

JVPA DIGEST

日本動物用医薬品協会会報

動物用医薬品業界の再編動向と動物関連ビジネスの現状について/
牛トレーサビリティ制度と今日における取組について

37
2010.3



JAPAN VETERINARY PRODUCTS ASSOCIATION

社団法人 日本動物用医薬品協会

JVPA DIGEST 第37号
2010年3月号

総説：動物用医薬品業界の再編動向と動物関連ビジネスの現状について	2
参考情報：動物用医薬品企業の合従連衡	11
情報：牛トレーサビリティ制度と今日における取組について	12
会員紹介：住化エンビロサイエンス株式会社	17
セラケム株式会社	18
ハヤシ アグロサイエンス株式会社	19
財団法人阪大微生物病研究会	20
ファイザー株式会社	21
会員新製品紹介：	
ノビリスAE／POX（株式会社インターベット）	22
エプリネックス トピカル（メリアル・ジャパン株式会社）	23
バイオイムバスター錠（共立製薬株式会社）	24
マストリチン（共立製薬株式会社）	25
お知らせ：平成22年賀詞交歓会開催される	27

動物用医薬品業界の再編動向と 動物関連ビジネスの現状について

有限会社アームズ 取締役社長 氏政 雄揮

1. 相次ぐメガファーマの大型合併

2009年1月、人体用（医療用）医薬品の分野で世界最大手のファイザー（米国）がワイス（米国）を、3月にはこれまで純血主義を貫いてきたメルク（米国）がシェリング・プラウ（米国）を、それぞれ買収することが報じられ、医薬品業界がまだ再編の大きなうねりの中にあることを再認識する結果となった。

1990年代、欧米医薬品業界はM&A（企業買収）によって、新薬の開発候補をもつ企業を丸ごと飲み込み、新薬を得るというビジネスモデルが追求され、規模拡大を狙ったM&Aが多く行われた。このビジネスモデルは「ブロックバスター・モデル」と呼ばれ、年商10億ドル以上の医薬品を継続的に製品化し、グローバル市場に投入することで、企業が持続的に成長することを可能にするというものであった。

年商10億ドル（約1,000億円）を超える売上をあげる医薬品をブロックバスターと呼ぶが、新薬開発の成功確率は13,000分の1といわれるように、成功する確率よりも失敗する確率の方がはるかに大きい。しかし、新薬が一つ当たると利益率は高く、しかも特許が満了するまで長年にわたり息の長い利益貢献がもたらされる。そのため、新薬の成功確率を上げるために、開発候補を有する企業をM&Aで丸ごと買収し、規模の拡大を図って新薬の開発費も確保するというビジネスモデルが欧米で競うように実施されるようになった。

しかし、実際には、その持続的成長を支えるはずの新薬を開発することができず、収益を維持することができない結果に終わったM&Aも多くあり、このビジネスモデルを目指した企業の中には、株式市場から厳しい評価を浴びている例もある。

そのため、2000年に入ってから、このビジネスモデルに代わって、特定の新薬候補品をもつ企業やバイオベンチャー企業、抗体医薬技術の獲得を狙うM&Aが増加していた。

けれど、ここに来て、売上1兆円を超えて、世界トップ10にランクする、いわゆるメガファーマによる大型のM&Aがまた繰り返されることとなったのは、一つにはサブプライム問題に端を発する世界的な金融危機による信用収縮があり、もう一つには新薬の特許が今年、2010年の前後に相次いで満了を迎え、廉価な後発品（ジェネリック）が一気に参入する、いわゆる「2010年問題」が発生することが一因と考えられる。

日本における医薬品のジェネリックのシェアは数量ベースでまだ2割弱に留まるが、欧米では数量ベースで6割に迫り、新薬が築いた市場の過半はジェネリックで代替される運命にある。

