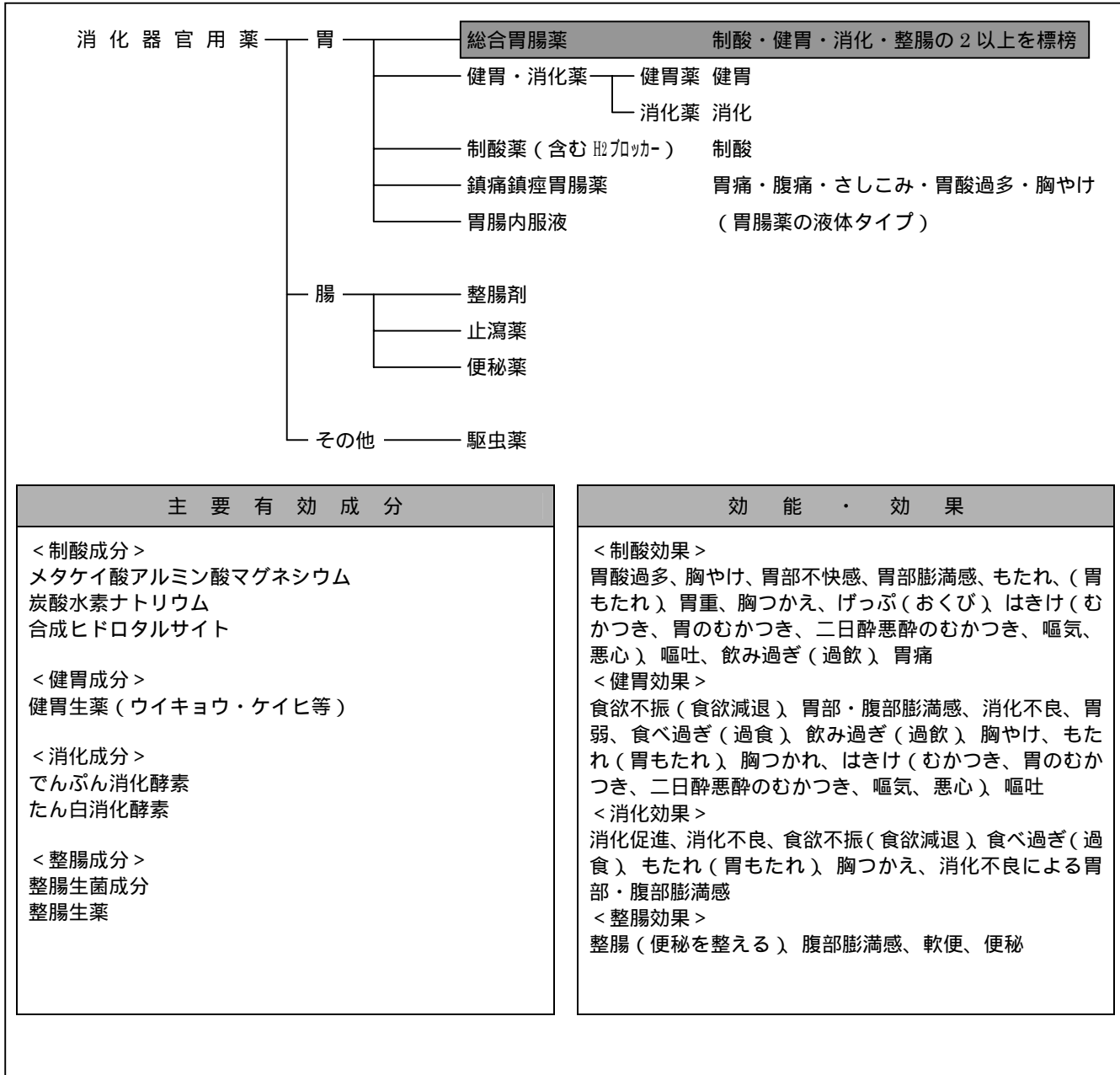


1 総合胃腸薬

1. 定義及び関連品競合動向

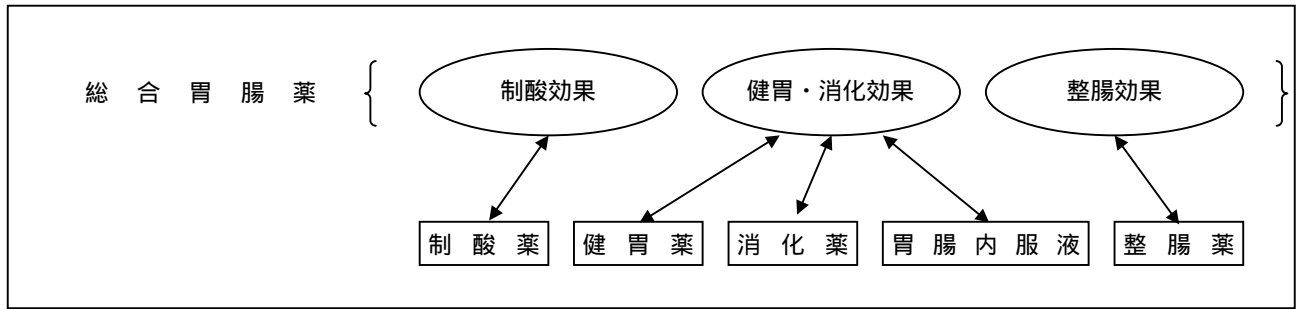
1) 定義



総合胃腸薬は、制酸/健胃/消化/整腸の2つ以上を標榜する胃腸薬で、胃のもたれ/胸やけ/はきけ/胃痛/食欲不振など様々な効能・効果を併せ持つ。

