平均29%という統計が出ています。しかしながら、米市場はFDAの優先審査の充実により今後5年間の平均成長率は過去5年を上回る+7.6%で推移する見込みです。欧州は、プライマリ・ケア領域の医薬品価格に対する激しい行政圧力を受けています。欧州の一番の課題は価格設定にあると言えます。現在、医療費の上限や償還制度の見直しが欧州各国で叫ばれ、様々な指標について議論されています。例えば、質

調整生存年に基づく償還、保険者による市販後リアルワールドエビデンス (RWE) の構築、価格設定に対する複数国間の連携などが挙げられます。これに英国のEU離脱が加わりますと、欧州市場の将来はより不透明になります。同じく、継続的な成長鈍化が予想される新興国では、通貨の下落が成長を減速させる最大要因になっています。また、新興国は新薬上市までの期間が先進国と比較して長く、20~30年以上前の先発品が売上上位を占有している現状も注目すべき点であります。しかしながら、新興国市場は安定的に成長拡大を続けることで、2020年には着実に上位20カ国の半数を占めることが予想されます。

次に、保険者のイノベーションについてお話しします。世界の医薬品市場は、今後5年間でかつてない225もの新有効成分が承認される見通しであり、最も革新的な時代に突入しています。その中で最も期待されているスペシャリティ関連の薬効群は、既に世界の市場成長の75%を牽引していることから、更なるイノベーションが期待されます。

但し、スペシャリティ医薬品は高額です。これに対して保険者は大変苦勞しています。米大統領選でもこの薬価問題は大きな争点になっています。結果に関係なく、医薬品業界に対して非常に厳しい目が向けられることは間違いありません。保険者は、現在様々な形でRWEの使用を促進しています。情報の秘匿性に関する問題はありますが、これによりアウトカムを証明できインカムを正当化できます。欧州ではそもそもアウトカムとは何かという議論が起きています。それに関連して新たな薬価モデルが提唱されています。国家収入を基準とした薬価や適応症別に設定する薬価、医療のパフォーマンスを基準とした薬価です。これらの動きは今後の市場を大きく左右していくことでしょう。

続いてバイオシミラーの現状と潜在性について報告します。欧米市場では、2020年までに多くの大型バイオ医薬品が次々と特許満了を迎えます。現在、その時代に向けたバイオシミラーの開発競争が熾烈になっています。特徴的なのは、先発医薬品メーカー、バイオ医薬品メーカー、韓国系メーカーが積極的に参入している点です。バイオシミラー市場においては先発・後発の区別が付きません。

世界の市場売上シェアは、バイオ医薬品が米国58%、欧州23%、日本5%に対して、バイオシミラーは欧州83%、日本9%、米国1%となっています。バイオシミラーの市場価格は、競争原理によって参入前の価格から平均的に約30%下がっています。

欧州では、国によって最大50%から70%の下げ幅も報告されています。しかしながら、驚くことに市場シェアと値下げの相関関係がほとんどみられないことが独自調査で判明しました。これは先発メーカーの行動変化(値下げを含む)を表しています。インフリキシマブのバイオシミラーを例に欧州の浸透率を見ますと、デンマーク(98%)、ポーランド(94%)、ノルウェー(86%)では大半の切替えが進んでいます。しかし、その他多くの欧州諸国ではそれほど進んでいません。

次に、「医薬品卸が抱えるジレンマ」と題して、業界が置かれている状況について説明したいと思います。医薬品卸はこれまで製薬メーカーと医療機関・薬局の板挟みになって大変な努力をされてきました。残念ながら状況はさらに複雑になりつつあります。経済状況の変化だけでなく、スペシャリティとジェネリックによる価格の二極化、流通チャネル構造の変化、小売の競争激化などの課題に直面するからです。

まず初めに医療支出とGDPは相関関係にあることをお伝えしたいと思います。つまり経済成長率の鈍化は医療支出の低下に繋がるということです。しかしながら、近年、支出額の多くを占めるスペシャリティ医薬品が、全体市場の伸びを大幅に上回るペースで急激に伸びています。そのスペシャリティ市場を牽引しているのは、市場の半数を占める米国を中心とした先進国です。欧州では市場売上上位10製品中8製品がスペシャリティです。新興国ではランキングにバラツキはあるものの、スペシャリティの高成長は、世界共通の長期トレンドになると推測しています。

次に、各国で起きていますチャンネルシフトについて報告します。米国ではスペシャリティ医薬品市場において、専門物流、スペシャリティ薬局、メールオーダー薬局など、チャンネルが多様化しています。その中でもメールオーダーチャンネルはスペシャリティ市場の40%を占有し、その他はクリニック20%、



小売薬局20%、病院10%となっています。欧州では病院と小売の直販割合が年々増えており長期化する傾向にあります。この2方向の直販モデルへのシフトによって、欧州フルライン卸は急速に市場を失いつつあります。これは欧州以外の国々で同じようなことが起らないよう警告として受け止めてください。

このように様々な形で変化が起きている中、小売市場においても競争が激化しています。小売では、ジェネリックを中心に大半の医薬品が非常に安い価格で提供されています。そんな中、OTCの重要性が各国で増えています。この患者のアクセスやアドヒアランスを軽視した商業優先の流れの中でいったい誰が恩恵を享受するのか、これが非常に大きな問題になっています。しかしながら、2000年から始まったジェネリックの波は2020年には多くの新薬が承認されることで鈍化すると予測しています。2019年がその節目になると思います。

ジェネリックは卸業界を大きく変えました。カーディナルヘルスとCVS、ウォルグリーンとアライアンスブーツとアメリカソースバーゲン、マッケソンとセレシオとRITEAIDの連携で見られるように欧米を中心にM&Aが進んでいます。米国では、ジェネリック市場の84%がこれらを含む4グループの購買コンソーシアムに集約されました。卸業の寡占化が進む一方で、ジェネリックメーカーは細分化が進んでいます。2015年の企業占有率を見ますと、その他ジェネリックメーカーの市場占有率が71%と2010年と比較して上昇しています。

最後に、医薬品の先にあるものを代表してテクノロジーについて話をしたいと思います。世界のインターネット利用者数は2020年までに50億人に達し、いずれ一人当たり5台/一家庭10台に接続する時代が到来します。この環境変化はヘルスケアにおいても同じであり、テクノロジーは医療従事者と患者の関係を画期的に変えると言われています。これは関係する企業にとって様々なチャンスがあるということです。代表的なものは、モバイルヘルス、オンライン患者ポータル、遠隔医療、ホームヘルス、デジタルメディスンなどです。これらの機会によって少なくとも4つの価値、すなわち統合型ケア、精密医療、根拠に基づく医療、エンパワーメント医療の提供が可能になると思います。

