



2020.5.15
CONTENTS

ダイヤモンド・ドラッグストア 2020年5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・ダイジニング/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●成長ヒント満載!

注目フォーマット²⁶

ケーススタディ

①中部薬品・都心型フォーマット	28
できたて総菜、カフェスペース、コーヒーの“サブスク” DgSの常識を覆す店づくり	
②トモズ・「THIS IS 365」	30
前向きな内外美容と健康を提案するホリスティック・ウェルネスストア	
③CVSヘルス・「CVSヘルスハブ」	32
慢性病患者の再入院を防止! DgSと健康保険を組み合わせる	
④ウォルグリーン・都市小型フォーマット	34
既存店閉鎖で店舗網に空いた穴を埋める 完成形はもう少し先か	
⑤ウォルマート・「ウォルマート・ヘルス」	35
「透明性がある低料金」で医療と健康関連サービスを提供	
⑥ダラーゼネラル・バラエティストア	36
「便利な店」の条件を見直してフォーマットを進化させ続ける	
⑦ダラーツリー・バラエティストア	38
ワンプライス戦略を固持する異色チェーン 核売場の継続開発で便利さを実現	
⑧デトックスマーケット・クリーンビューティ専門店	40
創業は2010年 厳格なポリシーを貫いて成長	

特別企画●早稲田大学教授・恩蔵直人の

新・流通マーケティング入門講座⁴¹

PART①マーケティングとは何か?	42
PART②STP	44
PART③4つのP	48
PART④競争戦略の考え方	49
PART⑤SWOT分析と5つの競争要因	50
PART⑥ブランドとは何か?	52
PART⑦価格対応	53
PART⑧購買決定の4パターン	54
PART⑨顧客価値	55
PART⑩マーケティング4.0	56



●DDスペシャルレポート

オーバーシュート時は どう動く?¹⁴

米英小売業の新型コロナウイルス対策
取材・文:松岡由希子(フリーランスライター)

連載

MONTHLY DATA INDEX	
マンスリーデータインデックス	12
COVER PERSON	
ウエルシアホールディングス 代表取締役社長 松本忠久 2023年2月期に売上高1兆800億円、 経常利益540億円をめざす	13
関口周吉の在宅薬剤師概論 第7回 多職種連携の重要性 円滑な連携のために必要なこと	16
DDデータスコープ 推定市場規模は7兆6859億円 調剤、食品を中心に高成長を継続	17
都司昇のDX入門 第7回 品不足時の不公平感緩和と SNS活用目的	18
DDレポート 新型コロナウイルス禍 ドラッグストアで食品の欠品が増える理由と対策	19
運美六雄の針・路・提・言 第26回 非常時に組織を支配する 心理傾向	20
DD行政ニュース 改正薬機法がつくる未来 専門医療機関連携薬局が市場を変える?	21
DDビジネスニュース ツルハホールディングス JR九州ドラッグイレブンを 連結子会社化へ ほか	22
鈴木敏仁のアメリカ・ウォッチ 第26回 新型コロナウイルスが開けた バンドラの箱	24
DDワールドワイドニュース ドロゲリエ・マルクト クリック&コレクトを ドイツ国内店舗に導入 ほか	25
OTCアップデート 第7回 口内炎薬の比較と使い分け	58
有藤文香の漢方誌上講座 第7回 不眠症の分析と対策、 養生法のポイント	60

MD EDITION

CATEGORY FOCUS	
サプリメント	63
漢方薬	66
洗濯用洗剤	69
BUYER'S GUIDE	
バイヤーズガイド	76