



健康寿命延伸店舗

ウェルネス・ストア

WELLNESS STORE

COVER STORY	56	COLUMN●米国注目小売業・GNC	79
食品スーパーはウェルネス市場をねらえ! ケーススタディ		健康・ウェルネス専門チェーン 世界50カ国に約9000店を展開	
①フレスタ	58	②ウォルマート	80
健康経営で差別化を図る めざすは最上級の健康「ヘルシストスーパー」		ウェルネスでも安さと便利さを提供 オーガニック、グルテンフリー食品を強化中 渥美六雄(日本リテリングセンター リサーチャー)	
②ローソン	62	③欧州	82
「マチの健康ステーション」を標榜 健康サポート力と生活サポート力を高める		欧州を席巻する英国ホランド&バレット 好調要因は「近くで健康」!? 太田美和子(フードマーケット・クリエイティブ)	
③日本生活協同組合連合会	66	解説	
組合員が商品に求めるのは「健康」! 「コープ商品」ブランドの刷新で応える		①市場の可能性・課題	84
④ヨークベニマル	68	健康寿命延伸と政策の転換で生まれる新市場 小売業はどう攻略すべきか? 宗像守(日本チェーンドラッグストア協会 事務総長)	
日本一のスーパーマーケットに健康提案を学ぶ!		②機能性表示食品	88
⑤イオン	70	1年後にはミネラル類・ビタミン類の表示も可能に 小売業の表示や情報提供方法は協議中 宗像守(日本チェーンドラッグストア協会 事務総長)	
店舗をフィールドに ヘルス&ウェルネス分野への取り組みを強化中		③市場攻略のカギ	90
⑥いちやまマート	71	小売業が知っておきたい健康寿命延伸の阻害要因 真野俊樹(多摩大学大学院教授)	
経営理念は「健康的な食生活が幸せをもたらす」 食を通じて健康をつくることをサポート		④健康管理サービス	92
●分析	72	イオン「からだメモリ」は247店舗で導入	
小売業の多角化 ウェルネス・シフト ウェルネスニーズに対応できる 有力企業・グループはどこか?		⑤ウエアラブル端末	94
COLUMN●番外編	74	身につけたICTで健康管理 将来は医療現場にも普及か 田原寛(トライメディア)	
「健康な食事」マーク付きの総菜の販売がスタート!		⑥消費者のニーズ	96
COLUMN●カーブスジャパン	75	ニーズを因数分解! 商機はハイブリッド型の商品・サービスにあり! 小村智宏(三井物産戦略研究所 産業情報部産業調査第二室 室長)	
フィットネスクラブの常識を打ち破った30分フィットネス		⑦主要先進国の健康寿命延伸施策	98
海外動向		医療費抑制で高まる健康増進の機運 日本と主要先進国の健康寿命延伸施策 酒井三千代(三井物産戦略研究所 産業情報部産業調査第二室 研究員)	
①米国	76		
ウェルネス提案をホールフーズ、ウォルグリーンに学ぶ! 鈴木敏仁(R2Link代表)			

編集長のPAPER BLOG

▶「ダイヤモンド・チェーンストア」誌への誌名変更第一号は何かがでたでしょうか。特集のテーマである「ウエルネス」(健康寿命延伸に関わる一切合切)は、万人の希望であり、国策でもあるため、次の20年間、全産業から注目されること請け合いです。市場は限りなく巨大です。▶「ストア・オブ・ザ・イヤー2015」も決定しました。記載のとおり、第一位は広島県福山市に本部を構えるエブライ(広島県/岡崎雅廣社長)の「鮮DO! エブライ海田店」でした。飛ぶ鳥を落とす勢いの同社は絶好調。2015年6月期中間期決算における売上高は294億7900万円(対前期比25.8%増)、営業利益13億200万円(同73.7%増)、経常利益13億2700万円(同

69.7%増)、既存店売上高は同11.2%増。既存店売上高は、消費税増税が実施された14年4月を挟んで14カ月連続で前年を超えています。▶エブライの強みは「誰とも違うこと」。加工食品や日配食品は多少欠品があったとしても、省力化を徹底。その分、生鮮食品や総菜、菓子などを強化することでメリハリをつけています。「ウエルネス」の分野においても成功するのは、きっと誰とも違う独自性を持つ企業。やがて現れるであろうこの分野のリーディングカンパニーの取材に、今からわくわくしています。「DCS編集長のBLOG」(検索)でバックナンバーとオリジナル(平日更新)を公開中!

- 本誌で使用している略語
- CRM:カスタマー・リレーションシップ・マネジメント
 - CVS:コンビニエンスストア
 - DgS:ドラッグストア
 - DS:ディスカウントストア
 - ECR:エフィシエント・コンシューマー・レスポンス
 - FC:フランチャイズ・チェーン
 - FSP:フリークエント・ショップ・プログラム
 - GMS:ゼネラル・マーチャント・ストア
 - H&BC:ヘルス&ビューティケア
- (美容健康関連商品)
- HC:ホームセンター
 - MD:マーチャント・ダイジング
 - NB:ナショナルブランド
 - PB:プライベートブランド
 - QR:クイック・レスポンス
 - SC:ショッピングセンター
 - SKU:ストック・キーピング・ユニット(絶対単品)
 - SM:スーパーマーケット(食品スーパー)
 - SCM:サプライチェーン・マネジメント
 - SuC:スーパーセンター

特集2 編集長のオアシス 26



決定! 第28回
ストア・オブ・ザ・イヤー 2015

「鮮Do! エブライ海田店」に栄冠!

特別レポート 編集部のオアシス 17



セブン&アイの倉庫型ネットスーパー専用店舗
1日2000件の注文に対応、
年商50億円めざす

THE INTERVIEW 23



東急ストア代表取締役社長
須田清

社員が成長を実感できる組織へ
人材教育に本腰入れる

NEW STORE REPORT 44

- モンデコール長浜(平和堂) 44
観光都市の“顔”となる駅前立地のSC
- デイリーカナートイズミヤ千本北大路店 46
京都市内のドミナント強化店舗
- いなげや目黒八雲店 48
総菜・生鮮食品が要の都心小型店舗
- いなげや入谷店 50
公設市場跡地に開業、2フロアの都市型店舗
- ヤオコー川越西口店 52
川越駅から徒歩圏内にあるSCの核店舗

連載

- NEW STORE INFORMATION 3
新店情報
- DCS TOPLINE 6
●INSIDER 6
ファミリーマートとユニーGHDが経営統合へ
流通大再編の火蓋! ほか
- 井本省吾の流通時評 12
寡占化進むスーパー勢力図
- データで見る流通 13
通信販売企業はネット専門企業が好調!
顧客獲得競争が熾烈に
- WORLD 14
働き甲斐のある会社 小売業からは13社がランクイン ほか
- 桜井多恵子の中堅社員のためのチェーンストア理論 20
第16回●業態とフォーマット
- 新連載 渡辺林治のリンジのアドバイス 22
第1回●拡大するマネジメントの役割
- 樽谷哲也の評伝・渥美俊一「革命一代」第6章 121
第139回●緑まぶしく[9] 渡邊恒雄回顧録(5)

MD EDITION 101

- 特集●ロングセラーブランド 102
- カテゴリーフォーカス 109
牛乳・乳飲料
- パワーコンセプトノート 114
売場づくりのヒント 6月
- 新製品情報 118
- 注目プロモーション 119