◆患者ケアとモニタリングの先端技術◆

講演日時：2016年9月15日(木) 11時00分～11時30分

講演者：ジェシカ・メガ氏 (Jessica Mega)

ヴェリリー社(旧Google Xライフサイエンス部門)(米国)最高医務責任者



これまで様々な医療環境で用いられてきたテクノロジーは新たな領域に向かっていきます。ヴェリリーは、グーグルの次世代技術の開発を担う機関として創設されたグーグルXのライフサイエンス部門が独立した会社です。ヴェリリーのミッションは、

テクノロジーと情報を使って成果や価値を改善していくことです。適切な医療を適切な患者に提供することを念頭に、まず潜在患者を見極めることから開始しました。そこで新たな核となるテクノロジーとして着目したのは、センサーを用いてヘルスケアプラットフォームを構築することでした。本日はその技術と将来性について紹介したいと思います。

初めに、開発プロジェクトを推進する中で最も重視したことをお伝えします。それはパートナーシップです。パートナーシップを結ばなければ新しい技術の導入が遅れるだけでなく有効的なプラットフォームを構築できません。ヴェリリーが考えるパートナーシップとはあくまでも並列の関係を意味しています。そのためオープンな製作ポリシーに基づいた信頼関係の構築に取り組んでいます。

技術開発において、最も注力していることは小型化です。最新技術には、低電力仕様であり日常的に使える無線通信規格Bluetoothを採用しています。ヴェリリーでは、様々なコンセプトを搭載した複数の小型チップを組み込んだデバイスの小型化に取り組んでいます。代表例を紹介しますと、血糖値を測定する小型センサー搭載コンタクトレンズがあります。これを装着するだけで患者個々の継続的な血糖値の変化を測定できるというわけです。センサーを通して得られる情報によって、糖尿病患者の服薬アドヒアランスの向上を図れるだけでなく、疾病をより細かく分類してデータを取得することが可能になります。今後は、患者個々にあったソリューションを提供するために、膨大なデータをいかに収集して分析するかが課題になると考えています。

将来的なヘルスケアテクノロジーのイノベーションはAI(人工知能)の活用になると思います。それは、多種類の均一なデータから特徴を学ぶことが可能になるからです。この分野の応用によって違った角度

のデータ統合が可能になるだけでなく、より高度な次世代センサーの開発に繋がります。

これからは、テクノロジーの向上だけでなく、患者と医療提供者に新たな技術を応用した医療に対して理解を深める努力も大事であると考えています。やはり、正しい治療をいかに個々の患者に提供していくかを理解していくことが重要です。テクノロジーはその為にあるわけであり、診断上の決定を継続的にできるようにしていくことが今後のトレンドのあるべき姿だと思います。

◆バイオシミラー：現在と将来◆

講演日時：2016年9月15日(木) 11時30分～12時30分

司 会：ペア・トレイン氏 (Per Troein)

IMSヘルス社 ストラテジックパートナーズ担当
副社長

パネリスト：フレーザー・カミングス医師

(Dr. Fraser Cummings)

国民保健サービス (NHS) (英国)

マギー・ドーラン氏 (Margaret Dolan)

NHSコマーシャルソリューションズ部門 (英国)

地域薬局購買スペシャリスト

エリック・パーチャー氏 (Eric Percher)

パークレー社 (米国) ヘルスケア流通・技術部門

シニアアナリスト

イ・ドンホ氏 (Dr. Dongho Lee)

ハンミ薬品 (韓国) 取締役/ソウルアサン病院

医師

キャロル・リンチ氏 (Carol Lynch)

サンド社 (ドイツ) バイオ製剤部門 グローバル

ヘッド



司会：近年、バイオシミラーによる経費節減効果が期待されています。しかし、その潜在性の高さに反してあまりにも浸透率が低いという問題があります。過去のジェネリック浸透と比較して何故採用が進まないのか、また成功するには何が必要なのかをお聞かせください。

リンチ氏：バイオシミラーは後発品でも先発品でもない中間に位置しているということをバリューチェーンに携わる企業はまず学ばなければならないと思います。バイオシミラー市場には、ジェネリッ

クメーカーだけでなく多くのプレイヤーが参入しているため、先発品と後発品の区別がつかないぐらい競争状況は変化しています。各国によって規制の枠組みも異なりますので、それぞれの国にあった商業化モデルを採用していくことが重要になります。

カミングス医師：英国で実際にバイオシミラーの採用に携わった臨床医の立場から述べます。英国の保険者と共同でバイオシミラーのスイッチングプログラムを一部の地域で開始したのは2014年からです。結果、複数の診療科の協力を得ながらオリジナル価格の12%を節減することが出来ました。その節約して得たお金を医療サービスに再投資することで、患者の受入枠が増えるという成果が得られ、新たに300～500人を診ることが可能になりました。経費節約とサービス向上の相乗効果を得られたということです。採用までに多くの同僚と患者の説得に時間を要しました。しかし、重要なことはこのスイッチングプログラムに投資して、アウトカムをモニターすることです。実際には154人の患者が切替えを受け入れたわけですが、その内の20%は、毎年様々な理由で服用をやめています。これまでに重篤な副作用は出ていませんが、いずれは全国規模の副作用情報が必要になるでしょう。

司会：国民保健サービスにとってこれは非常に大きな問題だと思います。地域がイニシアチブを取りボトムアップの形で推進する動きが起きているということですか？

ドーラン氏：英国、特にNHS (国民保健サービス)にとってこれは非常に大きな問題になっています。英国はジェネリックの恩恵を享受してきた成熟市場ですが、バイオシミラーでは事情が異なります。まず患者の安全性と質に不安がありますので、教育と啓発により違いを正しく伝えることが重要になります。財政面の問題もあります。やはり提供側と支払側の双方にメリットがないと採用は進みません。カミングス氏と同じような例を提示していく必要があると思います。

司会：ステイクホルダーを関与させることの重要性に言及されました。米国はどうでしょう？

パーチャー氏：米国では採用までに規制面、法務面、トレーサビリティ面など様々な経路を通過しなければなりません。それ以外に、複雑な保険者の支払環境を政府がどう整備するのかという課題もあります。PBM (薬剤給付管理会社) などの商業的な保険者が自らインセンティブを推進しているからです。

司会：欧米の違いをお聞きました。韓国はバイオ

医薬品事業を国策として推進しています。市場で成功するには何が必要だとお考えですか？

イ医師：韓国ではサムスンやその他大手企業が様々な形でバイオ領域への参入を目指しています。政府はそれら企業を積極的に後押しすることで大量生産の可能性を考えています。バイオシミラーに対しても積極的に投資を行っていますが、まだ歴史が浅いため商業化には時間がかかるでしょう。しかし、グローバル市場に乗り出す可能性は充分にあると思います。韓国市場そのものは小さいものの、新しい産業を試す場になることを期待しています。

