

일본의 의약품 시장 분석

1. 최근 업계 동향

1) 신약창출가산제도로 신약개발 촉진

- 일본에서 의약품 가격은 2년에 한번 시장상황을 반영하여 개정되고 있음
 - 이러한 약가(藥價)개정은 일반적으로 가격이 인하되는 방향으로 진행됨
 - 반면 미국에서는 제약회사가 자유롭게 시장상황을 고려하여 약가를 정할 수 있기 때문에 판매호조를 보이는 약의 가격은 특허가 종료될 때까지 매년 인상되는 경향이 강하게 나타남
- 이러한 차이 때문에 미국시장은 제약회사들이 최대의 이익을 낼 가능성이 높은 시장으로 여겨왔음
 - 지금까지는 특정 제약회사가 새롭게 개발한 신약을 먼저 미국시장에 투입되고 나서, 수년에서 10여년이 지난 이후에 비로소 일본시장에서 판매하는 것이 일반적이었음
 - 그러나 미국시장은 글로벌 금융위기 이후 시장상황이 악화되고 있고, 일본은 신약개발 지연이 사회적 문제로 부각되었음
 - 이에 일본 정부는 신약개발 촉진을 목적으로 지난 2010년 4월 ‘신약창출·적응외약해소등촉진가산(新藥創出·適應外藥解消等促進加算)’이라는 약가 유지 구조를 도입했음
- 이 제도에 힘입어 외국계 제약회사가 새롭게 개발한 신약을 일본시장에 적극적으로 투입하게 되었음
 - 이러한 외국계와 일본계 제약회사의 차이가 결국 신약가산품목 수의 차이로 나타나고 있는 것임(<표1>참조)

<표1> 외국계와 일본계 제약회사의 신약창출가산 품목 수 차이(2012년 4월 기준)

회사명	신약창출가산 품목 수	약가(藥價) 개정율
GlaxoSmithKline★	51	-
Pfizer★	43	▲7%대
中外製藥★	35	▲6%
MSD★	34	-
Janssen pharma★	32	-
Novartis pharma★	30	▲5%대 중반
Astellas製藥	29	▲6%
大塚Group	25	▲3.5%
第一三共	24	▲6%대 중반
大二本住友製藥	19	▲6%대 중반
田辺三菱製藥	14	▲6%대 후반
Eisai	12	▲11%
武田藥品工業	8	▲5%대 후반

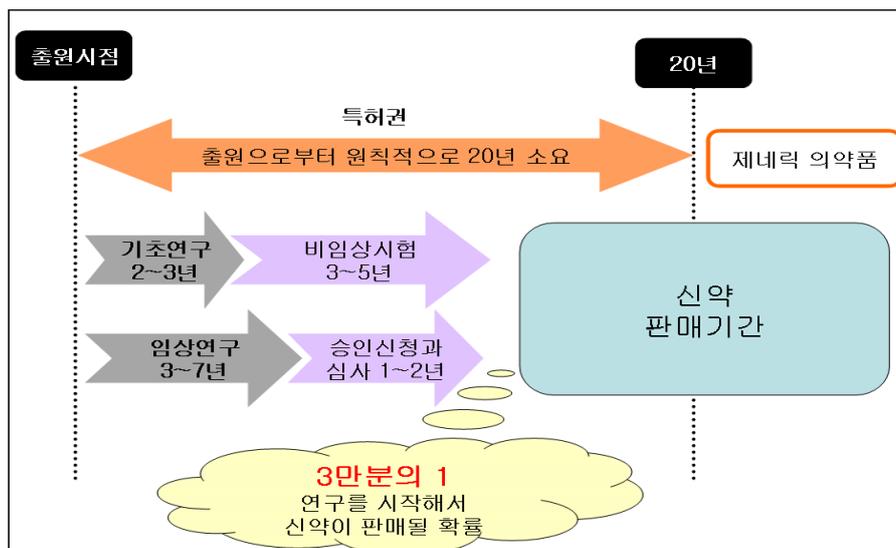
주: ★는 외국계기업

자료: 東洋經濟新報社, ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’ 에서 작성

2) 주요 제약회사의 연구개발비

- 일반적으로 의약품은 기초연구에서 임상시험을 거쳐 실제 환자에게 직접 적용하기 까지 10~20년이 소요됨(<그림1>참조)
- 또한 신규화합물이 신약으로 인정되어 판매에 이르게 될 확률은 3만분의 1정도인 것으로 알려져 있을 뿐만 아니라 최근에는 그 심사와 규제가 더욱 엄격해지는 추세에 있음
- 따라서 일본에서도 신약개발에 필요한 비용이 매년 급증하고 있으며, 하나의 의약품을 개발하는데 수백억 엔이 소요되는 것은 특별한 일이 아님

<그림1> 연구개발에서 신약 판매까지의 과정과 소요기간



자료: 東洋經濟新報社, ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’ 에서 작성

- 그렇지만 만약 신약개발에 성공하게 되면 막대한 이익을 보장받게 됨
 - 자체 개발한 의약품으로 시장을 장악하게 되면 일반적으로 80~90%의 높은 수익률을 기대할 수 있음
 - 뿐만 아니라 제조가 어렵고 다양한 특허로 보호받는 바이오의약품의 경우에는, 특허기간이 종료되더라도 진입장벽이 높아 장기간에 걸쳐 수익을 발생시킬 가능성이 높아짐
- 실제 일본의 주요 제약회사 결산자료를 살펴보면, 이러한 업계의 특징이 그대로 반영되어 나타나고 있음을 알 수 있음(<표2>참조)
 - 일본 주요 제약회사는 매출액의 20% 정도의 연구개발비(타사로부터의 신약후보제품 도입 비용도 포함)를 쓰면서도 10~20%의 높은 매출액영업이익률을 올리고 있음
 - 그 중에서 특히 당뇨병 치료약 개발에 성공하여 판매하고 있는 다케다(武田)약품공업의 수익률이 탁월함

