

物販強化で“ドラッグ併設”薬局初開設

ウインファーマ、処方箋依存から脱却目指す

2023/12/1 16:18



ウイン薬局鶴見中央店

薬局チェーンのウインファーマ（横浜市港北区）は同市内に、ドラッグストアの売り場を併設した薬局を新設した。物販事業強化の一環で、初めてドラッグストアを導入した。マツキヨココカラ&カンパニーが提供する薬局経営支援サービスの加盟店でもある同社は、マツキヨから商品やノウハウなどを得て今回の売り場を構築。薬局で取り扱っているのはウインファーマだけという地元・神奈川大発のスキンケア化粧品など、独自に仕入れた商品も投入しており、これまでの処方箋依存からの脱却を目指している。

薬局の名称はウイン薬局鶴見中央店（鶴見区）。京急鶴見駅から徒歩5分ほどの道路沿いに11月29日に出店した。隣には内科などを標榜するクリニックがあり、12月1日から院外処方箋の発行を開始している。

鶴見中央店の面積は約80坪。ドラッグストアの売り場のほか、調剤部門や感染者用待合室などを設けた。スタッフは当初、薬剤師3人・事務2人を配置。全員がドラッグストアの売り場も担当する。

同社では物販部門の取扱品目数が通常の店舗で100～200品目程度、多い店舗でもウイン薬局有明店（東京都江東区）の500品目ほどにとどまっていたが、鶴見中央店では約1700品目を導入。OTC医薬品や衛生材料、健康食品、オーラルケア、トイレタリー商品などを取りそろえた。

同社の藤田勝久代表取締役は物販強化の背景に関して「私どもも処方箋依存で一般用医薬品があまり置かれていないという状況が続いていたが、コロナで処方箋が減り、非常に厳しい状況になった。そこ（処方箋依存）から少しでも脱却しようと（物販強化を）考えた」と説明。「元々、薬局というのは小売業。小売業ということを実感して、保険薬局と小売業の2つの事業を最大限に展開していく」と話し、コロナ後の戦略として物販に力を入れ、小売りの分野を強化していく方針を示す。



調剤部門（手前）と物販部門（奥）

●マツキヨが品ぞろえや棚割りなど支援



OTC医薬品も幅広く取り揃えた

鶴見中央店に導入した商品の95%はマツキヨココカラ&カンパニーを介して調達している。同社は2020年に旧マツモトキヨシホールディングスの薬局経営支援サービス「調剤サポートプログラム」に加盟した。加盟によって、さまざまな商品を安く仕入れることができ、レイアウトや品ぞろえ、棚割り、陳列、プロモーションなどのサポートも得られる。

調達している商品はPB（プライベートブランド）もあれば、NB（ナショナルブランド）もある。同社では全店舗で、マツキヨから調達した商品を取り扱っている。取扱品目数は店舗によって異なっており、各店舗ともそれぞれの地域に合った売れ筋商品を選択して販売しているという。

藤田氏は鶴見中央店に関して「会社の旗艦店にしていきたい。人通りも結構多いので、期待している。物販部門で一番の売上高を上げたいと思っている」と語る。同店では将来、物販で月商200万~300万円を目指しており、物販の粗利益率は35%を一つの目安としている。同店の処方箋枚数は1日70~80枚を見込む。

●神奈川大発のスキンケア商品も導入

同社は11月上旬から神奈川大発のコスメティックブランド「PROUD BLUE」シリーズ2品の取り扱いを開始した。導入したのは「センシティモイスチュアクリーム」と「モイスチュアローション」。同大の特許技術「三相乳化技術」を用いた商品で、同品の販路を広げたい同大と物販を強化したい同社の考えが合致した。同社の35店舗と関連するウインオハナグループの30店舗を合わせた計65店舗で取り扱っている。

同社では既存店でも物販の売り場を広げている。藤田氏は「棚を増やしたり、レイアウトを変えたりしているので、品数は増えてきている」と話し、今後の新店舗に関しても「調剤主体で必ず（物販の）併設になる」との方向性を示す。（星光洋）



神奈川大発のコスメティックブランドも取り入れた