



セミナー

セミナー資料販売

過去のセミナー

ダイレクトメールのご登録

▲ 講座・セミナー一覧へ戻る |

**平野健二のドラッグストア原論2018**  
～ドラッグストアの現状、将来展望とサンキュードラッグの展開～

日時	2018年9月11日(火) 13:00～17:30
会場	AP市ヶ谷 Learnin Space 東京都千代田区五番町1-10 市ヶ谷六樹ビル7階 JR 地下鉄市ヶ谷駅2番、3番出口から徒歩1分 https://www.tc-forum.co.jp/kanto-area/ap-chiegaya/ic-base/
講師	株式会社サンキュードラッグ 代表取締役社長 CEO Segment of One & Only 株式会社 代表取締役 平野健二氏
司会	(公財)流通経済研究所 理事/拓殖大学 名誉教授 根本重之
参加費	35,000円(税抜き)
対象	食品、日用雑貨、医薬品等のメーカー、卸売業、食品小売業、広告会社等の方々 ・上記以外の業種のお会社等からのお申込みは、お受けできない場合がありますこと、ご了承ください。

GMS、SM、CVSなど食品小売業が既存店の売上不振に苦しむところ、ドラッグストアは、4月に薬価引き下げがあったにもかかわらず、全般的に好調であり、有力企業の勢いはネット勢に勝るようにも思われます。

今回のセミナーは、そうしたドラッグストアとその経営環境、相当に大きく想定される今後の変化などに関する理解を深め、この業態との協業や対峙の仕方を長期的な視点に立って考えようとするものです。

そのため、業界の理論派経営者である平野健二氏をお招きし、同業界の現状と将来をどう見るか、そこで自身が経営するサンキュードラッグのような展開を進めようとしているのか、じっくり話を聞かれます。

司会者は、この業態に関して必ずしも十分な情報をお持ちにならない方々もお越しになることを前提に、質疑、確認、まとめ等を行うとともに、必要に応じて、ドラッグストア業界を理解するために必要な制度、規制などに関する基礎情報、大手ドラッグストアの決算状況等について情報を補足します。

ドラッグストア業界に関する理解を深めようとする方々のご期待にそうよう打ち合わせをし、鋭意準備を進めますので、ぜひご参加ください。

**わらい**

**前半 (Ⅰ、Ⅱ)**

- ・ドラッグストア業界の現状をどう見るべきかに関する視点、知識を整理して提供するとともに、今後の業界の変化のドライバーは何で、それぞれがどのような影響度をもつか、考察する。
- ・ドラッグストアの主要なタイプについて評価するとともに、それぞれの将来を展望し、リスクや課題を明らかにする。
- ・必要に応じて米国の状況をまじえ、米国との比較で日本の状況を把握し、将来の変化を読む。

**後半 (Ⅲ、Ⅳ)**

- ・物販の強化、デジタル・マーケティングなどについて、サンキュードラッグの基本的な考え方、最近の展開について新たな事例を紹介しつつ説明する
- ・今後に向けたサービスの事業化についても、同社の取り組みをベースにそれぞれの意味合いや今後の展開の方向性について説明する。
- ・メーカー、卸売業などとの協業のあり方を提案する。

**プログラム**

**I. ドラッグストアに影響を及ぼす市場、制度、ITなどの変化**

- 市場の変化**
  - マクロ的な変化・・・全国規模の人口減少・高齢化
  - ミクロ的な変化・・・出店地域、各店の商圏による人口構造、需要、流通の変化
  - 課題・・・狭小商圏化した市場の需要を店舗群でとらえる
- 制度の変化**
  - 診療報酬、薬価改定・・・高齢化による医療費の自然増と医療費の抑制加速
  - ・処方箋単価の低下、薬局数の減少と、残る薬局への処方箋の集中
  - ・日北円、日他枚の調剤市場、58,000店の薬局はどうなるか
  - 薬事法
    - ・一般用医薬品の販売制度をどう見るか・・・店舗販売、ネット販売の規制など
    - ・医療用医薬品の販売制度の規制緩和とご関する見方
  - 地域包括ケアシステムの進捗と課題
  - 課題：薬局として認められる理由の明確と集中する処方箋処理能力の向上など
- ITの変化**
  - ネットとの競争
  - ITの影響と活用の方向