司会：バイオシミラーによって期待される節約効果についてもう少し聞かせてください。

ドーラン氏：バイオシミラーの価格設定は複雑であり慎重に考えなければなりません。期待という意味では、オリジナル価格の30~40%の減額でしょうか。

リンチ氏：バイオシミラーの開発期間はオリジナル品とそれほど変わりません。開発コストもジェネリックと比較して桁違いです。価格と数量の相関関係は無いという話もありました。従って、新しいモデルが必要になります。どれほどの企業が参入するかは不透明ですが、最終的には製品別の一握りのプレイヤーに集約されると思います。

司会：違う角度から参入を果たそうとしている韓国ではいかがでしょう？より安くなりますか？

イ医師：サムスは4年後の上市を目指して経験を蓄積しています。定かではありませんが、一部統計ではバイオシミラーの製造原価を大幅に削減できたという結果が報告されています。

司会：製造原価の大幅削減、30%~40%の割引という話ができました。競争が生まれる可能性があるということだと思います。米国の価格はどうなるでしょう？

パーチャー氏：価格を何と比較するかによって変わります。リベート/ディスカウントやインフレ率も考慮しなければなりません。また経済的恩恵がなけれ

ば短期的に患者はオリジナル品を選ぶことになりま。複数企業が参入して初めてバイオシミラーは大きな市場になるわけですが、まだまだ時期尚早だと思います。

司会：カミングス医師は、バイオシミラーを採用して患者数を増やすことができました。その要因はなんでしょうか？

カミングス医師：英国は伝統的にバイオ医薬品のアクセスが非常に低かったわけですが、昨年、国立医療技術評価機構のガイドラインが改定されたことをきっかけに改善されました。やはり最大の要因は、我々から保険者に話をして予算の枠組みを作ったことだと思います。しかしながら、安全性の指標となるクリニカルエビデンスがまだまだ足りないのが現実です。データ収集への投資がこれから重要になると思います。

司会：最も重要な質問に入りたいと思います。今後競争激化が予想されるバイオシミラーは卸にどのような影響を与えるのでしょうか？

リンチ氏：最大の課題は今後を予測できないということです。そういった不確実性への対応が大きな挑戦になると思います。そして、その成功の鍵は、コラボレーションに尽きると思います。

イ医師：韓国企業はグローバルの流通チャンネルを持っていませんので卸との連携は充分に考えられます。学者の立場としてはそこまでしか申し上げられません。

カミングス医師：バイオシミラーの互換性に対するデータの蓄積がサプライチェーン全体に非常に大きな影響を与えると思います。

ドーラン氏：バイオ医薬品は主に病院で使用されます。そのことを念頭にサプライチェーンを再認識する必要があります。病院の能力にも限界はありますので、在宅ケアも視野に入れる必要があります。バイオ医薬品を取り巻くサプライチェーンは非常に複雑です。医薬品卸の今後の役割に期待しています。

司会：最後の質問です。5年後のバイオシミラーはどうなっていると思われますか？

イ医師：バイオシミラーの未来を予測する上で最も重要なのはデータの蓄積です。次に価格と患者アクセスのバランスが重要になっていくと思います。

カミングス医師：より良いケアを患者に提供するためには、体系的なデータを収集してそれらを分析提供するツールを整備しなければなりません。適切な成果が立証されなければ新たな投資はされないと思います。



ドーラン氏：新たな患者のアクセスを可能にするバイオシミラーの潜在性に期待しています。成功には患者とステイクホルダーの相互理解が不可欠ですが、重要なことは同じメッセージをヘルスケア全体で継続的に出し続けることです。そしてそれを証明していくことです。

パーチャー氏：投資家の観点から述べますと、バイオシミラーに対する考え方は常に上下変動しています。しかしながら、バイオシミラーの時代は現実になりつつあります。これから認知度をどのように高めるかが大変重要になってくると思います。バイオシミラーの潜在性が高いのは確かですが、収益性に関しては現時点ではわかりません。

◆国際ナショナル・リーダーシップ・アワード授与式◆

受賞者：**ダグ・ロング氏** (Douglas Long)
IMSヘルス社 インダストリーリレーションズ担当副社長

◆メーカーの観点—マイラン◆

講演日時：2016年9月15日(木) 14時00分～14時30分
講演者：**ジャセク・グリンカ氏** (Jacek Glinka)
欧州マイラン社 プレジデント

◆医薬品卸の社会的価値と会員企業のCSR活動◆

講演日時：2016年9月15日(木) 14時30分～15時00分
司会：**リチャード・エリス氏** (Richard Ellis)
ウォルグリーンズ・ブーツ・アライアンス社(英国) バイスプレジデント

講演日時：**自然災害発生時の医薬品卸の対応について**
講演者：**渡辺紳二郎氏** (Shinjiro Watanabe)
株式会社アトル(日本) 代表取締役社長 別掲

講演者：**ディネシュ・タラチャンダニ氏**
(Dinesh Trachandani)
Parazelsus社(インド) 最高経営責任者



南アジアで活動している医薬品卸の立場から、同地域におけるCSR活動について報告します。南アジアのインド、パキスタン、アフガニスタンで事業展開をしています。この地域の特徴は紛争地帯であるということです。Parazelsusは、その環境の中で医薬品流通を社会的役割と捉え、積極的に多くの現地従業員を雇いながら活動拠点を広げてきました。企業の役割として、現地営業員や配送員の人材育成を行っています。これらの地域では偽造薬が蔓延していますので、本物を届けることを最重要ミッショ

ンとしています。インドでは、冷蔵倉庫の発電に太陽光発電を取り入れるなど、環境にやさしい企業を目指しています。

◆メーカーの観点—メルク/MSD◆

講演日時：2016年9月15日(木) 15時30分～16時00分
講演者：**クレイグ・ケネディー氏** (Craig Kennedy)
メルク社(米国) サプライヤーマネジメント担当 シニアバイスプレジデント

◆ポイントオブケアとしての薬局◆

講演日時：2016年9月15日(木) 16時00分～17時00分
司会：**スティーブ・アンダーソン氏** (Steve Anderson)
チェーンドラッグストア協会(米国) プレジデント&CEO
講演者：**ウェイ・ユリン氏** (Yulin Wei)
シノファーム・グループ社(中国) 会長



中国の医薬品市場は、国家戦略の後押しもあり二桁成長を維持しています。モバイルヘルスや予防医療といった新たな市場も高成長を遂げていますが、薬局市場も急速に伸びています。急成長とともに寡占化も進み、現在上位100社が薬局市場の約40%を占有しています。