総合胃腸薬

2) 関連品競合動向



総合胃腸薬は、制酸/健胃/消化/整腸など多様な効能・効果を持ち、総合的に胃腸機能の改善を訴求していることもあり、制酸薬/健胃薬/消化薬/胃腸内服液/整腸薬などの薬剤と競合し得ると言える。

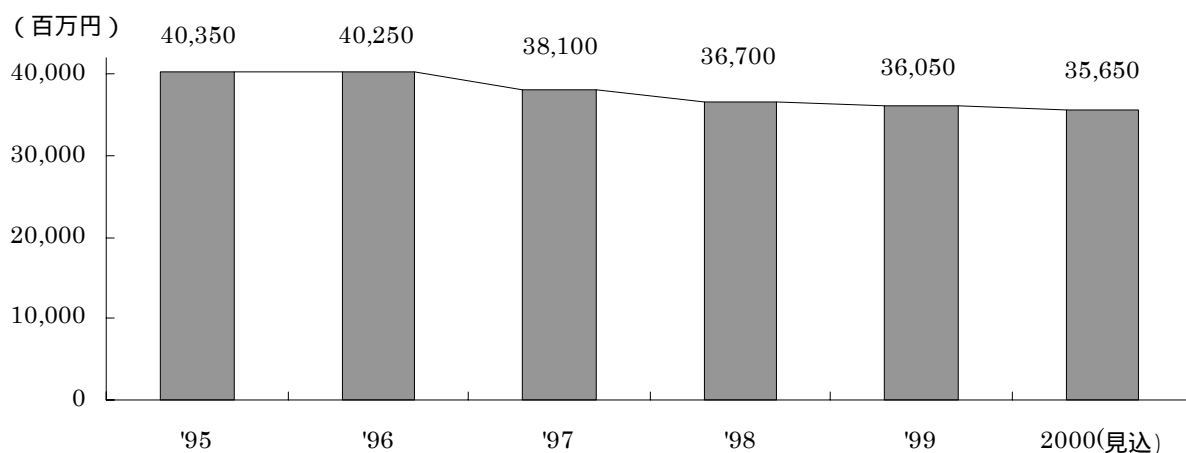
2 . 市場沿革 (過去 10 年の主要製品の発売状況)

