

海外展開が成長のカギ

日本のドラッグストア市場は、少子高齢化が急速に進展していることもあって、将来的には成長の鈍化が指摘されている。その一方で、中国や東南アジア諸国のドラッグストア市場については、さらなる成長が期待されている。既に総合スーパーや大手小売業では、これらの国々での本格展開に着手しているが、ドラッグストア業界でも「今後のグループの成長戦略には、海外での店舗展開が非常に重要」と位置づけ、動きが活発になっている。その中で、ドラッグストア大手のグローウェルホールディングスを例に挙げると昨年8月、中国の小売業トップである百聯集団グループの聯華超市股份有限公司、中国で日本製品のネット販売を手がける上海毎日通販商業有限公司と、中国におけるドラッグ事業に関する合弁契約を締結。3社出資の合弁会社を現地に設立し、第1号店を昨年12月末に上海市にオープン、5年後には48店舗110億円の規模に拡大させ、さらにはアジア全体へと積極展開する考えだ。

グローウェルHD

3社合弁でアジアへ進出

同社では、これまでも海外事業の重要性を指摘していたが、昨年5月の取締役会で中国における合弁事業を正式決定した。そして昨年8月17日には、聯華超市股份有限公司(馬新生董事長:聯華超市)および上海毎日通販商業有限公司(宣城峻松董事長:上海毎日)との3社間で、中国におけるドラッグ事業を行うための合弁契約書を交わした。

聯華超市(上海市)は、約2兆2000億円の売上を誇る中国の小売業でナンバー1の百聯集団グループに属し、大型ショッピングセンターやスーパー、コンビニ、ネット通販といった様々な業態を展開。店舗数は5300店舗、2010年の売上高は約3500億円となっている。

一方の上海毎日(上海市)は、化粧品やボディケア、ヘアケア、健康食品、日用雑貨品など日本製品のネット販売で急成長している企業。昨年1~6月までの売上高は約2億円に達する。

最近の中国のドラッグストア市場は、化粧品分野が急速な伸びを見せているのが特徴。全人口の数からすれば化粧品利用者は少ないが、特に都市部を中心に富裕層や若い女性がメイクに興味を持ちつつある状況で、化粧品市場は09年で約1兆8000億円の規模に、今後さらなるマーケット拡大が見込まれている。

一方、日本市場と違う点としては、小規模薬局・薬店が乱立していることが挙げられる。

現状では病院内の調剤薬局が優位な状態で、薬局・薬店には距離制限なども含め、厳しい規制がある。こうした規制により、なかなか医薬品を扱うことが難しくなっている。そうした中で、ドラッグ業態

5年後の上場を目指す

では外資系のワトソンズが700店舗強を展開するなど、一人勝ちといった状況だ。グローウェルでは、新たな合弁会社によって、日本と中国の双方の「良さ」を融合させた新しいドラッグストアを展開することにより、ワトソンズの牙城崩壊を目指す。

3社合弁による新会社名は「聯華毎日鈴(上海)商業有限公司」で、資本金5000万人民币元(約6億円強)。出資比率は聯華超市が43%、グローウェルが39%、上海毎日が18%。上海市長寧区に本拠を置き、董事長は聯華超市の華国平總經理、副董事長はグローウェルの高田社長と上海毎日の宣城董事長、總經理にはグローウェルの松本忠久取締役が、それぞれ就任している。

具体的な事業計画としては、▽1年目:売上高9億円、営業利益マイナス8000万円、店舗数8▽3年目:売上高55億円、営業利益200万円、店舗数28▽5年目:売上高110億円、営業利益3億5000万円、店舗



調印後に握手する各社の代表者たち

数48——を掲げている。松本氏は、「最低でもこのラインはクリアし、5年後には上場を目指す」との考えを強調している。

日本の医薬品は中国での許可が厳しいことから、取り扱う商品はスタート当初、医薬品は除き、バラエティショップに近い形の商品構成で、化粧品と化粧雑貨が50%以上になる見込みだ。今後、日本の医薬品についての許可規制が緩和された時には、素早く対応したいとしている。

松本氏は、商品面に関して「日本のメーカーと手を結んで、日本でプロデュースした商品を中国のOEMとして作っていくのが1つ。日本のレシピで、メイクを中心とした新しいPB商品のブランド作りをしていきたい。日本でも売れるようなレベルの商品も含めてだ。また現在、日本から持ち込んだ商品で、十分な売り方がなされず、生かされていないものも数多い。そこに日本の売り方を織り込んでいく。その他のローカル商品は、聯華サイドの協力を得ながら店作りを進めていく」と説明する。

当初は、上海で100坪前後の店舗でノウハウを蓄積し、将来的にはグローウェルグループが得意としているビジネスパターン等も取り入れ、150坪クラスでの展開も視野に入れている。

ワトソンズとの差別化では、「日本の商品、ワトソンズが扱っていない商品をいかに持ち込めるかだ」とし、「ワトソンズより値段は若干高くても、日本の良いものを取り入れていきたい」としている。従業員教育についても、「日本式の教育を取り入れ、幅広い知識を持って販売ができる人材を育成することで、差別化を図りたい」という。

ドラッグストア編



セルフメディケーションを
業界でいち早く推進した
マツモトキヨシで、
時代の先駆けとなる
“まごころ”を届けよう。

薬剤師(新卒・中途)募集中!

株式会社マツモトキヨシ

〒270-8521 千葉県松戸市新松戸 1-483

問合せ:人事部採用課

<応募者専用フリーダイヤル>

0120-047-300

http://www.r-matsukiyo.com/