中国では、地域医療への期待が高まることで、地域医療センターが急速に増えています。しかしながら、薬局はこの地域医療構想の枠組みに入っていません。薬局には多くの制約が課せられており、伝統的な漢方薬局以外の開業資格の取得は難しいです。さらに薬局に携わる人材の育成や技術・電子化のインフラが不足しているという課題もあります。この標準化が急務であると同時に、伝統的な漢方薬局から近代的な薬局への移行が必要になります。

将来的なトレンドについてお話しします。中国の薬局は、急速に拡大する需要に対して十分な医療リソースが無いため、本来期待されている医療の補完的な役割を担っていません。そこに大きなギャップが発生しているわけです。今後薬局は、プライマリ・ケアの診療形態を取り入れて調剤を行い、ホームドクター制度の整備に伴う地域医療との連携を強めて

いく必要があります。今起きている、最大のトレンドは流通と小売の統合が加速していることです。薬局への直販モデルも既に始まっています。このように境界を越えた融合が進むことで、薬局の役割はさらに拡大していくと思われれます。現在審議されている「健康中国2030」という計画があります。これによりヘルスケア全体の底上げが期待されています。これに薬局が重要な役割を果たすことは間違いありません。

講演者：トーマス・モリアーティ氏 (Thomas Moriarty)
CVSヘルス社(米国)取締役バイスプレジデント、戦略・法務責任者

米国の視点からポイントオブケアとしての薬局の役割について話したいと思います。現在、米国では医療システムの変革が急速に進んでいます。医療保険制度の改革により償還圧力が強まる中で、低コスト化が顕著になっています。償還は、医療のアウトカムが評価基準になるため、それにどう対応していくかがこれからの課題になっています。その中で、薬局・薬剤師は非常に重要な役割を果たしています。CVSヘルスは、リテールクリニックの1社ミニッツ・クリニックを買収しました。簡易的な診療を行えるリテールクリニックとの統合は、薬局の質を高める上で重要な要素になっています。このような変革が行われる背景の1つとしてプライマリ・ケアの医師不足があることを加えさせてください。

現在着目しているのがスペシャリティ分野です。CVSヘルスは、特定疾患を取り扱うスペシャリティ薬局を設置しています。これにより患者アクセスと服薬アドヒアランスの向上に努めています。薬局・薬剤師の役割は、医療の質だけでなくコスト面でも影響を与えることを証明しています。この大切な機能を十分に発揮できるような環境をこれから整備していかなくてはなりません。

講演者：アレックス・グーレイ氏 (Alex Gourlay)
ウォルグリーンズ・ブーツ・アライアンス社(英国)共同最高執行責任者



第2日目 2016年9月16日(金)

◆ヘルスケアに関するエグゼクティブインタビュー◆

公開対談日時：2016年9月16日(金) 9時00分～9時45分
経営者代表：**ステファノ・ペシーナ氏 (Stefano Pessina)**
ウォルグリーンズ・ブーツ・アライアンス社
取締役副会長兼CEO
記者：**デクラン・カレー氏 (Declan Curry)**
BBCニュース

記者：ステファノ・ペシーナさんは、ヘルスケア産業の世界的な存在であります。グローバルな視点からヘルスケアについて聞かせていただくのに最もふさわしい方です。

現在、ヘルスケア産業は様々な課題に直面しています。これらの課題に今後どのように対応していかれるのか最初にお聞かせてください。



ペシーナ氏：世界各地で起きている高齢化や人口増に比例して医療費は増加しています。この課題に、医薬品卸は基本的な役割である流通だけでなく、サプライチェーンに関わる全てに向けて新しいサービスを提供してきました。しかし、コスト削減に対する圧力が高まり続けることで卸事業の継続が困難な状況にさらされています。欧州でビジネスを始めた40年前に14.5%あった粗利は現在9.5%まで低下しております。なぜ存続できているのか、それはM&Aとオペレーションの自動化、付加価値サービス提供によって差別化を図ってきたからです。

記者：事業を大きく変貌させたビジネスモデルとはどのようなものですか？

ペシーナ氏：それは川下との垂直統合です。この流れは世界中で起きていますが、差別化という意味ではまだ完全なモデルとは言えません。テクノロジーによる差別化もあるわけです。国をまたいだ卸企業間のパートナーシップもあります。このモデルは機能しています。

記者：それはまだステップの1つに過ぎません。コストの圧力は継続的にかかるわけですか？ そういった中で旅路は終わったと言えるのでしょうか？ それとも更なるM&Aなどを考えていますか？

ペシーナ氏：卸業は皆同じ旅路を辿っているわけです。向かう先は違っても一旦出発したわけですから歩みを止めるわけにはいかないということです。歩みの中でパートナーシップは不可欠であると考えています。

記者：テクノロジーがヘルスケア全体のビジネスを変貌させています。テクノロジーが重要であるという話をされました。その重要性について考えをお聞かせください。

ペシーナ氏：自動化などコスト削減するためのテクノロジー導入は重要であると話しました。デジタル化が進み、顧客や患者との相互交流が可能になりました。患者は使用する薬に関して薬剤師との相互交流を求めます。現実的に、この分野におけるテクノロジーと薬局の重要性は継続していくと思います。但し、要求を受け入れ過ぎますと逆にコストの上昇を招く恐れがあります。ヘルスケアのコストは一進一退で、持続不可能な形で増えています。これに対し、政府も含めて全てのプレイヤーは協力して無駄を減らし、コストを抑制する努力をしていかなければなりません。そのためには、全ての業務に対して提携による垂直統合を進める必要があります。

記者：ジェネリックの重要性が増しています。これにより新薬メーカーの将来のイノベーションが抑制されることはないでしょうか？

ペシーナ氏：大手製薬企業は患者の少ない疾患の開発に力を注ぐ傾向にあります。最近では高額なジェネリック医薬品が多数誕生しています。従って、先発・後発の区分がはっきりしませんので、脅威になるとは思いません。

記者：ウォルグリーンズ・ブーツ・アライアンスまたは卸業界にとっての今後の最大のビジネスチャンスはどこにありますか？

ペシーナ氏：それは薬局ビジネスです。薬局は真の意味でのヘルスケアの中核に位置し、患者と継続的に相互交流できる場所だからです。薬局は世界中に存在しています。これは1世紀かけて作り上げた素晴らしい資産です。患者個々のケアを提供する為に、そのネットワークを効果的に活用していくことが重要になります。

記者：新たな市場に投資される可能性はありますか？

ペシーナ氏：米国に進出したばかりです。世界中の経済大国に関心を持っていますが、将来の有望な市場はやはり中国だと思います。

記者：それにはパートナーシップということですね？

ペシーナ氏：パートナーシップによって相乗効果を生み出していくことが大事です。パートナーシップがベストではなく、これしかないとは私は考えていません。

◆ヘルスケアサービスの将来◆

講演日時：2016年9月16日(金) 9時45分～11時00分

司 会：**ダグ・ロング氏** (Doug Long)

