

IFPW第22回 2018年ワシントン総会

講演要旨

[テーマ] 効率的な医療提供パートナー

本特集では、「効率的な医療提供パートナー」をテーマに2018年10月11日(木)～12日(金)の2日間行われたビジネスセッションのうち、1日目の開会の挨拶、講演「世界の業界動向」、2日目のパネルディスカッション「グローバルヘルスケアにおける流通の未来」を掲載する。

第1日目 2018年10月11日(木)

《開催の挨拶》

講演日時：10月11日(木) 9時00分～9時15分

講演者：スティーブ・コリス氏 (Steve Collis)
Chairman, President & CEO, AmerisourceBergen Corporation
マーク・パリッシュ氏 (Mark Parrish)
President IFPW



コリス氏



パリッシュ氏

グローバル全体においても同様の状況と思いますが、ご存知のようにアメリカの医療においても課題が多く挙がっています。政治の面では透明性など薬価に関する話題が多く、それ以外においても医療制度の役割や企業の統合、患者のための有効的なテクノロジーの活用などが重要な点として挙がっています。また、我々のはかつてないほど変化の非常に激しい時代にあります。

そのような状況下において、本総会では魅力的な演題を揃えることができました。本総会にご出席頂いた約200名の方々が、本日から2日間満喫して頂ければと思います。

《世界の業界動向》

講演日時：10月11日(木) 9時15分～10時30分

講演者：ダグ・ロング氏 (Doug Long)
VICE PRESIDENT, INDUSTRY RELATIONS
IQVIA
ペア・トレイン氏 (Per Troein)
VICE PRESIDENT, STRATEGIC ALLIANCES,
EMEA IQVIA



ロング氏



トレイン氏

世界の業界動向として「マクロ指標」や「変化するイノベーター」、「ジェネリック・バイオシミラー」、「ネットプライス」、「電子商取引」の5つの観点について解説します。

最初に、「マクロ指標」についての解説です。世界の医薬品市場は2018年6月MAT(移動一年)で9,950億ドルに達していますが、2014年から成長は鈍化しています。“C型肝炎バブル”後の成長率は1桁前半に落ち込んでいます。また、プライマリ医薬品の成長率は低いものの、スペシヤリティ医薬品については持続的に成長をしています。地域別に見ますと、2018年の米国は回復基調となっており、北米市場全体では4,750億ドルとなっています。アジア・オーストラ

リア (APAC) 市場について、中国は成長率が低下、日本は停滞していますが、先進国と新興国とは異なった状況になっており、市場全体では2,250億ドルです。欧州は“C型肝炎バブル”の影響が強かったものの、スペインやイタリアが市場の成長を牽引し、市場全体で2,110億ドルまで成長しました。ラテンアメリカについては2017年まで急成長していたものの、ベネズエラの経済危機の影響があり、市場は330億ドルに縮小しています。アフリカ・中東 (AFME) ではエジプトの価格上昇が市場成長に寄与し、160億ドルまで成長しました。成長要因としては、医療アクセスが不十分な地域での発展や人口増加・高齢化、アンメットニーズの高い領域への新しい治療の導入、価格上昇の4点が挙げられます。

続いて、「変化するイノベーター」と題して発表します。北米や欧州において、スペシャリティ医薬品は非常に高いシェアを占めており、成長率も高くなっている状況です。一方、APACやAFMEではプライマリ医薬品の成長率の方が高くなっています。先進国におけるスペシャリティ医薬品は、癌や自己免疫疾患治療薬が主であり、癌免疫の薬剤である免疫チェックポイント阻害薬については2020年までに全世界で200億ドルに達すると予測されています。なお、プライマリケアにおいてもバイオ医薬品の開発は進んでおり、サプライチェーンにおける機会創出となります。オーファンドラッグに関してですが、欧州の中でも国によって発売されている製品数は異なり、ドイツなどの製品数の多い国の半数にも満たない国も散見されます。オーファンドラッグは予算への影響が大きいと言われていますが、欧州全体で見ますと、シェアは3.5%と比較的低い状況となっています。多くの場合、欧州ではスペシャリティ医薬品は病院で使用されていますが、スペシャリティ医薬品の浸

