

2003年12月11日

株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
2-5 F・Kビル
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
URL : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/
広報部 03-5614-1078

ドラッグルート戦略調査を実施

- 2004年度には6兆円を突破すると予測されるドラッグストア市場を分析 -

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、様々な事業戦略で差別化を計り、勢力拡大を目指すドラッグチェーンの動向を徹底調査した。その結果を、調査報告書「市場変革期に挑む!ドラッグルートの新戦略と将来性2004」にまとめた。今回は、全国47都道府県の有力ドラッグチェーン40社の事例分析を緻密に行っている。

ドラッグストア業界全体市場について

市場規模はスーパー、コンビニエンスストアといった他の小売業態に比べて堅調に伸びている。市場を牽引する要因として、一つには医療費負担増により、消費者のセルフメディケーション意識が高まり、医薬品を中心としたヘルスケア商品を取り扱うドラッグチェーンにとっては大きな追い風となった事があげられる。

次に医薬分業の進展が挙げられ、門前薬局を中心に調剤事業に取り組むドラッグチェーンにとってビジネスチャンスの拡大につながった。

ドラッグストア業界全体の市場が拡大する一方で、業界内部の動きも活発化している。有力ドラッグチェーンの広域的な多店舗展開やスーパー、コンビニエンスストアなどの異業種企業との競合関係はますます熾烈な様相を見せている。

スーパー、コンビニエンスストアは、医薬部外品の一部を既に販売しており、今後販売アイテム数は更に増加すると見込まれている。医薬品についても規制緩和の方向で進んでいる。したがって、競合チャンネルが拡大すると今後ドラッグチェーンは商品展開や店舗展開において他社との差別化を明確に打ち出すような取り組みがますます求められる。今やドラッグチェーン各社によって新たなビジネスモデルが様々に模索されている。

ドラッグストア市場規模(薬局・薬店含む)

ドラッグストア全体売上高	2002年度	5兆8,000億円	2003年度見込み	5兆9,700億円
(調査対象40企業売上高)	2002年度	1兆7,470億円	2003年見込み	2兆51億円
ドラッグストア全体店舗数	2002年度	76,700店	2003年度見込み	77,000店
(調査対象40企業店舗数)	2002年度	4,950店	2003年見込み	5,594店

ドラッグストア市場は2002年度で前年比5%増の5兆8,000億円の市場となっており、2004年度には6兆円を突破する市場となると考えられる。

ドラッグストア市場は過去10年間2桁での成長を続けてきたが、近年成長率が鈍化しつつある。しかし、今回対象とした企業40社の売上高・出店数は共に前年比2桁の成長を続け全体に占めるシェアも年々高まっている。店舗スペース、品揃え、価格訴求面に対抗することが難しい個人経営店から大手チェーンへのシフトが進んでいることがわかる。

有力ドラッグチェーン40社中の売上げランキング

マツモトキヨシ(本社 千葉県松戸市)	2003年度見込み	2,470億円
カワチ薬品(本社 栃木県小山市)	2003年度見込み	1,835億円
サンドラッグ(本社 東京都府中市)	2003年度見込み	1,187億円

圧倒的な店舗数、低価格と商品力を武器に成長する「マツモトキヨシ」の売上げが群を抜いており、売上高2,000億円を超えている。

有力ドラッグチェーン40社中一店舗当りの売上高ランキング

カワチ薬品(本社 栃木県小山市)	2003年度見込み	15億円
杏林堂薬局(本社 静岡県浜松市)	2003年度見込み	7億円
ダイコク(本社 大阪府大阪市)	2003年度見込み	6億円

一位のカワチ薬品は、雑貨売場を縮小し、化粧品や医薬品のスペースを拡大する方向にある。また、酒の規制緩和を背景に、積極的に酒類の販売を行い、男性客の集客と客単価の向上を図っている。

チェーン展開のポイント分析

調剤事業

調剤事業は利益率が高く、安定した売上げが期待でき、地域密着による顧客との繋がりを深められるという側面もあることから、この事業を武器に成長するドラッグチェーンも目立っている。今後は調剤併設店舗の増加を戦略として打ち出すドラッグチェーンも多くみられる。

今回対象となった40社についても概ね調剤事業を強化していく方針を打ち出しているが、一部の地域では処方箋の獲得争いも始まっている。拡大路線をとるだけでなく、採算性、人材面を重視し収益を見込める地域への出店・併設を進めるというチェーンが多い。

