

「健康・予防」を軸とした 百貨店展開の可能性について

よく眠り、よく生きる。



nishikawa

百貨店タイプと対応のイメージ

立地条件によりトラフィック（人流・情報）は様々であり、その状況に応じた自助・共助・公助の取り組みが求められているのではないか？

トラフィック (人流・情報)		百貨店タイプ	自 個社独自性 自由競争	共 取引先との連携 情報の活用	公 公共性 まちづくり
非常に多い 多い 減少傾向	巨大商圈 ラグジュアリー 希少性 先進性 全年代 デザイン志向 安心・安全 品揃え 文化 日常 地域密着	大都市繁華街型 大都市ターミナル型			
		地方都市繁華街型 郊外型			
		地方旧市街型 地方ローカル型			

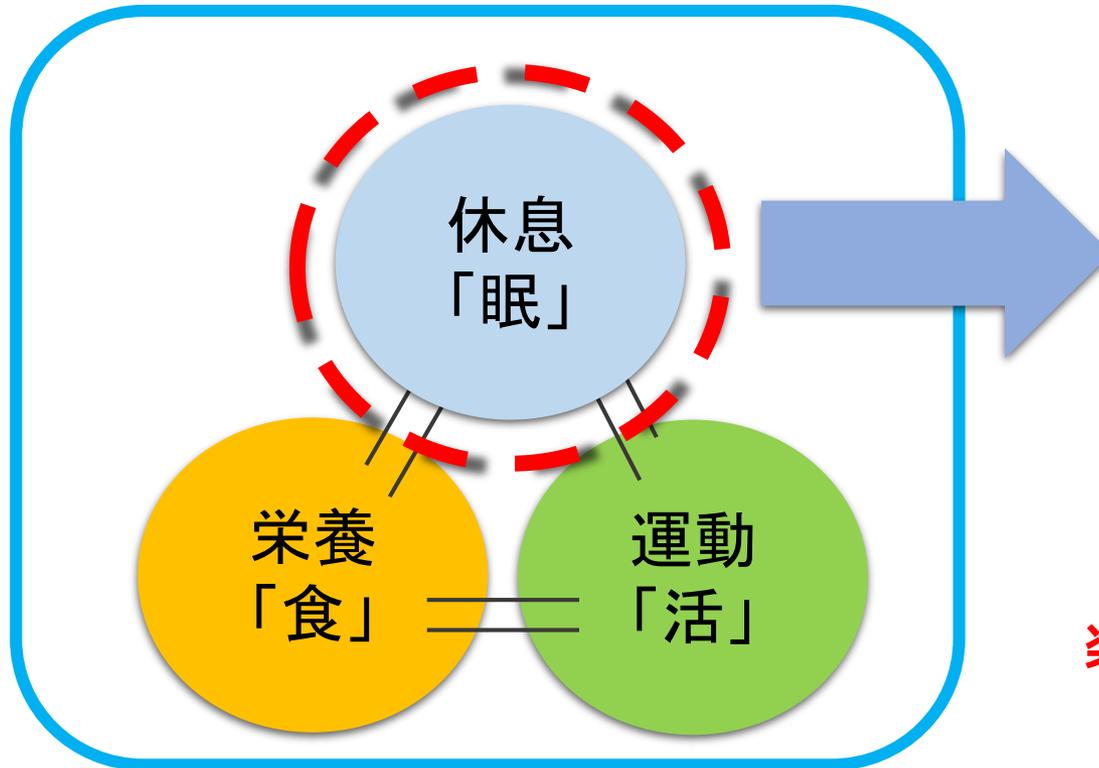
百貨店における 新たな「健康・予防・美」のコンセプト (三方よし) 展開の可能性

地域の生活者・商業・行政の共有するニーズに根差した健康・予防を主軸とし、日常的なトラフィックと利便性を高め、魅力度向上を図る**「健康・予防・美」のコンセプトフロア**開設の考え方。

百貨店・メーカー及び国や自治体と連携したあるべき新しいご集客やお客様の流れ創出と既存フロアとのシナジーを目的としたフロア。

「健康・予防・美」に集中する顧客ニーズ

毎日健康でありたい、という健康へのニーズは、
高齢化社会の拡大と共に年々増加しています。



3大健康要素!!

