

滋養強壯剤や胃腸薬などの国内市場を調査

新型コロナ流行の影響を受け2020年は一部を除いて苦戦。2021年は回復に向かう

—2021年国内市場見込（2020年比）—

■滋養強壯保健薬 286億円（0.4%増）

～ブランド力のある製品を中心に、特に滋養強壯剤や薬用酒で需要が増加～

■胃腸・消化器官用薬 658億円（1.5%増）

～新しい生活様式による体調不振に対応し、便秘薬や痔疾用薬が新たなユーザーを取り込む～

■ミニドリンク剤 319億円（5.6%増）

～2020年の前年の二桁縮小からはやや持ち直すも、市場は低水準が続く～

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、新型コロナウイルス感染症の流行に伴う、海外からの渡航制限によるインバウンド需要の消失や、外出自粛、飲食店の利用制限などの影響を大きく受けている一般用医薬品の内、ドリンク剤、ビタミン剤、滋養強壯保健薬、検査薬、女性関連薬、神経用薬、胃腸・消化器官用薬、オーラルケア関連用薬、漢方・生薬製剤の9カテゴリー39品目の市場を調査した。その結果を「[2021 一般用医薬品データブック No.1](#)」にまとめた。

<注目市場>

■滋養強壯保健薬

	2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
全体	285億円	95.0%	286億円	100.4%
滋養強壯剤	128億円	94.8%	129億円	100.8%
薬用酒	89億円	102.3%	90億円	101.1%

※滋養強壯剤、薬用酒は全体の内数

滋養強壯剤、薬用酒、強肝解毒栄養剤、カルシウム剤、造血剤を対象とする。2020年の市場は、新型コロナ流行の影響による外出自粛などに伴う購買機会の減少などから縮小した。しかし、健康維持に対するセルフメディケーション意識の向上に伴いブランド力のある製品を中心に消費者の関心は高まっており、加えて、ドラッグストアでの取り扱いも増えていることから、滋養強壯剤や薬用酒では実績を伸ばした製品もみられた。2021年の市場は、薬用酒の続伸、滋養強壯剤や強肝解毒栄養剤が回復に向かうことにより、前年比微増が見込まれる。

滋養強壯剤は、継続的な服用によって健康維持を図る保健薬であり、販売チャネルとして個人薬局の位置付けが高い。2020年は、新型コロナの影響による外出自粛などで、個人薬局への来店が減少したため苦戦した。一方で、健康相談の機会が増え、その際に滋養強壯剤が推奨されて購入につながるケースもみられた。2021年は、近年盛り上がりを見せる生薬をキーワードに底堅い需要を取り込むとともに、前年から増えている健康相談の機会を有効に活用することで、前年比プラスになるとみられる。

薬用酒は、2020年はコロナ禍における健康維持の自衛策として注目度が高まり、ドラッグストアが積極的に店頭陳列を進めたことにより伸びた。2021年も上位メーカーが店頭販売に力を入れていることや、個人薬局などの健康相談で推奨される機会が増えており、続伸が期待される。

■胃腸・消化器官用薬

	2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
全体	648億円	94.9%	658億円	101.5%
総合胃腸薬	208億円	91.6%	213億円	102.4%
便秘薬	162億円	100.6%	164億円	101.2%
痔疾用薬	89億円	102.3%	91億円	102.2%

※総合胃腸薬、便秘薬、痔疾用薬は全体の内数

総合胃腸薬、健胃・消化薬、制酸薬、鎮痛鎮痙胃腸薬、過敏性腸症候群改善薬、胃腸内服液、整腸薬、止瀉薬、便秘薬、駆虫薬、痔疾用薬を対象とする。2020年の市場は、外食機会の減少による影響が大きく、特に胃腸内服液や健胃・消化薬、総合胃腸薬が大幅に縮小したため、前年比5.1%減の648億円となった。しかし、便秘薬や痔疾用薬はコロナ禍におけるセルフメディケーション意識の高まりにより、ユーザーの裾野が広がったことから伸びている。2021年も緊急事態宣言の発出などにより外食機会の減少が続いていることから、市場は前年比1.5%の伸びにとどまるとみられる。

総合胃腸薬は、2020年は新型コロナの流行により、多人数での飲食機会が減少したため、需要が落ち込んだ。また、近年、上位メーカーを中心に獲得していたインバウンド需要が消失したこともあり、市場は前年比8.4%の縮小となった。2021年は新型コロナの流行が続いていることから苦戦するとみられるが、主要メーカーが自宅での飲み過ぎ・食べ過ぎや、外出自粛などに伴うストレスによる胃痛への対応など、新たな切り口からのプロモーション展開に注力しており、一定の需要回復が予想される。

便秘薬は、内服薬の瀉下薬と外用薬の浣腸薬・坐薬があり、内服薬は慢性的な便秘に悩む女性、外用薬は中高年層を中心に底堅い需要を獲得している。2016年に酸化マグネシウムを配合した製品、非刺激性訴求により新たな層を取り込んで以降、上位メーカーによる酸化マグネシウム配合製品の展開や、主力既存品のリニューアルによって、リピーターに加え新規ユーザーを獲得してきた。2020年は新型コロナ流行に伴う外出自粛により、運動不足からくる便秘患者が増えたことで、一回目の緊急事態宣言が発出された4月から5月にかけて需要が増加し、インバウンド需要の消失などのマイナス要因があったものの、前年比で微増となった。2021年は上位メーカーによる酸化マグネシウム配合の新製品発売や主力製品のリニューアルに加え、コロナ禍において中高年層による通販での定期購入が増えていることから、前年比1.2%の伸びが期待される。

