

일본 드럭스토아 시장동향 분석

오사카aT센터 탐신 34호 (2014.11.18)

일본 드럭스토아 현황

- 일본 드럭스토아는 의약품이나 화장품 판매와 더불어 식품이나 일용품 판매 확대로 성장을 하고 있으며, 주고객은 여성층임
 - 의료용 약품과 일반용 의약품(OTC), 화장품 외에 구입빈도를 제고를 위해 식품 매대를 늘리고 있음
- '12년 일본 드럭스토아 시장규모는 5.9조엔으로 전년대비 2.3% 성장을 보이는 등 매년 증가추세를 보이고 있음
 - 일본 드럭스토아 시장은 백화점 시장규모에 육박하고 있으며, 인터넷, 가전양판점, 홈센터 등 타업종과 경쟁이 치열하며, 특히, 편의점 미니슈퍼와 치열한 경쟁을 벌이고 있음
 - ※ 일본의 백화점 시장규모는 6조 1,453억엔('12년 일본백화점협회 조사)이며, 슈퍼 시장규모는 12조 4,631억엔(일본슈퍼마켓 조사)임

<일본 드럭스토아 총매출 및 점포수 추이>

년 도	매출액(억엔)	점포수
2007	49,674	15,384
2008	52,336	15,625
2009	54,430	15,971
2010	56,308	16,259
2011	58,026	16,815
2012	59,408	17,144



※ 출처 : 일본드럭스토아 체인협회

드럭스토아 업계 동향

- '13년 드럭스토아 1위는 마츠모토기요시HD로 매출액 4,953억엔으로 전년동기 대비 8.6% 증가를 보였으며, 2위 산드럭도 4,472억엔으로 동 9.9% 성장하는 등 전반적인 일본 경기침체에도 불구하고 드럭스토아 업계는 성장 중
 - 일본 식품 최대 유통업체 이온이 '15년 신웰시아HD로 출범하며 매출액 5,142억엔 규모 시장 재편 주도 예상
 - ※ 신웰시아HD은 웰시아HD(3,607억엔), CFS코아퍼레이션(1,175억엔), 다키아(243억엔), 시미즈약품(117억엔)으로 구성

<일본 드럭스토아 업체별 매출현황>

(단위 : 백만엔)

No.	업체명	'12년 매출	'13년 매출	증감율
1	마츠모토기요시	456,311	495,385	8.6%
2	산도락	407,401	447,189	9.9%
3	츠루하홀딩스	343,019	388,465	13.2%
4	코스모스약품	329,313	371,825	12.9%
5	웰시아홀딩스	334,393	366,500	9.6%
6	스기홀딩스	343,613	365,200	6.3%
7	고코카라파인	335,886	349,337	4.0%
8	후지약품그룹	289,418	326,040	12.7%
9	카와치약품	231,657	242,684	4.8%
10	크리에이트SD홀딩	181,966	197,483	8.5%
11	아인파머시즈	154,560	170,225	10.1%
12	일본조제	139,466	165,347	18.6%
13	CFS코아퍼레이션	112,614	117,544	4.4%
14	구스리노아오키	93,174	114,411	22.8%
15	종합메디컬	86,658	103,318	19.2%
16	기린당	101,761	103,055	1.3%

※ 출처 : 야노경제연구소

● 드럭스토아 식품판매 현황

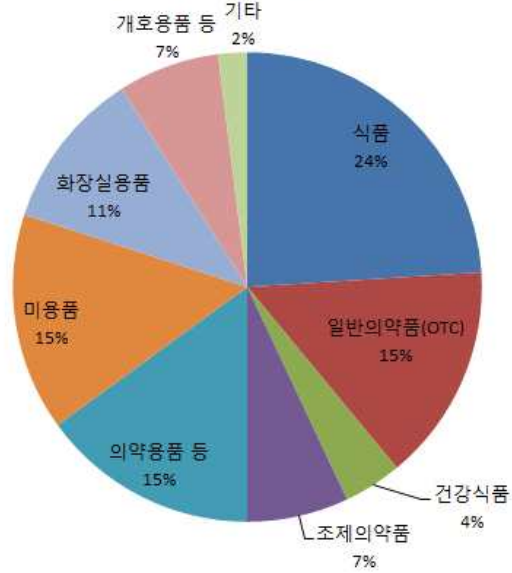
- 일본 산업경제성 조사에
하면, 상품 분류별 매출
을 보면 식품이 24%,
TC 의약품(일반의약품)
%, 건강식품 4%, 조제
약품 7%, 의약품 및
용품 등이 전체의 50%
차지하고 있음

