

8120 **大木**

松井 秀夫 (マツイ ヒデオ)

株式会社大木会長兼社長

高齢化社会に向けてニーズの多様化に対応

◆OTC 医薬品卸業界は 3 強時代に

副社長 松井秀正

日本では少子高齢化に伴って消費不況が進行しており、一般薬品市場も微増から微減に転じ長期的な横ばい状態が続いている。この経営環境の中、製薬メーカーでの合従連衡、小売・ドラッグストアの合従連衡が進行している。OTC 医薬品卸業界においてもアルフレッサホールディングス傘下にあった業界 3 位の丹平中田と同 5 位のシーエス薬品が合併してアルフレッサヘルスケアが誕生し、当社を抜いて業界 1 位となった。これにより、OTC 医薬品卸業界は 1 位アルフレッサヘルスケア(売上高 2,101 億円)、2 位大木(同 1,397 億円)、3 位メディパルホールディングス傘下のパルタック(同 1,206 億円、一般用医薬品のみ)という 3 強時代に突入した。

各社の売上高の推移を見ると、当社が順調に売上を伸ばしているのに対してほかの 2 社は横ばい状態が続いている。数年のうちには業界 1 位になることを視野に入れ、売上を伸ばしていきたい。

◆消費者・生産者・小売の需要を創造

少子高齢化が進む中、薬に対する消費者のニーズが多様化してニッチな商品の積み重ねが重要となり、一方では社会保障費の増大が国家財政を圧迫し医療制度の継続が困難となってきている。当社では、ニーズの多様化に対しては小売業の店頭支援を通じて消費者のニーズを吸い上げ、少量ニーズにもローコストで対応することができる。また社会保障費の増大に対しては、OTC 医薬品によるセルフメディケーションを振興させたいと考えている。

当社にはパートナーメーカーと重なるメーカー機能、パートナー小売と重なる小売機能、さらにその中間流通機能とがあり、ニーズの多様化に対応できるビジネスモデルになっている。メーカー機能においては、早くからプライベートブランドやストアブランド、自社製品開発のノウハウを蓄積しており、NB メーカー専売商品も扱っている。今年からは SPA 戦略として SPA 代行業のような形で小売先との協力関係を強化している。小売機能については、例えば子会社である奈良ドラッグでサービスマーチャンダイザー機能を活かした棚ごとの提案などを行っているが、棚の利益・売上を当社がコントロールすることによりほかの卸との差別化にもなっている。その他、バイヤー支援、マーケティングプランニング機能、エージェン機能、個店支援機能という形でさまざまなメニューを小売側へ提供できる。さらに主要部分である中間流通機能により消費者ニーズの多様化に対応し、しかもローコスト配送を可能としている。

◆2012 年 3 月期第 2 四半期決算概要

第 2 四半期の業績は、売上高 792 億 48 百万円、営業利益 3 億 76 百万円、経常利益 6 億 64 百万円、純利益 2 億 60 百万円であった。今期から岡内大木(株)を単体に合併し、また、(株)健翔大木を子会社化して連結に入れている。

売上高は単体で前年同期比 103.09%となっているのは岡内大木の増加分ではなく、大木単体で増収を達成している。また、連結子会社では大木製薬が増収・黒字化を達成した。

単体の商品別売上構成を見ると総じてどのカテゴリーも伸長しているが、特にコンタクトケア事業部のコンタクトケア用品売上は、市場が横ばいである中、市場シェアを 31.6%まで伸ばし、目標としていた市場シェア 30%を達成することができた。また、C&V(コスメ&バラエティ)事業部もラインナップの増加により順調に成長している。

また、売上拡大の一環として、今期は Dr.Ahmed 化粧品を開発し、テレビ通販・インターネット通販による直販にチャレンジしている。

2011年7月には、中国上海に現地法人を設立した。これは、日本の国内メーカーが中国で自社製品を販売する際に必要な許認可申請の代行を当社が行うものである。メインで取り扱っているのは健康食品や化粧品で、現在、化粧品 18 アイテムを申請中で 2012年3月には許可を取得、販売できる予定である。中小メーカーが中国に進出する際、最大のネックとなるのが許可申請であるが、上海大木が代理権を持って許可申請と販売ルート提供を行うことで、メーカーとの結び付き強化を図る。

販管費については、売上高販管費率が 8.67%で前年同期の 7.88%から上がっているが、これにはセンターフィー比率の上昇も影響している。岡内大木を連結から単体に移行したことで、岡内大木のコストも販管費に入ってきているためである。

物流センターについては、11月に沖縄物流センターを開設し、北海道から沖縄までの全国ネットワークがほぼ完成した。当社の物流センターの特徴は大型センターの周囲に小型センターを配置していることである。これにより、各物流センターからの迅速・正確かつ顧客要請にかなう配送体制を可能とし、顧客の信頼性を確保している。なお、需要等に応じてセンターの移動・新設等も常に行っている。

