

# 中国における医薬品ネット販売の規制緩和と市場構造の変化

The Deregulation and Changing Market Structure of Pharmaceutical E-commerce in China



金 艶華：羽衣国際大学 現代社会学部 准教授

## 略 歴

中国・遼寧省生まれ。東北大学外国語学部卒(中国)。富山大学大学院経営学修士、神奈川大学大学院経済学博士。DELL(中国)、IBM(中国)、羽衣国際大学専任講師を経て現職。



孔 令建：中国・常州機電職業技術学院 講師

## 略 歴

中国・遼寧省生まれ。神奈川大学大学院経済学修士、同大学院経済学博士。富士電機モータ(大連)、中国海南軟件職業技術学院助教を経て現職。

## 1. 医薬品EC市場の拡大

近年、中国の医薬品EC市場規模は大幅な拡大を見せており、2021年には2,162億人民元(約4兆2千万円)に達し、2017年比193.8%の増加となっている。そして、EC化率は8.3%と124.3%成長し、取引件数は2億1,276万件に上り、475.6%と高い成長率を遂げている。そのうち、B2B(企業間取引)の取引額が市場全体の9割以上を占めているが、2017年から2021年までの市場の伸び率を見ると、B2C(企業と消費者間取引)市場が109.1%と、B2B市場の76.2%を大幅に超えている<sup>1)</sup>。

B2C市場の迅速な拡大に、中国におけるネットショッピング、とりわけ携帯電話を利用したネットショッピング(モバイルユー

ザー)の普及が大きく寄与したと考える。2020年の医薬品EC市場のモバイルユーザーの割合を見ると、B2B市場が11.9%、B2C市場が72.9%を占めている<sup>2)</sup>。そして、中国のネット通販利用者は約8億4,200万人(2021年)に上り<sup>3)</sup>、モバイルユーザーは7億4,700万人(2020年)を超えている<sup>4)</sup>。膨大なネット通販利用者とモバイルユーザーは、医薬品EC市場の潜在顧客であり、B2C市場が中国政府と業界で注目されている理由でもある。

さて、医薬品産業は規制産業であるため、その発展の状況と方向性は政策変更の影響を大きく受ける。医薬品EC市場の拡大、とりわけB2C市場の急成長は、医薬品の供給側に関する規制緩和と、需要側におけるネットショッピングの利用者の増加が同時に作用し

た結果であると考える。

本稿は主にB2C市場を分析対象とし、医薬品ECに関する法規制や政策の変遷と、それに伴う市場構造の変化を分析する。

## 2. 医薬品ECのビジネスモデル

中国の医薬品ネット販売はB2B型(Business to Business)、B2C型(Business to Consumer)、O2O型(Online to Offline)に分けられる。そして、自社サイトを利用するか、第三者サイト(ネット通販事業者のサイト)を利用するかによって、さらに自社型と第三者電子商取引プラットフォーム型(以下、「第三者PF型」と略す)に分けることができる(表1参照)。

B2B型は、企業間(医療機関含む)の医薬品電子商取引のことで、政府主導の営利を目的としない医薬品の入札と購買を行う政府主導型B2B、製薬企業や医薬品卸売企業が、自社

サイトで自社製品を販売する自社型B2Bと、第三者サイトで医薬品の取引を行う第三者PF型B2Bに分けられる。

B2C型は、薬局と消費者(患者含む)の間で行う医薬品電子商取引のことで、薬局の自社サイトを利用する自社型B2Cと、薬局が第三者サイトを通して消費者に医薬品を販売する第三者PF型B2Cに分類されている。

そしてO2O型は新たなビジネスモデルで、医薬品をオンラインで注文し、オフラインで受け取る仕組みである。消費者が薬局の自社サイトや第三者サイトで医薬品を注文し、近くの薬局に取りに行くか、薬局の従業員や、配達員が届けてくれる。近くの薬局を利用することで、医薬品ECのリードタイムが大幅に短縮され、消費者より好評を受けている。そのため、近年はB2C市場においてO2O型が注目され、B2CとO2Oのビジネスを両方とも展開する薬局とネット通販事業者が増えてい