健康食品・セルフケア

消費者のセルフメディケーション意識の向上により、健康食品の需要が拡大しており、それと共に商品のバリエーションも増加している。売場の展開としては、ダイエット、生活習慣病、サプリメント、スポーツフーズなど、健康な人から病人まで幅広い層の開拓に注力していくと考えられる。またコンビニエンスストアやスーパー、ホームセンターとの差別化をはかるため、カウンセリング販売という付加価値をつけて展開していくチェーンが今後増加すると考えられる。

ドラッグストア業界の現状と今後の方向

現状と課題

商品戦略・・・単に商品を販売するだけでなく、豊富な知識を持った従業員が、症状に応じて適切なアドバイスを行うなど、付加価値をプラスした販売で他業態との差別化を図るチェーンが増加している。売れ筋商品を中心とした低価格販売が価格競争を引き起こし、この競争からの脱却が課題となっている。

出店戦略・・・ここ数年で、大手チェーンを中心としたドミナント出店によって急速に店舗数拡大が行われたため、都市部では競争の激化が進行しており、同業者同士の立地の奪い合いも生じている。収益が見込める好立地での出店が困難なものとなっているため、大手チェーンでは、M&Aで新規エリアの進出を図る企業も存在する。現在、既存店でのこいれ、不採算店の整理を課題とする企業も多い。

経営戦略・・・既存店の利益確保に苦戦を強いられているチェーンが多く存在する中、各社物流システムの効率化やパート比率を高めることでの人件費の削減など、ローコストオペレーションを推進する企業が増加している。また、業界内での調剤サービスの強化を背景に、薬剤師の確保が困難な状況になっているため、今後は従業員を含めて有能な人材の確保が課題になる。

今後と方向性

ドラッグストアは、「値頃感」「商品の多様性」を追求することで店舗数を拡大させ成長を続けてきたが、取扱い商品の多くはNB商品が主体であり、GMS（総合スーパー）、SM（食品スーパー）、HC（ホームセンター）など競合他業態との同質化が進み、業態の垣根は崩れつつあると言える。

郊外立地型の店舗では、「低価格」「品揃え」を重視した総合化による巨大店舗化が進むと予測される。価格競争に陥ってしまうと既存のGMS、HCの他に新たな企業の進出も許す可能性があり、ドラッグストアという業態では集客面で限界がある。今後「利便性」を追及したアメリカ型のワンストップコンビネーションショップや自社でのNSC（近隣型ショッピングセンター）展開など複合業態への取り組みが活発化すると予測される。また、利便性を高めるため、深夜営業、介護事業の拡大、調剤事業の併設などのサービス拡充に加え、企業のM&Aや提携を積極的に進め、スケールメリットを活かした原価低減による価格競争の追及も加速すると考えられる。

都市型立地の店舗では、低価格販売で定着したイメージから脱して「ヘルスケア」「ビューティケア」といった専門性の高い店舗展開に特化して取り組むチェーンも増えている。将来的には消費者の健康・美容をさらに深いレベルでサポートする「メンタルケアルーム」「生活習慣改善教室」など生活提案型の店舗展開へ発展していくものと考えられる。ドラッグストアの強みであるヘルスケア専門性の高さを活かすことができれば、機能で分類した幅広い商品構成とコンサルティング販売が可能であり、競争力・収益性の高い店舗への転換が可能となる。また、機能・内容に特化することで「エステティックサロン」や「美容室」など異業種とのコラボレーションや独自商品の開発も視野に入ってくる。

このように、今後各ドラッグチェーンが他社との差別化政策を進め、新たなビジネスチャンス確立して

いくために、薬剤師のヘルスケア全般に対する専門性の向上や、顧客とのコミュニケーション能力の向上を実現させるための人材育成・確保、効率的な在庫管理、物流システムの構築、異業種との提携などが必要とされる。

調査方法 (株)富士経済専門調査員によるヒアリング及び各社資料・オープンデータにより作成

調査期間 2003年9月～10月

調査対象 有カドラッグストア 40社

調査のポイント

M & Aで拡大を続ける各企業連合の経営方針と今後の動向把握
大手、中堅注目40チェーンの事例研究による業界動向の明確化
調剤・カウンセリング・介護等のサービス分野への展開を分析
酒の新規取り扱い、化粧品、健康食品への取り組み等商品戦略上今後の方向性を分析
各グループが目指すドラッグチェーンの将来図を予測

資料タイトル : 「市場変革期に挑む! ドラッグルートの新戦略と将来性 2004」

体 裁 : A4判 182頁

価 格 : 105,000円(本体価格100,000円 消費税5,000円)

調査・編集 : 富士経済 大阪マーケティング本部 ドラッグストア研究プロジェクトチーム
TEL:06-6228-2020 (代) FAX:06-6228-2030

発 行 所 : 株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2 - 5 F・Kビル

TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165

e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp>