

# コロナ禍の生活を支援するドラッグストア ウエルシアホールディングス株式会社



インタビュー

## 池野 隆光

ウエルシアホールディングス株式会社 代表取締役会長  
一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会 会長



## 堀江 重郎

順天堂大学大学院医学系研究科泌尿器外科学主任教授  
一般社団法人日本抗加齢医学会 理事  
特定非営利活動法人日本抗加齢協会 理事長

新型コロナウイルス (COVID-19) の感染拡大で、生活に欠かせないものとしての存在感が増したドラッグストア。薬のほかに、マスクや消毒剤を取り扱い、身の回りの「コロナ対策グッズ」などを浸透させただけでなく、健康食品を取り扱うなど生活を支えてくれたといっても過言ではありません。世の中の価値観やライフスタイルが大きく変わった中、今後どのような戦略や目標があるのでしょうか。ウエルシア薬局などを傘下にもつチェーンドラッグストアのリーディングカンパニーであるウエルシアホールディングス株式会社 池野隆光会長にお話を伺いました。



## 地域のお客さまの健康を サポートする

**堀江** 本日はどうぞ宜しくお願いします。まず、ウエルシア (welcia) というお名前はどやっつけてつけられたのですか。

**池野** “welcia”は健康を意味する“well”と国を表す“cia”を組み合わせた造語です。健康の王国という意味で、「地域のお客さまの健康をサポートする拠点」になりたいという願いが込められています。

**堀江** ウエルシアホールディングスは2022年売上がドラッグストア業界で初めて1兆円の大台を突破されました。おめでとうございます。何か特別な秘訣というものはあったのでしょうか。

**池野** ありがとうございます。ウエルシアは小さな会社から出発しましたが、実はその時点ですでに「将来は必ず売上1兆円を達成しよう」という目標を持っていました。そのために、たくさんの企業と合併して頑張ってきました。特に意識したのは、合併する時は、可能な限り吸収される小さい側の会社に合わせることを特に意識してきました。これは、ローマ帝国が長く続いた要因の1つに、領土拡大で新たに加わった他民族の文化や言語を残したことによります。大きな要因の1つが、こういった部分ではないかと思います。

**堀江** つまり、大が小に合わせるということですね。非常に勉強になります。



## 化粧品は楽しい魔法の商品

**堀江** 一方、逆にスタート時から変わらない価値観やビジョンというものはありますでしょうか。

**池野** 当初から言い続けていたのは「調剤に力を入れていこう」ということと、「化粧品の分野をきちんとやろう」ということでした。

アメリカのドラッグストアでは調剤業務が当たり前で、診療所の併設も珍しくありません。いずれ日本もそうなっていくだろうと思い、薬剤師を積極的に採用し教育してきました。現在、全2,468店舗中、調剤併設は1,844店舗で調剤併設率は約74%ですが、いずれ100%を目指しています。

一方で、病気や痛みなどの「苦痛」が対象の医薬品や無味乾燥な印象の日用品と比べて、ドラッグストアでの楽しい商品が「化粧品」です。「自分が変わる」という楽しみがあって、特に女性にとっては、化粧品は変身願望を叶えてくれる魔法の商品です。ですので、収益は度外視して、当初から化粧品に関しては真剣に取り組んできました。

**堀江** なるほど。化粧品は「楽しい」という見方があるのですね。昔ながらの薬局に行くと薬剤師とは別に化粧部員がいますが、ウエルシアはいかがですか。

**池野** ウエルシアは店舗全体で見えています。したがって、薬剤師であっても食品の発注もしますし、化粧品に興



味のある薬剤師は化粧品を勉強して担当することもあります。1人ひとりが自分の肩書にとらわれずに、自分の強みを最大限に活かしてお客様に接することを考えています。

**堀江** ウェルシアは「オストメイト対応トイレ」を多くの店舗に設置されているとお伺いしています。何かきっかけがあったのでしょうか。

**池野** われわれのスタッフが1人癌に罹患してしまった時に、「ストーマが使えるようなトイレが欲しい」と言われたのがきっかけです。公共施設を調べたらオストメイト対応のトイレの数が圧倒的に少ないことに驚きました。これではストーマを使っている方は出歩くことができません。

そこで、少し費用は掛かりましたが、2017年から設置を開始し、現在では約1,800店舗にまでなりました。ドラッグストアだけでも全国に2万店舗ありますし、他の企業にも設置を働きかけているところです。

