

Title	一般用医薬品市場における業績決定要因分析 - 製品戦略からの一考察 -
Sub Title	
Author	七野公一(Shichino, Kouichi) 青井倫一
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1999
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1999年度経営学 第1509号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1509">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1509</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

所属ゼミ	青井 研究会	学籍番号	89828395	氏名	七野 公一
(論文題名)					
『一般用医薬品市場における業績決定要因分析』 ～ 製品戦略からの一考察					
(内容の要旨)					
<p>一般用医薬品業界は、医薬品業界の中でもグローバルな競争を強いられる医療用医薬品業界に比べて比較的变化のない業界であったが、ここ数年、薬価削減を背景としたセルフメディケーション・販売の規制緩和の推進、卸の再編、薬局・薬店の量販店への一極集中そして外資系企業・異業種企業の参入というこれまでにない競争激化の時代を迎えている。株価重視や規模から収益性重視の経営を多くの企業が求められている今日、医療用医薬品事業と比較して低収益事業といわれる<sup>1</sup>一般用医薬品部門も独立採算、収益事業への変革が求められている。本研究では、このように変革を求められている一般用医薬品メーカーの競争戦略を製品戦略に焦点をあててその有効性を分析し、今後環境変化を踏まえて戦略的提言を主に低迷する新薬メーカーに行なうものである。</p> <p>研究対象は、1998年度における上位10社の過去10年間における新製品とした。</p> <p>まず第1章で、一般用医薬品そのものについての説明と研究対象となる33に細分化した小薬効群別の市場特性を分析し、第2章では、一般用医薬品市場の業界構造をメーカー中心に明らかにする。続く第3章で一般用医薬品メーカーの競争戦略における製品戦略の位置づけと意思決定事項について整理し、第4章では、製品戦略の特性を意思決定事項に基づいて明確にし、その有効性について検証分析を行なっていく。そして最後に第5章で規制緩和を始めとする環境変化を整理し、低迷する新薬メーカーが今後、どのような競争戦略を採用すべきかについて戦略的提言を行なっていく。</p> <p>製品戦略の分析は、意思決定事項を製品戦略全般に関するものと個別製品に対するものに分け、前者は、製品投入数・製品群の幅・投入市場の集中度で行い、後者は市場環境要因において市場規模・市場成長率・技術発展性そして競争環境要因で投入市場における自社の市場シェアで分析を行なった。</p> <p>以上の研究作業の結果、好業績のメーカーは、製品全体の意思決定に対して市場に対する集中度が高く、低迷するメーカーは、良く言えば多角化、悪く言えば分散型の戦略をとってきた。また個別製品の意思決定においては、好業績メーカーは、自社の市場シェアと市場成長率を重視し、自社の強い市場での製品を強化する戦略に対して、低迷するメーカーは、市場規模や技術の発展性など市場魅力度を重視し、自社の弱みを強化する戦略である事がわかった。</p> <p>今後の環境変化は、スイッチOTC(ダイレクトOTCを含む)薬の認可に対する規制緩和、ドリンク剤などの医薬部外品への以降による販売規制の緩和、買い手である薬局・薬店の一極集中化によるパワーアップと卸の再編そしてグローバル競争による医療用医薬品事業の競争激化が上げられ、低迷する新薬メーカーへの戦略的提言として製品戦略において、①多角化(分散)型から集中型の戦略への変換、②市場選択は、弱みを強化するまた技術発展性を重視する製品戦略から現在、自社製品において競争優位つまり市場占有率の高い市場へシフトし、強みを強化していく戦略への変換、③環境変化に対応してスピードアップしたこれら製品戦略の変換である。また単独企業としての成長戦略だけでなく低迷する新薬メーカーによる合併案も製品戦略を視点に選択肢の一つとして具体的に提言されている。</p>					