表1 中国における医薬品ネット販売モデルの類型

類型	ビジネスモデル/代表企業	
B2B	政府主導型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 営利を目的としない医薬品の入札と購買</li> <li>・ 代表企業：四川省薬機集中採購及医薬価格監管平台</li> </ul>
	自社型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製薬企業や医薬品卸売企業が、自社サイトで医薬品を他社(2次卸、3次卸、医療機関、薬局など)に販売</li> <li>・ 代表企業：国薬商城(国薬集団)、益薬購(上薬曇健康)、九州通医薬網、聚創医薬網</li> </ul>
	第三者PF型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 原材料供給業者と製薬企業、製薬企業と医薬品卸売企業、医薬品卸売企業間、医薬品卸売企業と小売企業が、第三者サイトで取引を行う</li> <li>・ 代表企業(PF)：阿康健康、薬京采(京東健康)、薬兜網、1薬網、薬薬好、好薬網</li> </ul>
B2C	自社型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小売企業(主に大手薬局チェーン)が、自社サイトで消費者(患者含む)に医薬品を販売</li> <li>・ 代表企業：康愛多、好薬師(九州通)、老百姓網上薬店、壹薬網</li> </ul>
	第三者PF型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小売企業(主に大手薬局チェーン)と消費者(患者含む)が、第三者サイトで取引を行う</li> <li>・ 代表企業(PF)：阿里健康(天猫医薬館が2014年4月に合併)、京東大薬房(京東健康)</li> </ul>
O2O	自社型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小売企業(主に大手薬局チェーン)が、自社サイトで消費者(患者含む)に医薬品を販売し、近くの薬局から医薬品を届けるか、消費者が薬局の店舗に医薬品を取りにくる</li> <li>・ 代表企業：老百姓網上薬店、康愛多、九州通</li> </ul>
	第三者PF型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小売企業(主に大手薬局チェーン)が、第三者サイトで消費者(患者含む)に医薬品を販売し、近くの薬局から医薬品を届けるか、消費者が薬局の店舗に医薬品を取りにくる</li> <li>・ 代表企業(PF)：叮当快薬、阿里健康、京東薬急送(京東健康)、康愛多、好薬師(九州通)</li> </ul>

出所) 中商産業研究院(2022/11/03)、艾瑞諮詢・その他(2016)、艾瑞諮詢(2022)を基に筆者作成。

る。

### 3. 医薬品EC政策の変遷

#### (1) OTC医薬品の全面解禁

中国で最初に医薬品ECビジネスに乗り出した企業は上海市第一医薬商店有限会社で、1998年に自社サイトを開設した。ところが、翌年の12月に中国の国家食品薬品監督管理総局が「処方薬与非処方薬流通管理暫行規定」を発表し、医薬品のネット販売が全面禁止になった。

その後、市場における医薬品ネット販売への要望が高まり、2000年に北京市、上海市、福建省、広東省をOTC医薬品ネット販売の試行地域に指定した。そして「薬品電子商務試点監督管理办法」にて、医薬品ネット販売の定義、取引の流れ、取引規定、監督管理方法などを明確に定めた。2005年には「互聯網藥品交易服務審批暫行規定」を発表し、参入企業向けの営業許可制度(A/B/C許可証の取得)を導入した。医薬品ECビジネスを展開する条件として、許可証の取得が必須であった。また、薬局チェーンの消費者向けOTC医薬品のネット販売を認めた。

2011年の天猫医薬館の開設は、第三者PF型B2Cとして新たなスタートを切った。その後、医薬品EC市場への参入条件を緩和するために、2017年に医薬品ネット販売の営業許可制度を廃止した。これで、医薬品販売企業は別途ネット販売の許可証(A/B/C)を取得しなくても、医薬品EC(B2BとB2C)ビジネスを展開することができるようになり、医薬品

EC市場は急速な発展を遂げてきた。

#### (2) 処方薬の解禁

2019年に施行された「薬品管理法」の改正では、処方薬のネット販売を禁止しなかった。また、処方薬を販売する企業や医療機関の第三者サイトの利用を認める一方、国が特別に管理している医薬品(ワクチン、血液製剤、麻酔薬、向精神薬、毒薬、放射性医薬品など)のネット販売を禁じた。今回の法改正は、処方薬のB2C販売が法律上許可されたことを意味し、中国の医薬品EC市場が重要な転換点を迎えたと言える。