'89.10	「パンシロ新胃腸薬」	(ロート製薬)	'95. 8	「外へ胃腸薬<調律>」	(田辺製薬)
'89.12	「イラク漢方胃腸薬細粒」	(大日本製薬)		「パンシロントリム」	(ロート製薬)
'90. 1	「キャベ2コーワ」	(興和新薬)	95.10	「ザッツ」	(武田薬品工業)
'90. 9	「黒丸」	(第一製薬)		「リズム胃腸薬」	(富山化学工業)
'90.11	「シガル胃腸薬」	(エスエス製薬)	'95.11	「三共漢方胃腸薬十包」	(三共)
91. 7	「新外へ胃腸薬」	(田辺製薬)		「新藤沢胃腸薬クール」	(藤沢薬品工業)
'91.11	「ライフックスA2 胃腸薬」	(ライフックス)	'95.12	「ストマーゼ顆粒」	(ゼリア薬品工業)
'92. 9	「新キ-バ-U」	(カイゲン)	'96. 6	「ザッツ錠」	(武田薬品工業)
'93. 5	「太田漢方胃腸薬」	(太田胃散)		「ペプトクール」	(P&Gヘルスケア)
	「新三共胃腸薬」	(三共)	'97.10	「グロスキュー胃腸薬」	(クロレラ工業)
'93.11	「三共ㄱ胃腸薬A」	(三共)	'98. 2	「ザッツ 21」<リニューアル>	(武田薬品工業)
	「大正胃腸薬K」	(大正製薬)	'99. 4	「シグナル胃腸薬チュアブル」	(エスエス製薬)
'93.12	「新中外胃腸薬」	(中外製薬)	'99.11	「新三共胃腸薬」<リニューアル>	(三共)

3. マーケットデータ

1) マーケットスケール推移

年次	摘要	販売高	対前年比	伸長率
		百万円	%	%
1995		40,350		100.0
1996		40,250	99.8	99.8
1997		38,100	94.7	94.4
1998		36,700	96.3	91.0
1999		36,050	98.2	89.3
2000(見込)		35,650	98.9	88.4



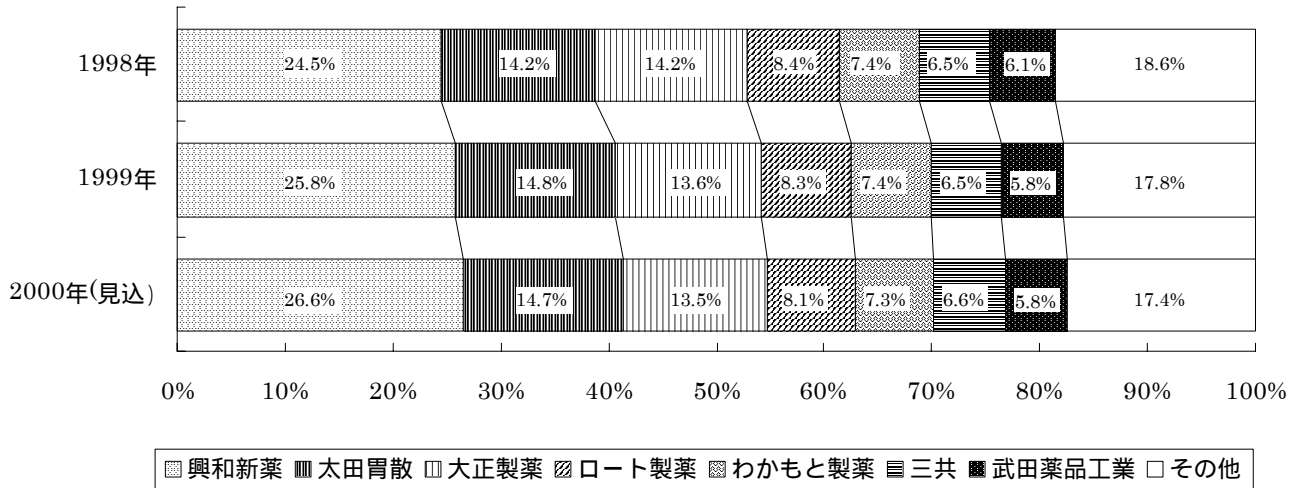
総合胃腸薬は、1997～1998年にかけて景気の低迷に加え、H₂ ブロッカーの発売の影響を受けたことから、マーケットスケールを大きく縮小させた。

1999年はH₂ ブロッカーの話題性が小さくなり影響度は減少したものの、景気低迷による飲酒/飲食機会の減少や消費者の買い控えなどは続いており、マーケットスケールは依然低迷を続け微減での推移となった。

総合胃腸薬は、飲みすぎ/食べすぎに対する訴求が多いため、景気低迷による飲酒/飲食機会の減少が続くようであれば、2000年もマーケットスケールを縮小させるものと見られる。

