

今後も成長が期待されるドラッグストア市場

【ポイント】

1. ドラッグストアは、1997年に実施された化粧品・医薬品再販制度の全面自由化の恩恵から本格拡大、店舗数および1店舗当たりの平均年間売上はともに増加が続いている。
2. 2009年6月に施行される改正薬事法は、ドラッグストア業界に大きな影響を与えると考えられる。ドラッグストア業界にとっては出店しやすくなるメリットがある一方で、スーパーなどの参入により一般医薬品の価格低下圧力が強まることが考えられる。
3. 今後、改正薬事法施行により競争激化し、大手ドラッグストアの一段のシェアアップが進むと考えられる。大手各社が牽引役となり、年5%程度の伸びが予想される。

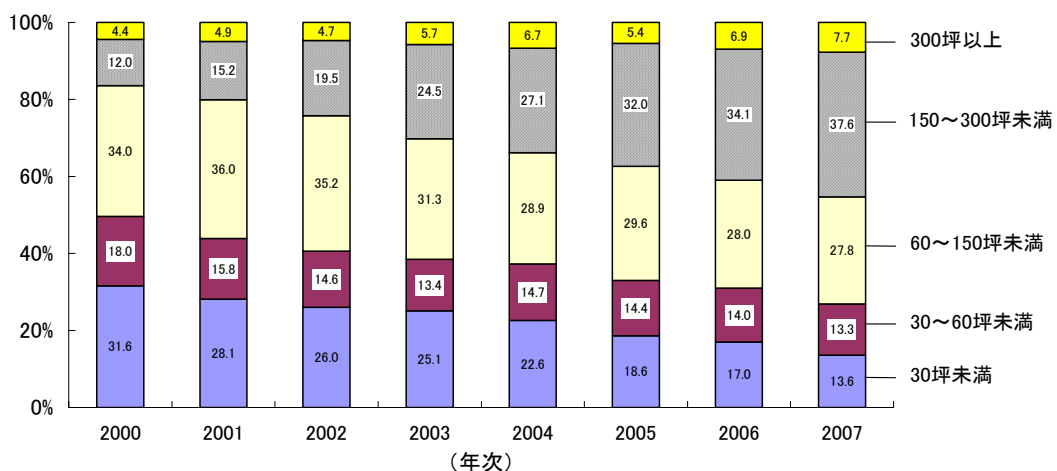
1. 1997年の再販制度自由化を受けドラッグストア市場は成長

1997年に化粧品・医薬品の再販制度（定価販売を義務付ける法律）が全面的に自由化されたことにより、ドラッグストア業界は低価格を武器に売上を伸ばすことができた。

2007年度のドラッグストア業界の市場規模は4.9兆円（前年比4.8%増）で、店舗数は15,000店（前年比2.5%増）、1店舗当たりの平均年間売上は3.2億円となっている。2001年度では市場規模3.0兆円であったので、平均成長率は10.4%と高成長してきた。また店舗数は13,000店で1店舗当たり平均年間売上は2.4億円であり、店舗数および1店舗当たりの平均年間売上はともに増加している。

店舗の規模別の推移を見てみると（図表1）、2007年は店舗規模30坪未満13.6%、30～60坪未満13.3%、60～150坪未満27.8%、150～300坪未満37.6%、300坪以上7.7%となっている。2000年には店舗規模30坪未満31.6%、30～60坪未満18.0%、60～150坪未満34.0%、150～300坪未満12.0%、300坪以上4.4%となっており、150～300坪未満の店舗を中心として大型化が進んでいることが分かる。

図表1. 店舗規模別構成比



（資料）日本チェーンドラッグストア協会より富国生命投資顧問作成

ドラッグストアで扱っている医薬品、化粧品、日用雑貨等は既に成熟市場である。しかしそれらすべてを取り揃えることによって、日用雑貨の低価格で集客し、高マージンの医薬品、化粧品を販売することで成長し、個人商店、総合小売業、コンビニエンスストア、調剤薬局などの他業態からシェアを奪うことができています。

実際に競合している他業態と成長性を比較してみると（図表 2）、2004 年から 2007 年にかけて売上金額および売場面積の伸び率は、ドラッグストアが最も大きいことが分かる。

図表 2. 他業種との比較

業態別	売上金額			売場面積			売場効率		
	2004年 (億円)	2007年 (億円)	2007/2004 (%)	2004年 (㎡)	2007年 (㎡)	2007/2004 (%)	2004年 (円/㎡)	2007年 (円/㎡)	2007/2004 (%)
ドラッグストア	25,878	30,001	115.9%	3,676,476	4,761,580	129.5%	703,881	630,064	89.5%
総合スーパー	84,064	74,397	88.5%	15,191,303	15,850,381	104.3%	553,369	469,370	84.8%
コンビニエンスストア	69,222	69,609	100.6%	4,715,252	4,970,802	105.4%	1,468,045	1,400,358	95.4%
食品スーパー	304,337	296,113	97.3%	31,437,713	31,393,401	99.9%	968,063	943,233	97.4%
ホームセンター	31,413	30,430	96.9%	9,531,495	10,682,277	112.1%	329,571	284,864	86.4%

（資料）商業統計より富国生命投資顧問作成

2. 2009 年 6 月施行の改正薬事法による影響大

今後、ドラッグストア業界に大きな影響を与えられようと考えられるのが、改正薬事法の施行である。2009 年 6 月から改正薬事法が施行され、46 年振りに一般医薬品の販売制度が変更となる。改正薬事法では、厚生労働省が定めた一般医薬品の 3 分類に基づいて第一類医薬品、第二類医薬品、第三類医薬品に分けられている（図表 3）。