ファイザー（米国）では、その売上の1/4を占める高脂血症治療剤リピトールの米国での特許が2010年に満了し、2011年にはジェネリックの市場参入が確実視されている。そのため、次の開発候補のパイプラインを一新することが急務である。実は、この「ブロックバスター・モデル」を最初に確立した企業はファイザー（米国）であるとされている。ファイザー（米国）は2000年にワーナー・ランバート（米国）、2003年にファルマシア（米国）を買収した。それにより、高脂血症治療剤リピトールや消炎鎮痛剤セレブレックスなどを獲得したが、自社の研究開発から大型化した新薬はバイアグラであり、自社が標榜するブロックバスターを持続的に市場投入できる状況にはなっていない。

一方、メルク（米国）では関節炎治療薬バイオックスの自主回収および数千件の訴訟によって、成長路線が一機に崩れた、とされる。大型新薬候補に大きな期待が寄せられたが、米国FDA（食品医薬品局）から承認を得られなかったことで、メルク（米国）も純血主義を捨て、大型M&Aに動くことになった。

2. 医薬品産業の合従連衡で、動物薬産業に大きな波が

上述の製薬企業のM&Aによる業界再編は、あくまでも本業である人体用医薬品に、いかに自社の経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）を最大限投入する環境を作るかということに主眼が置かれている。合併の交渉においては、まず本業について企業トップが合意し、それを実現するために、様々な手段が検討される。製薬企業や化学品企業は本業以外に、化粧品事業や食品事業、我々が従事する動物用医薬品事業など様々な事業を有する（子会社として保有する場合も含む）。本業以外のこれらの事業は関連事業に分類され、一般的には顧客も異なり、規制される法律や規則も異なり、その事業を運営するための設備などのハード面も、知識、経験、ノウハウなどの人的なソフト面も異なる。これら関連事業も会社の売上・利益に貢献しており、本業とのシナジー（相乗効果）も皆無とはいわないまでも、本業の交渉を優先する考えに立てば、関連事業の事業統合の話し合いは後回しにされたり、交渉の材料とされてしまうのはやむを得ないのかもしれない。

国内のある調査会社が、「メガファーマ再編の波、AH翻弄劇、続く」（筆者注：AHはAnimal Healthの略で、動物薬産業を指す）と称したことは、物事の本質的な一面を捉えている。

前述のファイザー（米国）とワイス（米国）の合併においては、どちらも動物用医薬品の部門をもち、人体用医薬品の事業統合とともに動物用医薬品の事業も統合されたが、海外での反トラスト法（日本での独占禁止法）に対応するために、ベーリンガーインゲルハイムベトメディカ（ドイツ）に北米などでの事業の一部を譲渡することとなった。今年1月にはビルバック（フランス）にオーストラリアの事業の一部を譲渡することが報じられている。

日本では、ワイス（米国）の子会社であるフォートダッジ・アニマルヘルス（米国）の日本法人を、ファイザー株式会社にすべて統合する予定であり、本稿執筆中の2月7日現在、公正取引委員会で評価が行われている。筆者の見解としては、両者は無事、企業統合できるものとみている。その理由は、公正取引委員会での過去の事案をみた場合、該当する分野での統合後の市場シェアが過大かどうかとも重要な要因であるが、それよりも、統合後の市場でも競合できる会社がどれだけあるか、統合後に価格決定力がどれだけ強くなるかということ、評決の基準にしていると考えられるためである。

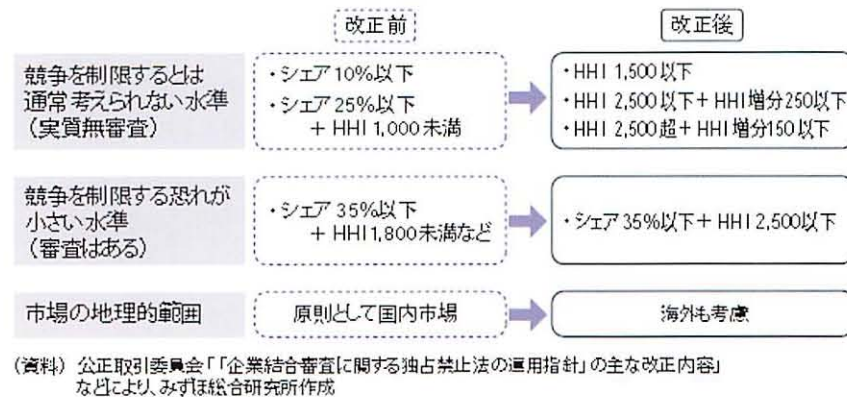
例えば2007年のキリン（キリンホールディングス株式会社、当時）と協和発酵工業株式会社（当時）の買収については、酒類原料用アルコールでは、統合後のシェアが65%に達するが、10%超のシェアをもつ会社が複数あることから、「競争を実質的に制限することとはならない」と結論づけている。