**堀江** 本当に素晴らしい取り組みですね。ウェルシアの次の目標を具体的におしえてください。

**池野** 売上一兆円の達成は通過点で、企業として数字的な次の目標は、売上3兆円と思っています。3兆円になると世界のドラッグストアのランキングで10番前後に入ります。まずはそこを目指したいと思っています。

また、ドラッグストアは、医薬品だけでなく多種多様な健康食品も扱っています。これからの超高齢社会では機能性表示食品のような食品で“健康を増進する”ということがますます重要になっていくのだと思います。機能性

表示食品をはじめとした健康食品を消費者に正しくお届けしていくことが重要です。

### 医食同源で地方のいいものを世界に届けたい

**堀江** 池野会長は、2021年に一般社団法人日本医食同源研究所を立ち上げられました。地方に埋もれた農作物や水産物などを、健康に寄与する機能を軸に発掘していくという方向性は面白いですね。

**池野** 地方にはおいしくて健康にもいい食材がたくさんありますが、それが安い値段で売られてしまっていて…、さらに良いものを作っていき力になっていません。

そこで、地方にある“いい食材”の「美味しく」て「栄養価が高く」、「安心安全で信頼できる」といった部分を追求して、産業として成立させることを目指しています。

**堀江** これまでは、商品はただ安ければいいという考えでしたが、これでは社会が成り立ちません。サステイナブルな資本主義、まさにSDGsの考え方がますます重要になってくると思います。

**池野** おっしゃる通りですね。「安く!安く!」という考え方は開発力を削いでしまいます。医食同源のコンセプトは、地方で埋もれている食材に“ストーリー”や“健康効果のデータ”といった付加価値を乗せることで、それらをJAPANブランドとして世界中で販売していくことを目指しています。





## 選食で「食」をトータルで考える

**堀江** これからの時代は消費者が自分に合った食材を自分で選んでいく時代だと思います。そして、誰と？ 何を？ いつ食べるか？ 健康効果も含めて「食」をトータルで考えていく時代だと思います。つまり「選食」の時代ですね。

**池野** 具体例の一つですが、「鯖缶」も選食の候補ですね。鯖缶は、健康な人はもちろん、ちょっと体の弱った人にも受け入れやすい栄養価の高い食品です。品質のいいものを値下げしてではなく地域でブランド化して、価値相応の価格でマーケットに出せると思います。

**堀江** 鯖缶は、免疫をつかさどるビタミンDや亜鉛が豊富です。近年、日本人はこの2つの栄養素の摂取量が激減しています。実は日本抗加齢医学会では、新型コロナ・パンデミックが始まった2020年3月に「アンチエイジングで免疫力アップ ビタミンDを積極的に摂りましょう」ということを、全国紙を使って大々的にキャンペーンしました。

**池野** そうでしたか。実は、新型コロナ・パンデミックの期間にビタミンDのサプリメントがたくさん売れました。堀江先生のような専門の先生方のご意見を聞きながら、こういった情報も添えて商品をお届けしていくことが重要ですね。

**堀江** さて、これから超高齢社会になっていき、アフターコロナで社会も変わっていくと思いますが、社会で健康を維持していくために今後重要と思われることはありますかでしょうか。

**池野** 「いいものを上手に食べること」です。これは基

本だと思います。そしてもう1つは「いい専門家と出会うこと」だと思います。特に、いいお医者さんと出会うことは本当に大事です。病気を治すには、極端に言えば「お薬」で事は足りませんが、例えば、「こんなやり方もあるよ」、「あんなやり方もあるよ」と患者さんの健康を俯瞰的に見ていただけると心が救われます。お医者さんは医学的な知識や情報だけでないということを、堀江先生から教わりました。



## 目標をもつ

**堀江** 恐縮です。汗が出てきました。最後ですが、池野会長は日々本当にお忙しいと思いますが、健康の秘訣は何でしょうか。

**池野** 何かに向かっていくといった思い、「パッション」が大事だと思っています。高齢であっても「何か目標をもつ」ということが、元気の秘訣ではないでしょうか。

**堀江** 「パッション」はいいですね。私も「はつらつ」という言葉が好きでいろいろなところで推奨していますが通じる場所があります。アンチエイジングもパッションが欠かせません。本日はご多忙の中、貴重なお時間をいただき本当にありがとうございました。



ウエルシアホールディングス株式会社

設立：2008年9月1日

資本金：77億36百万円

事業内容：調剤併設型ドラッグチェーンの運営を行う子会社及びグループ会社の経営管理等

売上高：1兆259億4700万円（前期比108.0%：2022年2月期決算）

公式サイト：<https://www.welcia.co.jp/ja/index.html>