

インタビュー／連載

インタビュー

大木ヘルスケアHD 松井秀正社長に聞く

メーカーとのパートナーシップで市場創造を

8兆円市場と言われるドラッグストア市場の課題や今後の展望、さらには健康食品メーカーとコラボレーションした市場創造の可能性について、大衆薬卸大手・大木ヘルスケアホールディングス(東京都文京区、☎03・6892・0710)の松井秀正社長に話を聞いた。(編集部・檜山正明)



健食メーカーとの連携を訴える松井社長

生活者に求められる商品を作りたい

「ドラッグストア業界の現状と今後の課題は。松井」ドラッグストア業界は、医薬品の販売から健康食品や化粧品、一般食品、日用雑貨にまでその野を広げ、他業種の市場を奪いながら成長を続けてきましたが、近年は医薬品の販売や調剤薬局の設置などヘルスケアに力を入れるスーパーやホームセンターも増えた

ことで、取り扱うカテゴリという面で業態間の垣根は無くなりつつあります。

一方、現在ではどの業態も大手企業による寡占化が顕著となり、企業間の競争は激化の一途を辿っています。

日本の小売業は、人口

増加を前提としたビジネスモデルで市場を拡大してきましたが、人口減少の時代に突入した今、どのような利便性を打ち出していか、ということではドラッグストアを含むすべての小売業にとって喫緊の課題です。

「そうした中で大木が担う役割とは。松井」人口減少の問題に

ケアを支える社会インフラへと成長することとを考えています。もっと具体的に言えば、老化や病気ではない様々な身体の不調に対して「快適な生活」をいかにフォローするか、ということがヘルスケアを支える社会インフラとしての役割です。

「快適な生活」を支えるためには、処方箋調剤やOTC医薬品だけでなく、機能性表示食品をはじめとしたエビデンスのある健康食品や商品にこだわらない様々なサービスも重要になるはず

私たちが大木の役割は、ドラッグストアとメーカー、さらには行政を結ぶパイプ役として、社会インフラを形成するためのコーディネートをしていくことにあると思います。

松井社長は「卸業の再定義」を提唱されていますね。松井 従来、卸業はメーカーと小売の間にとってお金と商品の橋渡しをするのが役割だと思われてきました。しかし、それだけに留まらず、商品開発のサポートやコーディネーター、流通のコントロールなどを通して「どのようにして新しい市場を開拓していくか」ということも卸業の役割として必要なのではないでしょうか。

中小のメーカーからは「ドラッグストアは参入障壁が高い」との声も聞かれます。確かに、すでに市場が出来上がっている中でいきなり売れる商品を開発するというのは難しいかも知れません。私たちは、そうした企

業とパートナーシップを結ぶことで、ドラッグストアの先にいる生活者に求められる商品と一緒に作っていきたくと考えています。原料、OEM、最終製品問わず、ドラッグストア市場に関心のある健康食品メーカーの方は、ぜひ

ひ大木にご相談ください。———ありがとうございます。