透により、従来のフルライン卸のシェアが縮小しています。米国のスペシャリティ領域の卸は様々なサービスを担っており、中には流通や金融、規制、データサービスが含まれています。中には、患者や医療従事者のサポートや償還サポート等も行う場合もあります。スペシャリティ領域は、卸に対しても成長の機会があると考えられます。オーファンドラッグについても在庫コスト等の課題もありますが、スペシャリティ領域と同様にこちらも卸の成長の機会があると考えられます。

続いて、「ジェネリック・バイオシミラー」について解説します。世界的に見て、数量の観点からは低分子の領域はジェネリックが支配していると言えるでしょう。ただし、価格の下落があることから、金額で見た場合には結果は異なります。先進国ではいずれの国もジェネリックの浸透は飽和状態になっていますが、日本には更なる浸透の余地が残されています。米国では、2015年以降ではジェネリックの価格は低下しています。2017年は多くのジェネリックが承認され、2018年は更に多くの承認が予想されています。多くの国において、ジェネリック企業は増加しています。例えば、主要EU 5か国 (EU5) でのジェネリック企業数は2008年では156でしたが、2018年には208にまで増加しています。一方、日本においては75から82と顕著な変化は見られません。ジェネリック大手10社のシェアは2012年に32%でしたが、2018年には24%と低下しています。インドの企業が初めて上位5社に名を連ねましたが、いつ中国の企業が上位に入るか注目です。今後の卸としては、コスト効率の高いモデルの構築等を検討する必要があると考えられます。

次にバイオ医薬品についてですが、バイオ医薬品は全市場の売上の1/4を占めています。米国や欧州では3割ほどを占めています。ただし、バイオシミラーはバイオ医薬品の1.7%に留まり、欧州で見ても5%と限定的です。売上規模の大きいバイオ医薬品の特許は既に切れているか、もしくはもうすぐ切れる状況です。ヒュミラの特許はもうすぐ切れる予定であり、様々な企業の参入が想定されます。製薬企業別のバイオシミラーの開発製品数を見ますと、多くの企業が数多くの製品を開発しているのが分かります。名前を聞いたことがない企業もたくさんあります。また、上位にはインドの企業が入っています。ブロックバスターだけでなく、希少疾患領域におけるバイオシミラーの開発も進んでいます。バイオシミラーの浸透は製品や国によって異なっており、EU5



ではバイオシミラーの受容が比較的進んでいます。今後の卸としては、流通過程における温度管理やトレーサビリティに関するイノベーションや患者サービスの検討等も肝要と示唆されます。

そして、「ネットプライス」について解説します。米国では48%前後という非常に高いリベートが存在し、欧州の多くの国においてもリベートは一般的なものとなってきました。個々のリベートは開示されていませんが、学術的な調査は幾つか行われており、将来成長への影響を推計しているものもあります。米国において政府からの価格に対する議論が活発にされているため、価格の透明性報告書を開示した製薬企業や価格の増加を1桁%台に抑えると公表した企業があります。欧州では、各国でのリストプライスやネットプライスの高さはそれぞれ異なっています。

最後に、「電子商取引」についてお話しします。ヘルスケア市場はアマゾンにとって魅力的な市場となっており、今年は様々な動きが見られました。モルガン・スタンレーの報告書によると、アマゾンは2018年1月に従業員への低コストの医療サービスを提供することを目的とし、JPモルガンおよびパークシャー・ハサウェイと新会社を設立、2018年2月にはOTC (Basic Care) の発売、6月にはPillPackの買収などを実施しています。アマゾンのPillPack買収は、既存のサプライチェーンを破壊する可能性があると言えます。投資家も同様の懸念を持ち、買収時には主要な薬局の株価が下がる結果となりました。欧州では、ほとんどの国で少なくともOTCのオンライン販売が可能となっており、各国のオンライン販売は2020年に向けて更に成長すると予測されています。患者は、新たなテクノロジーや電子商取引を活用することで、例えば患者教育、アドヒアランスの確認、自己診断、薬剤の注文等を実施していくことになると考えられます。2022年までの変化の兆しとして、実臨床におけるリアルワールドデータの使用に関するガイドや次世代バイオ医薬品の開発、スペシャリティ医薬品の成長、中国等の成長鈍化などが挙げられます。市場規模の観点では、2022年までに世界の医薬品市場は年率3~6%で成長していくと予測しています。