2) メーカーシェア

メーカー名	概要	1998		1999		2000 (見込)	
		販売高	シェア	販売高	シェア	販売高	シェア
		百万円	%	百万円	%	百万円	%
興和新薬		9,000	24.5	9,300	25.8	9,500	26.6
太田胃散		5,200	14.2	5,350	14.8	5,250	14.7
大正製薬		5,200	14.2	4,900	13.6	4,800	13.5
ロート製薬		3,100	8.4	3,000	8.3	2,900	8.1
わかもと製薬		2,720	7.4	2,650	7.4	2,600	7.3
三共		2,400	6.5	2,350	6.5	2,350	6.6
武田薬品工業		2,250	6.1	2,100	5.8	2,050	5.8
その他		6,830	18.6	6,400	17.8	6,200	17.4
合計		36,700	100.0	36,050	100.0	35,650	100.0



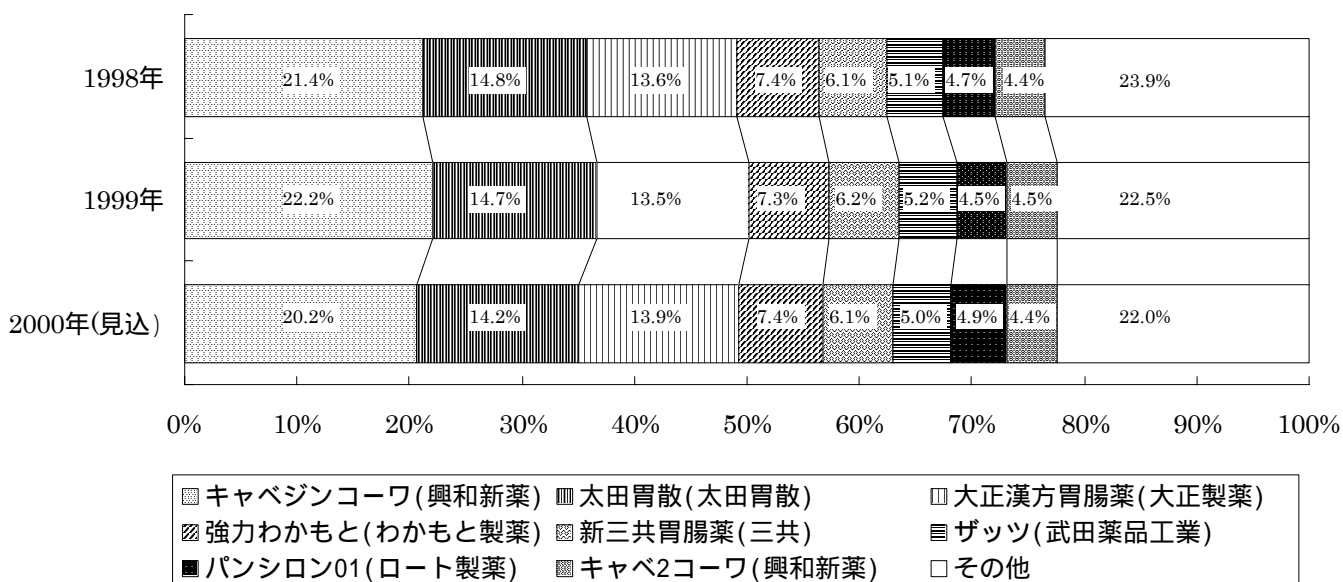
興和新薬は「キャベジンコーワ」「キャベ2コーワ」を販売しており、1997年、1998年と景気の低迷やH₂ブロッカーの発売の影響を受け苦戦したが、トップブランドの強さから需要を回復させ、1999年は実績を伸長させている。