<표2> 일본 주요 제약회사의 수익력과 연구개발비

회사명	연결 매출액(억 엔)	연결 영업이익율(%)	연구개발비(억 엔)
武田薬品工業	14,193	25.9	2,889
大塚Group	10,902	10.8	1,645
第一三共	9,673	12.6	1,943
Astellas製薬	9,539	12.5	2,173
Eisai	7,689	14.7	1,450

자료: 東洋經濟新報社, ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’ 에서 작성

3) 일본 제약회사의 해외진출

- 지금까지 일본 제약회사는 자사가 개발한 제품을 미국시장에 판매하는 방법으로 성장을 거듭해왔다고 할 수 있음
 - 그러나 2010년 이후 미국에서의 특허실효와 더불어 주력제품의 매출이 급감하고 있는 상황임
 - 따라서 미국시장 확대를 위해 확보했던 영업인원을 축소하는 등 해외사업 경영전략 전반에 걸쳐 구체적인 구조조정을 단행하고 있음
- 한편 일본 국내는 계속해서 안정적인 수익을 창출하고 있어 국내기업에게는 수익의 원천이 되고 있음

- 의약품시장은 앞으로 중국, 인도, 브라질 등 신흥국을 중심으로 확대될 것으로 전망됨(<표2>참조)
- 그러나 최근 중국에서 의약품사용을 억제하는 정책이 발표되는 등 시장진입을 위해 넘어야 할 장벽이 낮지 않으며, 현지에서의 영업망 구축도 쉽지 않은 것이 사실임

<표2> 세계 지역별 의약품 시장 규모

		2005년	2010년	2015년(예측)
지역별 점유율(%)	미국	41	36	31
	EU5개국	20	17	13
	일본	11	11	11
	신흥국	12	18	28
	기타	16	18	17
세계시장 규모(억 달러)		6,050	8,560	10,650~10,950

주: EU5개국(독일, 프랑스, 영국, 이탈리아, 스페인), 신흥국(중국, 브라질, 인도, 러시아)

자료: 東洋經濟新報社, ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’에서 작성

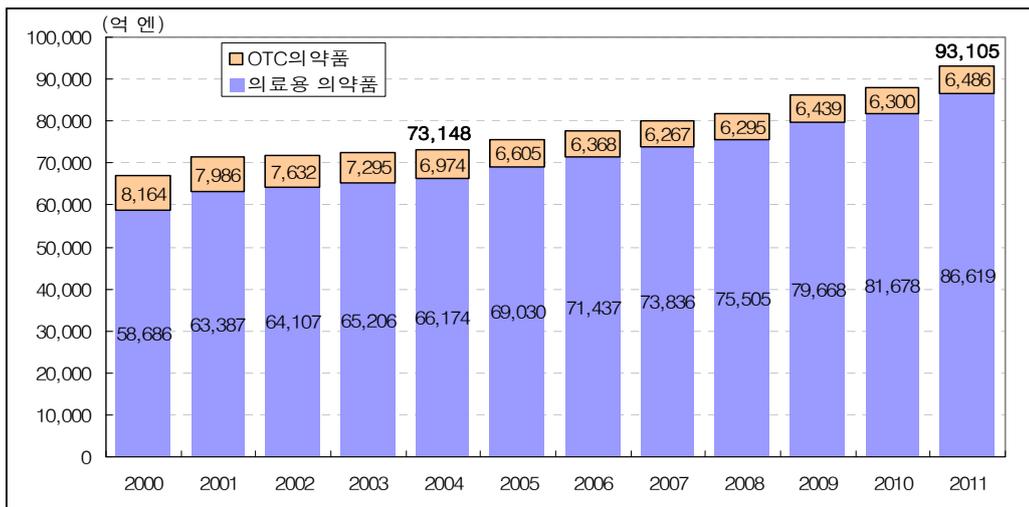
- 다케다(武田)약품공업과 다이치산쿄(第一三共)는 신흥국시장에서 강한 판매력을 지닌 기업 매수를 적극적으로 추진하고 있음
 - 가령 인도의 의약품가격은 일본의 20분의 1 수준이기 때문에 일본으로부터 의약품을 수출해도 채산이 맞지 않음
 - 다케다(武田)약품공업은 스위스기업을 매수함으로써 러시아와 브라질에 기존제품을 판매할 수 있는 교두보를 확보하는데 성공했음
 - 다이치산쿄(第一三共)는 제네릭 의약품(신약으로 개발한 약이 특허기간이 만료되어 동일성분으로 다른 회사에서 생산하는 약, 일본에서는 ‘후발의약품’이란 용어를 사용함)을 생산하는 대규모 인도 회사를 인수했음
 - 그러나 인수한 회사의 품질관리 측면에서 불상사가 발생하여 막대한 손실을 입었음
 - 한편 Eisai는 인도에 생산거점을 가지고 있음
- 한편 일본 이외의 외국계 제약회사도 신흥국 시장 개척을 위해 적극적인 공세에 나서고 있는 상황임
 - 특히 프랑스의 Sanofi와 영국의 GlaxoSmithKline등이 신흥국 시장 개척을 리드하고 있음