「あたらしい休息」は
3つの要素のカギとなる！

質の高い休息を取らないと…

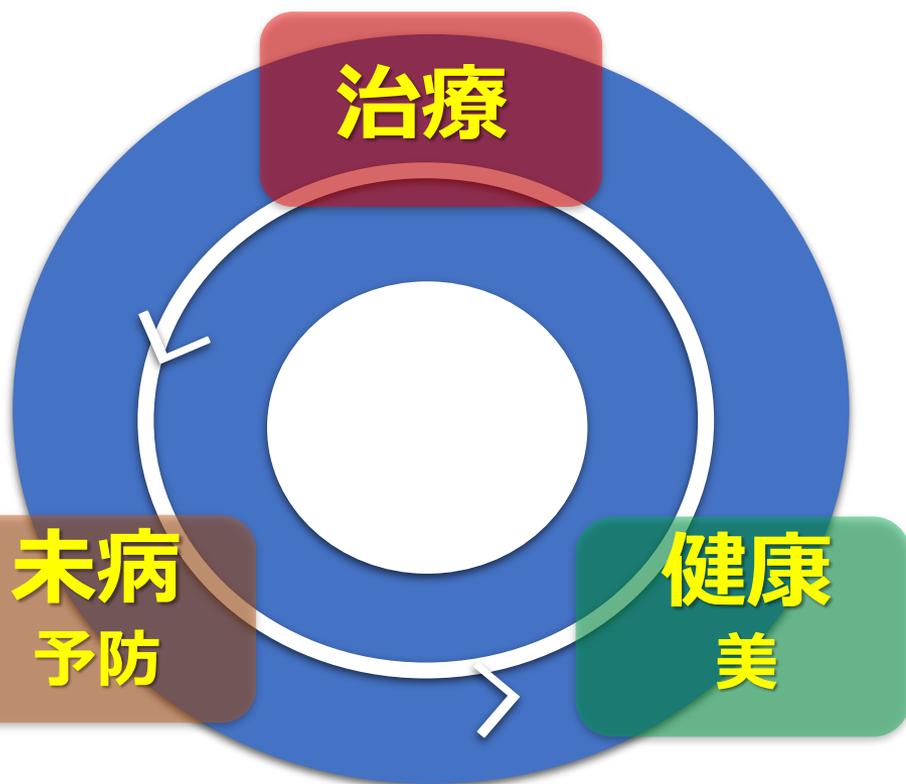
- ・摂取した栄養をうまく
体に取り込むことができない。
- ・体力の回復ができないので
効率のいい仕事・運動ができない
「休日」など自由時間はすでに十分

楽しく続けられる対策が必要
(特に食と運動は嫌なことを
強制されるイメージ)

「健康のために気を付けていること」出所：（厚労省「2014年健康意識に関する調査」）
食事・栄養**69.2%**・ 十分な睡眠・休養**55.6%**・ 運動**48.5%**

「健康・予防・美 コンセプトフロア」のご提案

健康・未病（予防）・治療の3つをシームレスにご提案する売り場、それが「健康」をキーワードとしたコンセプトフロアです



ワンフロアで「健康」を手に入れる！



健康を維持したい方

…健康を維持するための、
楽しみ・趣味の提供を行う
健康な生活の中で、美容を楽しむ
ことができる売り場を提案



病気の予防をしたい方

…健康増進の意識を高め、
「将来健康」である体づくりを
提案する <価値の提供>を行う



通院中の方

…治る、治すモチベーションを与える場、
通院で気がめいる人への気分転換
治す目的をもつ

それぞれの悩み

- 医療施設の悩み** ... **赤字経営**（全体の過半、公立病院9割赤字）
消費税負担問題
宣伝ができない→来院者不足**または軽症者**
たまり場化→2時間待つ**て5分診察の不満**
- 行政の悩み** ... 高齢社会拡大、**医療費増大**、市民の健康管理の不行き届き（広範囲に至るため）
健康増進の啓蒙機会がない、**税収不足**
- 小売店の悩み** ... 地方店への集客減、顧客の高年齢化、
「健康市場」参入困難（衛生面、イメージ上）
大型SCとの差別化、ネット販売の拡大、
大規模医療設備設置に伴う莫大なコスト
- 生活者の悩み** ... 健康維持・学びに**出かけにくい**、**続かない**
医療機関は**気分が滅入る**。**生きる楽しみ不足**
- メーカーの悩み** ... ネット販売での販売価格低下、対面販売の意義縮小 **「健康市場」参入販路が少ない**

