

平成 21 年度
広島経済大学 卒業論文

『ドラッグストアが生き残るには』

～改正薬事法の施行が与えるドラッグストア業界への影響とこれから～

広島経済大学 経済学部

ビジネス情報学科

1814094 後藤光信

論文要旨

目次

1. はじめに	1
2. 薬事法の改正とその影響	2
2.1.1 薬事法と薬事法の存在意義	2
2.1.2 医薬品の分類	2
2.2. 薬事法改正の背景と必要性	3
2.3. 登録販売者制度とは	5
2.4. 改正薬事法が与えるドラッグストア業界への影響	5
3. ドラッグストア業界の現状と異業種の参入	6
3.1. ドラッグストア業界の現状	6
3.2. 医薬品販売に参入する異業種	7
3.3.	7
4. ドラッグストアの問題点(課題)とこれから	8
4.1. ドラッグストアの問題点(課題)	8
4.2. ドラッグストアのこれから	8
4.2.1. 店舗の大型化(スケールメリット)	8
4.2.2. 異業種との連携(新しい店舗コンセプト)	8
4.2.3. 他業態との差別化(専門性の特化)	8
5. おわりに	10
参考文献・資料	11

1. はじめに

2009 年 6 月 1 日に改正薬事法が施行され、ドラッグストア業界が岐路に立たされている。「医薬品」という垣根に守られながら急激な成長を続けてきたドラッグストアだったが、今回の改正薬事法の施行により、「医薬品」という垣根が取っ払われることとなった。つまり、今まで「ドラッグストア」でしか取り扱えなかった医薬品が、「スーパー」や「コンビニ」などでも販売できるようになったのである。これからは医薬品は「どこでも買える」という新しい概念が世の中に浸透していくのは間違いないだろう。そうすると、ドラッグストアの「存在価値」自体が薄らいでしまうであろう。

しかし、私は「ドラッグストアは生き残るべきである」と考えている。なぜなら、医師不足や病院閉鎖が叫ばれ地域医療が衰退している今、地域医療の最前線をドラッグストアが担うべきではないかと考えたからである。病院よりも遥かに多く、身近な存在のドラッグストアで診療が受けられるようになれば、病院や医師にかかる負担も軽減でき、患者の負担も軽減できるはずである。そこで、私は本論題である「ドラッグストアが生き残るには！？」という問題意識に辿り着いたのである。

私は、まず「ドラッグストアが生き残るには！？」という問題意識を浮き彫りにし、ドラッグストアの「存在価値」が薄らぐなかで、いかにして「存在価値」を再び高めていくかを論じることが、本論文のカギとなると考えている。本論文ではドラッグストアの「存在価値」を高め、業界で生き残るための2つの具体策を提示する。1 つ目は、コンビニやスーパーなどの異業種と連携し、業界で生き残りをかけた価格競争に踏み切るという案である。2 つ目は、敢えて価格競争に出ずにヘルスケア事業に特化した事業を展開し、異業種とは一線を画すという案である。特にこの論文では、2 つ目に挙げた「ヘルスケアに特化した事業の展開」をより望ましいものとして主張する。

ここで本論文の構成を説明する。第 2 章では、薬事法の存在意義、改正の背景と必要性、改正が及ぼす現象論的影響を考察し、改正薬事法の施行がドラッグストア業界にどのような影響を与えるかを明確にする。第 3 章では、ドラッグストア業界の現状(業界規模・5 月までの業界)と異業種の参入に着目し、異業種の参入がドラッグストア業界へ与える影響を明確にする。第 4 章では、第 3 章で考察されたようなことから生じるドラッグストアの問題点をあげ、生き残るための具体案を提示する。最後の第 5 章ではこの研究で明らかになったことをまとめるとともに残された課題について述べる。最終的に、ドラッグストアがヘルスケア事業で生き残れることを証明するとともに、ドラッグストアが地域医療の最前線を担う存在として生き残る必要があることを主張する。

2. 薬事法の改正とその影響

この章では、薬事法の存在意義、改正の背景と必要性、改正が及ぼす現象論的影響を考察し、改正薬事法の施行がドラッグストア業界にどのような影響を与えるかを明確にする。

2.1.1 薬事法と薬事法の存在意義

現行薬事法は、昭和 35 年 8 月 10 日に法律第 145 号として制定され、現在の様態として整った法律である。この法律の目的は『医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具の品質、有効性及び安全性の確保のために必要な規制を行うとともに、医療上特にその必要性が高い医薬品及び医療用具の研究開発の促進のために必要な措置を講ずることにより、保健衛生の向上を図ることを目的とする。』¹と述べられている通り、主に、「医薬品」「医薬部外品」「化粧品」「医療用具」についての法律であり、それらの定義から、その販売や広告についてなど幅広く規定し、安全性や体への有効性を確保することにある。