一方、医薬品のG-CSFでは統合後のシェアが60%となり、前述の酒類原料用アルコールの場合よりも5%低い、供給できる会社が2社のみとなることから、公正取引委員会では「競争を実質的に制限するおそれがある」と結論づけている。

ファイザー株式会社とフォートダッジ・アニマルヘルス株式会社のもつ多種の製品群の中では、小動物用ワクチンの市場シェアが特に注目されるものと推察される。筆者の試算では50%強と想定されるが、この市場では株式会社微生物化学研究所（京都微研）が約20%、ノバルティス アニマルヘルス株式会社が約10%など、1割以上のシェアを有する企業が複数存在し、動物用ワクチンの新規参入はそれ程高い障壁ではないと考えられるため、「競争を実質的に制限することとはならない」と公正取引委員会で結論づけられるのではないかと個人的に考えている。

（筆者注：かつてはシェア50%が独占禁止法抵触領域の目安とされたが、公正取引委員会経済取引局企業結合課によれば、2007年から単なるシェアではなく、統合前後のシェアの二乗の差を比較する「ハーフィンダール・ハーシュマン指数（HHI）」を用いて、市場への影響力の大きさを判断するとされている。これにより、「競争を実質的に制限することとはならない（実質無審査）」水準は、「HHI 1,500以下」、「HHI 2,500以下+HHI増分250以下」、「HHI 2,500超+HHI増分150以下」のいずれかであるとされている（図1）。

日本でのファイザーとフォートダッジ・アニマルヘルスの動物用医薬品の統合前のHHIと、統合後のHHIを比較すると、筆者の試算では、製品分野を細かく分けてシェアを計算するとその基準を超えるものもあるが、企業合併の金額と比較して、それらははるかに小さいため、影響は少ないものと考えている。）



（出典：みずほリサーチ May 2007）

図1 HHIがより重視される改正後の企業結合指針

次に、メルク（米国）とシェリング・プラウ（米国）の合併に関しても、それぞれが動物薬部門を持っており、両部門の統合は、業界において大きな関心事であった。特にメルク（米国）は、サノフィ・アベンティス（フランス）との共同出資によるJV（ジョイントベンチャー）としてメリアル（米国）を有していたが、合併に際して、欧州での反トラスト法に対応するため、その保有株式をサノフィ・アベンティスに売却した。サノフィ・アベンティス（フランス）は、一時的にメリアル（米国）の全株式を保有したが、契約上のオプションとして、メルク（米国）とシェリング・プラウ（米国）との合併が完了するまでにデュー・デリジェンス（Due diligence、財務・資産の調査）を行い、合併後にできる新しいメルク（米国）との間で、再度、JVをつくるかどうかの権利を有していた。結果的に3月9日のプレスリサーチによれば、この権利は執行され、全世界で単純合計で5.3億ドルの売上を有する世界第1位の動物薬企業が誕生することになった。

今後は、動物用医薬品の市場においても反トラスト法に抵触しないか、検討されるものと思われる。販売戦略としても旧メリアル（米国）と旧インターベット／シェリング・プラウ（米国）の間で重複する分野の製品をどのようにするかは、重要な問題であるに違いない。また、この新生メリアルが日本市場に与える影響も大きい。特に販売ルートにおいては、市場の混乱が生じないように綿密な検討と対応がなされるものと予想される。

表1は、今年（2010年）2月16日に米国でのWestern Veterinary Conferenceの会期中にBrakke Consulting, Inc.が開催したAnimal Health Industry Overviewで示された世界の動物薬メーカーの動向である。