太田胃散は、1999年に価格改定を行なったことから実績を拡大させたが、数量的にはマイナスになっていることから、2000年は実績を下げるものと見込まれる。

大正製薬以下のメーカーは、市場環境の悪化から各社実績を落としている。

3) ブランドシェア

ブランド(メーカー名)	摘要	1998		1999		2000(見込)	
		販売高	シェア	販売高	シェア	販売高	シェア
		百万円	%	百万円	%	百万円	%
キャベジンコーワ(興和新薬)		7,400	20.2	7,700	21.4	7,900	22.2
太田胃散(太田胃散)		5,200	14.2	5,350	14.8	5,250	14.7
大正漢方胃腸薬(大正製薬)		5,100	13.9	4,900	13.6	4,800	13.5
強力わかもと(わかもと製薬)		2,720	7.4	2,650	7.4	2,600	7.3
新三共胃腸薬(三共)		2,250	6.1	2,200	6.1	2,200	6.2
ザッツ(武田薬品工業)		1,850	5.0	1,850	5.1	1,850	5.2
パンシロン01(ロート製薬)		1,800	4.9	1,700	4.7	1,600	4.5
キャベ2コーワ(興和新薬)		1,600	4.4	1,600	4.4	1,600	4.5
その他		8,780	23.9	8,100	22.5	7,850	22.0
合計		36,700	100.0	36,050	100.0	35,650	100.0



興和新薬「キャベジンコーワ」は、“元気な胃袋がもどって来る”をコピーにして胃の弱った人をターゲットにしている。保健薬的な使われ方をしているため、飲酒/飲食機会の減少の影響を受けにくいものの、1998年はH₂ブロッカーの発売の影響を受けたこともあり、苦戦を強いられた。しかし1999年、ブランド力の高さ、製品の1日薬価が低く設定されているため割安感があることが受け入れられ、需要を回復させ実績は拡大を示した。

太田胃散は、1999年4月に「太田胃散」の価格改定を行った。実質的には値上げになるため数量ベースでは前年割れをしているものの、金額ベースではアップとなっている。価格改定に伴ってCMのキャラクターをタレントの長嶋一茂に変更した。同社のメインユーザーは50代以上になっているが、30~40代の少し若い世代を取り込んでいく狙いである。1999年は価格改定の影響により実績を拡大させたが、2000年は数量的伸びが期待しにくいことから実績を下げるものと見られる。

大正製薬「大正漢方胃腸薬」は、飲みすぎ/食べ過ぎへの訴求を行っているが、飲酒/飲食機会の低下に伴って需要が低下している。1999年はCMキャラクターをタレントの渡辺徹に変更して、TVを中心に新聞/雑誌などの媒体を起用して広告宣伝を投下しているが、実績を落としている。

わかもと製薬「強力わかもと」は、安全性／経済性に優れていることから保健薬的に使用されており、新聞広告などでサンプル提供を行いながら、ユーザーの拡大に努めている。ロングセラーブランドであり、固定ユーザーに支えられているため、実績に大きな変動がなく推移しているが、景気の影響を受けて1999年は若干実績を落としている。

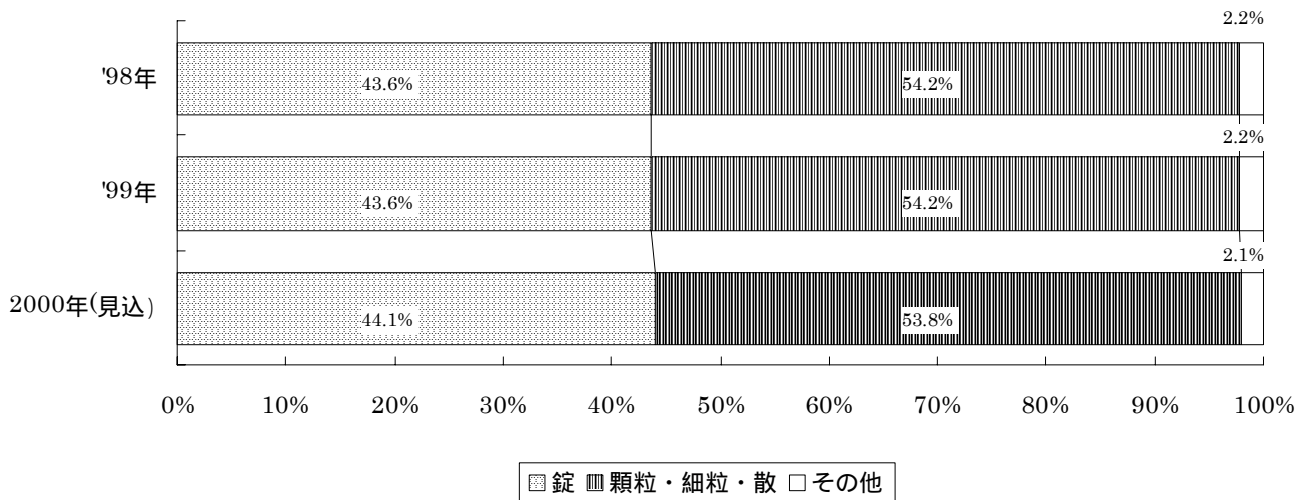
武田薬品工業「ザッツ」は、膨満感という症状に絞った訴求により実績を伸長させてきたが、1999年は伸び悩み、実績は横ばいであった。