**II. ドラッグストア業界の状況との基本的な3つのモデルの将来展望**

- ドラッグストアの概況・・・出店数の増加と坪当たり売上高の減少**
- 基本となる3つのモデル(HBC型、食品強化型、調剤併設型)の可能性と課題**
  - 各モデルの特性、市場規模、理論上の飽和点、有望立地、店舗規模、基本的な課題とリスクなど
  - HBC型の代表的な上場企業について考える・・・マツキヨ、サンドラッグなど
  - 食品強化型の代表的な上場企業について考える・・・コスモ薬品、カワチ薬品など
  - 調剤併設型の代表的な上場企業について考える・・・ウエルシア、スギなど
- 調剤市場とドラッグストアの将来展望と課題**
  - リフィル、集中調剤センター、メールオーダー等を可能とする規制緩和の動向と影響
  - オンライン 服薬指導、特区での実験開始と今後の可能性
  - 在宅医療への進展と対応
  - 地域包括ケアシステム(構想)への対応
- ドラッグストア業界、医薬品小売市場の構造はどうなるか**
  - 業界の構造・・・上位集中度、棲み分けなど
  - 調剤薬局チェーンのような生き残り策をとるか
  - 具業種の医薬品販売参入の可能性
    - ・ネット通販の一般用医薬品、医療用医薬品の可能性と影響
    - ・スーパーやコンビニの一般用医薬品、医療用医薬品販売の可能性と影響

**III. 超狭小商圏モデルにおける物販の強化とデジタル・マーケティング**

- 超狭小商圏モデルにおける物販の強化**
  - 基本的な考え方：購入カテゴリー数の拡大が来店頻度の上昇、客数増につながる
  - 既存店改装
    - ・動線の改善により買上カテゴリー数を増やす
    - ・食品強化・・・コンビニエンス性、他に収益部門を持つ強みの発揮、そしてどんな商品とくにも重視するの
    - ・ローカルでは購入可能な店舗がなくなる非食品の需要獲得：肌着、文具など
    - ・単品単位の需要獲得：制度化紙品特定ブランド
  - 大きな成果を上げた「カテゴリー改善」の取り組み
    - ・対象としたカテゴリーと基本的な考え方
    - ・売場の拡充、品揃えの見直し、店舗内外への告知などの総合展開による成果
  - パーソナルケア商品の需要の深掘り・・・One to One Marketing
- デジタル・マーケティング**
  - 基本的な考え方：リアルの良さをバーチャルの良さを加える
    - ・リアルの良さ：身近にあって商品に直接触れられ、日常的に高頻度なアクセス可能
    - ・バーチャルの良さ：個別選択的に情報配信できること
  - 具体的な手法としての新ドラボン！
    - ・購買履歴に加え、健康管理データ、サイト閲覧履歴も活用
    - ・記事・動画による情報提供やクーポン配信
    - ・電子マネー機能付き新ポイントカード「マリカ」との連携
- 生産性の向上**
  - 医療用医薬品
    - ・自動発注、センター経由、週1回納品、検品レス、伝票レスも事実上の100%実現
  - 今後はロボットなどの活用も

**IV. 地域に向けたサービスの展開、地域との連携など**

- サービスの事業化・・・現状と今後の展開**
  - 健康管理支援サービス「サンキュー うえるボン！」
  - 専任管理栄養士が食事と運動のサポートをマンツーマンでサポート「スマイルクラブ」
  - 運動と栄養学を合わせた健康作り「スマイル体操教室」
  - 薬剤師が自宅で薬を配達「在宅訪問管理指導」
  - 定期開催する栄養士によるブレママ・育児相談会
  - スマホでかんたん！サンキューお薬手帳
- 地域との連携**
  - 医療機関、自治体等の連携
  - 地域の具業種企業との連携
- 終わりに**
  - 経営者としてやりたいこと/やらなければならないと考えていること
  - メーカー、卸売業への期待とお願ひ

\*今後の検討により上記プログラムには一部変更が生ずる可能性がありますこと、ご了承下さい。

**お問い合わせ先**

公益財団法人流通経済研究所 (担当:中田、後藤)  
TEL: 03-5219-4533