- 이 두 회사 모두 신흥국 시장에서 수요가 증가하고 있는 백신 분야에서 상대적 강점을 가지고 있음
- 제네릭 의약품 분야에서는 Teva(이스라엘)와 Novartis(스위스)가 신흥국 시장 개척을 적극적으로 추진하고 있는 편임

2. 최근 시장 상황 및 시장 규모

- 일본 의약품 시장규모는 2000년 이후 점진적인 확대 기조를 그대로 유지하고 있는 상황임
- 2011년 현재 시장규모는 약9.3조 엔이며, 그 중 90% 이상이 의료용의약품임(<그림2> 참조)

<그림2> 일본 의약품 국내 시장규모(출하금액-수출금액)



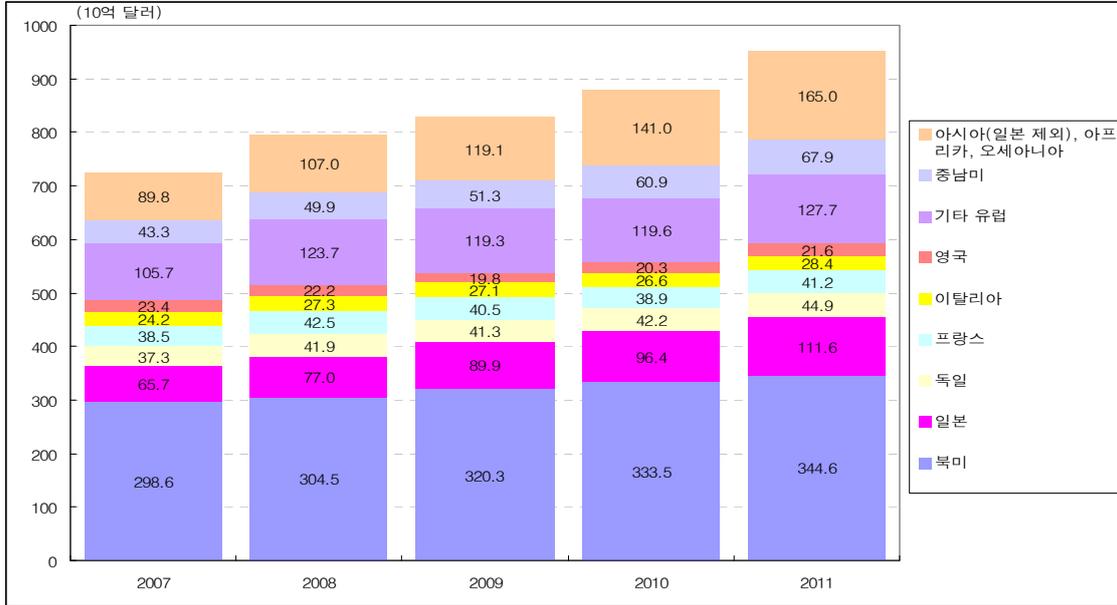
주: OTC: Over the Counter(의사 처방 없이 구입 가능한 일반 의약품)

자료: 厚生労働省, '薬事工業生産動態統計' 에서 작성

- 한편 세계 의약품 시장 규모는 9,529억 달러(2011년)이며, 일본 의약품 시장은 세계의 11.7%를 차지하고 있음
- 나라별 비중을 살펴보면 일본은 미국에 이는 세계2위의 시장규모임
- 일본 국내시장과 해외시장이 모두 확대되고 있는 상황이지만, 일본의 비중은 크게 변하지 않고 있음
- 그 이유는 미국, 유럽, 일본의 세계 의약품 3대 시장이 이전과 변함없이 시장이 확대되고는 있지만, 아시아신흥국과 BRICs가 그 이상으로 시장이 확대되고 있기 때문임

- 가령 2007년과 2011년을 비교하면 세계시장에서 차지하는 미국, 유럽, 일본의 비중은 증가세가 둔화되고 있지만, 신흥국의 경우에는 18.4%에서 24.4%로 크게 상승하고 있음

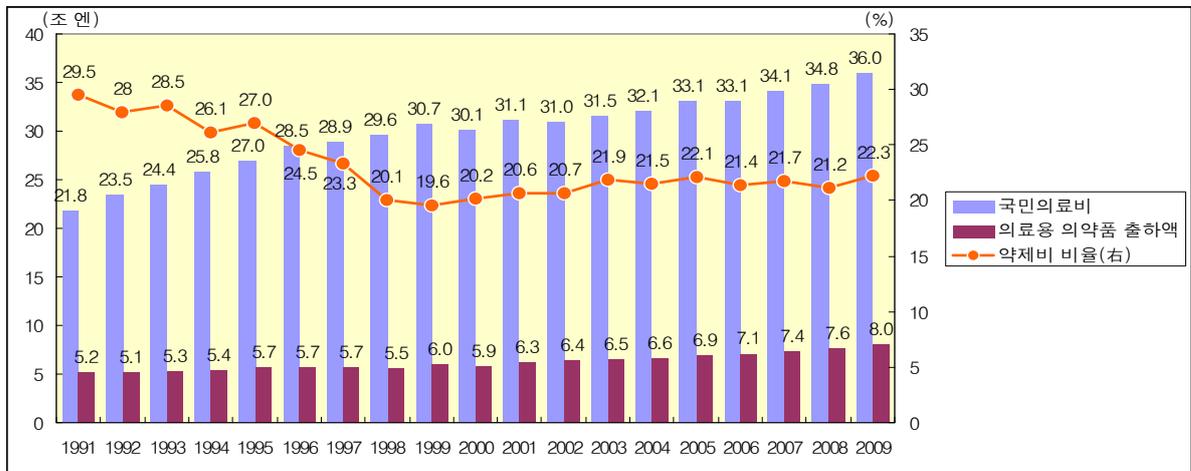
<그림3> 세계 의약품 시장 규모(판매액 기준)