IMSヘルス社 インダストリーリレーション担当
副社長

パネリスト：**中北馨介氏** (Keisuke Nakakita)

中北薬品株式会社(日本) 代表取締役社長

ウェイ・ユリン氏 (Wei Yulin)

シノファーム・グループ社(中国) 取締役会長

オネーラ・バラ氏 (Ornella Barra)

ウォルグリーンズ・ブーツ・アライアンス社(英国) 最高執行責任者

エリック・ツイッスラー氏 (Eric Zwisler)

カーディナル・ヘルス中国社(中国) 会長

ユーロ・ハウタニエミ氏 (Eero Hautaniemi)

オリオーラ-KD社(フィンランド) CEO

スティーブ・コリス氏 (Steve Collis)

アメリソース・バーゲン社(米国) 会長兼CEO



司会：世界の医薬品卸を代表して、IFPWの理事を務められている各国の経営者6名をお招きしてヘルスケア産業の将来についてディスカッションしていただきます。早速、質問に入ります。2014年に開催された北京総会以降、各国で起きた変化についてお聞かせください。



中北氏：最初に2015年度についてお話しします。2015年度の日本の医療費は前年度比38%増の41.5兆円、その内、C型肝炎治療薬が与えた影響は約1%でありました。それから消費税の問題ですが、2015

年10月に8%から10%に引き上げる予定は、現在の経済環境を鑑みて2017年4月に延期され、臨時国会で更に2年半先送りとなる2019年10月に再延期が決まっています。それに関して、3年連続の薬価改定は回避されたわけですが、毎年改定の議論は消えていません。それを踏まえて、2015年度の医薬品市場について話しますと、対前年度比8%増の10.8兆円、その内ジェネリック市場は19%増加し、1兆円を超えました。市場全体が増加した最大要因はC型肝炎治

療薬の急伸であり、約5千億円の市場を形成しています。それに対して2016年度は前年割れの96.3%になると予測しています。その内、ジェネリック市場は7.3%増の1.1兆円を超える見込みです。前年を割るのは、C型肝炎治療薬2剤の価格が特例市場拡大再算定により31.7%引き下げられることで、約2千億円の市場が消失される見込みだからです。2017年度は、スペシャリティ医薬品の上市はあるものの、ジェネリック化が進むことで、市場は2015年度と同程度の10.9兆円になると予測しています。尚、バイオシミラーに関しては、高額医療費の公的補助の対象となることが多く患者負担の影響が少ないため、診療報酬制度上の経済誘導がなければそれほど切り替わらないと見られています。

ユリン氏：中国市場で起きた最大の変化は、国家によるヘルスケア改革の推進とテクノロジーの進化です。これが基本的な成長ドライバーとなり医薬品卸・小売業に影響を与えています。その中で、主要取引先である病院の医薬品調達には中央に集約化されつつあり、これが卸業の成長を抑制しています。中国卸は全体で1万社ありますが、現在上位卸3社で市場の40%、100社で80%を占有しています。仲介業者が多いのも中国の特徴です。この過剰供給能力がチャネルを混乱させています。従って、これらの環境変化へ適応するためにチャネルシフトや再編がこれから進むと思います。

ツイッスラー氏：中国市場は絶対的に伸びていますが、それは効率性よりも成長を求めてきた結果であることを加えさせてください。何を申し上げたいかというと、国家による政策は進められていますが、関係する行政機関と財務構造は変わっていないということです。この構造変化が無い限り大きな影響は見られないと思います。それに対して、病院を中心とした民間投資は活発化しています。

バラ氏：北京総会以降、ヘルスケア産業の中で多くのM&Aが起き、ヘルスケアビジネス創出のシナリオが大きく変化しました。ウォルグリーンとアライアンスブーツの合併、アメリソース・バーゲンとの提携は記憶に新しいかと思います。マクロ経済の観点では、英国のEU離脱が重要ですが、今後の動向は読めません。

ハウタニエミ氏：スウェーデンの2年間の変化は、オンラインセールスが成長したことです。現在の市場シェアは約4%ぐらいです。そこに新たな有力企業が参入していますので、この市場はさらに拡大すると思われます。

コリス氏：米国3大卸の株価は売上が伸びているにも関わらず低迷しています。この2年間で、3大卸は共通のコアビジネスを展開しながら、それぞれ異なる戦略を取っています。マッケソンはIT資産の一部を売却して国際化にシフトしていますし、カーディナル・ヘルスは医療用品事業への投資を活発化させています。アメリソース・バーゲンは薬局事業に注力しています。M&Aの考え方が変わってきているということです。このように米卸業界では周辺事業の差別化が起きています。

司会：北京総会からロンドン総会までに各国で起きた変化について話していただきました。では、将来についてお聞きしたいと思います。今後数年間でどのような変化が起きるでしょうか？

中北氏：日本の医薬品市場は、ジェネリック数量ベース80%目標による需要拡大とスペシャリティ医薬品の成長などのカテゴリーチェンジを加味して、2020年までに10兆円半ばの横ばいで推移していくという予測が出ています。ジェネリック市場は、2兆円規模まで拡大する見通しです。その中で、武田とテバの合弁に見られるように、新薬メーカーとジェネリックメーカーがジェネリック市場に対して手立てを打つ動きが起きています。今後のジェネリック拡大に向けて、医薬品卸は売上、利益、コストのバランスを考慮してビジネス展開していく必要があります。スペシャリティ、バイオシミラー、オーファンなどの流通について大手卸は既に取り組んでいます。地域卸が今後どのように流通していくかが課題になると思います。政府が掲げる地域包括ケアシステムに卸が地域の医師会や薬剤師会とどう連携を取っていくかも課題ではないかと考えております。災害時の物流の観点から地域連携について申し上げますと、愛知県では非常災害時の物流センターが5ヶ所から10ヶ所、緊急車両が100台から200台まで倍増されました。災害時対応として地域連携に基づき答申した結果、全国でもトップクラスの備えになったわけですが、このような地域連携が大事になっていくと思います。また、薬剤師会と連携して独立薬局を手助けする取り組みも考えていく必要があります。薬局は大切な資産だという話がありましたが、私も同感ですし、それに対してもっと夢のある経営ができる環境を作っていけるように、我々は声をあげていきたいと思っています。中北薬品は、地域包括ケアに向けて、診療科に特化した部門を編成しています。その中で子育て支援ができるアプリを作成しました。現在3,000人の登録ユーザーがワクチン接種管理、発育

管理、遠隔地の家族と連携可能な機能を利用しています。この仕組みの言語を変えることで世界中に広められるのではないかという期待を持って、関連会社の若手社員は仕事をしています。

