



2020.1.15
CONTENTS

ダイヤモンド・ドラッグストア 2020年1月15日号

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/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:フリーエージェント・ショッパーズ・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・ディバイジズ/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(絶対単位)
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
DgS:ドラッグストア/SuC:スーパーセンター

特集●差別化・独自化・差異化

プライベートブランド戦略 31

アウトロク32	⑤ゲンキー42
高付加価値、オンリーワン、価格破壊型商品が続々PBで差別化・独自化・差異化めざす!	海外メーカーとの連携を強めて“価格破壊型PB”を積極開発
ケーススタディ	⑥キリン堂44
①マツモトキヨシHD34	1960年代から独自商品を開発新組織立ち上げブランド浸透めざす
「マツキヨらしさ」がテーマ革新性と卓越性を備えたPBを追求	
②ウエルシア薬局36	解説①46
キーワードは「健康」「産地」「監修」ストーリー性のあるPB食品を強化	ドラッグストア業界におけるPBの役割と将来
③ツルハHD38	文=加藤弘之(流通経済研究所 主任研究員)
「丁寧さ」を重視!1年で300SKU以上をリニューアル	解説②48
④スギ薬局40	プライベートブランド開発に必要な商品企画
機能性にこだわったPBを積極開発新PB「ブリエクラ」を投入	文=運美六雄(日本リテイリングセンター リサーチ・ディレクター)

●特別企画

新カテゴリー創造 51

PART①プレコンセプションケア52	
未来の出産を見据えた女性のカラダをケアする売場づくり	
●ケーススタディウエルパーク	
●注目ブランドピックアップ	
PART②快眠58	
睡眠の質を高める商品が増加	
●ケーススタディマツモトキヨシホールディングス	
●注目ブランドピックアップ	

●年頭所感

薬業4団体・JACDS 年頭所感 6

●DDスペシャルレポート

コスモス薬品の東京都都市小型店戦略 16

●トップインタビュー大賀薬局代表取締役社長

大賀崇浩 28

調剤事業が好調! 薬剤戦師オーガマンとして残薬問題に立ち向かう

●トップインタビュープラスピップ代表取締役社長

松浦由治 62

卸とメーカー機能を両輪とした消費者起点のマーケティングカンパニーをめざす

注目店舗

東京都豊島区	
マツモトキヨシ池袋Part2店20	
化粧品強化のエンターテインメント体験型店舗	
東京都千代田区	
ウエルシア秋葉原駅前店22	
初のインバウンド対応強化店舗	
愛知県名古屋	
スギ薬局名古屋ゼロゲート店24	
名古屋・栄の若い女性向けDgSセルフで楽しめる売場を工夫	
愛知県名古屋	
スギドラッグ大津通店26	
都市型フォーマット最大級の店舗	

連載

MONTHLY DATA INDEX	
マンスリーデータインデックス4	
COVER PERSON	
日本チェーンドラッグストア会長池野隆光5	
小売業のリーダーとして社会に働きかけるDgSへ	
関口周吉の在宅薬剤師概論 第⑨回	
施設在宅への薬剤師のかかわり方8	
DDレポート	
サゾドラHD9	
コープさっぽろと包括業務提携2021年に商流と物流を統合 ほか	
都司昇のDX入門 第⑧回	
ドラッグストアにおけるBOPISの論点10	
運美六雄の針・路・提・言 第④回	
店長とは何者か? 支店経営型経営者像の違い12	
DD行政ニュース	
改正薬機法成立13	
患者へのフォローと機能別薬局が目玉削除の「役員変更命令」は今後、復活も	
鈴木敏仁のアメリカ・ウォッチ 第②回	
ウォルグリーンとクローガー 急接近の理由14	
DDワールドワイドニュース	
ウォルグリーン15	
店内に Medikap・サービス・センターを開設 ほか	
OTCアップデート 第⑤回	
花粉症薬の比較と使い分け66	
有藤文香の漢方講座 第④回	
冷性性の分析と対策、養生法のポイント68	

MD EDITION

パワープロモーション	
浅田 皓75	
CATEGORY FOCUS	
吸水ケア77	
サプリメント80	
BUYER'S GUIDE	
バイヤーズガイド84	