자료: 日本製藥工業協會, 'DATABOOK 2013'에서 작성

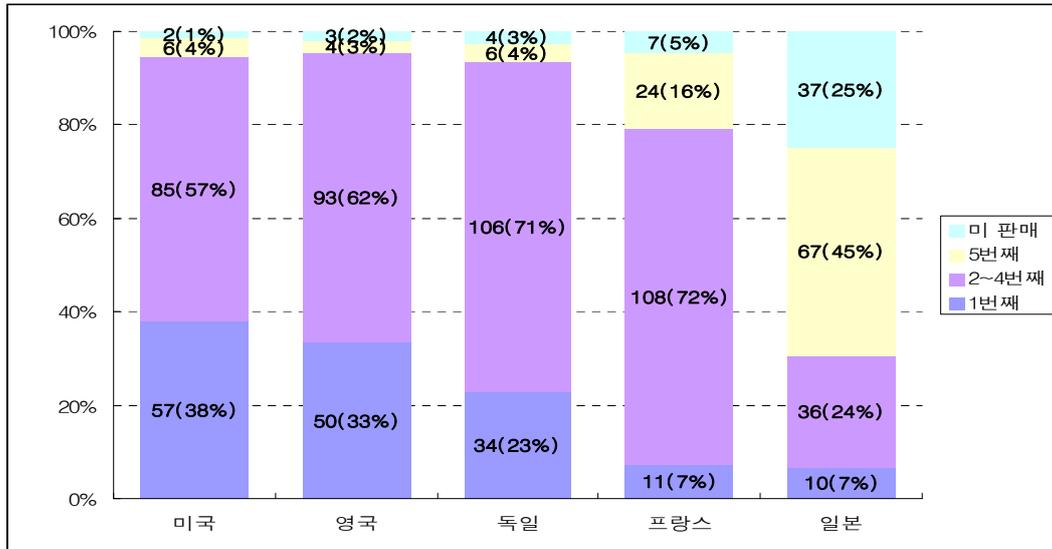
- 일본 의료용의약품 시장규모 확대는 약가(藥價)개정과 의료제조 개혁과 밀접한 관련이 있음
 - 1991년 이후 약가 인하 등으로 국민의료비에서 차지하는 약제비 비중은 약30%에서 약20%로 낮아졌음
 - 그러나 최근 10년 사이에는 더 이상 낮아지지 않으면서 20%대의 안정적인 추이를 나타내고 있음(<그림4>참조)

<그림4> 국민의료비와 약제비 비율 추이



자료: 厚生労働省, '薬事工業生産動態統計'에서 작성

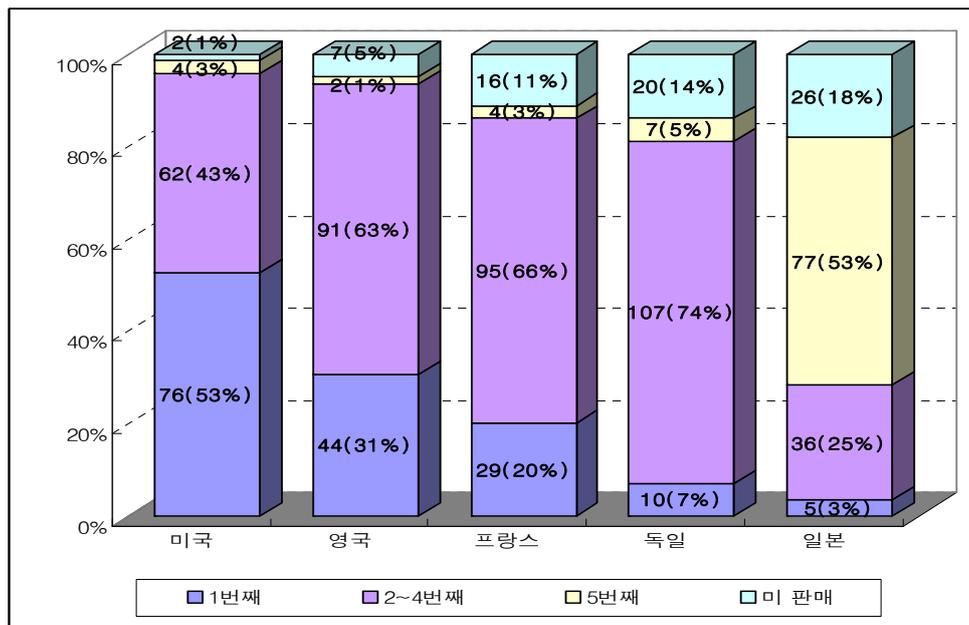
<그림5> 세계 판매 상위 150개 의약품의 국가별 판매시작 순위(2005년 기준)