図表 3. 改正薬事法による変更点

	リスク度	薬剤師	登録販売者	情報提供
第一類医薬品	高	○(販売可)	×(販売不可)	義務
第二類医薬品	中	○(販売可)	○(販売可)	努力義務
第三類医薬品	低	○(販売可)	○(販売可)	不要

※ほとんどの一般用医薬品は第二類・第三類に入る。

（資料）厚生労働省ホームページより富国生命投資顧問作成

薬剤師不足や薬学教育 6 年制を背景に、都道府県が実施する試験で合格した者を「登録販売者」として認め、常駐することにより第二類・第三類のリスクの低い医薬品の販売が可能となる。また、販売時の医薬品についての情報提供についても、第一類では義務があるものの、第二類では努力義務にとどまり、第三類では不要である。

登録販売者の受験資格には 1 年間の実務経験が求められる。その実務とは「薬剤師又は登録販売者の管理・指導の下、受験資格として実務経験を積むことを通じて実践的な資質を身につけている必要がある。具体的には、医薬品の販売等の現場において、医薬品の取扱いを知ることや、購入者等からの要望を聞きそれを専門家に伝えて応答の仕方を知ることなどを通じて座学では習得しにくい知識を身につけ、かつ、習得した知識の実践への生かし方を学ぶことなどが考えられる。」と規定されている。

ドラッグストア業界への影響としては、プラス面として薬剤師がいなくても登録販売者を育成すれば出店できるということである。販売できる医薬品は限定されるが、薬剤

師の確保が足枷となり出店できないケースが解消される。一方で、懸念されるマイナス面はスーパーマーケットやコンビニエンスストア等異業種からの参入である。しかしながら、1年間の実務経験が必要なため即時の参入は困難と考える。また、登録販売者の常駐は、スーパーマーケットにおいては営業時間12時間前提としてシフトの関係から1店舗最低3名は必要であり、コンビニエンスストアでは最低4~5名は必要となる。新規取扱業態は人件費の大幅な上昇となるため、中長期的にも参入は限定的と考える。

さらに、スーパーマーケットにおいては商圈が広いため、わざわざ遠方から医薬品を購入するために来店することは少ないと思われる。リスクとして考えなければならないのは、スーパーマーケットで売られる事によって、医薬品の価格低下圧力が強まる可能性であり、その点については注視していくべきであろう。

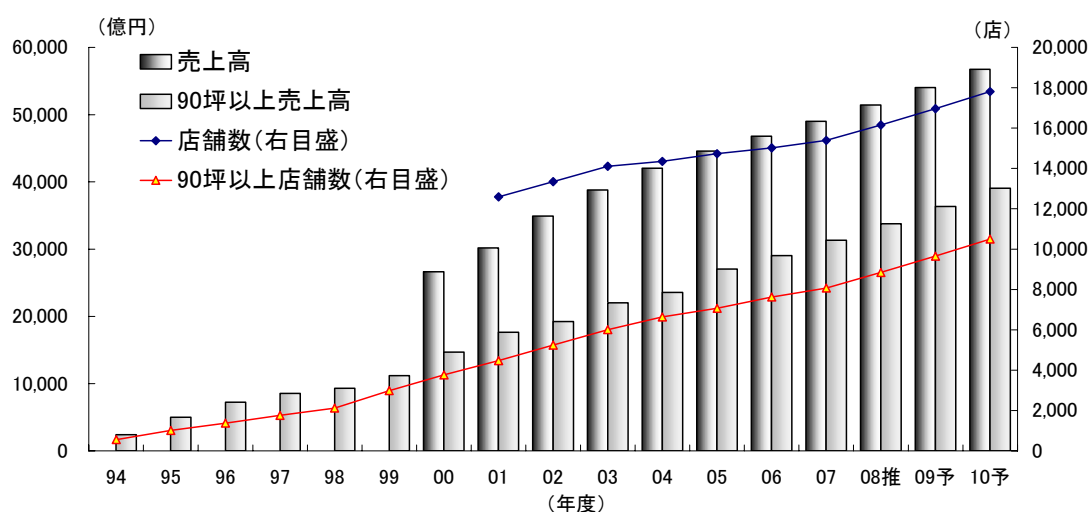
3. 今後も成長継続が予想されるドラッグストア市場

ドラッグストア市場は今後も年5%程度の伸びが予想される(図表4)。大手・中堅ドラッグストアの積極的な出店継続、調剤売上高の拡大、カウンセリング向上による化粧品や健康関連商品の拡販などにより、拡大が続くと考えられる。

また、主要上場ドラッグストア5社の合計シェアは、2007年度に26.7%であり、依然として寡占化が進んでいない市場である。個人の所得が伸び悩み、競争が激化する中で、体力のない多くの中小ドラッグストアは、仕入れ面でスケールメリットを得ることができず、薬剤師や登録販売者の確保や教育でも苦戦すると考えられる。

中小ドラッグストアは淘汰され、大手ドラッグストアによる一段のシェアアップが進むと予想される。さらに、大手ドラッグストアでは更なるスケールメリットを獲得しようとし、今後M&Aが増加すると予想される。

図表4. ドラッグストアの市場規模推移



(資料) 過去データはHCI「ドラッグストア経営統計」、日本チェーンドラッグストア協会より富国生命投資顧問作成

(富国生命投資顧問(株) アナリスト 中川 真紀子)