ツイッスラー氏：中国政府が推進する医療政策は、2年後には全て失敗したという結果になるのではないかと予測しています。なぜか、それは国民の為の医療財源について全く考えていないからです。段階的な変化は期待できるかもしれませんが、小売、薬局が大躍進することはないと思います。また、オンラインビジネスもそれほど進展せず、医療保険の拡充も時間がかかると思います。しかし、巨大市場の効率化が相対的に進むことで、2年後には資本効率の良い卸のネットワークが確立されることを期待したいと思います。

ユリン氏：中国の病院はプロフィットセンターからコストセンターに転換していくと思います。その過程でアウトソーシングを活用した経営が必要になるため、そこに卸のビジネスチャンスがあると考えています。小売市場はインターネットの台頭により状況が変化しています。オンラインビジネスは短期的に大きな勢力になりますが、薬局は欧米資本と技術を取り入れることで差別化を図れる可能性があります。しかし、医療保険の拡充が遅れていますので、小売にとって苦難の時代が続くと言えるかもしれません。

ハウタニエミ氏：中国と同じようにオンラインビジネスが台頭しているスウェーデンでは、その市場シェアが2年後に10%まで伸びていると予想しています。オンライン処方は今後も進むと思います。フィンランドでは医薬品市場に対する風向きが変わりつつあり、規制緩和が行われる予定です。ヘルスケア産業には、成果ベースの償還を得るための情報収集と保険者の説得が重要になると思います。

バラ氏：欧州では27カ国それぞれ言語、法律が存在するため、今後起きることを予測するのは非常に困難です。欧州主要5カ国の1つ英国ではEU離脱があります。ドイツ、フランス、スペインでは選挙を控えています。これがヘルスケア産業に大きな影響を与える可能性があります。また欧州では薬局に関連する規制が改定される可能性があります。これにより1薬局1薬剤師というトレンドに変化が起きるかもしれません。今後2年で卸の再編は続くと思いますが、一方で独禁法の問題がありますので進まなくなる可能性があります。

◆ジェネリックの行方◆

講演日時：2016年9月16日(金) 11時30分～12時30分

司 会：**マーク・バリッシュ氏** (Mark Parrish)

IFPW 代表

パネリスト：**ペイトン・ハウエル氏** (Peyton Howell)

アメリソース・バーゲン社(米国)取締役社長

ディパンカール・バタチャールジ氏

(Dipankar Bhattacharjee)

欧州テバB.V.社(オランダ)社長兼最高経営責任者

ポール・マクガーター氏 (Paul McGarty)

ルビン社(インド)社長

シラグ・パテル氏 (Chirag Patel)

アムニール社(米国)共同最高経営責任者

マーク・オーウェン氏 (Marc Owen)

セレジオAG社(ドイツ)取締役会長



司会：今後のジェネリックについて医薬品卸・ジェネリックメーカーの代表者4名に議論していただきます。最初にジェネリックに対する皆さんの見方をお聞かせください。

オーウェン氏：ジェネリックを考える上で重要なのはサプライチェーンの完全性と柔軟性、そしてパートナーシップです。医薬品の重複と欠品は企業として許されることではありません。多様化する製品を理解し、地域別に異なる包装単位に柔軟に対応しながら流通チャネルの改善に取り組んでいく必要があります。

バタチャールジ氏：欧州市場は、医療制度改革による継続的な圧力に加え、長寿化により需要が拡大し続けています。我々はその環境下においてパートナーと共に流通チャネルの戦略に取り組んでいます。サプライチェーンの中で共にジェネリックの価値を創造する相手として、医薬品卸とのパートナーシップは当然重要ですが、薬局が果たしている役割も重要だと考えています。

ハウエル氏：ジェネリックのサプライチェーンマネジメントにはコラボレーションが欠かせません。現在、差別化が出来ているのは、このような協力に

よってコミュニケーションと透明性が高まった結果、顧客サービスの向上が図られてきたからだと考えています。大半の処方箋がジェネリックである米国では、コラボレーション/パートナーシップは特に重要であります。

パテル氏：米国のジェネリック市場は950億米ドルまで拡大すると予測しています。しかしコモディティ化が進むことでジェネリックメーカー数は将来的に半減すると思います。

マクガーター氏：先発品・後発品の区別がつかなくなっています。従って、今後は、その中間であるハイブリッドに機会があると考えています。それには、これまでと違った形で様々なパートナーと手を組む必要があります。

司会：パートナーシップ/コラボレーションが重要だという発言を皆さんされました。これについてもう少しお聞かせください。

ハウエル氏：コラボレーションは、まず相互理解から始めなければなりません。そして、医薬品の在庫担保だけでなく、顧客支援や服薬アドヒアランスの担保など、資源を最大限に活用してサービスの最大化を図ることが大事になります。

司会：バイオシミラーについてお聞きしたいと思います。米国ではバイオシミラーの波が押し寄せているという話がありました。米国の状況変化についてお聞かせください。

パテル氏：米国では後発品のない低分子のスペシャリティ医薬品がたくさんあります。今後、様々な剤形・容量の製品が出てくることが予想されますので、卸と小売りのコラボレーションが必須になると考えています。米国ではバイオシミラーの採用が遅れています。しかし5年先にはコラボレーションと医師への普及活動が進むことで、普及率は70%になると予測しています。患者の多くが高額薬剤の支払いに苦労しています。人道的な意味でも重要だと思えます。バイオシミラーの第二の波は我々ジェネリックメーカーになるでしょう。

司会：米市場に関してもう1つ質問させてください。先発・後発でもないハイブリッドという発言がありました。これは価格面だけでなく流通面にも言えるかもしれません。それを踏まえて、これからどのような変化が起きると思いますか？

マクガーター氏：米市場にはもう一つの側面があります。患者、医師、薬剤師にとってオリジナル品は重要な意味を持っています。つまり、バイオシミラーの提供を当然として捉えるのではなく、十分に

把握することが大事だということです。そのプラス要素を見極めてから、ハイブリッドの分野に入っていくことになると思います。現時点でバイオシミラーはジェネリックとは言えません。長期的にはジェネリックになる可能性はありますが、これも流動的です。また、バイオシミラーはジェネリックよりも遥かに大きな投資が必要になります。そしてコスト効率やアクセスの安定も同様に重要であります。

司会：欧州に移ります。欧州は米国と違いバイオシミラーのイノベーションが起きています。では、先発品と後発品の境界が曖昧になっているという観点ではどうでしょう？

マクガーター氏：バイオシミラーはその背景をきちんと理解する必要があります。先発品と後発品の区別はプレイヤー側からすると無いといえます。それだけカテゴリー化が難しいということです。全体的には今後5～8年で50～60社程度のメーカーが参入する可能性があります。今後、開発・製造等の分野でコラボレーションが進むことで、新たな能力が構築されて行くと思います。そうすると患者特化型のサービスが必要になります。そういったサービスにはお金がかかるため、経済的な観点からもパートナーシップは重要になるでしょう。サプライチェーンが果たすべき役割は、ジェネリックのコモディティ化への対応になると思います。

