

## 「最近の米国調剤マーケット」

*Excell-K*  
(株)ドムス・インターナショナル  
松村 清

米国の小売調剤市場規模は 3861 億ドルだ。そのうち 1 位のシェアを持つのがチェーンドラッグの 36%で、独立ドラッグの 15.6%を合わせるとドラッグストア全体で約 52%だ。1980 年代は独立ドラッグが 1 位で現在のチェーンドラッグのシェアを持っていた。2 位のメールオーダーは、注文した調剤薬が郵便物で家や事務所に送られてくるやり方だ。メールオーダー調剤はコストが安いので、保険会社は被保険者にメールオーダーで調剤薬を求めよう導いている。小売り調剤市場の約 15%をスーパーマーケットやディスカウントストアという小売業態で占めている。アマゾンによる調剤専門薬局 PillPack 社の 10 億ドルかけた買収は、業界に大きな衝撃を与えている。何しろ近い将来アマゾンが調剤市場の 10%のシェアを持つことが予測されているからだ。そのためドラッグストアなどは、商圈を狭く取ることによってアマゾンを超える便利性と、フェースツー・フェースのカウンセリング、インスタクリニック、そしてヘルスケア商材の充実した品揃えという専門性の提供に努めている。現在では米国人の 90%はリアル店舗の薬局から 5 マイル以内に居住しているという便利さで、米国人の 90%はリアル店舗の薬局に行きやすいと述べている。

### 【2017 年小売調剤市場】

業態	金額 (億ドル)	金額構成比 (%)	枚数 (百万)	枚数構成比 (%)
チェーンドラッグ	1390	36.0	2200	53.6
メールオーダー	1298	33.6	174	4.3
独立ドラッグ	603	15.6	736	18.1
スーパーマーケット	318	8.2	565	13.9
ディスカウンター	255	6.6	425	10.2
トータル米小売り国調剤マーケット	3861	100.0	4100	100.0

(資料) CDR2018 年 8 月

調剤薬販売の小売トップ 20 社を見ると、約半分はドラッグストア以外の業態だ。その中で世界一の小売業であるディスカウントストアのウォルマートはほぼ全店舗に調剤施設があり、ランキングで 3 位を占めている。4 位のグッドネイバーはアメリカソーパージェン社、そして 5 位のヘルスマートはマッケソンという大手卸が小規模のドラッグストアやファーマシーを組織化し経営支援をしているが、顧客満足度は非常に高い。スーパーマーケット業態ではクローガーやアルバートソン、ホールセールクラブではサムズやコストコが上位に顔を揃えているが、日常生活用品を扱う小売業では多くの店舗で当たり前のように調剤機能を持たせている。

【調剤薬売上げ北米トップ 20 社(2017 年)】

企業名	売上額 (億ドル)	前年比(%)
1) Walgreens (ドラッグストア)	684	+11.8
2) CVS Health (ドラッグストア)	657	+8
3) Walmart (ディスカウントストア)	273	+1.5
4) Rite Aide (ドラッグストア)	158	▲5.6
5) Good Neighbor (ボランティアファーマシー)	120	NA
6) Health Mart (ボランティアファーマシー)	112	+12.5
7) Kroger (スーパーマーケット)	107	+1.8
8) Albertsons (スーパーマーケット)	50	▲2.3
9) McKesson Canada(カナダ/ドラッグ)	50	+78.0
10) Shoppers Drug Mart (カナダ/ドラッグ)	46	+1.0
11) Diplomat Pharmacy (ファーマシー)	45	+1.6
12) Sam's Club (ホールセールクラブ)	33	NA
13) Ahold Delhaize (スーパーマーケット)	27	+0.9
14) Costco (ホールセールクラブ)	20	▲2.5
15) Publix (スーパーマーケット)	20	+1.0
16) H-E-B (スーパーマーケット)	20	+20.0
17) Hy-Vee (スーパーマーケット)	17	+39.0
18) Medicine Shoppe (フランチャイズファーマシー)	16	+1.3
19) Genoa (ファーマシー)	15	+7.1
20) Giant Eagle (スーパーマーケット)	13	+35.0

(資料) CDR2018 年 8 月

米国人は薬剤師に対する信頼度が高く、2017 年調査では薬剤師のランクが少し下がったが、それでも調査始まって以来常にトップ 5 に入っている。医師より信頼が高いと評価される年が多い。

【2017 年度米国で最も信頼される職業】

(点数合計 = 「とても信頼する」 + 「信頼する」 の合計)