また近年では、平成 18 年 6 月 21 日に薬事法は改正されている。薬事法の規制対象である医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具、動物用医薬品、動物用医薬部外品、動物用医療用具について、製造業・輸入販売業の許可、製造承認、医薬品についてはさらに薬局開設および販売業の許可、主にこれらの承認・許可制度を通じて、製品の有効性および安全性を確保するほか、誇大広告等の禁止なども盛り込まれた。承認を受けていないものについて、その名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならないと明記されている。つまり、この法律は主に「医薬品」「医薬部外品」「化粧品」「医療器具」の 4 種について、安全性と、体への有効性を確保するために時代の変化に応じ改正をくり返してきたのである。

2.1.2 医薬品の分類

① 医薬品とは、文字通り、病院で医師が処方してくれる薬や、薬局・薬店で市販されている風邪薬や頭痛薬など、飲んだり(内服)ぬったり(外用)注射したりすることにより、人や動物の疾病の診断、治療、予防を行うための物である。また、『配合されている有効成分の効果が認められており、病気の治療や予防に使われる薬。』というところに最大の特徴がある。テレビ CM などによく「用法・用量を守ってお使い下さい」といっているように、体に作用する有効成分が入っているため、使う場合には使用方法を守ることが鉄則である。

② 医薬部外品とは、日本の薬事法に定められた医薬品と化粧品の中間的な分類で、人体に対する作用の緩やかなもので機械器具でないものである。医薬品ではないが、医薬品に準ずるものをいう。つまり、効果・効能が認められた成分は配合されているが、それは積極的に病気やケガなどを治すものではなく、予防に重点を置かれたものといえる。また、『効果そのものも誰にでも必ず認められるというものではなく、効果が期待できるという範囲。』この作用の違いが、医薬品との大きな違いだ。しかしながら、微妙なポジションにあるという感覚は否めない。ラベルなどにしても、医薬品は「効能・効果」が明確に表示されているのに対して、医薬部外品の多くは単に「医薬部外

¹ 法律 096 号第 1 条(平成 14 年改正)

品」とあるだけである。配合された何の成分に、どんな効果が期待できると認められているのかは不明なのである。ただし、「表示指定成分」として、アレルギーなどの皮膚障害を起こす可能性のある成分名だけは表示が義務づけられているので、安心材料はある。

③ 化粧品とは、人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪をすこやかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされるもので、人体に対する作用が緩和なものをいう。2001 年 4 月に規制緩和され、これまで個々の商品で必要だった厚生労働省大臣の承認・許可を廃止し、各メーカーがその責任において自由に化粧品を作って良いかわりに、『使った成分はすべて表示すること。』という形式になったのである。これにより私たちユーザーはメーカーが開発した新しい化粧品を従来より早く手にすることができるようになったのと同時に、使われている成分をすべて知ることができるようになったのである。もちろん、配合成分が指定されていたり、配合禁止成分などがあり、安全性は十分に重視されている。

④ 医療用器具とは、ガーゼや脱脂綿といった小さな物から松葉杖や車椅子といった実にさまざまな物が含まれる。また、磁気ネックレスや電気マッサージ器といったものも、体への作用を効果として訴える以上、医療用具となる。

2.2. 薬事法改正の背景と必要性

薬局で売っている風邪薬や胃薬などの市販薬は「一般用医薬品」と呼ばれており、薬局であれば自由に手に取り買うことができる。また、インターネットの普及に伴い、ネット販売などでも気軽に買うことができるようになった。しかし近年、効き目が強く医師の処方せんが必要な医療用の医薬品が次々と市販薬に切替えられたり、通信販売を利用した医薬品の乱用による健康被害や副作用などが報告されたりしたため、店舗での対面販売による安全な薬の提供を目指して、薬事法が改正されることになり、平成 21 年 6 月 1 日より改正薬事法が施行されたのである。