자료:厚生労働省, '新医薬品産業ビジョン(2007)' 에서 재인용

- 한편 세계 매출 상위 150개 품목에 중에서 다른 나라에서는 판매되고 있지만, 일본에서는 아직 판매되고 있지 않은 의약품 비중은 줄어들고 있음(<그림5>참조)
 - 구체적으로 그 비중과 품목 수를 살펴보면 2005년 25%(37개 품목)에서 2011년 18%(26개 품목)로 감소했음
 - 그러나 판매를 시작하는 순위에 있어서는 다른 선진국에 비해 일본이 크게 떨어지고 있음(<그림6>참조)

<그림6> 세계 판매 상위 150개 의약품의 국가별 판매시작 순위(2011년 기준)



자료:厚生労働省, '新医薬品産業ビジョン(2007)' 에서 재인용

- 이러한 현상이 나타나는 이유는 각 기업의 개발전략이 다르기 때문일 수도 있지만, 세계 유수의 제약회사들이 봤을 때 일본은 연구개발을 하기 적절하지 않다고 판단하기 때문일 것임
 - 앞서 언급한대로 일본은 세계 제2의 시장규모라는 상대적 매력 있음에도 불구하고 이러한 현상이 나타나고 있기 때문임
 - 따라서 연구개발 기반을 포함한 일본의 사업 환경에 문제가 있다고 할 수밖에 없는 상황임
- 실제 외국계기업을 중심으로 일본의 연구개발 거점을 폐쇄하고 싱가포르 혹은 홍콩 등으로 새롭게 거점을 옮기는 움직임이 나타나고 있음(<표3>참조)
 - 지난 2007년에 주로 세계적인 제약회사들이 일본을 떠났는데, Pfizer는 나고야(名古屋)에 있던 연구개발 거점을 폐쇄했고, Bayer도 고베(神戸)의 개발거점을 철수했음
 - 주요 제약회사들이 새로운 연구개발 거점으로 주목하고 있는 지역은 중국 상하이와 싱가포르 등임

<표3> 외국계기업 연구개발 거점 일본 폐쇄 및 신흥국 진출

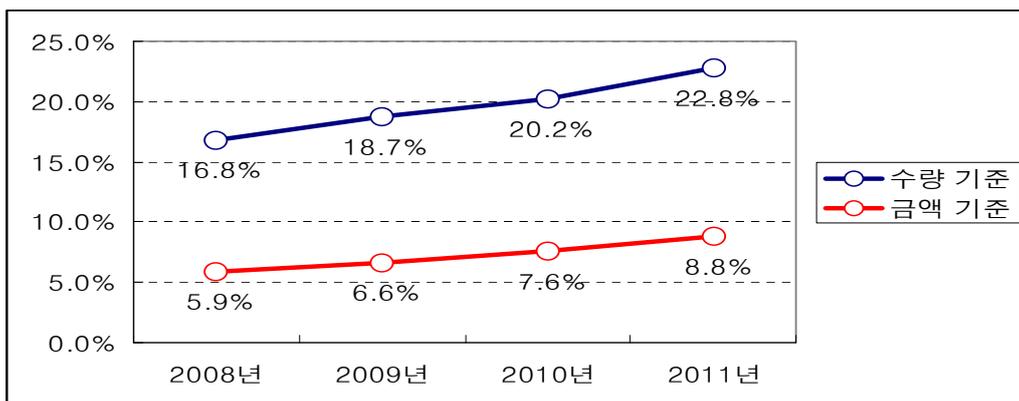
외국계기업	폐쇄한 일본 거점	신설한 신흥국 연구거점
Pfizer	名古屋(2007년)	
Merck	筑波(2009년)	
GlaxoSmithKline	筑波(2007년)	싱가포르(2005년), 상하이(2007년)
Bayer	神戸(2007년)	
Novartis	筑波(2008년)	싱가포르(2004년)
Roche		상하이(2004년)
Astrazeneca		인도(2003년), 상하이(2009년)

자료:厚生労働省, ‘医薬品産業ビジョン(2013)’ 에서 재인용

- 일본에서 제네릭 의약품 2011년 시장점유율은 수량 기준으로는 22.8%이며, 금액 기준으로는 8.8%에 불과함(<그림7>참조)
 - 이러한 일본의 제네릭 의약품 비중은 주요 의약품 선진국과 비교하면 낮은 수준임
 - 그 이유는 다른 나라와 공적 의료보험제도가 다르고 제네릭 의약품에 대한 불안감을 완전히 불식시키지 못하고 있기 때문인 것으로 보임
 - 환자부담을 줄이고 의료보험 재정을 개선하는 것은 물론 혁신적인 신약의 적절한 평가를 한다는 점에서 양질의 제네릭 의약품 사용을 추진하는 것은 매우 중요한 일이라 판단됨

