

Me PHARMA
NEWS LETTERVol. 4
全4回
Winter.2019薬剤師・患者様にも
Meファルマ採用のメリットを
しっかり。

ーMeファルマの医薬品に切り替えるにあたって、現場での混乱などはなかったでしょうか。

柴田:Meファルマさんの薬を採用するにあたり、現場の薬剤師はもちろん、患者様にもしっかりとメリットお伝えをしています。社内の環境整備などの負担もともなったのですが、推奨品への統一を徹底することによるコストメリットも大きい点を強調しました。推奨品への意識が高いことは、当社の特徴ですね。

患者様にメリットをお伝えする上でも、明治グループのブランド価値はやはり強いと感じました。今回は初めてのジェネリックからジェネリックへの切り替えでしたが、最低薬価の製品が大半であったため、スムーズに変更することが出来ました。

杉浦:現在は月に十数店舗を新規オープンしていますので、新店舗に関しては基本的にMeファルマさんの製品を採用しています。

今回、Meファルマさんの製品へ切り替えることで、実際に月単位数百万円ほどのコストメリットが出ており、経営上大きなインパクトがありました。



さまざまなメリットがあったと説明するお二人

スギ薬局と明治グループには
今後の可能性も大きい。

ースギ薬局のトータルヘルスケア戦略のなかで、明治グループの果たせる役割はありますか。

杉浦:私たちは門前型薬局と違い、健康な方から終末期までいろいろなタイミングでサポートできるような事業形態を目指しています。OTC含め、薬を求めに来てくださるお客様・患者様だけでなく、日用品や食品を求めて足を運んでくださる方もたくさんいらっしゃる。明治グループは食品もあれば医薬品もありますから、さまざまなライフステージの方への発信力があります。ドラッグストアを拠点に、お客様の健康に関する付加価値の高いサポートを何らかの形で一緒にできるはずですよ。

どんなことができるか、お互いに深掘りしていくなかでもっと良いパートナー関係になっていければ嬉しいですよ。

ドラッグストアの今後。
薬剤師を中心に
付加価値の高い健康提案を。

ーいまかかりつけ薬局の呼びかけが盛んですが、スギ薬局さんではどんな取り組みをされていますか。

杉浦:薬剤師はドラッグストアの顔です。私は薬剤師のことを「街の科学者」と呼んでいます。薬のことなら何でも知っていて答えてくれるこの薬剤師という存在が、今後ますます重要になります。どれだけIT化、機械化が進んでも、個人的には人型ロボットに服薬指導はしてほしくありません。機械は人間と同じレベルの知識をもっていたとしても、コミュニケーションスキルは人間には敵いません。ですので、薬剤師がもっとコミュニケーションスキルを磨いていけば、社会的にもいっそう必要とされる存在になると確信しています。

当社は、創業以来、調剤を併設した薬局であり続けてきましたが、だからこそ、今その良さを改めて見直し、発展させようとしています。調剤で薬剤師ができる丁寧なサポート、何でも相談できる環境づくり、または管理栄養士などとの連携によってさらに付加価値の高いヘルスケアの提案をしていきたいと考えています。

会社概要

商号	Meファルマ株式会社	代表取締役社長	吉田 優
事業内容	ジェネリック医薬品の製造販売等	設立	平成28年12月5日
本所在地	〒104-0031 東京都中央区京橋二丁目4番16号	資本金	1,000万円

本件に関する取材依頼・お問い合わせ

MeファルマPR事務局:宮下 TEL:03-6402-0303 Mail:staff@gram3.com

価格、安定供給、ブランド価値で選ばれるMeファルマのジェネリック医薬品

価格、安定供給、ブランド価値で選ばれる
Meファルマのジェネリック医薬品Meファルマの医薬品を採用した
スギ薬局キーパーソンに聞くMeビジネスの価値

こ数年、医薬品小売におけるドラッグストアの伸長は著しく、業界全体で年商10兆円規模が目前に迫るほどの成長を遂げています。コンビニエンスストアの市場をも侵食し始めるなど、小売のなかでは勝ち組といえるかもしれません。しかし、その一方で、ドラッグストア同士では、いま熾烈な競争が行われています。

そのなかで、スギ薬局は1976年の創業時から、処方箋調剤を併設したドラッグストアとして発展してきました。現在も売上構成比の20%弱は調剤が担っており、スギ薬局は「医療強化型」のポジションを確立しています。一方、都市部に強みを置く他社では「化粧品強化型」、郊外的大型店舗では「食品ディスカウント強化型」と、各社ともに専門領域をもちながら差別化を図っています。

今後、処方箋調剤を併設したドラッグストアでは、ジェネリック医薬品の取り扱いが大きなポイントとなると考えられます。スギ薬局は、2019年5月、Meファルマのジェネリック医薬品を採用。そのキーパーソン、株式会社スギ薬局 常務取締役 事業本部本部長 杉浦 伸哉さんと医療事業部調剤薬MD 部長 柴田 正志さんに、その意図と今後の展望についてうかがいました(文中敬称略)。



Meファルマのジェネリック医薬品採用のメリットについて語る、スギ薬局の杉浦さん(左)と柴田さん(右)

株式会社スギ薬局 企業概要

法人名:株式会社スギ薬局(スギホールディングス株式会社100%子会社)
所在地:愛知県大府市横根町新江62番地の1
設立:2008年9月
代表者:代表取締役社長 杉浦 克典
事業内容:調剤併設型ドラッグストアの運営
URL:http://www.drug-sugi.co.jp/
2019年5月からMeファルマのジェネリック医薬品を採用。





