

感冒関連用薬、アレルギー用薬、生活習慣病関連用薬、毛髪用薬、眼科用薬など
一般用医薬品8カテゴリー36品目の国内市場を調査
加えて、全体市場を総括分析

— 注目市場 —

鼻炎治療剤（内服）、点鼻薬はスイッチOTCがけん引し好調

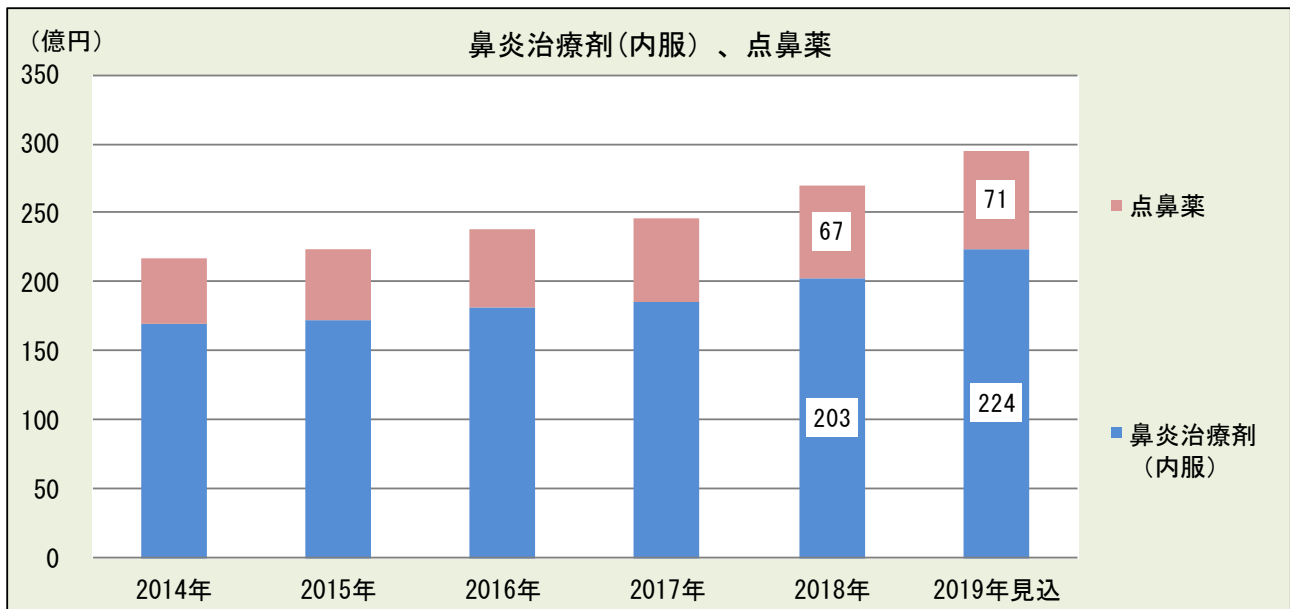
■国内一般用医薬品市場（全体市場）は2019年に2018年比1.8%増の6,769億円の見込

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 清口 正夫 03-3664-5811）は、国内一般用医薬品市場の現状把握を目的に、感冒関連用薬、アレルギー用薬、生活習慣病関連用薬、外皮用薬、毛髪用薬、生活改善薬、環境衛生用薬、眼科用薬、8カテゴリー36品目を調査した。

その結果を「2019 一般用医薬品データブック No. 2」にまとめた。また、「2019 一般用医薬品データブック No. 1」にまとめた9カテゴリー40品目の市場調査結果を加えて分析した、一般用医薬品の全体市場やリスク分類別市場、スイッチOTC市場の結果についても提示している。

<注目市場>

1. 鼻炎治療剤（内服）、点鼻薬



鼻炎治療剤（内服）は花粉症患者の需要が大きく、市場は花粉の飛散量や飛散期間に左右されていたが、2011年に「アレジオン10」（エスエス製薬）、2012年に「アレグラFX」（久光製薬）がスイッチOTCとして発売され、取扱店舗が増加し、店頭露出と認知度の高まりとともに、近年は拡大を続けている。2018年の市場は花粉の飛散量も多かったことから大幅に拡大し、200億円を突破した。

スイッチOTCの認知度の高まりとともに、需要開拓が順調に進んでいる。また、大容量タイプがユーザーを囲い込んでいる。潜在するアレルギー患者は多く、参入企業による積極的な取り組みが続けば、今後更なる市場成長が期待される。

点鼻薬は花粉やハウスダストなどによるアレルギー性鼻炎の緩和に使用される。鼻炎治療剤（内服）と同じく花粉

症患者の需要が大きい。市場は花粉の飛散量や飛散期間に左右されていたが、2015年のオキシメタゾリン配合製品のリスク区分引き下げ（第1類から第2類へ）とともに展開企業が注力度を高めたことにより需要開拓が進んだ。患部に直接作用するため効果の実感が得やすく、鼻炎治療剤（内服）やアレルギー用点眼薬との併用提案、インバウンド需要の取り込みなどあって、市場は高成長が続いている。2018年は上位企業を中心に積極的なプロモーションや新製品投入・リニューアルなどテコ入れが見られ、市場は前年比二桁近い拡大となった。

今後は医療用医薬品で多くの処方実績があった「フルナーゼ点鼻薬 <季節性アレルギー専用>」（グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン）が一般用医薬品としての承認を取得したことから、発売後は大きな需要を獲得すると期待される。