- 일본정부도 지난 2007년 10월 ‘제네릭 의약품의 안전사용 촉진 액션플랜’ 을 채택하고 2012년 수량 기준으로 30%의 목표를 설정하는 등 관련된 제도개선을 추진해 왔음
- 또한 2013년 4월 5일 발표한 ‘보다 많은 제네릭 의약품 사용촉진을 위한 로드맵’ 에서는 2018년까지 수량 기준으로 60%의 시장점유율을 목표로 세웠음
- 이번 발표를 살펴보면, 사용현황을 지속적으로 모니터링하는 한편 다른 나라의 동향을 함께 살펴면서 촉진책을 수시로 수정할 계획임
- 주요 추진계획으로는 (1)안정적인 공급, (2)품질에 대한 신뢰성 확보, (3)정보제공 정책, (4)사용촉진과 관련된 환경정비, (5)의료보험제도상의 사항, (6)로드맵의 실시 상황 모니터링 등이 포함되어 있음

<그림7> 제네릭 의약품의 국내시장 점유율 추이



자료:厚生労働省, ‘医薬品産業ビジョン(2013)’ 에서 재인용

3. 시장점유율

(1) 의료용 의약품

- 2011년도 의료용의약품 시장은 약가(藥價)개정이 없었던 해였기 때문에 당뇨병 치료 약 등을 중심으로 확대되었음
- 일본 후생성 통계와 마찬가지로, 미국 조사기관인 IMS재팬이 집계한 2011년도 일본 의약품 시장규모(매출)는 9조 5,349억 엔으로 2010년에 비해 5.5% 증가하였음
- 시장점유율 상위 4위 업체에는 변동이 없었으나 5위에는 2010년도에 6위였던 Eisai가 올라왔음

- Eisai의 시장점유율이 높아진 것은 아니지만 상위 업체의 점유율이 낮아지면서 순위가 상승했음
- 줄곧 일본 의약품 시장에서 점유율 1위를 지켜온 다케다(武田)약품공업의 2011년도 실적은 7.6%로 2010년에 비해 0.1%포인트 하락했음
 - Astellas제약은 2010년과 변함없는 시장점유율 7.0%를 기록하며 2위 자리를 지켰음
 - 상위 업체 중에서 2011년도 시장점유율이 크게 하락한 기업은 다이치산쿄(第一三共)로 0.3%포인트 낮아진 5.3%를 차지하는데 그쳤음
 - 다나베미츠비시(田辺三菱)제약은 4.4%의 시장점유율로 2010년도와 같은 4위에 올랐음

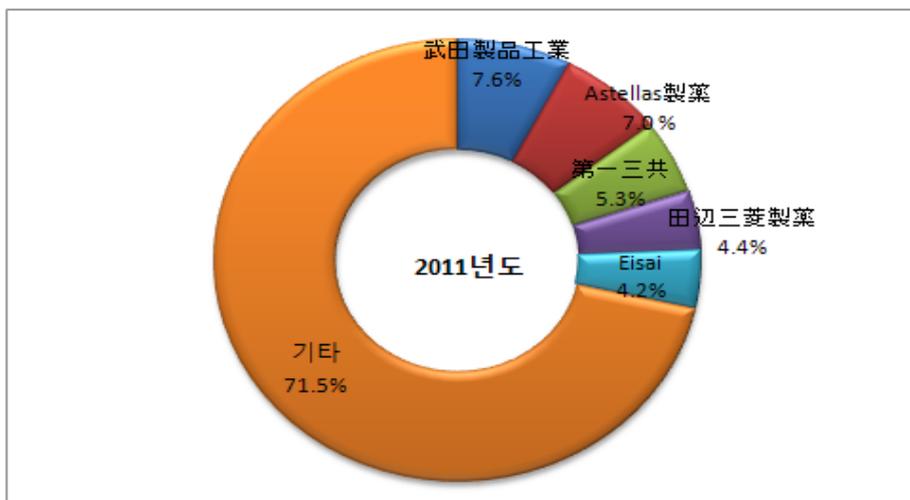
<표> 과거 5년간 업체별 시장점유율 순위

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
1	武田製品工業	武田製品工業	武田製品工業	武田製品工業	武田製品工業
2	Astellas製薬	Astellas製薬	Astellas製薬	Astellas製薬	Astellas製薬
3	第一三共	第一三共	第一三共	第一三共	第一三共
4	Pfizer	田辺三菱製薬	田辺三菱製薬	中外製薬	田辺三菱製薬

자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

- 5위에 오른 Eisai의 시장점유율은 2010년도와 같은 4.2%를 기록했음
 - 인지증(認知症) 치료약 'Aricept' 가 약가 기준으로 2010년도 대비 8.2% 증가한 1,382억 8,300억 엔의 판매를 기록
 - 이는 2011년도 일본 의료용의약품 중에서 가장 많이 판매된 것으로 제품 판매 순위 10위에 오른 'pariet' 등도 시장점유율 유지에 기여한 것으로 판단됨
- 한편 2010년도에 5위였던 중외제약은 시장점유율이 0.2%포인트 하락한 4.1%로 기록하면서 순위가 7위로 내려갔음

<그림> 일본 의료용 의약품 시장점유율(2011년도)