スギ薬局 大府センター外観

激動時代を迎えた ドラッグストア業界。業界再編も、 スギ薬局創業時からの 理念は変わらない。

ー2019年は医薬品小売業界では巨大再編がありました。一連の流れのなか、スギ薬局は6月初旬に横浜に拠点を置く株式会社ココカラファインに経営統合を打診しました。日本の超高齢社会の進展を考えれば、医療・介護領域を強化したドラッグストアが唯一の成長業態だと考えたための提案でした。杉浦常務は、その経過について以下のように説明します。

杉浦：スギ薬局は、創業時からの処方箋調剤を核とし、現在では医療・介護事業などを含めた「トータルヘルスケア戦略」を進めています。ココカラファインさんもそのような当社の理念と非常に近い理念を掲げておられました。実は、これが、私たちが今回の働きかけで最も重要視した部分だったのです。それだけに、ココ



カラファインさんと一緒になれなかったことは正直残念です。しかし、私たちは、今後も創業時からの理念を揺るがすことなく進んでいきます。現在具体的なあてがあるわけではありませんが、私たちの価値観に共感してくれる企業があれば、今後、一緒にすることも検討していきます。

ドラッグストアが支える 地域社会の健康。 業界全体で貢献していきたい。

ー近年、スギ薬局も加盟している日本チェーンドラッグストア協会では、コンビニや通販の展開に対抗して、「業界全体で同じ方向を目指そう」「業界全体で強くなろう」という機運が高まっているようですが。

杉浦：業界は拡大していますが、今後の人口減少時代のなかで、このままでよいのかを日々考えています。たとえば、当社がまだ強みにできていない領域の一つに「ビューティ」があります。この領域での目標は化粧品を強みとするマツモトキヨシ。反対に、マツキヨさんは医療領域やロードサイドについては発展途上なので、力を入れはじめています。

ドラッグストアにとって“健康”というキーワードはまさに“ど真ん中”。地域社会において私たちが果たすべき役割の重要性はますます大きい。地域のみなさんの健康づくりに貢献することで、業界全体がより強くなればよいと願っています。

ただ、一方で競争の難しさも感じています。たとえば、ある地域では交差点の対角線にドラッグストアが2店舗、3店舗があるなど。しっかり棲み分けができていれば3店舗とも残りますが、過当競争になってしまえばすべて潰れてしまうリスクも。各社の強みを生かし上手に差別化し、お客様・患者様から選ばれ続けるドラッグストアを目指していかなければなりません。

ジェネリック医薬品の選定で 私たちが求めること。

ー薬価の抑制が続き、国はジェネリック医薬品を推進しています。そのなかで、Meファルマのジェネリック医薬品を採用されたわけですが、その理由や今後Meファルマとの付き合いかたについてどのように考えていますか。

杉浦：私たちがジェネリック医薬品の選定導入で大事にしているポイントは以下の3つです。

①価格 ②安定供給できること ③企業としてのブランド価値。

今回、Meファルマさんとのお付き合いがスタートしたわけですが、決め手となったのはこの3つのバランスがとても良かったこと。私たちも事業をしている以上利益追求が第一になります。当然まず着眼するのは価格。ただし、決して最安値を求めているわけではなく、安定供給やブランド価値などをトータルに見て判断しています。

私たちもこれから先、持続可能な事業を目指すにあたり、環境への配慮やSDGs(持続可能な開発目標)を視野に、医療や福祉を安定して提供する責任があると考えています。この3つのポイントはお付き合いしていくメーカーさんに常に求めています。

また、Meファルマさんの事業コンセプトに大変共感しました。非常に理にかなったものですし、互いにwin-winになれる可能性がとても高い事業だと判断しました。

ベースにあるのは、 企業ブランドへの信頼感。

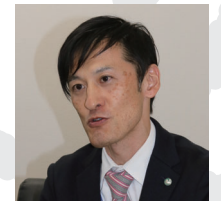
ーMeファルマは、明治グループの一員ですが、それは考慮に入らなかったのでしょうか。

杉浦：メーカーさんとは何よりも信頼関係が一番大切です。(株)明治さんにはこれまで滋養強壮剤の「活参」でお世話になってきました。最近ですと栄養サポートドリンクの「メイバランス」も人気です。

柴田：製品の導入にあたっては、Meファルマさんの吉田社長もよく当社に来ていただき、さまざまなお話の機会がありました。その過程で吉田社長は信頼できる方だと確信しました。こうしたトータルでの信頼、安心感は大きいです。

ーMeファルマのジェネリック医薬品は、インドのメドライク社で製造しています。この点についてどう見えていますか。

杉浦：メドライク社のUnit7は日本向けの専用ラインだそうです。これは素晴らしい発想だなと思います。薬に限らずですが、今後は、安く作れる環境があるのであれば、どんどんそこで挑戦すればよい。「国内産だから良い」「海外産だから悪い」というのは偏見でしかなく、重要なのは、どこで生産しようと「どういった基準、環境で造っているか」ではないでしょうか。そこは各メーカーさんの姿勢が現れる部分だと思います。繰り返しになりますが、私たちはこれまでの明治グループとの取引を経て、Meファルマさんはその基準をしっかりと守っていると確信できたから、取り引きに踏み切ったのです。



明治ホールディングス株式会社

食品セグメント

株式会社 明治



医薬品セグメント

Meiji Seika ファルマグループ

Meiji Seika ファルマ株式会社

Meファルマ株式会社

メドライク社

KMバイオリジクス株式会社

など

など