ロート製薬「パンシロン01」は、市場環境の悪化に伴って実績の下降が続いており、1999年も前年実績を割っている。

4 . 種類別マーケット動向

< 剤型別マーケット動向 >

剤型	摘要	1998		1999		2000 (見込)	
		販売高 百万円	シェア %	販売高 百万円	シェア %	販売高 百万円	シェア %
錠		16,000	43.6	15,900	44.1	15,800	44.3
顆粒・細粒・散		19,900	54.2	19,400	53.8	19,100	53.6
その他		800	2.2	750	2.1	750	2.1
合計		36,700	100.0	36,050	100.0	35,650	100.0



剤型では、顆粒／細粒／散のウェイトが約54%と最も高く、錠剤が約45%で続いている。

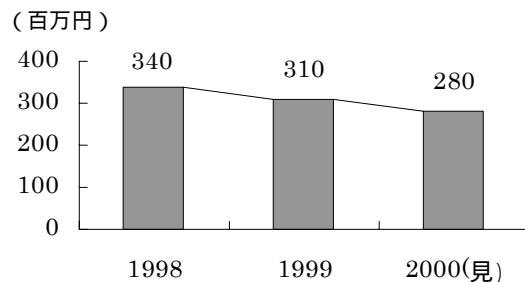
錠剤は服用のしやすさから取扱いメーカーも多く、単独で見ると最もウェイトが高くなっている。

錠剤はピンなどの容器入りが多く、携帯性は良くないが、顆粒／細粒／散では分包タイプで携帯に適した製品も多いため需要が高い。

5. スイッチ OTC の動向

1) マーケットスケール推移

年次	摘要		
	販売高	対前年比	市場におけるウェイト
	百万円	%	%
1998	340		0.9
1999	310	91.2	0.9
2000(見)	280	90.3	0.8