表1 Brakke氏のAnimal Health Industry Overviewから（抜粋）

- ・昨年（2009年）は海外での動物薬の売上（市場規模：\$18.5billion）は2%低下し、米国でも1%低下した。
- ・新薬の上市が少ないことが企業の業績回復の遅れの一因となっており、主要メーカーのパイプラインは不足しているかもしれない。これは研究開発費が大きく削られていることも関係している。
- ・経費節減のため、2009年はセールスの人員は増やしても、管理部門の人員を減らす傾向が強かったが、2009年10-12月にかけて人員の採用増の傾向が強くなり、2010年は2009年よりも積極的に人員を増やす傾向が強いらる。
- ・売上減に対して、2008年・2009年は3～6%の値上げを行うことで、企業も対応したが、2010年も続けて値上げができるかというと、それは難しいだろう。
- ・米国では卸売業のM&Aが進み、小動物の分野では3社70%を占める寡占状態になり、メーカーへの値引圧力や交渉力を増している。
- ・動物病院の来院数、来院時の単価が減少しており、変わってインターネット販売やカタログ販売が伸びている。
- ・今回のファイザーとワイス、メルクとシェリングプラウのM&Aは医療主導で行われたことで、動物薬事業が主体となって行ったものではなく、さらに2010年もTOP10でM&Aが起こるかもしれない。

さて、日本の製薬企業においても、今年は大きな変化が生じる。

今年4月1日付で、協和発酵バイオ株式会社の畜水産分野に係る国内販売事業が、あすか製薬株式会社に譲渡される予定と発表されており、また6月1日付で共立製薬株式会社と川崎製薬株式会社が完全に統合される予定である。7月1日には、大日本住友製薬株式会社がアニマルサイエンス事業を、DSファーマアニマルヘルス株式会社を承継会社とする新設分割を行い、分社化する予定である。

これら3件は、原稿執筆時点で判明していることであるので、さらに他の会社で再編が生じる可能性も否定できない。

あすか製薬株式会社のプレスリリースによれば、同社は動物用医薬品関連事業を重要領域の一つとして位置付けているとのことで、現状11億円の部門の売上に、協和発酵バイオ株式会社の畜水産・小動物用製品の売上26億円が加わることで、部門強化が大幅に図られると考えられる。

共立製薬株式会社にとっては、川崎製薬株式会社と全面的統合することによって、「動物用医薬品メーカーとしての単体売上高が350億円以上の企業」となり、「ナショナルカンパニーNo.1の地位を確実なものにする」としている（「」部分はプレスリリースより抜粋）。

大日本住友製薬株式会社によるアニマルサイエンス事業の分社化は、同社がセプラコール（米国）を買収し、海外売上比率が一気に4割に達したことで、本格的に本業に集中する環境が整ったためと考えられる。けれど、アニマルサイエンス事業としても分社化されることで、「独立採算とすることにより、経営の自由度を高めるとともに、経営責任の明確化、意思決定の迅速化、収益性の向上」が図られることになる（「」部分はプレスリリースより抜粋）。これまで医薬兼業企業の一部門として考えた場合、なかなか踏み出せなかった新形態の流通や新規事業などにも挑戦できる環境が整ったといえることができるかもしれない。

3. 一気に加速した動物薬ディーラーの統合と広域化

動物用医薬品の卸売販売業者（以下、動物薬ディーラー）の動向も、医薬品流通の変革と無関係ではない。

1992年に「値引き補償制度の廃止」「新仕切価制導入」に代表される第1次流通改革が行われた。卸売会社が病院など医療機関に対して行う値引きを、メーカーが承認し、値引き額を補償することは、卸売会社が自社の判断で行うべき価格形成機能を奪い、それによって医薬品が乱売され、医療における薬剤費の高騰につながっているとの指摘によるものであった。しかし、この第1次流通改革により医療機関は薬価差による利益が減少し、その穴埋めとなる診療報酬はさほど上昇しなかったため、医療機関は卸売会社に非常に値引