今回の薬事法の改正のポイントは、表 2 で示すように①医薬品のリスク分類による販売方法の変更、②登録販売者制度の新設の2点である。

表1:医薬品の分類と義務

分類	質問がなくても行う情報提供	相談があった場合の応答	対応する専門家
第一類:特にリスクの高い医薬品	義務	義務	薬剤師
第二類:リスクが比較的高い医薬品	努力義務		薬剤師・登録販売者
第三類:リスクが比較的低い医薬品	不要		

(出所:JMR 生活総合研究所)

表2: 医薬品取り扱いの変更点

【平成21年5月31日まで】

業態の種類		専門家(資質)	販売可能な一般用医薬品
薬 店	薬 局	薬剤師(国家資格)	全ての一般用医薬品
	一般販売業		
	薬種商販売業	薬種商(都道府県試験)	指定医薬品以外の一般用医薬品
配置販売業		配置販売業者(試験なし)	一定の品目
特例販売業		(薬事法上定めなし)	限定的な品目



【平成21年6月1日から】(業態によっては経過措置期間がある)

業態の種類	専門家(資質)	販売可能な一般用医薬品
薬局	薬剤師(国家資格)	全ての一般用医薬品
店舗販売業	薬剤師(国家資格) 又は 登録販売者(都道府県試験)	薬剤師:全ての一般用医薬品
配置販売業		登録販売者:第一類医薬品以外の一般用医薬品

(出所:薬事法改正に関する情報)

- ※ 着衣等による専門家等の区別:購入者から見て誰が薬剤師、登録販売者、その他の従業員であるか容易に判別できるよう、名札などによる区別が義務づけられた。
- ※ 第一類医薬品の陳列方法:第一類医薬品は、薬局や店舗販売業において、購入者が直接手に取れない設備に陳列することが必要になった。

今回の改正では一般用医薬品による健康被害の防止や利用者の利便性の向上が計られた点がポイントである。特に健康被害の防止という観点では、様々な議論が重ねられた結果、インターネットによる医薬品の販売が第三類のみに限定されることになった。これは医薬品の販売は対面販売が原則ということのあらわれといえる。人々の健康意識の高まりにより、一般用医薬品の需要は増加の一途である。しかし、それに伴い間違った使用や安易な使用による健康被害も増加している。これらを未然に防ぐためにも専門家による、リスクや効能効果についての情報提供が重要だろう。

薬は上手に利用すれば大きな力を発揮しますが、使い方によっては逆に健康に害を及ぼすことにもなりかねない。そのため、①リスクの程度に応じた情報提供の重点化(メリハリ)と実効性の向上。②一般用医薬品の販売にふさわしい、薬剤師以外の専門家の資質確保のために改正が必要になったと考えられる。

2.3. 登録販売者制度とは

登録販売者とは、概ね1年以上、薬剤師の指導のもと一般用医薬品販売の実務経験を有し、都道府県で実施する試験に合格することにより与えられる資格である。これまで医薬品の販売は、薬局の薬剤師でなければ販売することができませんでしたが、今回の改正により、この登録販売者でも第二類と第三類の医薬品に限り販売することができるようになった。ただし、利用者が安全に薬を使用できるように情報提供や相談に応じる義務があることに変わりはない。また、利用者が混乱しないように、薬剤師と登録販売者がはっきりと分かるように区別しなければならない。

2.4. 改正薬事法が与えるドラッグストア業界への影響

これまでのドラッグストアは薬事法に守られ、粗利率 30%と高い医薬品販売を原資に、日用品・食料品のディスカウント販売を行うことで、高い成長率を維持してきた。しかし、2009年6月1日に改正薬事法が施行され、「医薬品」という垣根が取っ払われることとなった。つまり、今まで「ドラッグストア」でしか取り扱えなかった「医薬品」が、「スーパー」や「コンビニ」、そして「ホームセンター」などでも販売できるようになったのである。このため、ドラッグストアは異業種との競争を強いられることとなってしまったのである。