そして、2021年に海南省で処方薬ネット販売の試行を行い、同年の4月15日に国務院办公厅が発表した「关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见」では、電子処方箋の信憑性の確認と確保を条件とし、国が管理する特殊医薬品以外の処方薬のネット販売を認めた。これにより、処方薬のネット販売が正式に解禁された。2022年には「薬品網絡銷售監督管理办法」を発表し、処方薬ネット販売における規定、第三者PF事業者の事業範囲、政府の監督検査機能を明確にし、規制と制度を整えた。

#### (3) 越境ECの試行的実施

2021年に医薬品の越境EC関連政策が公表され、北京と河南省を試行地域に指定した。医薬品の安全性を確保するために、越境EC事業者は医薬品のトレーサビリティの確保が義務つけられた。中国国内のみならず、海外における生産流通過程まで、サプライチェー

表2 中国の医薬品ネット販売に関する法律と政策

発表時間	法律・政策／主要内容	ネット販売可否	
		OTC 医薬品	処方薬
1999年12月	「処方薬与非処方薬流通管理暫行規定」医薬品(処方薬とOTC医薬品)のネット販売を禁止。	不可	不可
2000年6月	「薬品電子商務試点監督管理辦法」医薬品ネット販売の定義、取引の流れと監督管理方法を決定。北京など4地域でOTC医薬品のネット販売を試行(2004年に廃止)。	試行	
2005年9月	「互聯網薬品交易服務審批暫行規定」参入企業向けの営業許可制度(A/B/C許可証の取得)を導入。薬局チェーンのB2C型OTC医薬品ネット販売許可。	許可制度	
2017年4、9月	参入企業の営業許可制度(A/B/C許可証の取得)を廃止。	全面解禁	
2019年12月	「薬品管理法(新版)」処方薬に関して、法律上可能、第三者PF利用可能、販売禁止薬を明記。		法律上可
2019年12月	「北京市跨境電商銷售医薬品試点工作實施方案」北京で越境ECの試行。	越境EC試行(北京)	
2020年11月	「薬品網絡銷售監督管理辦法(征求意见稿)」電子処方箋の信憑性(発行先など)の確認が必須。		条件付き可
2021年4月	「關於服務“六穩”“六保”進一步做好“放管服”改革有關工作的意見」処方薬のネット販売解禁。		正式解禁
2021年4月	「国家發展改革委商務部關於支持海南自由貿易港建設放寬市場準入若干特別措施的意見」海南省で処方薬のネット販売を試行。		試行
2021年5月	「國務院關於同意在河南省開展跨境電子商務零售進口藥品試点的批復」河南省で越境ECの試行。	越境EC試行(鄭州)	
2022年12月	「薬品網絡銷售監督管理辦法」処方薬のネット販売と第三者PF、政府の監督機能に関する規定、法的責任を詳細に記載。		厳格な管理

注)「3. 医薬品EC政策の変遷」の内容は本表(表2)をご参照ください。

出所) 国务院(2021/05/12)、国务院公报(2022/08/03)、国务院办公厅(2021/04/15)、林(2020)、新华社(2019/12/31)、朱・その他(2022)を基に筆者作成。

ン全体の状況を確認できることが求められた。2022年4月11日に河南保税物流センターで試行を開始し、日本の大幸薬品社の康腹止瀉片(日本では「セイロガン糖衣A」)が中国の医薬品ECサイトで注文できるようになった。河南省鄭州市では、暫く医薬品の関税を0%にし、消費者からの入金を確認できたら、約2分間で通関手続が済むようにしている<sup>5)</sup>。このように、医薬品越境ECの利便性と経済性を高める同時に、医薬品の安全性を確保するために厳しい取扱規定を定めている。

これまで中国の医薬品ネット販売に関する規制は、全面禁止から試行、許可制から解禁

へと緩和しつつある。そして、対象薬はOTC医薬品から処方薬まで、利用可能なサイトは医薬品の製造販売企業の自社サイトから第三者サイトまで、さらに医薬品の提供者は国内から海外までと、中国の医薬品ECビジネスの対象と範囲はますます広がっている。また、安全な取引環境を確保し、消費者が安全な医薬品を購入できるように、関連規制と監督管理体制を整える一方である。