자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

- 시장점유율 상위 20위까지를 보면, 외국계 제약회사의 성장이 두드러짐
 - 2010년에 10위였던 영국계 GlaxoSmithKline의 시장점유율이 0.4%포인트 상승하여 3.5%가 되었음
 - 공적자금 조성이 시작된 자궁암 예방 Crachin의 효과가 컸던 것으로 보임
 - 18위이었던 미국계 일본Lilly도 항생제와 골다공증 치료제 등이 호조를 보이면서 0.2%포인트 상승한 1.8%를 기록했다
- 상대적으로 기업규모가 크고 다수의 개발후보 의약품을 가지고 있는 외국계 기업은 혁신적인 신약으로 특허기간 중의 가격유지를 목적으로 한 ‘신약창출가산제도’의 혜택을 받는 경우가 많음
 - 또한 이들 외국계 제약회사는 일본을 포함한 여러 나라에서 동시에 신약후보물질을 인체에 투여하여 안정성과 효능을 검증하는 국제공동테스트를 추진하여, 일본에서 항암제 등의 제품발매 수를 늘려나가고 있음
 - 따라서 일본 의약품 시장에서 외국계기업의 시장점유율을 앞으로도 확대될 가능성이 매우 높음
- 한편 2012년도는 약가(藥價)개정에 따라 각사의 시장점유율에 적지 않은 변화가 일어날 것으로 예상됨
 - 업계 상위기업 중에서는 특히 Eisai가 ‘Aricept’와 ‘pariet’의 특허가 종료되기 때문에, 개정에 따라 시장점유율 하락으로 순위변동이 불가피할 것으로 보임

(2) 제네릭 의약품

- 2011년도 일본 제네릭 의약품 시장은 2010년도에 이어 특허가 종료되는 중요 의약품이 많았기 때문에 시장이 크게 확대되었음
 - 2011년도에도 사와이(沢井)제약이 변함없이 업계 1위 자리를 지키고 있으며, 안정적인 공급 능력이 뛰어난 전업 업체가 시장점유율을 확대하고 있는 상황이 이어지고 있음
 - 최근 신약계열 회사와 외국계 기업의 일본 진출이 증가하고 있어, 2012년도 이후에는 경쟁이 한층 더 치열해질 것으로 전망됨

- 일본제네릭제약협회가 발표한 자료에 따라 산정기준을 수정한 결과, 2011년도 시장 점유율과 업계순위는 2010년도 조사와 크게 차이가 나고 있음
 - 2011년도 제네릭 의약품 시장규모는 2010년에 비해 7.1% 증가한 9,000억 엔이었음
 - 2011년도 일본 국내 의약품 시장에서 제네릭 의약품이 차지하는 비중은 금액기준으로 전년과 비교하여 0.2%포인트 증가한 9.6%이며, 수량 기준으로는 0.3%포인트 증가한 23.3%임

- 2011년도는 2년 마다 한번 실시되는 신약 약가개정과 제네릭 의약품 사용촉진책이 없었기 때문에 시장 확대가 제한적으로 이루어졌음
 - 그러나 당뇨 치료제, 고지혈증 치료제, 인지증 치료제 등 매출 규모가 비교적 큰 제네릭 의약품이 새롭게 시장에 투입되면서 시장 확대 현상은 이어지고 있는 상황임

- 사와이(沢井)제약의 2011년도 시장점유율은 7.5%로 2010년도에 비해 0.1%포인트 하락했음
 - 2011년도 일본 제네릭 의약품 업계 2위는 전년대비 0.2%포인트 증가하여 6.7%의 시장점유율을 기록한 니치이코(日医工)차지했음
 - 니치이코(日医工)는 제네릭 의약품 기준으로 보면 업계 2위이지만, 2011년도 사업 전체 연결 매출액 기준으로 보면 3분기까지 777억 엔을 기록하여 업계 1위 사와이 제약의 매출을 뛰어넘었음

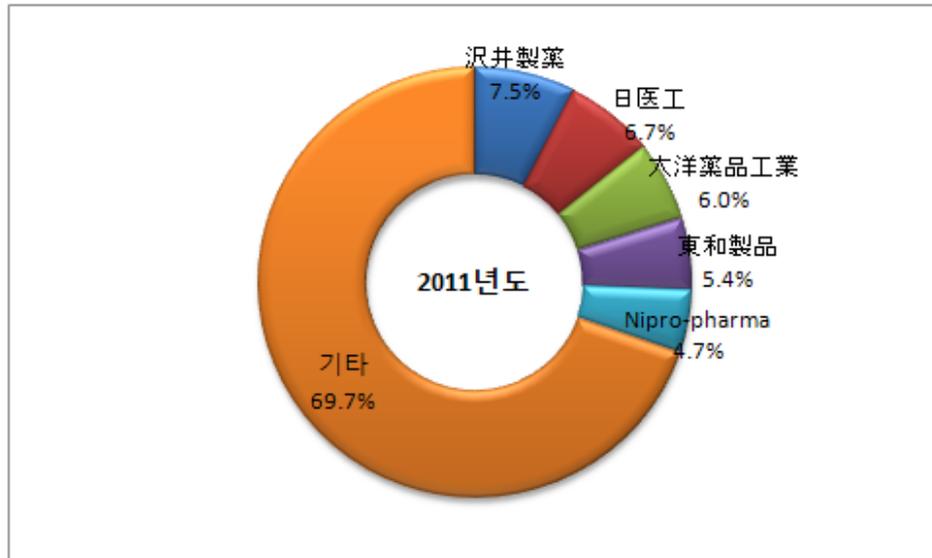
<표> 과거 5년간 업체별 시장점유율 순위

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
1	沢井製薬	沢井製薬	沢井製薬	沢井製薬	沢井製薬
2	東和製品	東和製品	日医工	日医工	日医工
3	大洋薬品工業	大洋薬品工業	東和製品	東和製品	東和製品
4	日医工	日医工	大洋薬品工業	大洋薬品工業	大洋薬品工業

