



薬局 事情

JETRO



インド チェンナイ

BOP層実態調査レポート



インドの保健医療部門は、公共と民間の医療施設がある。公共部門はあらゆる層が利用可能で、薬は無償か一部負担となっている。民間部門の医療(診察、治療、薬局)も急速に普及し、たいていの層が利用できるようになった。

医薬品市場は現在200億米ドルだが、2015年には400億米ドルへ成長すると予想されている(82億米ドルの輸出を含む)。医薬品は安い、医療費のかかなりの部分を医薬品が占めている。高品質の医薬品を入手しやすく手頃な価格にするため、政府はノンブランドの医薬品を提供する店を開くなど、多数の取り組みを始めている。上限価格を設けた354の医薬品を国家必須医薬品リスト(NLEM)にする動き等がある。

薬局

現時点で登録薬剤師は約70万人おり、地元で開業する者と病院薬局に勤める者がいる。

民間薬局は、各都市にいくつかの名の通った家族経営の店があるが、最近では近代的商法の出現により、チェーン小売薬局が人気を得てきている。Apollo Pharmacy、Hetero Pharmacy、Mediplus、Muthu Pharmacy、Religare Wellness等が有名である。

Apollo Pharmacy – 小売薬局



Lakshmi Medicals – 家族経営店

JETRO



■消費者の嗜好

BOP層の消費者は、一般に地元／近隣の薬局へ、処方箋薬、OTC(店頭販売)薬や化粧品を買いに行く。薬局で購入できる人気ブランド／製品をいくつか挙げる。

<p>Calpol (GlaxoSmithkline)</p> 	<p>Benadryl (Johnson & Johnson)</p> 	<p>Ascoril (Glenmark)</p> 
<p>Gelusil (Wellspring)</p> 	<p>Saridon (Piramal OTC)</p> 	<p>Dcold (Paras Pharma)</p> 
<p>Ponds (Unilever)</p> 	<p>Vicks (Proctor & Gamble)</p> 	<p>Dettol (Reckitt Benckiser)</p> 

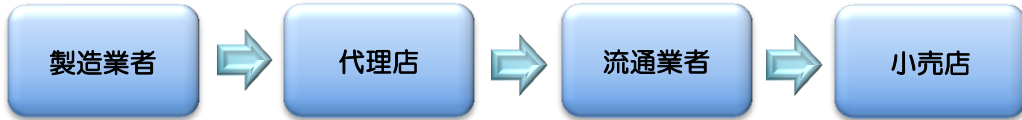
- 歯磨き粉 (Pepsodent、Colgate、Close-up)
- 石鹸 (Nivea、Ponds、Dove)
- 美容製品 (Head and Shoulders、Revlon) 等

これらの製品が人気の理由は、メーカーによる積極的な宣伝や口コミによるブランド名の刷り込み、店頭での勧めによる。緊急時は病院にある24時間営業の薬局で購入するが、通常は、利用しやすさや店の営業時間、家からの距離等によって購入する店を決める。店によっては、自宅に配達してくれたり、時には常連客に掛け売りや割引することもあるため、店のオーナーとの関係も決め手となる。



■薬局取扱い商品の流通チャネル

医薬品、食品およびOTC商品の流通チャネルはその他多くのビジネスとほぼ同じある。



諸規則や保管条件、人員に関して要件が定められているため、薬局を展開する企業は専門化する傾向にある。医薬品と食品の流通チャネルはOTC商品の流通チャネルと似ているが、唯一異なるのは、小売店が医薬品流通のための免許を取得しなければならない点である。

■薬局を開くための規則

一般に、薬局は以下に区分される商品を販売するに当たり、承認を受けなければならない。

医薬品	免許を持つ医師が交付した処方箋に基づき、薬剤師が処方。処方箋所持者にのみ販売。
OTC薬	処方箋なしで販売できるが保管等に関して条件がある。
化粧品	処方箋はごく稀に保管等に関する要件が求められる。

いずれの薬局も、これらの商品の販売に必要な条件を満たす必要があり、また、適切な保管に関する要件(空調、冷蔵施設、有資格者等)を満たさなければならない。また、薬局は、店の形態を問わず規則/法令に従わなければならない。さらに、薬局/ドラッグストアの開店にあたっては、以下の点を考慮に入れる必要がある。

	処方箋薬を販売するには、州の医療審議会や医薬品管理局 (Director Drug Control Officer) 等の承認が必要となる。承認のための条件は以下の通りである。
1	a) 申請書および所定の書類の提出
	b) 医薬品管理局の担当官による現地視察(書類提出後)
	c) 最低限の店舗規模/設備(卸売・小売とも)
	d) 開業資格—最低限の学歴および経験年数
	e) 免許(卸売、小売)
	f) 最少1名の薬剤師の店舗配置
2	店舗に空調と医薬品保管の冷蔵設備があること
3	化粧品を販売するには、市/町/地方自治体その他指定機関のしかるべき承認を受けなければならない。



伝統医療

地方やBOP層の大多数は、アーユルヴェーダなどの伝統医療に頼っている。推定では、人口の最大80%が今だに何らかの形で伝統医療を利用している。アーユルヴェーダは、伝統医療の中で最も広く行われており、人間と宇宙は同じ基本要素で構成されバランスが崩れると病気になるという仮定に基づいている。生薬を基とするアーユルヴェーダ薬は、伝統的に施術者が調合するが、使いやすい形でアーユルヴェーダ製品を生産し販売するブランドもある。有名ブランドには、Himalaya、Dabur、Amrutanjan、Emami、Kotakkal Arya Vaidyashalaがある。



■伝統薬の規制条件と流通チャネル

店舗で伝統薬を販売するには、規制条件を満たすことに加え、Department of Ayurveda, Yoga, Naturopathy, Unani, Siddha and Homeopathy (AYUSH局)の認可を受けなければならない。



アーユルヴェーダ薬の流通チャネルは医薬品、食品、化粧品と非常に似通っているが、製造業者が代理店を通さずに卸売業者と直接取引する点異なる。これは伝統薬の取引量が非常に少ないためである。

健康商品

近代的な販売の成長と健康商品／化粧品を求める消費者の増加に伴い、最近新しい分野に属する店舗が生まれている。これらには、スパを経営し自社製品を販売するAyushや、様々なブランドの化粧品や健康商品を販売するHealth and Glowの小売店舗がある。



JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。