最も信頼される職業ランク		点数	職業		点数
1 位	看護師	82 点	6 位	警察官	56 点
2 位	ミリタリーオフィサー	71	7 位	デイケア従業員	46
3 位	小学校の先生	66	8 位	裁判官	43
4 位	医師	65	9 位	聖職者	42
5 位	薬剤師	62	10 位	自動車整備工	32

(資料) 2017 年 Gallup 調査

2008 年からの 10 年間の年度別推移をみると、70 点以上の高得点をとっている年度が半分の 5 回ある。これらの年は 3 位以内に評価されている。2017 年の 62 点は調査開始以来最低の評価だ。忙しい薬剤師が多く、患者に対するケアレベルが落ちているのかもしれない。

### 【薬剤師の信頼度年度別推移】

2017年	62点	2012年	75点
2016年	67	2011年	73
2015年	68	2010年	71
2014年	65	2009年	66
2013年	70	2008年	70

このように薬剤師は非常に信頼されているが、その理由としては下記のようなものがある。

#### 1) 昔から薬剤師は街の人々の頼れる存在

昔の薬剤師は街のよろず相談的存在だった。また結婚式にもよく呼ばれる存在であった。米国人の画家ノーマンロックウエルの絵を見ると、薬剤師の先生が、体調が悪くて不安げな子供を優しくケアしている場面があるが、街の老若男女にとって頼れる存在であった。

#### 2) 高い倫理観

薬科大学のカリキュラムで、患者ファーストの「薬剤師の使命」を徹底して学び、高い倫理観の土台が作られている。「Staying with You（常に患者に寄り添っていますよ）」という言葉大切に、患者のケアをしている。例えば、2001年9月のアメリカ同時多発テロ事件の時、怪我人を救うために、マンハッタンのドラッグストアの薬剤師や店長は自らの判断で店舗の販売什器を後ろに下げ、店舗を緊急医療センターにした。そして店にある必要な医療用品を無料で提供し、輸血用に自分の血液を率先して提供し続け、市民に「我々の命を救ってくれた」と感謝された。また2005年8月ニューオーリンズのハリケーン・カトリーナによる大洪水で地域の店舗も病院も水浸しになり、コンピューターが動かなくなってしまった時、他の州の薬剤師がバンタイプの車でニューオーリンズに駆け付け、その車輛を調剤室にして薬を出し続けて多くの患者の命を救った。勿論ライバル会社の薬剤師たちも協力し合って働いた。このように米国の薬剤師は患者のために自分の命を賭して献身的に働くため人々から強い信頼を得ている。

#### 3) 薬剤師強化による管理

薬剤師として職務に従事している間は、州の薬剤師協会が監視をしており、患者からクレームの多い薬剤師の免許を停止したり剥奪が行われる。その為患者中心の行動をする。

#### 4) 医師・保険会社・国からの高い信頼

第二次世界大戦中、看護師は「オフィサー」の資格であったが、薬剤師はもらえなかった。しかし戦後プロとしての適切な薬剤の使用により、医師・政府・そして保険会社から信頼を得るようになった。そのことが消費者からの信頼をさらに高めた。

調査会社 JD パワーは「2018年 US ファーマシー顧客満足度調査」を発表した。それによると、米国人はファーマシーを信頼して好感を持っており、満足度レベルはファーマシーが1000点中平均点は847点、メールオーダーは859点と高得点だ。ドラッグストア部門では、1位は903点を獲得した Good Neighbor ファーマシー（3400店舗）、2位は Health Mart（3500店舗）だ。これは既述の通り

大手卸が組織化したボランタリーチェーンだ。3位がライトエイドの 885 点だ。マスマーチャンダイザー部門では、1位がホールセールクラブの Sam's で 892 点、2位がホールセールクラブの Costco の 860 点、3位が Target の中に展開する CVS ヘルスで 859 点だ。スーパーマーケット部門では、Wegman が 1位で 906 点、2位が H-E-B の 897 点、3位が Publix の 891 点だ。メールオーダーでは 1位が Humana で 885 点、2位が Kaiser で 866 点、3位が Express Scripts で 862 点だ。

米国のファーマシー産業は、歴史的に顧客中心の経営をしているため高い顧客満足度を得ている。その要因として、「ヘルス&ウェルネスサービス機能の高さ」が第 1 位で、インストアクリニック及び薬剤師によるカウンセリングとヘルスケア商材の充実した品揃えが評価されている。また昔から言われているスマイルのあるフレンドリーサービスも相変わらず顧客満足には重要で、リアル店舗では「スマイル」が顧客満足要素の第 2 位となっている。

\* \* \* \* \*