자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

- 2011년도 일본 제네릭 의약품 업계 3위는 2012년 4월부터 Teva제약으로 이름이 바뀐 다이요(大洋)약품공업이 차지했음
 - 이어서 4위는 도와(東和)약품, 5위는 Nipro-pharma가 차지했음

<그림> 일본 제네릭 의약품 시장점유율(2011년도)



주) 大洋薬品工業은 2012년 4월1일부터 Teva제약으로 바뀌었음
 자료) 日経産業新聞社(2013), '日経シェア調査'에서 작성

- 제네릭 의약품시장은 ‘일본에 남아 있는 많지 않은 성장산업’ 인만큼 앞으로의 경쟁은 한층 더 치열해질 것이 분명함
 - 신약 업체가 제네릭 의약품 판매에 나서는 등, 성장 가능성이 큰 일본 제네릭 의약품 시장에 신약업체의 적극적인 공세가 점차 거세지고 있는 상황임
- 특히 2012년도는 세계 최대 제네릭 의약품 업체인 Teva Pharmaceutical의 자회사인 다이요(大洋)약품공업과 고와(興和)Teva를 합병시켜, 4월1일 Teva제약을 설립했음
 - 따라서 2012년도 일본 제네릭 의약품 시장에서는 Teva제약의 약진이 예상되면서 업계 전체의 지각 변동이 일어날 것으로 보임
- 앞으로 일본 제네릭 의약품시장 확대 속도는 한층 더 빨라질 것으로 전망됨
 - 2012년 4월부터 제품명이 아닌 성분명으로 처방을 해야 하는 ‘일반명칭 처방’ 제도가 도입됨에 따라 제네릭 의약품 보급이 한층 더 탄력을 받을 것으로 보임
 - 병원이 이 제도를 진료처방에 적용하면 보수가 가산되는 장점도 있기 때문에 예상보다 빨리 제도가 안착할 가능성도 있음
 - 앞으로 일본 제네릭 의약품 시장은 새로운 시장 진입자가 당분간 늘어날 것으로 예상되기 때문에 시장 점유율 확보를 위한 업체간 경쟁은 한층 더 가열된 것으로 예상됨

4. 향후 전망

- 아베정권은 지난 2013년 6월 14일 책정한 ‘일본재흥전략(日本再興戰略)’에서 건강장수산업을 전략분야 중 하나로 선택하고 의약품 산업 발전에 대한 구체적인 방안을 발표하였음
 - 이번 발표는 의약품은 미래 부가가치 창출에 중요한 산업임에도 불구하고 다른 선진국에 비해 성장이 느리다는 반성에서 나온 정책이라고 할 수 있음
 - 특히 각종 규제로 인해 시장이 확대되지 못하는 상황에서 서둘러 탈피해야 한다는 지적이 지속적으로 있었기 때문임
 - 그러나 외국계기업이 일본에서의 연구개발을 포기하고 떠나가고 있는 상황에서 앞으로 일본 의약품시장이 얼마나 확대될 수 있을지는 미지수임
- 한편 일본정부는 앞으로의 성장전략을 통해 일반의약품의 인터넷 판매에 대해서도 소비자 안정성을 확보하면서 확실한 규칙 하에 모든 것을 해금하겠다고 밝힌바 있음
 - 이미 지난 2013년 1월 일본 대법원은 판결을 통해 부작용의 우려가 높은 의약품 판매를 일률적으로 금지한 후생노동성의 명령을 위법으로 인정한바 있음
 - 이 판결이 있는 이후 관련 기업들의 인터넷 판매가 이어지면서 사실상 이미 해금 상태였다고 할 수 있음
 - 또한 후생노동성은 사용상에 위험이 존재한다고 판단되는 일반의약품을 의료용의약품으로 되돌리는 방안도 적극 검토하기 시작했음
- 일본 의약품 시장규모는 점진적인 확대는 되고 있지만 인터넷 판매 등 유통구조의 변화 등 다양한 변수가 있어 시장진출 시 신중한 판단이 요구됨
 - 일반의약품에 대해 인터넷 판매를 허용하는 것은 국민의 편의성을 높여준다는 의미도 있지만, 사용 및 복용 이후 발생할지 모르는 부작용 등에 대한 철저한 대책도 함께 마련되어야 함
 - 우리나라도 최근 편의점을 통한 일부 의약품 판매를 허용하면서 편의성이 한층 높아졌으나, 여전히 인터넷을 통한 의약품 판매는 엄격히 규제하고 있는 상황임
 - 따라서 인터넷 판매를 허용하는 일본의 사례를 면밀히 분석하는 한편, 앞으로의 정책 변화에 대해서도 관심을 가지고 지켜봐야 할 것임

<참고자료>

1. 厚生労働省, ‘医薬品産業ビジョン(2013)’
2. 日経産業新聞社(2013), ‘日経シェア調査’
3. 厚生労働省, ‘新医薬品産業ビジョン(2007)’
4. 厚生労働省, ‘薬事工業生産動態統計’
5. 日本製薬工業協会, ‘DATABOOK 2013’
6. 東洋経済新報社, ‘10年後浮かぶ業界沈む業界’