き圧力をかけた。医薬品の価格が下落したが、メーカーからの補償は得られないため、卸売会社の粗利は減少し、赤字回避のため卸売会社は大規模な販管費削減を実施したが、1996年に11%あった卸売会社の粗利は2005年には7%台にまで低下した。卸売会社は生き残りをかけて90年代末から大再編時代に突入し、1社で2兆円を超える巨大な規模の卸売会社が誕生し、医薬品市場8兆円を大手卸売会社5社で75%を占める状況にまで寡占状態が進展した。

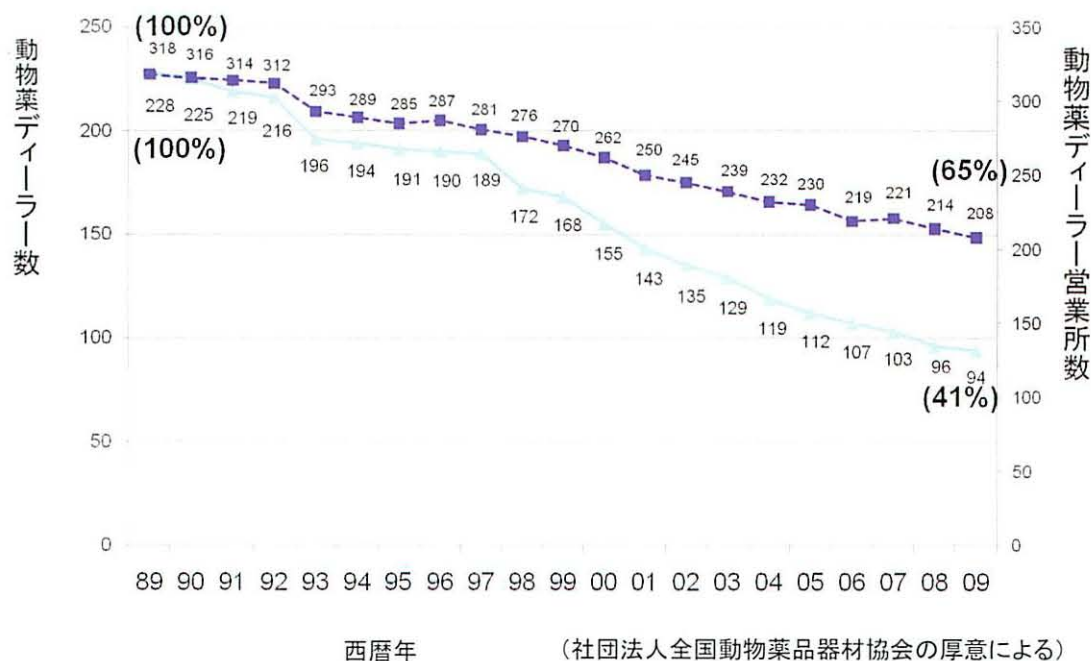


図3 動物薬ディーラー数および営業所数の推移

図3は動物薬ディーラー数および各都道府県の営業所数の推移を過去20年にわたって調べたものである。動物薬ディーラー数は過去20年で228社から94社まで6割が減少し、営業所数も3割強が減少している。これまでは隣接する都道府県にある動物薬ディーラーを合併したり、事業統合するものが大半であった。

しかし、昨年は日本全体をカバーするような広い範囲での動物薬ディーラーの統合や提携が発表され、業界の耳目を大きく集めた。

株式会社メディパルホールディングスは、完全子会社である丸善薬品株式会社と、エバルスアグロテック株式会社と、株式会社アトルの動物用医薬品等の卸売事業を統合する準備を着々と進めてきていたが、遂に今年4月1日にMPアグロ株式会社として新発足することが報じられた。

また、2009年1月1日に株式会社アグロジャパン、株式会社アスコ、株式会社フレットの3社が業務提携を発表し、提携グループを「明動会（みょうどうかい）」と名づけ、現在、提携推進プロジェクトを積極的に推進しているとのことである。

さらに、2009年6月には、森久保薬品株式会社と株式会社サン・ダイコーが包括的業務提携に合意して、NPC (Next Paradigm Creator) という枠組みで、営業戦略や新規業態を共同で検討しているとのことである。