- 업계 4위인 코스모스식품
'13년 총 매출액 중
.7%가 식품 매출을 차지
고 있으며 식품매출이
년대비 13.5% 성장을 보이고 있음

- 업계 1위인 마츠모토키요시는 '13년 매출액 중 식품비중이 11.2%이며,
전년대비 8.7% 성장을 보이고 있으며, 카와치약품이 식품비중이 45.2%,
크리에이트SD홀딩의 식품비중은 36.6%를 보이고 있음

- 드럭스토아의 식품판매는 건강식품류를 비롯하여, 면류, 김치류, 냉동식
품류로 확대되고 있으며, 신선식품 판매도 이루어지고 있음

<드럭스토아 카테고리별 판매현황>



의
액
O
15
의
미
를

은
53
하
전

<주요 드럭스토아 식품매출 현황>

(단위 : 백만엔)

업체명	'12년 매출			'13년 매출		
	총매출	식품매출	식품비중	총매출	식품매출	식품비중
마츠모토키요시	456,311	50,992	11.2%	495,385	55,453	11.2%
코스모스약품	329,313	175,715	53.4%	371,825	199,517	53.7%
고코카라파인	335,886	24,265	7.2%	349,337	25,161	7.2%
카와치약품	231,657	104,753	45.2%	242,684	109,596	45.2%
크리에이트SD홀딩	181,966	65,463	36.0%	197,483	72,334	36.6%

※ 출처 : 야노경제연구소

<드럭스토아 식품판매 현황>



● 주요 업체 동향

【마츠모토기요시 홀딩스 → ‘13년 업계 1위】

- 업계 1위이며 홀딩스 산하 미도리약품, 스기우라약품, 인타야마메디고 등이 있으며, 대형 편의점 체인 로손과 제휴한 신형점포개발, 오쿠와와 프랜차이즈 계약
- 2012년 4월 동북기반의 조제약국 ‘다루마약품’(연매출 106억엔, 62점포), 동년 10월에는 효고현 ‘모리스리테일’(연매출 22억엔, 8점포), 2013년 2월에는 아이치현 스기우라약국(연매출 85억엔, 44점포), 동년 12월에는 호쿠리쿠 시노약품(연매출 173억엔, 66점포) 등을 자회사화하는 등 세력을 확대
- ⇒ 2014년은 1,486점포, 2016년 2,000점포를 목표로 하고 있음

【이온 드럭스토아 ‘신웰시아HD’ → ‘15년 업계 1위 예상】

- 웰시아HD, CFS고아퍼레이션, 다키야, 시믹스약품 합병으로 매출 5,142억엔으로 ‘15년 업계 1위 등극 예상
- 식품, 일용품, 화장품, 약의 조달, 가격설정에서 경쟁력 증가 예상되며, 전자머니나 점포ATM 등 부대 서비스 확충 기대됨
- ⇒ 식품강화, 약품 PB화 예상됨

【산드럭 : ‘13년 업계 2위】

- 2008년부터 2009년에 걸쳐 수도권에 비앤드에이치메미야(현 푸마지),

니가타·후쿠시마 호시히카리당약국, 큐슈·시코쿠의 다이렉스를 자회사화하며, 전국 각지에 물류거점 정비를 진행시키는 등, 점포전개의 인프라, 체제정비를 시도하며 적극적인 점포개발을 실시
⇒ 2014년 937점포, 2015년 1,000점포 이상을 목표