痔疾用薬は、上位メーカーが繰り返しイボ痔の改善に特化した内服薬を2017年に発売し、服用の手軽さから新規需要の開拓に成功して以降、堅調な伸びが続いた。2020年は外出自粛やテレワークの普及によって運動不足や長時間着座するケースが増えたことから、症状に悩む生活者の増加や、外出自粛に伴う受診控えにより、需要が増加した。また、パッケージリニューアルなどの施策により内服薬の認知度が高まったことが新たな層の獲得につながり、2020年は前年比2.3%増となった。疾患の秘匿性が担保される通販利用がコロナ禍によって増加しており、リピーターによる継続的な購入が期待されるため、2021年も伸びが予想される。

■ドリンク剤・ミニドリンク剤

	2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
ドリンク剤	47億円	90.4%	47億円	100.0%
(参考：医薬部外品)	694億円	90.1%	732億円	105.5%
ミニドリンク剤	302億円	85.8%	319億円	105.6%
(参考：医薬部外品)	258億円	92.8%	269億円	104.3%

ドリンク剤は、機能性飲料をはじめ清涼飲料との競合により、市場縮小が続いている。2020年は外出自粛やテレワークの普及により、購買・飲用機会が減ったことから需要が減少した。特にCVS向けの指定医薬部外品は大きな影響を受けた。

ミニドリンク剤は、飲用効果が重視され、高価格帯で展開する製品が多いことから、ドリンク剤と異なり一般用医薬品が指定医薬部外品の市場規模を上回っている。ドリンク剤と同様、2020年は購買・飲用機会が減ったことから需要が減少し、特に高価格帯製品が大きく落ち込んだ。また、マスク着用により風邪罹患者が減ったことから罹患時の滋養強壮ニーズも減少したため、市場は前年比14.2%の縮小となった。今後は、新型コロナの流行が収束へと向かうことで需要は回復に向かうが、市場は低調に推移するとみられる。

■漢方処方エキス製剤

2020年	2019年比	2021年見込	2020年比
214億円	99.5%	215億円	100.5%

漢方専門薬局におけるカウンセリング販売が主体であるが、一般への認知が向上した葛根湯や防風通聖散などがドラッグストアで展開されることで購入の間口が広がり、市場は拡大してきた。また、上位メーカーが女性向けやアレルギー対策などを訴求して販促を進めており、拡大に寄与している。

2020年は、新型コロナの流行により専門薬局への来店頻度が減少したことや、感染症対策により風邪罹患者が減り、葛根湯をはじめとした風邪症状対策の需要が落ち込んだため、微減となった。今後も風邪症状対策の葛根湯などの需要減少は続くと思われるため、参入メーカーは八味地黄丸をはじめとした、継続的な使用が訴求できる慢性疾患への対応製品を増やすことで需要開拓を図っている。個別ニーズに対応した漢方製品の提案が進むことにより、2021年の市場は前年比微増が見込まれる。

<調査対象>

ドリンク剤		
・ドリンク剤	・ミニドリンク剤	
ビタミン剤		
・ビタミンB ₁ 主薬製剤	・しみ改善薬	・ビタミンA・D主薬製剤
・ビタミンB ₂ 主薬製剤	・ビタミンE主薬製剤	
・ビタミンB ₁ B ₆ B ₁₂ 主薬製剤	・総合ビタミン剤	
滋養強壮保健薬		
・滋養強壮剤	・強肝解毒栄養剤	・造血剤
・薬用酒	・カルシウム剤	
検査薬		
・妊娠診断薬	・排卵日検査薬	・尿糖・尿蛋白検査薬
女性関連薬		
・女性保健薬	・月経前症候群治療薬	・膣カンジダ治療薬
神経用薬		
・鎮暈剤	・小児五疳薬	
胃腸・消化器官用薬		
・総合胃腸薬	・過敏性腸症候群改善薬	・便秘薬
・健胃・消化薬	・胃腸内服液	・駆虫薬
・制酸薬	・整腸薬	・痔疾用薬
・鎮痛鎮痙胃腸薬	・止瀉薬	
オーラルケア関連用薬		
・歯槽膿漏治療剤	・むし歯予防薬	
・外用歯痛剤	・口内炎治療剤	
漢方・生薬製剤		
・漢方処方エキス製剤	・物忘れ改善薬	

<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> 2021年3月～5月

以上

資料タイトル :	「2021 一般用医薬品データブック No.1」		
体裁 :	A4判 357頁		
価格 :	書籍版 165,000円(税抜150,000円) 書籍/PDF+データ版セット 209,000円(税抜190,000円) ネットワークパッケージ版 330,000円(税抜300,000円)		
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 :	コスメティックス・チャンネルビジネスユニット		
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/			