この3つの提携グループの合計で、動物用医薬品卸売市場の7割を超える流通金額を有すると筆者は試算している。各グループが統合によって売上が大きくなった分、メーカーに対してより強い価格交渉力を持ち、販売協力を要請できることを期待していると考えられる。但し、それぞれグループ毎に強みを有する動物種、

つまり高いシェアを持つ動物種に差があり、地盤とする地域も異なる。そのため、提携の効果を最大化するために、今後さらに他の動物薬ディーラーを巻き込んでの再編が生じる可能性もある。

また、特に他の動物薬ディーラーと提携や統合を行わなくても、確実な地歩を築いている卸売会社も多い。動物薬取扱品の比率が60%以上の、いわゆる動物薬専業ディーラーの粗利率は平均で18%程度あり、前述の医薬品卸売会社と比べて一次差益が大きいことが強みであり、この業界の特長でもある。

今回、合併により強化したメーカーは品揃えも豊富になり、メーカー1社で動物用医薬品の主要な分野をカバーできるようになることが予測される。それにより、動物薬ディーラーの売上に占めるメーカー1社の店内シェアが非常に高まることも考えられる。その場合、メーカーの動物薬ディーラーに対する支配力が高まり、メーカー主導で動物薬ディーラーの系列化を模索する動きも考えられることは想像に難くない。

4. 外資系企業と日本企業の今後の動向は

日本の動物用医薬品産業の市場規模は、メーカー出荷額として約900億円あり、コンパニオンアニマル用医薬品として約300億円、産業動物用として約600億円あると単純化すると記憶しやすい。コンパニオンアニマル用では、動物病院ルートで販売されるペットフード（療法食、プレミアムフード、サプリメント）がさらに約300億円存在する。動物薬ディーラーとして考える場合には、それに約2割の金額が付加される。

その中で、外資系企業と日本企業の売上高を比較すると、まだ産業動物用のトータルでは、日本企業が製造販売する動物用医薬品の売上高の方が若干大きいですが、コンパニオンアニマル用の市場では、既に8割は外資系企業からの導入品であり、大幅な輸入超過である（動物病院ルートのペットフードでは9割超）。

新聞記事を例に取るまでもなく、日本では少子高齢化社会を迎え、市場は成長期を過ぎて成熟期に突入している。加えて、デフレーションが何年も持続している。

今年の社団法人日本動物用医薬品協会の賀詞交歓会に参加した際、外資系企業のトップに対して、日本市場への興味は今後も変わりはないか、ということを探ったところ、次の回答を得た。非常に衝撃的な回答であるが、読者の皆さんと共有したいため、以下に紹介する。

「20～30年前の日本市場は海外の市場に比べると内外価格差が非常に大きく、また成長性も高く、非常に魅力的であった。しかし、日本はバブル崩壊以降、成長性が低くなり、加えてデフレが続いている。もし日本でインフレが続いている状態であれば、市場に成長がなく、売上個数として変わらなくても、インフレによって価格と売上高は上がり、為替レートの影響はあるが、本国の本社に対して、売上は伸びていると報告できた。しかし、日本はデフレによって売上個数が伸びても売上高としては伸びない状況に加えて、欧米では毎年数%ずつであるがインフレ基調にあるため、内外価格差もほとんどなくなってしまった。そうになると、前政権時代の首相が売上規模として日本が世界第2位の規模があると国際会議で発言しても、それは一時点の話であって、すぐ隣に成長性が高く、規模も日本を超える期待を持てる地域があれば、そちらに経営資源（ヒト、モノ、カネ）をシフトすることも考えざるを得ない。」

これは、筆者が前職の勤務時代から動物薬事コンサルタントとして起業する動機ともなった、長年抱いている懸念であった。筆者の心配と同じ回答が返ってきたことを確信して、近い将来、そのような状況が到来することを念頭に置いて、企業コンサルティングを行わなくてはならないと我が意を強くした次第である。

