



どこもかしこも激動の時代

医薬経済社
坂口 直

唐突だが、実家がメガネ屋を営んでいる。地方で父親が親族と数店舗を経営しているが、不肖の息子はこんな稼業(?)で生計を立てている。年に1度、父親と顔を合わせると、職業病か、どうしても「景気はどがんね?」とついビジネスの話を切り出してしまおう。

近頃メガネ屋でも低価格でかつ品質、サービスの良いチェーン店が勢いづいている。地方でも出店し始めているので、我が家のような昔ながらの小売店にとっては脅威になっているのではないかと、思っていた。ところが、そこまでお客さんは取られていないという。というのも、都会、地方を問わず財力があるのはお年寄りで、そういった方々は多少値が張ろうとも高品質のものを買い求めていくという。

このためか、うちのメガネ屋では補聴器も扱っているそうだ。最近ではそう珍しくないそうだが、門外漢からすれば「なるほど」と頷いてしまう。低価格でファッションブルなメガネをそろえたチェーン店が薄利多売な一方で、品質重視のお年寄りをターゲットに横展開している。さらに補聴器だけでなく、金(きん)の買い取りもやっているそうで、お年寄り宅で眠っている装飾品にも間口を広げているようだ。

根っからの商売人のように見えるが、意外なのは父親が自身を医療に携わる一員だと思っていることだ。確かにメガネを使えばものがよく見えるようになり、補聴器は耳が聞こえるようになる。ある意味、治療のような気もしないではない。補聴器は医療機器であり、扱うにはライセンスもいる。また、接客の仕方も、多くのお客さんを捌くのではなく、一人ひとりじっくり満足いただけるまで付き合う。人口流出が激しく、過疎化が進む土地柄、一人住まいのお年寄りも多く、店員さんは良い話し相手かもしれない。かかりつけ医、かかりつけ薬局ならぬ、「かかりつけメガネ屋」というところか。

ジェネリック医薬品業界に目を転じれば、今まさに激動の時代にある。かつては「ゾロ」と蔑まれた時代を潜り抜け、今では知名度、シェアとも確固たる地位を得た。しかし、薬価引き下げが続く国内市場の将来は雲行きが怪しく、兼業メーカーの中にはジェネリック部門を切り離す事例も珍しくなくなってきた。各社は生き残りを図るためにも、海外市場や別事業の参入など収益源を探っている。スケールは異なるが、メガネ屋の現状と重なり、他人事ではない気がしている。「どうされますか?」と各社へお聞きしたいところだが、お話しする相手はメガネをお買い求めに来られたお客さんになっているかもしれない――。

一寸先は闇で、どこもかしこも激動の時代です。