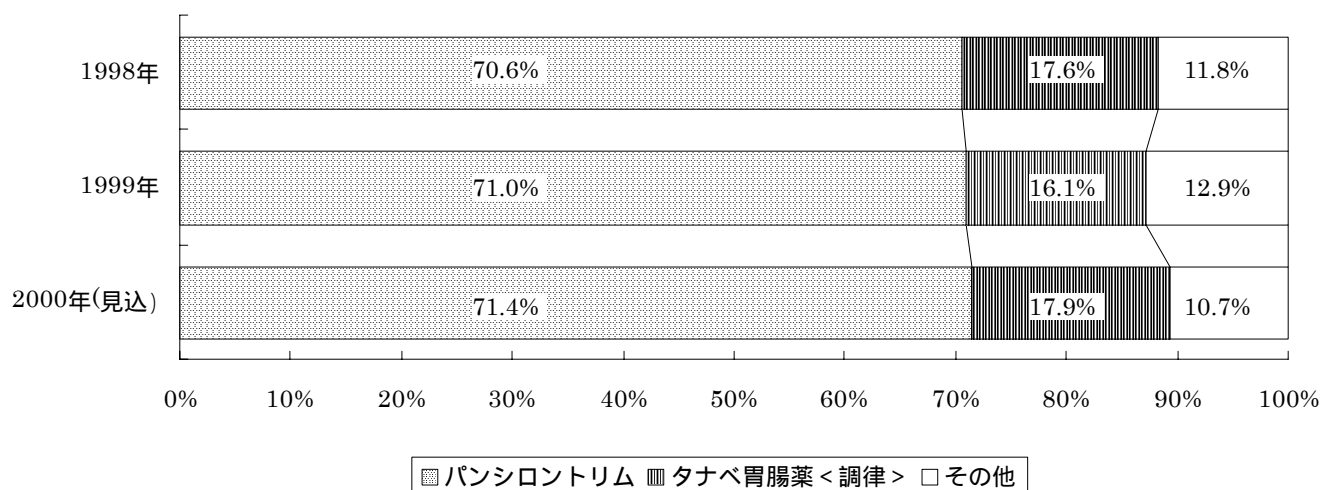


総合胃腸薬では、制酸/健胃/消化/整腸など多様な効能・効果をもち総合的に胃腸機能の改善を訴求しており、症状のひどい場合には制酸薬や鎮痛鎮痙胃腸薬を使用するケースが多く、スイッチ成分の強い効果が必ずしも求められているわけではない。また、ロングセラーブランドが多く、実績を伸ばすことが容易でないこともあり、スイッチ成分の発売は少ない。

そのためにマーケットスケールは、全体市場の1%以下に留まっており、実績も低迷している。

2) ブランドシェア

ブランド(メカ名)	1998		1999		2000(見込)	
	販売高	シェア	販売高	シェア	販売高	シェア
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
パンシロントリム (ロート製薬)	240	70.6	220	71.0	200	71.4
タナベ胃腸薬<調律> (田辺製薬)	60	17.6	50	16.1	50	17.9
その他	40	11.8	40	12.9	30	10.7
合計	340	100.0	310	100.0	280	100.0



6. 製品開発動向

1) 開発動向

1999年11月に、三共は「新三共胃腸薬」をリニューアル発売したりパーゼ AP12 とアカメガシワを配合し消化作用と胃酸中和効果を一層強化しており、脂肪の過剰摂取 / ストレス社会といった現代のライフスタイルに合わせた訴求を行っている。

総合胃腸薬では、ロングセラーブランドが上位シェアを長年維持しており、消費者のブランドスイッチも起きにくいので、新製品の投入は少なくなっている。

2) 価格動向 (1日薬価比較)

ブランド (メーカー)		容量	価格	用法・用量	1日薬価
キャベジンコーワ	(興和新薬)	210錠	1,780円	1回2錠 / 1日3回	50.8円
大正漢方胃腸薬	(大正製薬)	36包	2,300	1回1包 / 1日3回	191.7
太田胃散	(太田胃散)	140g	1,200	1回1.3g / 1日3回	33.4
パンシロン01	(ロート製薬)	20包	970	1回1包 / 1日3回	145.5
強力わかもと	(わかもと製薬)	300錠	1,000	1回9錠 / 1日3回	90.0
新三共胃腸薬<細粒>	(三共)	34包	1,480	1回1錠 / 1日3回	130.6
ザッツ	(武田薬品工業)	60錠	980	1回3錠 / 1日3回	147.0
キャベ2コーワ	(興和新薬)	20包	1,070	1回1包 / 1日3回	160.5

上位ブランドでは、「太田胃散」が33.4円、「キャベジンコーワ」が50.8円と低価格の設定になっており、「大正漢方胃腸薬」は191.7円と高めの設定になっている。

3) 新製品リスト

メーカー名	ブランド名	発売年月	剤型	容量	希望小売価格	備考
エスエス製薬	シグナル胃腸薬チュアブル	'99/4	チュアブル錠	18錠	850	消化作用と胃酸中和作用を強化。
三共	新三共胃腸薬	'99/11	細粒錠剤	18/34/52包 90/200/300錠	880/1,480/1,980 880/1,480/1,980	

7. 広告宣伝・販売促進活動

太田胃散では、1999年4月に価格改定に伴ってCMのキャラクターをタレントの長嶋一茂に変更した。同製品のユーザーは年配者が中心となっており、女性を起用した大人しい広告が多かったが、30~40代の少し若い世代の獲得を図るため、新しいキャラクターを起用した。「太田胃散のイメージに合わない」といった批判的な反応もあるが、良きにつけ、悪しきにつけ広告に対する反応は従来以上に高まっており、広告のインパクトは充分あったといえる。

8. 今後の方向性

総合胃腸薬はロングセラーブランドが多く、上位ブランドには固定ユーザーがついていることから、シェアの変動が起きにくい環境となっている。このため、新製品の投入も多くなく、訴求ポイントも目新しさが余りないことも市場が低迷している原因の1つであるといえる。

