

有力ドラッグチェーン50社の調査を実施

出店数の増加や異業種からの参入による競争の激化などにより、差別化を図るドラッグチェーンはHBC（ヘルス&ビューティケア）関連商品と調剤機能の強化へ

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811）は、ここ数年出店数の増加による競争の激化、既存店の収益性の悪化、大手ドラッグストアによる業務提携やM & A、また、薬事法の改正で異業種からの参入による競争の激化が予想されるなど、転換期を迎えつつあるドラッグ業界の調査を実施した。その結果を報告書「今こそ変革の時！！ドラッグ業界徹底調査 2009」にまとめた。

この報告書では、有力ドラッグチェーン50社（ドラッグチェーン36社と調剤薬局14社）の商品カテゴリー別売上構成、商品戦略、店舗戦略、サービスの導入状況を詳細に分析した。また、ドラッグチャネル関連企業50社（メーカー41社、卸9社）におけるドラッグチャネルの位置付けと取り組み状況などを明確にし、今後のドラッグ業界の新展開の方向性を展望した。

<調査結果の概要>

1. ドラッグストアの動向

市場動向

2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
6兆8,200億円	101.9%	6兆9,000億円	101.2%

2008年のドラッグチェーンと個人薬局、調剤薬局を対象とするドラッグストア全体市場は前年比1.9%増の6兆8,200億円と見込まれる。各小売業態が低迷を続けるなかで、着実に成長を続けてきた数少ない市場である。これまで順調に市場拡大を続けてきた要因は、厚生労働省主導の啓発活動によって生活者の「セルフメディケーション」意識が高まったことが第一に挙げられる。第二に医薬品や健康食品、化粧品だけでなく、食品や日用雑貨なども品揃えをする事によって、生活者への利便性と地域密着型の店舗展開を行ってきた点が挙げられる。

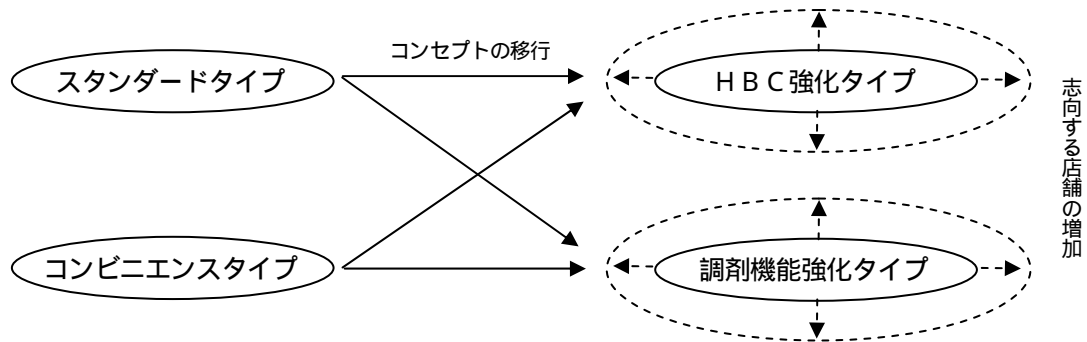
今後、高齢化の進展、生活習慣病患者・予備軍の増加など、生活者のヘルスケアニーズの高まりが続く可能性は高く、ドラッグストア市場は成長を続けていくと推定される。しかし、2009年から施行される改正薬事法で「登録販売者制度」が導入されるため、OTC（一般用医薬品）の販売にSM（スーパーマーケット）、CVS、HC（ホームセンター）、家電量販店など異業種からの参入障壁が低くなり、競争が激化し市場成長が鈍化する可能性も高い。一方で、異業種の参入による業界の再編によって、従来のドラッグストア、調剤薬局の枠組みを越えた新たな業態の誕生も予想される。

ドラッグ業界に求められる新ドラッグチェーンのあり方

店舗コンセプトの今後

ドラッグチェーンは、医薬品・化粧品・健康食品といったHBC関連商品と日用雑貨や一般食品をバランスよく品揃えした「スタンダードタイプ」、HBC関連商品に重点を置いた「HBC強化タイプ」、消費者のワンストップショッピングニーズに対応し、日用雑貨や一般食品の売上比率が高い「コンビニエンスタイプ」、調剤薬局の併設店を増やしていこうとする「調剤機能強化タイプ」の4タイプに大別される。同業との競争激化に加え、日用雑貨や一般食品などの分野ではSMやCVSなどの異業種との競争が激化し、従来型の「スタンダードタイプ」や「コンビニエンスタイプ」は収益性が低下しつつある。そのため「HBC強化タイプ」や、収益性の向上と異業種参入に対する差別化を目的として「調剤機能強化タイプ」に移行している。「調剤機能強化タイプ」は、調剤を強化す