3. ドラッグストア業界の現状と異業種の参入

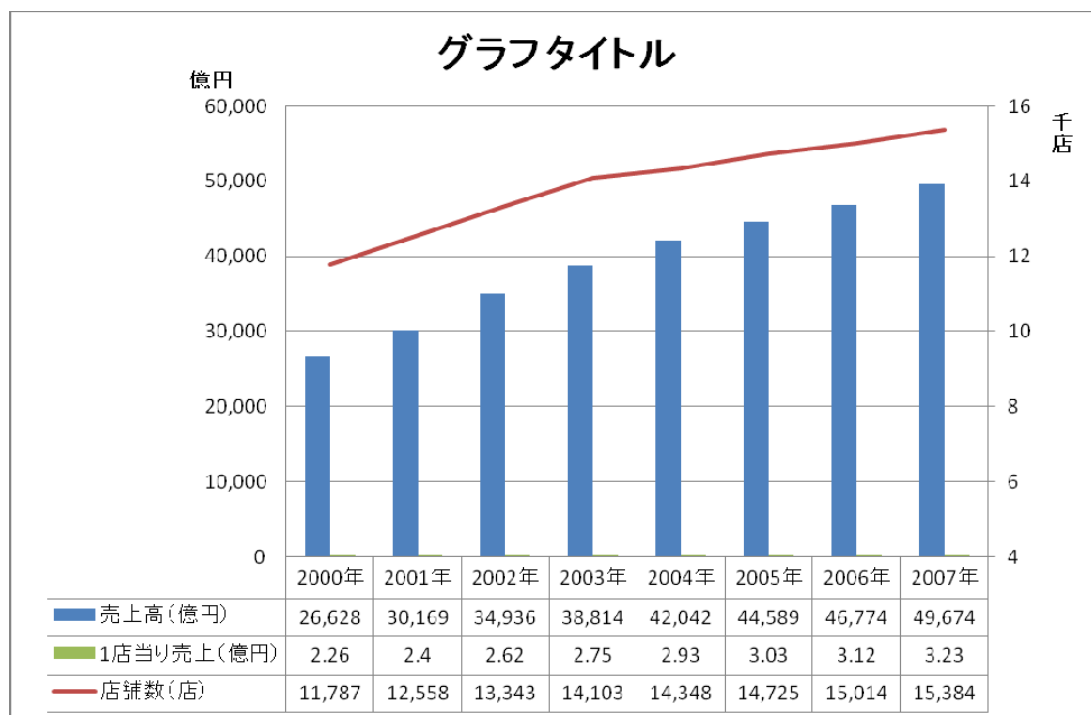
この章では、ドラッグストア業界の現状(業界規模・5月までの業界)と異業種の参入に着目し、異業種の参入がドラッグストア業界へ与える影響を明確にする。

消費者の立場に立った論考も必要です。

3.1. ドラッグストア業界の現状

多くの日本の小売業が業績低迷に苦しむなかで、ドラッグストア業界は薬事法に守られ、粗利益率 30%と高い医薬品販売を原資に、日用品・食料品のディスカウント販売を行うことで、高い成長率を維持し、成長を続けてきた。2007 年度時点での店舗数は 15,000 店を超え、売上高は約 5 兆円と推計されている。業界統計をとりはじめた 2000 年度以降毎年成長を続け、2000 年と対比すると店舗数で約 1.3 倍、売上高は約 2 倍の高成長を遂げてきたのである。表 3 からドラッグストア業界が常に右肩上がりで成長してきたことがお分かりいただけるだろう。

表 3: 日本のドラッグストア実態調査(日本チェーンドラッグストア協会)



人口減少が続く日本市場において、ドラッグストア業界が衰えることなく持続成長できた要因は多数あると考えられる。そのなかでも特に大きな要因となったのは、国の「スイッチ OTC」政策によるものである。「スイッチ OTC」とは、高齢化などに伴い毎年増加する医療費を抑えるべく、医療用医薬品として用いられていた有効成分を一般医薬品に使用できるように切り替えたことを言う。この「スイッチ OTC」の拡大や、国民の「健康意識の高まり」がドラッグストア業界の持続成長の要因となった

と考えられる。

3.2. 医薬品販売に参入する異業種

3.3.