第2日目 2018年10月12日(金)

《グローバルヘルスケアにおける流通の未来》

講演日時:10月12日(金) 16時00分~17時00分

司会: **ダグ・ロング氏** (Doug Long)
VICE PRESIDENT, INDUSTRY RELATIONS,
IQVIA

パネリスト: **中北 馨介氏**
中北薬品株式会社 代表取締役社長(日本)
ユアン・グエラ氏 (Juan Guerra)
Senior Vice President, Managing Director
of International Wholesale, Walgreens Boots
Alliance (欧州)
ジュンペイ・チェン氏 (Junpei Cheng)
Deputy director, China Association of
Pharmaceutical Commerce (中国)
ボブ・マウシュ氏 (Bob Mauch)
Executive Vice President & Group President,
Pharmaceutical Distribution & Sourcing
AmerisourceBergen Corporation (米国)
トム・ヴァンモルコット氏 (Tom Vanmolkot)
SVP Client Development, Data Analytics and
QA, Zuellig Pharma (アジア)
エリアス・サロモン氏 (Elias Salomon)
CEO, Farmacos Nacionales SA de CV (メキシコ)



司会: 本総会では米国市場に関する演題が多かったのですが、日本の状況についてお教え下さい。日本ではどのような課題がありますか。

中北氏(日本): 日本においても偽造医薬品が流通してしまったこと、近年は災害大国になり医薬品卸が日夜努力して医療用具をデリバリーしていること、また政府の薬価制度抜本改革で毎年薬価調査と薬価改定が実施されることが挙げられます。また、消費税の増税に伴って来年10月か4月に薬価の改定があるかもしれません。ある大学教授との話では、社会保障費という観点から医療費の伸び率が非常に高く、その中でも目立つ薬が今後叩かれていくだろうという話がありました。また、財務省では2025年までのプライマリーバランスに関して、薬だけではないが目立つところからカットされるのではないかと



話があるようです。市場変化に伴い、卸の収益確保の構造変化が厳しく、今後日本市場でも伸びているスペシャリティ医薬品を見据えつつ、ジェネリック市場の変化を見ながら今まで以上に問屋のスタンス、スタイルをしていくことが重要です。電子商取引、アマゾンの話も挙がっていますが、テクノロジーの変化も医薬品卸のビジネスチャンスになっていくのではないのでしょうか。IoTやAI等を踏まえた業務改善やコスト構造と効率構造とのバランスをどのようにとるかがビジネスチャンスになるかもしれません。地域包括ケアシステムのネットワーク確立や遠隔診療にもチャンスがあるのではないかと考えています。

司会：続いて、米国で直面している課題についてお教え下さい。

ボブ氏(米国)：医療費の増加、医療関連企業の垂直統合や合併が起きています。政府が医薬品の価格に介入する動きが今後見られるかもしれません。ジェネリックのデフレ、バイオシミラーの浸透が進んでいないことも課題として挙げられます。変化が多く、物事が早く動いている状況です。

司会：米国市場に関するご意見やメキシコ市場についてお教え下さい。

エリアス氏(メキシコ)：米国市場は成熟してうまく機能していると思っている方もいらっしゃるかもしれませんが、課題や変化も多いと思いました。各国にはそれぞれの課題があり、各国でベストな医療を提供しようとする動きを聞くことができました。メキシコについては、予算が制限されている状態が何年も続きましたが、新しい政権はより多くの予算をヘルスケアに充てるとしており、大きな機会だと思います。スペシャリティ医薬品が今後主流になると思いますし、バイオシミラーの開発も進んでいます。薬局チェーンについては4、5つに集約され、独立系の薬局はかなり苦労しています。卸についても、