【츠루하HD : ‘13년 업계 3위】

- 츠루하 그룹 1,090점 중 동북·홋카이도에 약 680점을 전개하고 있으며, 2014년 8월에 와카야마의 웨다약국(연매출 17억엔, 14점포), 동년 12월에는 히로시마 하티원츠(연매출 511억엔, 140점포), 동년 7월에는 가네만약국총본점 마루모약품 3점포, 동년 10월에는 가모메의 15점포 합병
⇒ 2014년 1312점포 목표

【코스모스약품 : ‘13년 업계 4위】

- ‘상권인구 1만인 당 1점포’를 목표로 큐슈지역 거점에서 관서지역 등 진출확대하고 있으며, 업계 중 유일하게 인수합병이 아닌 독자적인 출점, 물류망 확충으로 성장을 하고 있음
- 드럭스토아 업계 중 식품 매출이 가장 많은 53.7%(‘13년)
⇒ 2015년에는 74점포 출점(4점포 폐점)으로 4,190억엔 매출 목표
※ 2014년 오사카aT센터 코스모스 직접연계 “인삼류” 판촉 실시

【스기홀딩스 : ‘13년 업계 6위】

- 약 조제가 강점이며 최근 M&A를 하지 않고 자사에 의한 출점이 주이며, 2014년 2월기는 68점포 신규출점, 24점포 폐점으로 기말 점포수 915점포
- 매대설치, 상품수, 단품관리 등 점포운영의 효율화, 종합적인 업적관리 시스템 등 수익관리 등, 조직·운영체제 고도화, 인재육성에 의한 타사 차별화 추진을 진행
⇒ 2015년 점포수 1,500점포, 매출 5,000억엔 목표

드럭스토아 업계 전망

● 편의점, 온라인 판매와 경쟁 가속

- 편의점, 미니슈퍼와의 경합 치열
 - ‘09년 6월 개정약사법으로 약제사가 상주하지 않아도 대중약 판매 가능으로 인해 슈퍼나 편의점, 가전양판점 등 이업종 참여 확대
 - 여성고객층이 주류를 이루고 있는 드럭스토아는 업태간 경쟁에 있어서 편의점, 미니슈퍼와의 경합이 치열해질 것이 예상됨
- 온라인 판매 경쟁 가속
 - ‘13년 1월 시판약 인터넷 판매가 사실상 가능하게 되었으며, ‘15년 9월 온라인 판매업체 아마존 재팬이 시판약 판매 시작 예정

● 일본 식품 최대 유통업체 이온 주도의 가격경쟁 가속화로 드럭스토아의 상품 PB화가 한층 확대될 것이 예상됨

- 마츠모토기요시 PB 상품 ‘MKCUSTOMER’, 이온계열 PB 상품 ‘해피콤’ 등 PB 상품 가속화

● 드럭스토아 시장기회 증가

- 고령화 사회 가속으로 인해 지역 ‘헬스케어 숍’으로서 역할이 기대되고 있으며, 조제병설화 추진, 개호서비스·상품 제공, 미용이나 영양상담 등 다양한 카운셀링 기회 확충 등이 예상되며,
- 일본에서 현재 검토되고 있는 건강식품 ‘기능성 표시’ 제도가 도입되면 건강식품 코너 확충 등으로 드럭스토아 점포활성화가 기대됨

시사점

- 일본 드럭스토아 업계는 내방객 구매빈도를 제고를 위해 ‘식품 판매’ 증가 전략을 구사하고 있음으로 한국 농식품 수출확대 신규 유통채널로서 개척이

필요함

- 한국 농식품의 ‘건강 식품’ 이미지를 강화한 테마로 일본시장 개척 교두보로서 일본 드럭스토아는 활용가치가 높음
 - 한국산 인삼류, 전통 건강차류, 선식류, 레트로트 삼계탕 등의 상품군에 대한 건강 이미지 강화로 부가가치 창조 필요

※ 참고 : 일본경제신문, 닛케이 업계지도 등

[문의 : 오사카aT센터 유정열 / yjy@atcenter.or.jp]