司会：欧州ではバイオシミラーにどのような変化が起きているのか、市場ダイナミズムの観点からお聞かせください。

オーウェン氏：バイオシミラーに関して、欧州では米国のような報酬と償還に関する問題はありません。あるのは適用と信頼の問題です。つまり誰を信頼するかということです。米国にはブランドに対する信頼と医師の情報連携があります。欧州では信頼できる医療従事者の誰かが「OK」と言えば患者は信頼します。その中でも薬局は大変信頼されています。従って、製薬メーカーのパートナーシップも信頼関係が基本になると思います。信頼を獲得できればバイオシミラーの採用は加速度的に進むでしょう。

司会：しかしながら、欧州の一部では、入札制度の導入によって大半がバイオシミラーに切り替わった国があります。この傾向についてどうお考えですか？

オーウェン氏：入札を導入しているドイツでは、調達先を単一（シングルソース）から複数（マルチソース）に変更する傾向が見られます。将来的に小国ではシングルソース、大国ではマルチソースという流れになるかもしれません。北欧諸国を中心に加速度的

に導入された入札は、調達先を絞り込むことで欠品や供給の不安定化という予期せぬ問題が起きています。従って、入札の勢いは鈍化する可能性があります。

司会：最後の質問です。先発品と後発品の境界線が曖昧になりつつある状況において、卸・メーカーの立場から今後の業界全体をどのように捉えているのかお聞かせください。

マクガーター氏：我々は、先発品と後発品を統合した新たなビジネスモデルの構築を始めています。これからの新薬開発は、保険者やパートナーなどの接点を考慮しつつ、より統合的な思考が必要になります。先発品対後発品という構図ではなく医薬品を患者に届けるという観点が大事です。

パテル氏：少し見解は異なりますが、大手先発メーカーは専門領域に特化した製品を市場に投入していくことで生き残れると思います。一方で我々後発メーカーは複雑なジェネリックやバイオシミラーだけでなく新薬も手掛けられるように進化する必要があります。米国のジェネリック市場は頭打ちで競争も激化しているため、単独企業での急成長をこれ以上望めないからです。

バタチャールジ氏：製薬メーカーは、患者のニーズに合わせたビジネスモデルを積極的に取り組んでいく必要があります。市場には、テクノロジー企業などの新たな勢力が参入し始めています。従来のプレイヤーは、柔軟に変化できなければいずれ重大な影響を受けることになるでしょう。

オーウェン氏：10年前の卸は先発品・後発品の違いをそれほど気にしていませんでした。現在はそういった知識を求められています。卸は、薬剤別の対象患者を把握しながらどうやって支援していくかをメーカーと共有しながら考えていかなければなりません。これは10年前になかった議論です。卸とメーカーの関係は大きく変わってきています。そして今後10年、物事はさらに変わると思います。

◆小売と薬局の発展◆

講演日時：2016年9月16日(金) 14時00分～15時00分

司 会：**ジム・ウィットマン氏** (Jim Whitman)
米チェーンドラッグストア協会
会員向け会議&サービス担当(米国) シニア・バイ
スプレジデント

講演者：**ジム・ソン氏** (Jim Song)
華潤医薬集团有限公司(中国) アシスタント・プレ
ジデント



中国の小売・薬局市場について報告します。中国の薬局の歴史は1940年代まで遡ります。1949年に初の個人漢方薬局が開業しました。2015年末時点、約44万8,000店の薬局があり、その数は年率10%の勢いで増加しています。1店舗当たり平均3,000人をカバーしています。地理的にはバラツキがあり、東部、南西部、中央部に集中しています。薬局が主に取り扱っているのは、TCM(漢方薬)、ヘルスケア用品、OTCであります。処方薬は主に病院経由で取り扱われており、医療用医薬品市場の8割を占めています。薬局は2割程度ですから、現段階では主要チャネルとはいえません。薬局市場の45.7%を占めているがチェーン薬局です。売上上位5社の市場占有率は10.3%、100社で3割程度であります。

中国の薬局は今後、国家の医療制度改革による医薬分業推進や医療保険の適用拡大により、処方薬の売上増加が見込まれています。地域薬局が果たす役割は高齢化や慢性病患者の増加が相まって大きくなると思います。そして薬局市場は、2020年末に5,310億元規模まで拡大すると予測しています。また、市場競争により統合が加速することで、効率と質を高めた大手チェーン薬局が台頭していくことが考えられます。

講演者：**ポール・マルダー氏** (Paul Mulder)
キコルプ社(ペルー)ディレクター

講演者：**トム・ブリスコック氏** (Thom Blischok)
ニールセン社(米国)戦略コンサルタント

小売・薬局の将来について話をしたいと思います。我々は、ヘルス&ウェルネス(H/W)が今後の小売の成長ドライバーになっていくと考えています。H/Wにはテクノロジーによるイノベーションがかかせません。ウェアラブルなモニタリング・ヘルスチェック機器などの生活改善・予防に特化したデバイスがこれから重要になります。「Food-cuticals」という食品(Food)と医薬品(Pharmaceutical)を合わせた言葉があります。これは、処方薬の3D/4Dプリンターや体内に埋め込むマイクロマシンといったH/Wの可能性

を相対的に表しています。このFood-cuticalsが、感染症予防に大きく貢献することが期待されています。テクノロジーの進化は遠隔医療 (Telemedicine) を標準診療に変えてしまうかもしれません。米国民の46%以上がH/Wにデジタルを活用しているという統計があります。そしてこの市場は巨大な市場になることが予測されています。この時代に向けて、小売・薬局は既存のビジネスモデルを変更し、より戦略的に投資していくことが重要になります。

講演者：**ランデー・エデカー氏** (Randay Edeker)
ハイビー社(米国)会長、社長兼最高経営責任者

米アイオワ州を拠点に中西部で小売事業を展開しているハイビーの取り組みを通して、今後の業界の発展について話していきたいと思います。ハイビーは従業員が所有する企業です。地域医療を重視していきまして、薬局店舗だけでなくアプリを利用したオンライン薬局や24時間利用可能なセルフサービスの遠隔調剤薬局などのサービスを患者に提供しています。専門特化型としては、スペシャリティ薬局と栄養カウンセリングを重視した薬局事業を展開しています。栄養士を配置している店舗では、フルタイムの栄養士が、疾患に応じた食事療法のアドバイスを行っています。薬局だけでなくクリニック事業も展開しています。クリニックでは病診連携の推進、遠隔医療の導入、移動式医療ユニットの配置などにより幅広いケアを可能にしています。急成長している分野は、ヘルスマーケット事業です。多くの自然・オーガニック食品とグルテンフリーの商品を扱っています。社会的責任として、目的のあるブランドになること、そして誰も見ていない時こそ正しいことを実行するということをモットーに活動しています。