経営破綻は続いていまして、今後4番目くらいの規模の卸が経営破綻をするかもしれません。

司会：アジアや欧州はいかがでしょうか。

トム氏(アジア)：我々は発展途上国や新興国、先進国の3つの市場で事業を展開しておりますが、規制環境や海外企業の勢力も市場によって状況は異なっています。アマゾンはどの演題でも話に挙がっていますが、アジアにおいてはアリババ等の中国勢の方が注目を浴びています。

ジュンペイ氏(中国)：中国には卸売業者が1万3千以上あります。一次卸が60~200業者、二次卸が300程度あり、四~五次卸まであります。大手が小さな企業を吸収し、5年後には6~7千社が残ると思います。そのうち、10%つまり700社が市場の80%を占めます。さらに上位10社が中国全土をカバーし、その中の5社程がビッグプレーヤーとなります。また、10~20社が30都市をカバーします。小売は44万軒あり、チェーンストアがそのうちの50%以上を占め、更には買収を進めています。価格コントロールを目的とした病院側への政策として、ゼロマージンポリシーがあり、病院は薬の売上で儲けてはいけないうり決めがあります。ただし、リベートは存在します。このような構造はまだ安定していません。電子商取引についてですが、24時間営業を行い、遠隔医療も可能な薬局もあります。患者は電話で薬剤師とコミュニケーションがとれますし、保険で全てカバーされています。アリババは約2万軒の小売を昨年買収しました。フルタイムのデリバリー企業もあり、各店舗の在庫をアプリで把握し、すぐに薬を受け取れるシステムを構築しています。一方、温度管理が不十分なワクチンの流出問題も起きており、品質管理は大きな課題となっています。

ユアン氏(欧州)：我々は欧州のほぼ全ての国で事業を展開しています。欧州全体として言及することは難しいのですが、医療費抑制の圧力は各国で散見されます。また、偽造薬についても課題のひとつです。資本の支出を抑制しなければ、株主に対して配当を支払えない状況となっています。今後は、スペシャリティ医薬品の事業が増えると思います。重要なことは変化を受け入れることであり、そして変化を刺激して自身も業界を進展させることだと思います。製薬企業や独立系薬局と提携することも重要ですし、それにより価値を創出することができると思います。

トム氏(アジア)：AIを活用した医療コンサルタントを行い、医師の予約やデリバリーを担うシステムがあり、各国で展開していこうと思います。

司会：その他にどのような機会があるでしょうか。

エリアス氏 (メキシコ)：電子商取引に取り組んで新しいサービスを提供することに大きな機会があると思います。我々は宅配事業を確立したいと思います。

トム氏 (アジア)：我々は規模を活用することにも機会があると思います。他の薬局ができないことも、我々ならできることがあります。また、デジタル化による業務の改善もできると思います。このように各市場の状況に応じ、インフラ、デジタル、ソリューションのそれぞれに注力しようと思います。

ユアン氏 (欧州)：独立系の薬局について重要なのはコミュニケーションです。独立系では患者に対しても丁寧なケアを提供することができます。そして地域に根ざした薬局は、地域社会に信頼されますし、そうすると他の会社にとって代わられることはありません。

司会：患者、消費者がますます中心的な役割を今後果たすことになると思います。イタリアではチェーン薬局はどうですか。

ユアン氏 (欧州)：イタリア、スペイン、ドイツ、フ

ランスでは法的にチェーン薬局はできなかったのですが、イタリアでは1年前に可能になりました。ただし、実際には今後5年程はかかると思います。

エリアス氏 (メキシコ)：アマゾンと話す機会があり、スペシャリティ医薬品の流通について交渉したことがあります。その際に15%の margins を要求されました。そのような市場でないことを理解せずに交渉してくるようでは、アマゾンはなかなか参入できないと思います。

