

# 製品価値最大化へのLCM 2015

## はじめに

医療費抑制策の推進によるジェネリック医薬品市場の拡大により、先発品の実績減少は避けられない状況となっている中、先発企業ではいかに販売高を長く維持することができるか、すなわち製品価値と企業価値を最大化することができるかが重要な戦略の1つとなっております。

日々刻々と変化する医薬品市場において、製品及び企業価値を堅持するためには、製品自体の成長と進化が求められます。その最たるものがライフサイクルマネジメント（LCM）であり、医療ニーズを的確に捉えた適応拡大や剤型追加などに応えるべく、各企業とも積極的なLCMを行っていることがわかります。

弊社ではこのような現状を踏まえ、この度『製品価値最大化へのLCM 2015』を発刊するに至りました。

本資料は1990年以降に発売された新製品2,658製品のうち、LCMを実施している407製品を対象品目とし、どのようなLCMが行われ、それが製品の販売高にいかに関与したのか、またジェネリック医薬品の影響をどの程度回避することが可能となったかなど、LCMの実施状況を調査し検証致しました。

本資料では高血圧症治療剤、糖尿病治療剤、抗癌剤など49薬効ごとに、対象品目全ての販売高と、新規格・剤型追加・適応拡大・小児適応などのLCMの沿革及び詳細な内容、また現在開発段階にあるLCMの状況を掲載しております。LCM実施に伴う各製品年次別の販売高を比較することで、どのようなタイミングで実施したLCMが成功したのかが分かり易く明確になっております。また総括ではLCM状況一覧や、販売高上位品目の分析を行っております。

本資料がマーケティング、開発、アラインスなど貴社の最適な戦略立案にお役に立てることが出来れば幸いです。

2015年6月

テスト マーケティング株式会社  
メディカルディビジョン

# 調査概要

## 調査項目

### <総括編>

1. 発売年代別 LCM 実施状況
2. 発売年代別 LCM 実施回数
3. 薬効別 LCM 実施状況
4. LCM 実施製品別売上状況
5. LCM 実施製品における累積売上ランキング上位 100 品目
6. LCM 実施製品における平均売上ランキング上位 100 品目
7. LCM 実施製品におけるピーク時売上ランキング上位 100 品目の 3 年後及び直近売上の増減状況
8. ジェネリック医薬品発売後における販売高増減状況
9. 大型製品に見る LCM 3 カ年伸長率トップ 10 製品
10. LCM の評価
11. 注目品の LCM 状況

### <領域別市場分析編>

1. LCM 対象品目
2. LCM 動向
3. LCM 開発品一覧

## 調査対象品目

1990 年以降に発売された新製品 2,658 製品において、LCM を実施している 407 製品

## 調査対象領域

14 分野 49 領域(目次参照)

分野	領域数	分野	領域数	分野	領域数
循環器	5	骨・関節	3	泌尿器	2
代謝性疾患	4	消化器	2	女性疾患	2
癌	2	呼吸器	1	麻酔・筋弛緩	2
感染症	4	皮膚・アレルギー	3	その他	6
神経系	11	腎・血液	2		

## 調査期間

2015 年 3 月～5 月

※ 本書における「販売高」は全てメーカー出荷ベースとなっております。

※ 本調査の実績は全て 1～12 月の年次ベースでの実績となっております。

※ 一製品から複数の配合剤が発売されている場合は、先発品と配合剤を分けて実績を掲載しております。

# 目 次

## <総括編>

1. 発売年代別LCM実施状況	( 3)
2. 発売年代別LCM実施回数	( 4)
3. 薬効別LCM実施状況	( 13)
4. LCM実施製品別売上状況	( 16)
5. LCM実施製品における累積売上ランキング上位 100 品目	( 26)
6. LCM実施製品における平均売上ランキング上位 100 品目	( 29)
7. LCM実施製品におけるピーク時売上ランキング上位 100 品目の 3 年後及び直近売上の増減状況	( 32)
8. ジェネリック医薬品発売後における販売高増減状況	( 34)
9. 大型製品に見るLCM3 ヶ年伸長率トップ 10 製品	( 39)
10. LCMの評価	( 41)
11. 注目品のLCM状況	( 92)

## <領域別市場分析編>

1. 高血圧症治療剤	(123)	26. 神経変性疾患治療剤	(399)
2. 不整脈治療剤	(148)	27. 消炎鎮痛剤	(401)
3. 心不全治療剤	(157)	28. リウマチ治療剤	(410)
4. 血栓・塞栓症治療剤	(161)	29. 骨粗鬆症治療剤	(421)
5. 肺高血圧症治療剤	(176)	30. 潰瘍治療剤	(429)
6. 脂質異常症治療剤	(179)	31. 消化器・腸疾患関連治療剤	(445)
7. 糖尿病治療剤	(188)	32. 喘息・COPD治療剤	(450)
8. 低身長症治療剤	(206)	33. 抗アレルギー剤	(466)
9. ライソゾーム病治療剤	(211)	34. アトピー性皮膚炎治療剤	(479)
10. 抗癌剤	(213)	35. 皮膚関連疾患治療剤	(484)
11. 癌治療補助剤	(262)	36. 腎不全関連用剤	(493)
12. 細菌感染症治療剤	(281)	37. 血液製剤・止血剤	(504)
13. ウイルス感染症治療剤	(311)	38. 前立腺肥大症治療剤	(512)
14. 肝炎治療剤	(327)	39. 頻尿・尿失禁治療剤	(514)
15. 真菌感染症治療剤	(337)	40. 子宮内膜症・子宮筋腫治療剤	(521)
16. うつ病治療剤	(354)	41. 産科・婦人科関連疾患治療剤	(524)
17. 睡眠障害・不安症治療剤	(361)	42. 麻酔剤	(533)
18. 統合失調症治療剤	(364)	43. 筋弛緩剤	(540)
19. パーキンソン病治療剤	(374)	44. 免疫抑制剤	(543)
20. てんかん治療剤	(378)	45. 眼科用剤	(553)
21. 片頭痛治療剤	(385)	46. 輸液・栄養剤・ビタミン剤	(562)
22. 認知症治療剤	(388)	47. 造影剤	(576)
23. ADHD治療剤	(392)	48. 生活改善剤	(578)
24. 脳血管障害治療剤	(395)	49. ワクチン製剤	(580)
25. 多発性硬化症治療剤	(397)		

「製品価値最大化へのLCM 2015」<CD-R付>

頒価:200,000円(消費税別)

---

---

発行日:2015年6月12日

発行人:金塚 進

発行所:テストマーケティング株式会社

〒103-0011 東京都中央区日本橋大伝馬町2-14

パールビル

TEL03-5642-3768

FAX03-5642-3778

---

---

日本語・外国語を問わず、いかなる形式でも本書の一部  
または全部の複製無断転載をお断り致します。