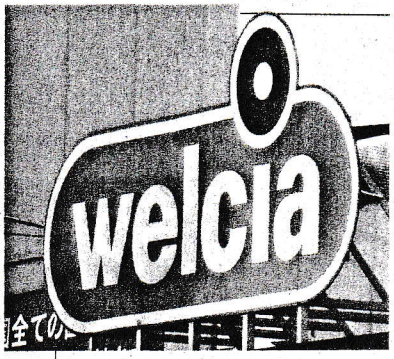
東京新聞　23.4.14
こちら特報部　FAX 03(3595)6911　Eメール tokuho@chunichi.co.jp

ウエルシア「健康の理念に反する」

「脱たばこ」動き広がる？

ドラッグストア最大手 販売終了へ



ウエルシアの看板

ドラッグストア最大手のウエルシアホールディングスは2026年２月までに、全国約2000店舗で扱っているたばこの販売を取りやめることを決めた。小売り大手が全店規模でやめるのは異例。「健康な暮らしを提供する」という企業理念にそぐわないというのが判断理由だが、果たしてその影響は。（岸本拓也）

同社では現在、全国にある約二千七百店舗のうち、約二千店舗でたばこを販売しており、順次販売を取りやめるという。終了時期は店舗ごとに告知する。すでに三月以降にオープンした新店舗では、電子たばこを含め、たばこ関連商品を取り扱わないようにした。

健康関連商品を主力とするドラッグストアで、喫煙による疾病リスクを伴うたばこを扱うのは、「お客さまの豊かな社会生活と健康な暮らしを提供します」という企業理念に反すると判断した。同社のたばこの販売額は、全体の売上高の約1・5％を占める。今後売り上げの減少が見込まれるが、プライベートブランド商品を拡充するなどして埋め合わせていく考えだ。

厚生労働省の国民健康・栄養調査によると、習慣的に喫煙している人の割合は直近の一九年調査で、男性が27・1％、女性が7・6％と、十年前から男性が11・1ポイント、女性が3・3ポイントそれぞれ減った。たばこ離れが進む中、「脱たばこ」で企業イメージの向上を図る狙いもありそうだ。

小売業界に詳しい流通経済研究所の山崎泰弘常務理事は「ドラッグストアはもともと健康を提供することを理念にしており、撤退は妥当な決断だ。ドラッグストアの中で、たばこはほかの商品のついでに買っていくもの。粗利益率も低く、そこまで優先度は高くないことが決断を後押ししたのだろう。今後、追随するドラッグストアが出てくる可能性もある」とみる。

ただ、ウエルシアの決定が、たばこ販売そのものに与える影響は、ひとまず限定的になるとの見方が強い。国内のたばこの販売先はコンビニが圧倒的で、ドラッグストアの比率は極めて低いためだ。

国内で最大の約四割の市場シェアを持つ日本たばこ産業（ＪＴ）によると、自社製品の販売比率を業態別でみると、コンビニが約75％を占める。いわゆる街中のたばこ店が約９％で、ドラッグストアは2～3％にすぎない。ウエルシアの撤退について、ＪＴ関係者は「多少の影響はあるかもしれないが、販売チャンネルの構成比からみて、ものすごいインパクトがあるとは考えていない」と話す。

脱たばこがコンビニに波及するかというと、そう簡単ではないようだ。ローソンの統合報告書によると、二一年度のコンビニ売上高のうち、たばこは約六千億円と、全体の28・6％を占める。山崎氏は「コンビニの売り上げの約三割がたばこ。たばこがないと商売が成り立たず、販売をやめると判断するのは正直難しいと思う」と話す。

ウエルシアの撤退は、むしろコンビニには追い風となる面も。たばこの販売は国の許可制で、過当競争を避けるために取扱店同士が一定の距離（二十五～三百メートル）を空ける必要がある。ウエルシアが免許を返納すれば、コンビニにとってはその地域を新たな販路にできる可能性が生まれる。

購入の75％はコンビニ 波及は限定的か

とはいえ、たばこ市場は減少傾向だ。日本たばこ協会によると、二一年度の国内紙巻きたばこ販売本数は九百三十七億本。ピークの一九九六年度（三千四百八十三億本）から七割以上減った。山崎氏は「若い世代を中心に電子たばこの人気が出ているものの、全体としては今後も縮小していくだろう」と指摘する。

ニュースの追跡