

医薬品マーケティングの最近の話題から
第27回：調剤薬局と医薬品マーケティング

調剤市場の動向と医薬品マーケティングについて、現状と課題をまとめる。今回は、調剤チェーンおよびドラッグストアの経営と課題について、次の3つの視点からまとめる。

調剤チェーンおよびドラッグストアの現状、調剤チェーンの今後の経営課題、ドラッグストアの今後の経営課題。

まず、調剤チェーンおよびドラッグストアの現状について。調剤市場は医薬分業の進展と共に伸びてきた。次表に、上場している調剤薬局およびドラッグストアの売上高を示す。

区分	会社名	調剤売上高(百万円)、比率(%)		
		06年度実績	調剤比率	前期比
調剤薬局	アインファーマシーズ	66,785	82.1%	9.1%
	アインメディカルシステムズ	11,084	99.7%	8.9%
	日本調剤	63,213	96.1%	10.7%
	クラフト	58,054	92.6%	8.1%
	メディカルシステムネットワーク	29,678	96.9%	79.3%
	阪神調剤薬局	25,985	99.3%	12.3%
	メディカルー光	11,679	94.5%	17.2%
ドラッグストア	セガミメディクス	9,592	11.7%	5.2%
	ジップドラッグ	6,981	10.6%	3.0%
	キリン堂	3,547	4.9%	24.2%
	セイジョー	2,226	4.6%	60.2%
	レディ薬局	1,491	5.8%	4.0%
	寺島薬局	1,418	3.0%	0.7%
	サッポロドラッグストア	1,009	3.0%	0.7%

[注1] 上場企業のみ集計対象とした。

[注2] アインメディカルシステムズは、アインファーマシーズの子会社(非連結)。

[注3] 各社とも決算期が異なるので、06年9月期～07年4月期を06年度とする。

[注4] ドラッグストアは、調剤売上開示企業のみ示す。

[出典] 公開調剤薬局の業績分析：公開調剤薬局6社の06年度の収益動向、国際医薬品情報(2007.7.9)

調剤事業だけに限れば、調剤チェーンの売上規模はドラッグストアの調剤部門売上高に比べてはるかに大きい。調剤チェーンがほぼ調剤専業であるのに対して、ドラッグストアの調剤事業売上比率は一部(キリン堂とセイジョー)を除けば、10%以下である。店舗数に関しては、例えば調剤大手の日本調剤の場合198店(05年)、1店舗当りの売上高は2.8億円である。調剤チェーンの営業利益率はおおむね5%以下で、売上高は伸びても減収のチェーンが多い。

調剤チェーンの今後の経営課題について。調剤市場の減速に対応するために、大手調剤チェーンはM&Aによる規模拡大を図っている。たとえば、アインファーマシーズは、ダムファールマ（山形）メディカルハートランド（同）およびダイチク（新潟）を買収し、さらに、たんぼば薬局（岐阜）と業務提携を行なっている。また、日本調剤は、医療システム研究所（東京）を買収している。その他、M&Aの事例は多数ある。いずれも、規模拡大によるメリット追求が目的と見られる。このように、店舗拡充により売上高は増大したものの、薬価改定と診療報酬改定で各社とも減益に陥っている。今後はエリア戦略に基づいた、選択的な店舗拡大が求められる。例えば、医薬分業率が既に高いレベルにある大都市地域においては、処方せんそのものの数量が多いので、医療モール内出店等の方法で店舗拡大の余地はまだあると見られる。

M&A以外の手法による収益確保策として、各調剤チェーンは新規事業への進出を試みている。日本調剤は、ジェネリック製造販売、CSO事業、MR教育への進出を発表した。アインファーマシーズは、ジェネリック専門卸の設立を発表した。このように、新規事業とはいっても調剤との隣接領域であるので、本業とのシナジー効果も狙った新規事業であると考えられる。

調剤チェーンの経営効率化も大きな課題である。これについては、2次元コード、OCR、電子薬歴に対するIT活用、また業務のシステム化（調剤過誤防止システム、服薬指導、在宅患者管理システム）による効率化も図られている（薬事ハンドブック2007）。

最後に、ドラッグストアの今後の経営課題について。近年、ドラッグストアが積極的に調剤薬局併設店舗を増設する動きが話題になった。ただし、最初に述べたように売上規模では、調剤チェーンに比べてまだ大きな開きがある。ドラッグストア固有の経営課題としては、市場の伸びの鈍化がある。ドラッグストアの市場規模は05年度で4.1兆円であり、調剤市場に抜かれている。このため、ドラッグストアの立場からは調剤部門の充実、収益確保のために不可欠といえる。ドラッグストアの強力な顧客吸引力から考えると、調剤部門の充実は今後調剤チェーンにとって大きな脅威になる可能性がある。ただし、薬剤師の確保や販売管理体制の確立（薬剤師の説明に基づく、適正な方法での医薬品販売）が急務である。

（武藤 猛）