日本に1.2億人の国民が住む以上、すぐに上述の動物薬市場がなくなるわけではないし、外資系企業が日本以外のアジアに拠点を本格的に移す状況はまだ生じていないし、日本企業に対してすぐに海外に進出する基盤をつくるべきという考えをもっているわけではない。しかし、賀詞交歓会の挨拶で、「VICHの進展により日本初の製品が海外に導出できるよう、農林水産省としても協力したい」と、山田審議官が仰って下さったことに応える企業が現れること、そのお手伝いを筆者も微力ながらできることを切に願う次第である。

5. 動物関連ビジネスの現状と予測

ここ数年間で大きく発展し、社会的にも認知された動物関連ビジネスとしては、まず「ペット保険」が挙げられる。

1976年、英国で誕生したペット保険は、過去に日本でも「ペット保険（正確には当時はペット共済）」ブームが到来して、たくさんの業者が乱立した。しかし、当時は個体識別が不完全で、制度としての不備もあり、トラブルが多く、数年でブームは立ち消えになってしまった。しかし、それらの問題点をよく研究して2000年から立ち上げられたアニコム「どうぶつ健保」は、動物病院の窓口での精算時に飼い主がその場で保険料を受け取れる分かりやすさから、加入者数を延ばし、第2次の「ペット共済」ブームが訪れることとなった。無認可共済としてペット共済を行う業者も増え、消費者保護の観点から監督官庁が制度を整備する必要があるということから、金融庁が監督官庁となり、保険業法の保険業に含めるという改正が2006年4月に行われた。それにより、通常の保険会社として免許を取得した会社が2社、新たに設立された「少額短期保険業者」として登録した会社が7社あり、移行期間に登録ができず、廃業した無認可共済もあった。

2000年に23,000頭であったペット保険加入頭数も、年々順調に増え、2009年には50万頭に到達したと見込まれている。

ペット保険会社として金融庁の認可を受けたアニコム損害保険会社などグループ会社を束ねるアニコムホールディングス株式会社はサービス開始後10年目の今年3月3日に東証マザーズ市場に上場した。グループ会社の一つ、アニコムパフェ株式会社では保険金支払実績や独自に実施した調査結果などから、犬種別の疾病動向や疾病別の発生動向など様々なデータを「家庭どうぶつ白書」として公開している。これは企業のCSR（企業の社会的責任）を果たし、社会に貢献する有益な活動であると、高い評価を得ている。

日本ではまだ加入頭数がペットの全飼育頭数の1.5%と低いが、ペット保険発祥の地、英国では15%、米国では3%が加入しているとのことから、現在、日本の市場規模が100億円と見積もられるが、まだ成長余地はあると考えられる。

その他の動物関連ビジネスでは、ペットの散歩代行・ペットシッターの市場規模が435億円、ペットホテルが377億円、ペット葬祭が157億円と見積もられている。また、動物病院が3,066億円、トリマー・美容・スクールが1,188億円、生体販売が1,045億円と見積もられている。いずれの市場も対前年比で伸びているが、生体販売のみ前年割れ（97.2%）となっている（いずれも2007年、出典：ペットビジネスハンドブック2009年版）。

2010年にサービスの開始が予定されている動物関連ビジネスとしては、「動物病院のネットショップ開設・運営サポート」が挙げられる。動物薬ディーラーから製品供給を受けた一部の動物病院が、ここ数年、積極的にネット販売を行い、かつて動物病院でしか購入することができなかった特別療法食やノミ・ダニ駆除薬、目薬などが、広くネットで飼い主が買えるようになった（動物用医薬品の販売には、店舗販売業の許可の取得が必要。また、要指示医薬品は販売できない）。既に30億円程度の市場が形成されているものと筆者は試算している。それに対して、特定の動物病院だけでなく、ネット販売サービスの実施を希望する動物病院に広くサービスを提供する試みが、大手の動物薬ディーラーを中心に行われている。

これは図4に示すように、ネットで受けた飼い主からの注文を、動物病院と動物薬ディーラーの双方で受け、飼い主に動物薬ディーラーから直送するというもので、動物病院では在庫の心配がなく、また特別な人員や倉庫を用意することなく、ネットショップを開設し、運営することができるというものである。動物薬ディーラーにおいても、動物病院の囲い込みが行えるだけでなく、その先の飼い主までリーチを伸ばすことができるという大きなメリットがある。また、製品の価格と送料を綿密に計算した上でサービスを開始すれば、飼い主からのまとめ買いを促すことで、送料分を負担したとしても必要な利益を得ることができる。