#### 4. 医薬品EC市場の構造変化

中国の医薬品EC市場は、2017年の営業許

可制度(A/B/C許可証の取得)の廃止がきっかけで、多くの医薬品関連企業がEC市場に参入した。2019年1年間の新規参入企業数は1,391社に上り、現在、中国には医薬品EC関連企業が12,111社もある<sup>6)</sup>。

市場規模は2015年の476億人民元から2021年の2,162億と、およそ354%の成長率を遂げ、医薬品流通市場に占めるシェアは2017年の3.7%から2021年の8.3%と2倍以上伸びた。そして、大手ネット通販事業者のビジネス拡大により、2021年には第三者PF事業者が849億人民元と膨大な市場を創出し、2020年の708億と比べて20%も増加した(図1参照)。

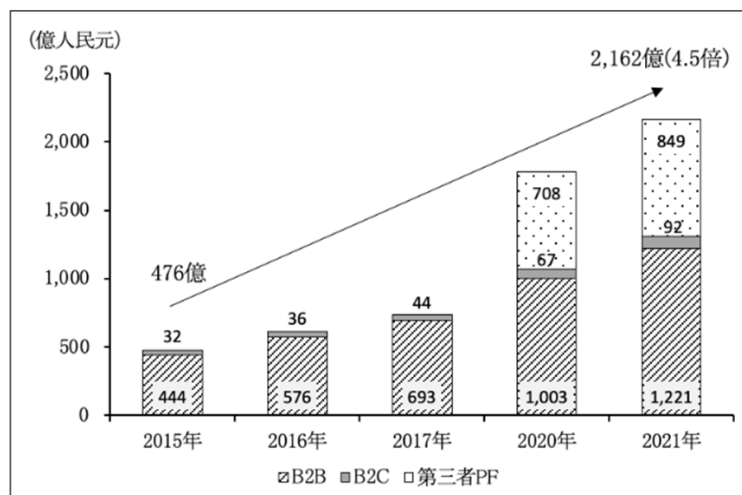
近年は、従来の自社型B2BとB2Cの事業者も第三者サイトに積極的に出店するようになり、自社型サイトの市場シェアが第三者サイトに取られている。2015年と比べると、2021年の自社型B2Bが93.3%から56.4%へ、自社

型B2Cが6.7%から4.3%へと減少した一方、第三者PF型の市場シェア(B2BとB2C含む)は39.3%まで拡大し、医薬品EC市場の構造が大きく変化した(図2参照)。

上述のように、中国の医薬品ネット販売は促進政策の実施により市場規模が拡大し、参入企業数と利用者数が増加している。そして、第三者サイトの利用拡大、O2O市場の成長、処方薬ネット販売の解禁、顧客サービスの充実、販売モデルの多様化、海外仕入先の開拓、医薬品EC関連各社間の協力など、医薬品ネット販売に関する規制緩和に伴い、医薬品EC市場は著しい成長を遂げてきており、また市場構造は大きく変わってきた。

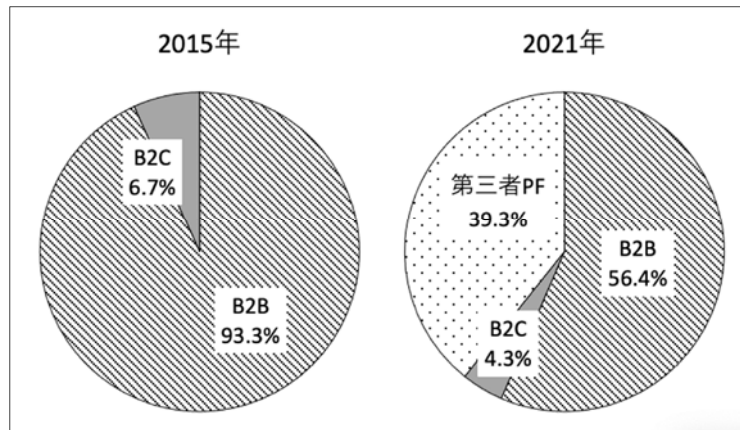
ところが、中国の医薬品ネット販売はいまだ模索段階であり、依然として多くの問題と課題を抱えている。とりわけ偽薬のネット販売や無許可販売など違法行為が多発し、市場

