

次世代ドラッグストアのビジョンと新業態

◆次世代ドラッグストアビジョンの策定

日本チェーンドラッグストア協会（JACDS）は、2016年12月に、ドラッグストア業界として新たな成長に向けた「次世代ドラッグストアビジョン」を発表した。今後の基本重点施策として、「予防、医療、介護分野への積極的な参画」「“街の健康ハブステーション構想”の提案」「365日24時間営業の研究・拡大」を掲げ、17年を「ドラッグストア再成長の実践」と位置付けている。

24時間営業の拡大の背景には、厚生労働省も推進する「かかりつけ薬局」としての機能強化策や、日用品が低迷する中、調剤売上高が好調といった要因がある。業界2位のウエルシアホールディングスは、17年2月期中に、24時間営業の店舗を現状の約3倍の100店舗まで引き上げ、薬剤師が24時間常駐する店舗も増やしていく方針だ。

◆大手チェーンは独自の新業態を開発

一方、新たな成長に向けて、大手チェーンが独自の新業態開発に挑んでいる。

業界トップのマツモトキヨシホールディングスは、健康・美容関連のサービスを充実させた新業態「マツキヨ・ラボ」を、15年から16年にかけて千葉県の一部で2店舗開設した。最大の特徴は個別対応が充実していることで、調剤コーナーにはバイタルチェックや肌チェックなどの各種計測器が設置されており、サプリメントバーでは、スムージーを試飲提供し管理栄養士が健康相談に対応する。

ウエルシアホールディングスは、16年6月、ビューティケア・ヘルスケアと調剤を融合させた24時間営業の都市型新業態1号店「B.B.ON（ビビオン）」を東京・日本橋に開業した。都心で働く女性をターゲットとし、ネイルサロン、検体測定室も併設、早朝の出勤前や残業後の来店にも対応する。調剤コーナーには薬剤師が24時間常駐し、同じビルに入居する総合診療科・眼科・歯科とも連携をはかり、近隣の在宅・施設調剤にも対応する。16年7月には京都に2号店を出店した。

食品などカテゴリーを広げ販売力を高めてきたドラッグストア、新業態は本来の強みである健康・美容のカウンセリング機能が核になるようだ。【秋元真理子】