ることで専門性の追求、顧客の囲い込みなどを目指している。



2. 調査対象有力50ドラッグチェーンの動向

売上高推移

2008年度見込	前年度比	2009年度予測	前年度比
3兆4,739億円	109.2%	3兆7,293億円	107.4%

今回の調査対象有力ドラッグチェーン(ドラッグチェーン36社、有力調剤薬局14社)50社の売上高の合計は2008年度に前年比9.2%増の3兆4,739億円と見込まれる。これはドラッグストア全体市場の51%を占める。1店舗当りの売上高は微増であるが、店舗数が6%程度増加することで、2009年度は前年比7.4%増の3兆7,293億円が予測される。

ドラッグストア全体市場は年次数値、有力50ドラッグチェーンの売上高の合計は年度数字

商品カテゴリー	2008年度見込	構成比
化粧品	7,175億円	20.7%
OTC	6,122億円	17.6%
調剤	5,980億円	17.2%
その他	1兆5,462億円	44.5%
合計	3兆4,739億円	100.0%

2008年度見込の商品カテゴリー別売上構成は、化粧品が20.7%、OTCが17.6%、調剤が17.2%である。その他は日用雑貨や一般食品、健康食品などで、1兆5,462億円の41%が日用雑貨、35%が一般食品となっている。

注力商品カテゴリー

有力ドラッグチェーン36社の内、今後最も注力する商品として8割がOTCを挙げている。また、2009年6月の改正薬事法の施行を見据え、「調剤」に注力するとの回答が7割弱となっており、調剤を併設した店舗の拡充を重点政策と捉えている。「OTC」と「調剤」に注力する事によって、調剤による治療と、OTCと健康食品の組み合わせによる(予防、治療後の)健康維持・管理が今後のドラッグチェーンの2本柱となる。女性の利用者が多い特性上、「化粧品」も重要な商品カテゴリーである。また、高齢社会の進展に対応するため「介護関連商品」を挙げるところも多く、今後は各店で介護関連商品の品揃えの強化が図られると予想される。

有力調剤薬局では「調剤」に注力する他、「健康食品」(特にサプリメント)への関心が高く、約6割が注力商品としている。サプリメントや健康食品は、処方医薬品との飲み合わせを薬剤師が指導することでドラッグチェーンなどとの差別化した販売を図ろうとしている。また、介護支援を今後の新しい事業として捉えていることから、3割以上が「介護関連用品」を挙げているが、現段階では服薬指導などのサービス提供に留まっている。

注力サービス

有力ドラッグチェーンが注力するサービスとして最も多くの回答があったのが「健康相談サービス」と「医薬品販売時の情報提供」である。「健康相談サービス」は利用者の囲い込みを行なうための差別化戦略の一環としている。化粧品がドラッグチェーンの中核をなすことから、「美容カウンセリング」への注力も重要な戦略の一つとなっている。

調剤薬局もその約8割が「医薬品販売時の情報提供」を注力サービスとして挙げている。また、ドラッグチェーンとの差別化の一つとして薬剤師の「服用指導」が挙げられており、今後はより積極的なサービス提供が行なわれると予想される。2008年4月に始まった特定保健指導に関しては、2009年2月現在でも測定基準値の見直しなどが行なわれている状況であるため、現段階では各調剤薬局ではその取り組みに慎重な姿勢をとっている。

以上

<調査対象>

有力ドラッグストア	有力ドラッグストア36社、調剤薬局14社の合計50社
ドッグチャンネル関連企業	メーカー41社、卸9社の合計50社

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入メーカー及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベースを併用

<調査期間>

2008年10月～2009年2月

資料タイトル：「今こそ変革の時！！ドラッグ業界徹底調査 2009」

体 裁 ： A4判 263頁

価 格 ： 100,000円(税込み105,000円)

調査・編集 ： 富士経済 大阪マーケティング本部 第四事業部

TEL:06-6228-2020 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

TEL:03-3664-5811 (代) FAX:03-3661-0165 e-mail:info@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/> <https://www.fuji-keizai.co.jp/>