◆メーカーの観点—GSK◆

講演日時：2016年9月16日(金) 15時00分～15時30分
講演者：**エマ・ワームスレイ氏** (Emma Walmsley)
GSK社(英国) コンシューマーヘルスケア事業 最高経営責任者



◆メーカーの発展と将来◆

講演日時：2016年9月16日(金) 16時00分～16時45分
司会：**ルネ・ジェニー氏** (Rene Jenny)
欧州医薬品フルライン卸協会 (GIRP) (ベルギー) 代表

パネリスト：**ル・ダラゴ氏** (Lou Dallago)
ファイザー社(米国) バイスプレジデント
カール・デンプシー氏 (Carl Dempsey)
J&J社(英国) 顧客開発事業 地域担当副社長
アンドリュー・ガーデン氏 (Andrew Garden)
P&G社(英国) グローバル薬局&医薬品チャネル担当 バイスプレジデント

司会：医薬品のサプライチェーンは2020年に向けて細分化・差別化が進み、川上・川下の2方向へのデータの流れに変化が起きると推測されます。最初に、戦略的観点からサプライチェーンのあるべき姿について皆さんの考えをお聞かせください。

ダラゴ氏：重要なのは患者から始めるということです。流通チャンネルと製品は多様化していますので、患者を起点に逆算して可能性を理解していく必要があります。データの統合も大事であります。複数存在するデータをパートナーシップによって適切な意思決定ができるように変えていく必要があります。

ガーデン氏：細分化・差別化という話がありましたが、それにはテクノロジーの介在が不可欠です。インターネットの世界的な普及により、オンライン取引が拡大するだけでなく消費者ニーズも多様化しています。消費者は必然的にヘルスケア産業に対しても同水準のサービスを求めてくることが予想されます。従って、テクノロジーをベースとした専門特化や統合化が今後10年で大きく進展していくと思います。

司会：メーカー・卸のコラボレーションによって、サプライチェーンの課題を改善可能なレベルまで引き上げることは可能でしょうか？

デンプシー氏：我々はサプライチェーンをなるべく効率的なものにしていきたいと考えています。メーカーは卸との協力関係を強化するための投資を行っています。市場は大きく変化していますので、固定観念を捨て柔軟に対応していかなければなりません。そのためには、信頼とコラボレーションが重要になります。

司会：財政的な観点から質問させてください。各国の政府・保険者の財源は減少傾向にあります。そして、ヘルスケア産業に対する要求水準は年々高まっています。サプライチェーンのパートナーはこの変化にどういった役割を果たし得るのか考えをお聞かせください。

ダラゴ氏：各国の償還圧力が高まる一方で、コストは上昇しています。大事なのは成果をどう証明するかです。そのためには患者の視点から見るのが大事であり、サービスや情報の提供により服薬アドヒアランスを向上させるなど、サプライチェーンのプレイヤー全体の協力が必要です。

司会：上市後の償還圧力に対してどのようなアプローチをされていますか？

デンプシー氏：新薬に限らず全ての製品に圧力がかかっています。従って、全体的な問題解決が必要になります。患者のコンプライアンスを意識しながら価格に対する理解を深めていくことが重要です。

司会：サプライチェーンにおける全てのサービスや製品の全体的な利益に対して問題は起きていますか？

ガーデン氏：全体で公平公正に利益を割り当てる方法を常に考えています。最終的には参加者間の交渉次第ということになりますが、共に勝利を得るには協力が必要です。

司会：サプライチェーンにおいてデータ管理は大変重要です。この分野で、サプライチェーンが改善すべき課題は山積みです。当然ながら機密性を意識しなければなりません。では、様々なデータニーズに 대응していくために必要なことは何かお聞かせください。

ダラゴ氏：一番重要なことはプライバシーに関する全ての要件を守らなければならないということです。流通データの管理はそれほど問題にならないと思います。しかし、患者データとなると守秘義務などの法的課題がありますので、別に考えなくてはなりません。サプライチェーン全体でどのように患者データを集めるかが課題です。

司会：メーカーと卸が互いに協力することで患者に対するサービスは改善されますか？

ガーデン氏：これを達成できれば産業界そのものが抜本的に変わると思います。当然ながら秘密性・機密性を確保することが前提になります。しかし、機微な情報に触れずに必要な情報を集積して有用なデータに変換するなどの方法があってもいいと思います。システム構築する上で一定レベルのリスクを取る覚悟も必要です。現在多くの資本がデータ収集管理に投入されています。サプライチェーン全体で課題解決していく、それが原則になります。

司会：次世代製品を提供する上で、こういったデータ交換が将来必要になると考えますか？

デンプシー氏：やはりコンプライアンスと守秘性が

重要だと思います。新製品は次々と開発されています。より情報共有が必要になるということです。改善していくにはお互いの信頼が重要になりますが、現在できていません。このような壁を取り除いて協力していくことが重要だと思います。

司会：最後の質問です。最適なコラボレーションを実現するために、最も期待していることは何ですか？

デンプシー氏：バリューチェーンにおけるそれぞれの重要な役割を認識して互いに信頼することが大事です。コンプライアンスを維持しながら効率化を高めていかななくてはなりません。

ガーデン氏：メーカー側は財政面から直販モデルの選択を余議なくされる場合があります。理想的なのは卸経由の流通チャネルであることには間違いありません。将来的なデータの統合を考えた場合、メーカー・卸・薬局のスキームで進めることが最善であると考えているからです。努力を結集して共に勝利を得ることを願っています。

ダラゴ氏：患者中心型のコラボレーションを考えていくことが大事です。そうして様々な壁を払拭しながら、より高い次元の支援やサービス、情報提供を実現していく必要があります。

◆総括／閉会挨拶◆ 主催者挨拶

講演日時：2016年9月16日(金) 16時45分～17時00分
講演者：マーク・パリッシュ氏 (Mark Parrish)
IFPW代表

本総会を通じて、パートナーシップとコラボレーションの重要性について多くの方が強調されました。今後、バイオシミラーが新たな波として大きなイノベーションが起きる、薬局が地域社会におけるヘルスケアのハブになるということ、そして患者と接点を持つテクノロジーが非常に重要なツールになるという話がありました。しかし、各国政府の医療費削減に対するコストの圧力は引き続き大きな課題として残ります。その中で、ヘルスケアの中核を担う医薬品卸が、サプライチェーンの中で患者に提供している重要な役割について改めて認識されたと思います。会議に参加していただきありがとうございました。