コンビニの参入

スーパーの参入

4. ドラッグストアの問題点(課題)とこれから

この章では、第3章で考察されたようなことから生じるドラッグストアの問題点をあげ、生き残るための具体案を提示する。

4.1. ドラッグストアの問題点(課題)

同業種だけだった競争相手の様相が変化してきた・・・

4.2. ドラッグストアのこれから

今後のドラッグストアは、企業としての戦略を明確にすることが今後の生き残りを決定することになることは間違いないだろう。その戦略としては大別して2つの選択肢がある。その1つ目は「多様化」である。「多様化」の具体的な内容としては、「メガストア化」を図り異業種や大手チェーンとの価格競争に競り勝つか、「異業種との連携」など今までにない新しい店舗コンセプトで生き残りをかけるかというものである。

2つ目は「専門化」を図り異業種には真似のできない「医薬品販売のプロ」として、異業種との差別化により生き残りをかけるというものである。2つの選択肢を挙げたが、どちらにしても異業種との差別化がかぎとなってくるだろう。

4.2.1. メガストア化(スケールメリット)

2009年6月の改正薬事法施行の・・・

生鮮食以外の食品、生活消耗品も扱い・・・

4.2.2. 異業種との連携(新しい店舗コンセプト・コンビネーションストア)

CFSコーポレーション、アインファーマシーズ、

4.2.3. 異業種との差別化(専門性の特化)

今後のドラッグストアは、異業種との差別化を図っていくことこそが、生き残る最善策であると私は考えている。差別化を図るポイントとしては、特に「ヘルスケア(健康)」をキーワードにした地域密着経営、顧客囲い込みが重要だろう。また、医薬品の販売の大幅な自由化がなされたとはいえ、「第1分類に属される医薬品は、引き続き薬剤師しか販売できない」。現時点で異業種よりもはるかに多く薬剤師を抱えるドラッグストアが「医薬品販売のプロ」として、地域になくはならない存在になること。そして、お客様にとって、「かかりつけの病院」ならぬ「かかりつけの店」という存在になることが、生き残るためには必要不可欠だろう。

具体案としては、「調剤併設型ドラッグストア」から病院・介護サービス・在宅医療と連携、あるいは進出する「医療提供施設」を目指すというものや、富士薬品のように医薬品の製造から販売まで全て

を独自で行ってしまうビジネスモデルの構築、

5. おわりに

この論文を通して……

参考文献・資料

書籍

- [1] 漆原 良一(2007),『医薬品』, 東京 日本経済新聞出版社
- [2] 経済産業省編(2008),『原油価格高騰: 今何が起きているのか』, 山浦印刷株式会社出版
- [3] 鈴木豊(1999),『小売業態革新と顧客満足:ヘルスソリューション提供型ドラッグストアへの転換』, 東京 京
- [4] 中澤 天童(1996),『ドラッグストアの誕生』, 東京 有明社
- [5] 堀口 道雄(2005),『ドラッグの販売革新』, 東京 同友館
- [6] 松村 清(2005),『世界 No.1 のドラッグストア』, 東京 商業界
- [7]

雑誌

- [1]『今こそ変革の時!!ドラッグ業界徹底調査 2009』, 富士経済,2009 年 3 月 11 日
- [2],

新聞記事

- [1]『イオン、大衆薬を低価格で販売』、日本経済新聞、2009 年 7 月 14 日、朝刊 13 ページ
- [2]『第 30 回コンビニエンスストア調査』、日本経済新聞、2009 年 7 月 22 日、朝刊 3 ページ
- [3]『改正薬事法施行、価格競争スタート』、日本経済新聞、2009 年 6 月 2 日、朝刊 11 ページ
- [4]『コンビニ軸に再編加速』、日本経済新聞、2009 年 4 月 24 日、朝刊 11 ページ
- [5]『大衆薬販売、大収穫探る』、日本経済新聞、2009 年 6 月 6 日、朝刊 15 ページ
- [6]『第 42 回日本の小売業調査』、日本経済新聞、2009 年 6 月 24 日、朝刊 5 ページ
- [7]『』、日本経済新聞、2009 年 6 月 6 日、朝刊 15 ページ

インターネット

- [1]『日経産業新聞』:<http://ss.nikkei.co.jp/ss/>
- [2]『日経テレコン 21』:<http://telecom21.nikkei.co.jp/nt21/service/CMN1000>
- [3]『J-marketing.net JMR 生活総合研究所』
<http://www.jmrlsi.co.jp/mdb/yougo/my10/my1031.html>
- [4]『改正薬事法で変わるドラッグストアの競争軸』
<http://www.jmrlsi.co.jp/sc100/case/2008/drug200804.html>
- [5]『厚生労働省 一般用医薬品販売制度』
<http://www.mhlw.go.jp/bunya/iyakuhin/ippanyou/index.html>
- [6]『薬事法改正に関する』
<http://www.pref.ibaraki.jp/bukyoku/hoken/yakumu/yakuji/hanbaiseidokaisei-top.htm>