このため、新しい訴求を行い、新規の需要を掘り起こしていくことが出来るか否かがマーケットスケールを拡大させるポイントになると思われる。

9. 主要製品リスト

メーカー名	製品名	剤型	容量	希望小売価格	円
興和新薬	キャベジンコーワ A	錠	40錠/110錠/330錠	350/850/2,300	
	キャベジンコーワ	細粒	20包/32包	1,070/1,550	
	"	錠	110錠/210錠/330錠	1,050/1,780/2,350	
大正製薬	キャベ2コーワ	顆粒	20包/32包	1,070/1,550	
	新大正胃腸薬	散	24包/54包	951/1,845	
	"	錠	120錠	951	
	大正漢方胃腸薬	細粒	12包/18包/22包/36包	970/1,320/1,600/2,300	
	"	錠	60錠/85錠/105錠/180錠	970/1,320/1,600/2,300	
太田胃散	大正胃腸薬 K	散	16包/24包/38包/50包	1,380/1,900/2,800	
	"	錠	70錠/110錠/190錠/230錠	1,380/1,900/2,800	
	太田胃散	散	75g/140g/210g	680/1,200/1,680	
三共	太田胃散(分包)	散	18包/38包	570/1,120	
	新三共胃腸薬	散	140g/280g	1,117/1,893	
	"	細粒	18包/34包/52包	880/1,480/1,980	
わかもと製薬	"	顆粒	48包	1,650	
	"	錠	90錠/20錠/300錠	880/1,480/1,980	
	強力わかもと	錠	300錠/1,000錠	1,000/2,500	
ロート製薬	強力わかもと分包	錠	9錠×16	550	
	パンシロン 01	細粒	20包/36包	970/1,600	
	"	錠	60錠/120錠	970/1,600	
武田薬品工業	パンシロン G	細粒	20包/48包	500/1,000	
	シロン S	散	50包	800	
	パンシロントリム	錠	18錠/40錠/80錠	780/1,350/2,350	
	ザッツ	細粒	18包/40包	980/1,950	
	"	錠	60錠/120錠	980/1,950	
	ザッツ 21	錠	50錠/120錠	980/1,950	
	タケダ漢方胃腸薬 K	錠	50錠/110錠	1,200/2,300	
ライフックス	タケダ漢方胃腸薬 K 末	細粒	14包/30包	1,200/2,300	
	タケダ胃腸薬 A	錠	60錠/125錠	1,200/2,300	
	タケダ胃腸薬 A 末	細粒	16包/36包	1,200/2,300	
	ライフックス胃腸薬	顆粒	18包/36包	980/1,800	
	ライフックス A2 胃腸薬	顆粒	15包/30包	1,200/2,100	
	"	錠	110錠	1,900	
田辺製薬	ライフックス DS 胃腸薬	錠	70錠/140錠	970/1,700	
	新タナベ胃腸薬	顆粒	18包/36包	950/1,750	
	"	錠	70錠/140錠/250錠	950/1,600/2,500	
佐藤製薬	タナベ胃腸薬 U錠	錠	70錠/140錠	980/1,800	
	タナベ胃腸薬 <調律>	錠	24錠/48錠	900/1,500	
	イノセア錠	錠	70錠/160錠/260錠	952/1,923/2,894	
	サトウ胃腸薬	顆粒	20包/34包	952/1,457	
カネボウ薬品 全薬工業	"	錠	200錠/340錠	952/1,457	
	新メラゼ	錠	100錠	1,200	
	サトウ漢方胃腸薬	細粒	12包/24包	800/1,500	
	ワカ末胃腸薬 S	顆粒	20包/40包	980/1,800	
富山化学工業 カイゲン	アピアン胃腸薬	錠	114錠	2,300	
	ガロニン錠	錠	120錠	950	
	リズム胃腸薬	散	20包	940	
ゼリア新薬工業	新キーパー U	顆粒	20包/40包	1,100/1,900	
	"	細粒	12包/24包	1,100/1,900	
	"	錠	60錠/120錠/220錠	1,100/1,900/3,300	
	ストマゼット	顆粒	12包/24包/36包	980/1,800/2,600	
	カンイ錠	錠	90錠/180錠	880/1,500	
ストマーゼ	ストマーゼ	顆粒	16包/32包	880/1,500	
	ユチーフ錠	錠	90錠/200錠	1,300/2,600	