それぞれの強みは？

医療施設の強み ... 健康・医療について扱える
医師がいる！→治療できる
信頼ができ、重症時は紹介できる

行政の強み ... 信用がある→信頼度高い啓蒙施策を行える
健康増進のデータ化の起点（データヘルス）
効率的なまちづくり

小売店の強み ... 集客できる（交通インフラも）
館が防災対策済である
宣伝ができる
情報の発信源である→楽しい
固定客（カードホルダー）の存在

メーカーの強み ... 多様な健康商品・サービスを持つ
商品の安全性・効果を保証できる！
変化と安定を両立できる

「健康・予防・美 コンセプトフロア」 ポジショニングイメージ

健康・未病・治療の3軸を設け、お客様ニーズに合った
売場作りを目指します。



7F レストラン

6F 子供服 レストラン

5F リビング ブライダル

4F レディース メンズ

4F 新「健康」コンセプト
フロア

3F レディース メンズ

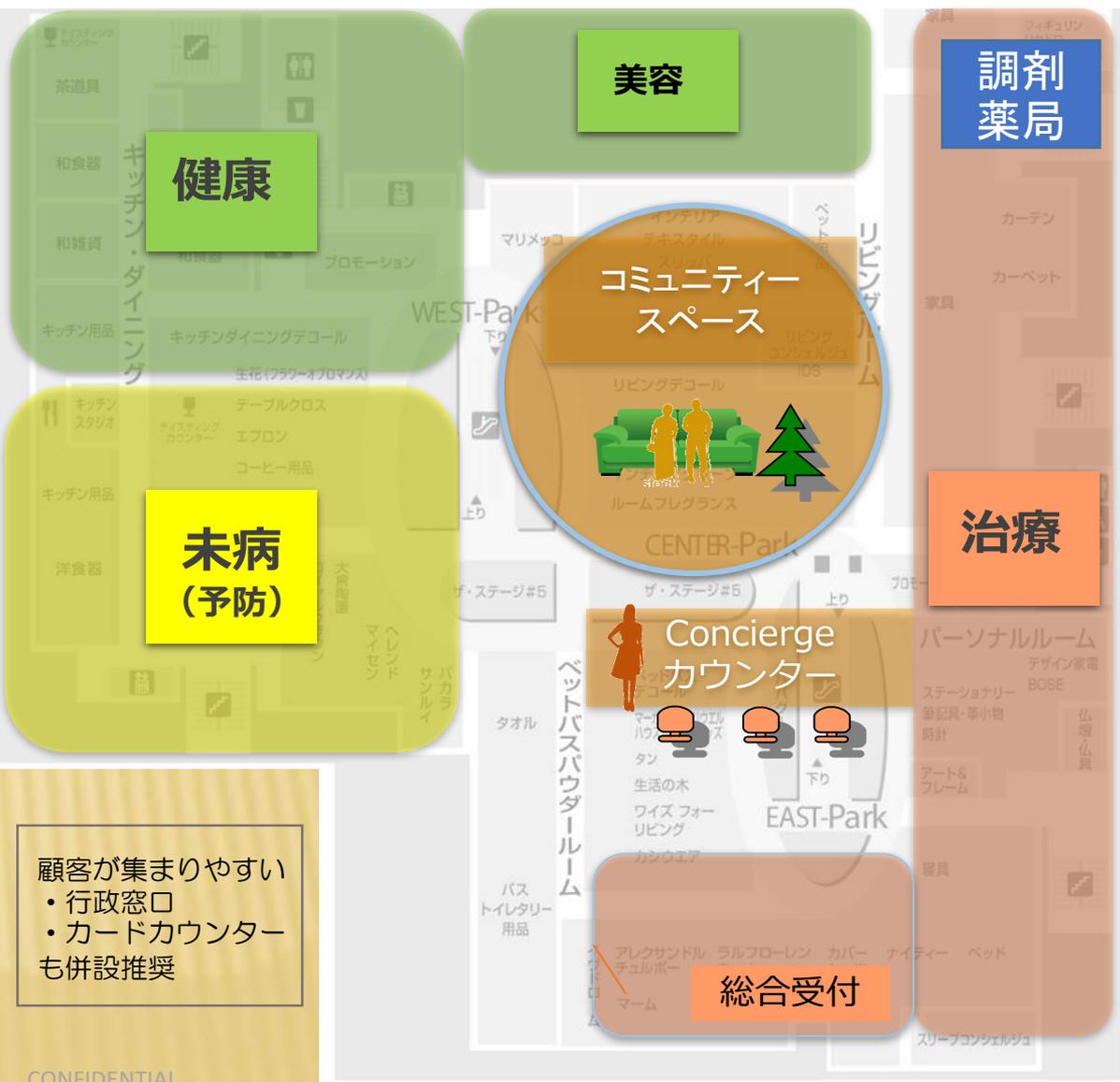
2F コスメ レディース雑貨

1F ファッション雑貨

B1F 食品

「健康・予防・美 コンセプトフロア」 ゾーニングイメージ

3つの
ゾーン



健康

美容

調剤
薬局

コミュニティースペース

Healthcare

「より健康でありたい」という方に提供する、健康増進アイテムやサービスの提供。

未病
(予防)

未病 (予防)