弊社でも図4に示すように「アームズDS™」の名称で独自のシステムを構築している。クレジット決済、代引き、銀行振込、郵便振替に対応しているが、昨年10月から動物病院と動物薬ディーラーの協力を得て実施しているテスト運用では、送料無料となる金額まで飼い主が購入される傾向があり、クレジット決済が多い傾向にある。特筆すべきは、商品はすべて動物病院で処方されている価格（＝定価）で販売されており、既に定期的に毎月のように購入している飼い主もおられることである。また、8 kgや14kgという重いフードの注文が多いことも特徴である。協力して下さっている動物薬ディーラーの対応が確実であるため、ショップ開設初日から、日頃かかりつけの飼い主から注文があるが、これまで注文から出荷までが順調に行われてトラブルはない。

筆者としては、このシステムが、全国の動物薬ディーラーに採用されて、全国をカバーする社会のインフラになることを切に願っている。つまり、これが実現すれば、全国各地の動物病院がそれぞれネットショップを開設でき、自分の顧客を対象とした1つの注文の形態として運用できるようになると期待される。

そうなった場合、弊社に入るシステム代金およびシステム利用料の一部は、動物の愛護を行っている施設やNPOなどに寄付し、社会貢献につなげることを予定している。

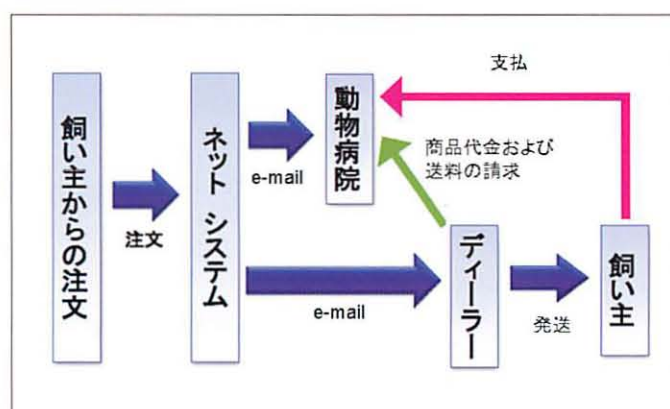


図4 アームズDS™の仕組み

6. まとめにかえて

執筆依頼を受けたテーマは現在進行中の状況を含むため、本稿が掲載されるJVPAダイジェストが発行される時には事実を反映していない可能性があることを、読者にあらかじめご了承ください。また、テーマに沿って状況を解説するためには、様々な企業について仮名では表現できず、実名を挙げざるを得なかったことについてもご理解いただきたい。

可能な限り正確な最新の情報を含めるため、事務局に原稿の完成時期を最大限待っていただき、筆者自身、海外での調査も行い、情報収集に努めた。

本稿が皆様のビジネスにおいて何かの参考にいただければ、誠に幸いである。

ご意見、ご感想があれば、ぜひ筆者までお送り願いたい (info@ahrms.jp)。

最後に、このような総説執筆の機会を下さった社団法人日本動物用医薬品協会に厚く御礼申し上げる。

参考文献：

「医薬品業界2010年の衝撃」 酒井文義 著（かんき出版）

「変化がわかる医薬品流通'09～'10」 保高英児 著（メディカル・パブリケーションズ）

「Animal Health Industry Overview 2010」 ハンドアウト Brakke Consulting, Inc.

「2009年 動物薬卸流通事情報告ーレジュメー」 クレコンリサーチ&コンサルティング株式会社

「ペットビジネスハンドブック2009年版」（産経新聞メディックス）

「MR、MSからの情報は獣医師の期待に合致しているか」 InfoVets Vol.12、No.7氏政雄揮（アニマル・メディア社）

「ロイヤルカスタマーを維持できているか」 InfoVets Vol.13、No.1氏政雄揮（アニマル・メディア社）

動物用医薬品企業の合従連衡