図1 医薬品EC売上高の推移



注) 中国商務部では2018年と2019年の関連報告書を発表しなかった。データの一貫性を保つために、他の報告書を参考にせず、この2年間のデータは空白にした。  
出所) 商務部市場運行和消費促進司(2016、2017、2018、2021、2022)のデータを基に筆者作成。

図2 医薬品EC市場の構造変化



注) 第三者PFにはB2B、B2C両方含む。O2Oの売上高と、2015年の第三者PF売上高の集計はなかった。

出所) 商務部市場運行和消費促進司(2016)p.7と(2022)p.7を基に筆者作成。

の混乱を招き、国民の生命と健康の安全を脅かしている。その原因として、関連法律や規制の不備、監督体制の欠如などが指摘されている。一方、消費者側の問題として、デマ情報を見極めるための医薬品に関する知識が欠けていることや、ネットショッピングに慣れて警戒心が薄くなったことが挙げられている。市場は成長してきたが、法律と政策、管理と監督、供給側と需要側の問題が顕在化しつつある。そのため、医薬品EC産業の成長を促進する同時に、安全な取引環境を整備することが必要不可欠である。

注

- 1) 商務部市場運行和消費促進司(2018)pp.6-7、(2022)p.7より。
- 2) 商務部市場運行和消費促進司(2021)p.7より。
- 3) 中華人民共和國商務部(2022)p.2より。
- 4) 中国互聯網絡信息中心(2020)p.37より。
- 5) 中国新聞網(2022/04/11)より。
- 6) 前瞻産業研究院(2022/07/15)より。

参考文献

- ・ 艾瑞諮詢(2022)『中国医薬電商B2B行業研究報告』。
- ・ 艾瑞諮詢・申銀万国証券・華創証券・国泰君安証券(2016)「中国医薬電商投資報告」『資本市場』北京首都創業集団、pp.19-49。
- ・ 國務院(2021/05/12)「國務院關於同意在河南省開展跨境電子商務零售進口藥品試點的批復」(国函〔2021〕51号)。
- ・ 國務院公報(2022/08/03)「藥品網絡銷售監督管理辦法」(国家市場監督管理總局令58号)。
- ・ 國務院辦公庁(2021/04/15)「國務院辦公庁關於服務“六穩”“六保”進一步做好“放管服”改革有關工作的意見」[http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-04/15/content\\_5599655.htm](http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-04/15/content_5599655.htm)
- ・ 林振順(2020)「淺議網絡銷售處方藥的法律規制」『中国食品藥品監管』中国健康傳媒集團有限公司、pp.66-73。
- ・ 前瞻産業研究院(2022/07/15)「收藏!『2022年中国医薬電商行業企業大數據全景圖譜』(附企業數量、企業競爭、企業投融資等)」<https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/220715-68f6f9e8.html>
- ・ 商務部市場運行和消費促進司(2022)『2021藥品流通行業運行統計分析報告』
- ・ 商務部市場運行和消費促進司(2021)『2020藥品流通行業運行統計分析報告』
- ・ 商務部市場運行和消費促進司(2018)『2017藥品流通行業運行統計分析報告』
- ・ 商務部市場運行和消費促進司(2017)『2016藥品流通行業運行統計分析報告』
- ・ 商務部市場運行和消費促進司(2016)『2015藥品流通行業運行統計分析報告』
- ・ 新華社(2019/12/31)「北京推出跨境電商銷售藥品試點工作實施方案」中国政府網。
- ・ 中国互聯網絡信息中心(2020)『第46次中国互聯網絡

絡発展状況統計報告』。

- 中国新聞網(2022/04/11)「全国首单跨境電商零售進口藥品河南落地」<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1729824686530777853&wfr=spider&for=pc>。
- 中華人民共和國商務部(2022)『中国電子商務報告2021』。
- 中商產業研究院(2022/11/03)「2022年中国医葯電商行業市場前景及投資研究報告」<https://m.askci.com/news/chanye/20221103/1612422008060.shtml>。
- 朱文靜・許童・温瑞睿・周玥(2022)「新發展階段完善我国藥品網絡銷售監管体制的思考」『中国合理用葯探索』中国健康伝媒集团有限公司・中国葯師協會、第3期第19卷、pp.89-95。