2. 育毛剤

2018年	2019年見込	2018年比
192億円	205億円	106.8%

市場は1999年に「リアップ」（大正製薬）が発売されて急拡大し、一時300億円規模となった。その後縮小が続いたが、2010年に「リアップ」が日本皮膚科学会のガイドラインで男女共に奨励度Aとなったことに加え、大正製薬による継続的な啓発活動の成果もあって、2013年に拡大へ転じている。

2018年は「リアップ」の後続品となるミノキシジル配合製品がアンファーやロート製薬などから発売され、市場はそれらの実績がほぼオンされるかたちで前年比二桁増となった。しかし、2019年以降は競合が本格化していくとみられる。一方、後続品には、先発品にはない比較的若年層をターゲットとする動きも見られ、ユーザー層の裾野の広がりも期待される。

3. 目薬

2018年	2019年見込	2018年比
602億円	624億円	103.7%

市場は、2010年前後は低調であったが、近年は高付加価値製品の投入とプロモーション、インバウンド需要の高まりにより、年によっては前年比二桁増を見せるなど、順調な推移が続いている。

2018年の市場はインバウンド需要が落ち着きつつあるものの、花粉の飛散量が多かったことによりアレルギー用点眼薬が伸びたこと、高付加価値製品が引き続き順調であることから拡大を維持した。

参入企業の注力は高付加価値製品に集中している。今後も高付加価値製品の投入と積極的なプロモーションにより市場拡大が予想される。

<調査結果の概要>

■国内一般用医薬品市場（全体市場）

2018年	2019年見込	2018年比
6,652億円	6,769億円	101.8%

今回の8カテゴリー36品目の市場調査結果に、「2019 一般用医薬品データブック No. 1」にまとめた9カテゴリー40品目の市場調査結果を加えた、国内一般用医薬品の全体市場は2018年に2017年比2.1%増の6,652億円となった。2019年には2018年比1.8%増の6,769億円が見込まれる。

2018年の市場をカテゴリー別にみると、ビタミン剤ではビタミンB₂主薬製剤やしみ改善薬（ビタミンC主薬製剤を含む）といった美容関連がインバウンド需要の恩恵もあり好調であった。滋養強壮保健薬では造血剤が積極的なプロモーションにより薬効認知が向上して前年比二桁増となった。胃腸・消化器官用薬では便秘薬が酸化マグネシウム配合製品の実績増により伸びた。ドリンク剤は市場縮小が続いているが、製品面でのテコ入れにより底打ち感も見られる。感冒関連用薬では総合感冒薬がパーソナルユースの症状別製品の好調により、また、解熱鎮痛剤が高付加価値製品の投入やインバウンド需要により伸長した。アレルギー用薬では鼻炎治療剤（内服）と点鼻薬がスイッチOTCの実績増や花粉飛散量の増加により高い伸びを示した。外皮用薬では気候要因によって鎮痒剤や乾燥皮膚用薬、あかぎれ用薬といった季節商材が苦戦を強いられたが、皮膚治療薬が新たな使用シーンを提案する新製品の実績が上乗せされて伸びた。育毛剤は「リアップ」の後続品が投入され、伸長した。目薬は高付加価値製品の投入やプロモーションにより伸びた。

<調査対象>

X. 感冒関連用薬	52. 肥満防止剤	66. 口唇ヘルペス治療薬
41. 総合感冒薬	53. 血清高コレステロール改善薬	67. 外用消炎鎮痛剤
42. 風邪滋養内服液	54. 中性脂肪値改善薬	XIV. 毛髪用薬
43. 葛根湯液	55. 強心剤	68. 育毛剤
44. 解熱鎮痛剤	XIII. 外用用薬	XV. 生活改善薬
45. 鎮咳去痰剤（トローチ・ のど飴タイプ）	56. 鎮痒剤	69. 禁煙補助薬
46. 鎮咳去痰剤（経口服用タイプ）	57. 乾燥皮膚用薬	70. 頻尿・尿もれ改善薬
47. 含嗽剤	58. あかぎれ用薬	71. 催眠鎮静剤
48. 殺菌塗布剤	59. 皮膚治療薬	72. 眠気倦怠防止剤
XI. アレルギー用薬	60. 外用殺菌消毒剤	73. 足のむくみ改善薬
49. 鼻炎治療剤（内服）	61. 救急絆創膏	XVI. 環境衛生用薬
50. 点鼻薬	62. 液体絆創膏	74. 殺虫剤
51. 抗ヒスタミン剤	63. 水虫薬	75. 消毒剤
XII. 生活習慣病関連用薬	64. イボ・ウオノメ薬	XVII. 眼科用薬
	65. ニキビ用薬	76. 目薬

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業および関連企業・団体などへのヒアリングおよび関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間>

2019年3月～7月

以上

資料タイトル	： 「2019 一般用医薬品データブック No. 2」	
体裁	： A4判 349頁	
価格	： 書籍版 150,000円+税	
	PDF+データ版 160,000円+税	
	書籍/PDF+データ版セット 180,000円+税	
	ネットワークパッケージ版 300,000円+税	
発行所	： 株式会社 富士経済	
	〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町1番5号 PMO日本橋江戸通	
	TEL：03-3664-5811（代） FAX：03-3661-0165	
	URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail：info@fuji-keizai.co.jp	
調査・編集	： 東京マーケティング本部 第三部	
	TEL：03-3664-5821 FAX：03-3661-9514	
この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL： https://www.fuji-keizai.co.jp/press/		