利益率については、前期が引当金積み増し分戻りの関係でやや利益率が高かったことや、岡内大木・健翔大木・奈良ドラッグ等のシステムへ先行投資を行ったことなどにより減少し、営業利益・経常利益ともに前期比減となった。

2012年3月期予想は、売上高 1,548 億 84 百万円(前期比 2.5%増)、営業利益 5 億 94 百万円(同 46.2%減)、経常利益 10 億 99 百万円(同 33.5%減)、当期純利益 6 億 65 百万円(同 29.6%減)で変更はない。できるだけこの予想を上回るような決算としていきたい。

◆高齢化社会における OTC 医薬品の役割

社長 松井秀夫

今から 10 年後を見ると、高齢者の比率が高まって、その絶対数も増えていくことは確実である。これに対して当社としては大きく 2 つの戦略を考えている。

高齢者の絶対数増加が医療費の高騰という医療制度そのものの存続をかけた大きな問題となってくる。団塊の世代が高齢者世代に突入すると、医療費は 2015 年で 44 兆円、2025 年では 56 兆円と予測されている。昨年の税収が 43 兆円であり、2015 年には税収を超えるレベルの医療費となるわけで、医療制度の維持が危惧されている。そこで当社は OTC 医薬品卸業界のトップランナーとして OTC 医薬品の活用を提案したい。

1 人当たりの医療費は 30~34 歳が 50 万円程度に対して 65 歳以上では 200 万円弱と 4 倍程度に増えるが、これから団塊の世代がこの年齢層に突入するので、医療費の増加は単なる予測ではなく確実に起こる展開である。さらに WHO の指摘にもあるように、先進国の高齢者医療の 50%以上は生活習慣病関連になると考えられている。一般用医薬品の販売制度見直しや生活習慣病の予防・未病改善に OTC 医薬品を活用していくべきだというのは世界共通の認識になりつつあり、業界としても働きかけているところである。

英国では医療費は原則無料で OTC 医薬品比率は約 30%、フランスでは診療ごとの患者負担が 1 ユーロで同比率は約 25%だが、日本では 9.7%という状態である。ヨーロッパでは医療費のほとんどを公的資金でまかなって

いるため、生活習慣病医療については大衆薬を活用しているという実情がある。また、フランスでは、抗がん剤・抗エイズ剤といった生命維持に重要な医薬品は公的負担 100%で軽度の病気ほど自己負担比率が高くなる方式を採っており、消費税の面でも優遇され、大衆薬が利用されやすくなっている。

当社では、今後日本でもヨーロッパ型の大衆薬を活用した医療が必要になると考えており、ロビー活動などを展開して国へ働きかけていく。

さらに、高齢化社会を迎えて需要パターンが分散していく。高度成長期には同じ商品が大量生産・大量消費されていたが、高齢化社会では、例えば、0.5 合炊きの炊飯器のような需要の絶対量は少なくとも確実に必要とされるものがある。大木グループは流通をはじめとする自社の強みをいかし、日本がまだ経験したことのない高齢化社会において医薬品・化粧品・日用品等の潜在需要に対応して、美と健康と快適な生活をお届けしていきたい。

◆ 質 疑 応 答 ◆

適正な利益水準、物流コスト比率はどの程度と考えているのか。

経常利益 1%、物流コスト比率 5.5%としている。今期上期の物流コスト比率は 5.59%であった。

システム投資の効果や影響を伺いたい。

現在投資しているシステム「TOP&S21(トプス 21)」はサーバーを中心に各物流センターが情報を共有できるようなシステムであり、今後はコスト削減や情報共有化でのメリットが出てくる。

日用品卸、食品卸との連携について教えてほしい。

日用品卸については中央ホームズ、広島共和物産と提携し、当社 ID 事業部で対応している。また、国分・東邦・大木の 3 社で提携推進委員会を持ち、開発ノウハウの共有化やルート販売で連携している。

パーシャル会の活動状況を伺いたい。

パーシャル会は独立店をフォローする当社の取り組みだが、現在約 1,500 店で微増している。

OTC 市場活性化に向けた取り組みについて教えてほしい。

大衆薬に予防薬効を付加するというロビー活動を行い、厚生労働省の担当者とも 2 回協議した。OTC 医薬品協会、大衆薬卸協議会、チェーンドラッグストア協会の OTC 活性化委員会等、共同で行政との話し合いを進め、業界側窓口の設置も急ぐ。また、予防薬効について大学に研究委託もしているところである。

(平成 23 年 11 月 22 日・東京)