未病の観点から集めた、自己治癒力を高めるためのサービスを用意。コンサルティングを重視し、お客様の健康に寄り添う売り場を作ります。

治療

治療

治療を目的として各科の医療機関を併設します。休日でも診療している安心感と、病院らしくないしつらえで、病院に行く憂鬱感を取り除くスペースにします。

Concierge
カウンター

総合受付

顧客が集まりやすい
・行政窓口
・カードカウンター
も併設推奨

ゾーン別 店舗イメージ

健康

- ・ロカボ食品コーナー
- ・コスメ、基礎化粧品
- ・アンチエイジング
軽飲食店
- ・美容家電
- ・健康用シューズ
- ・睡眠家電

未病(予防)

- ・ねむりの相談所®
- ・栄養コンサルティング
- ・食事コンサル (ロカボ)
- ・アロマブレンダーサービス
- ・漢方
- ・リカバリーウェア
- ・リラクゼーション教室
(アロマ、ハーブティー、呼吸方法、ヨガ)
- ・30分有酸素運動
- ・低負荷トレーニング
- ・DNAチェック

治療

- ・スリープクリニック
(精神内科)
- ・皮膚科 (スキンケア中心)
- ・アンチエイジングクリニック
- ・整形外科、理学療法、
リハビリステーション
- ・歯科 (審美系、矯正歯科)
- ・眼科
- ・婦人科
- ・簡易診断 (血液など)
→初期投資を抑え、
通院が伴う科を採用していく
- ・リハビリ特化型ジム
(介護保険制度適用)

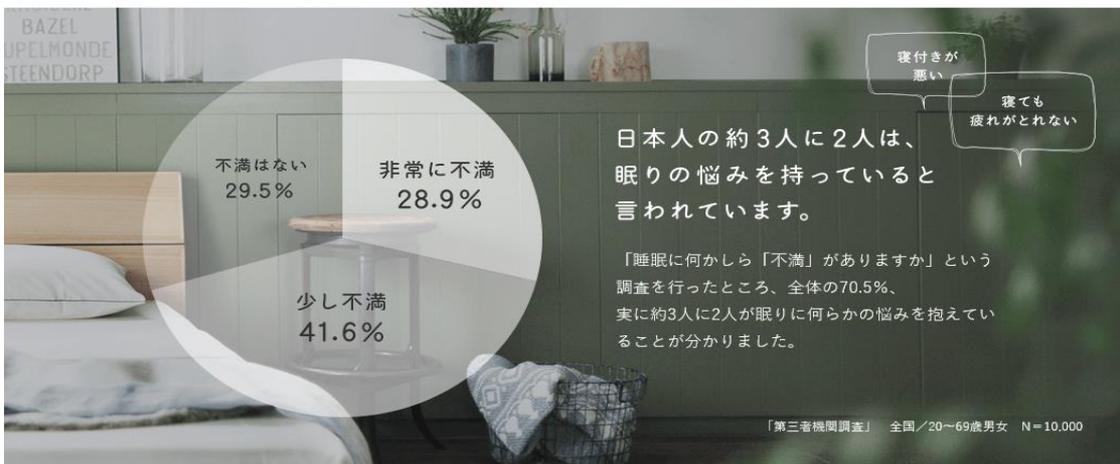


フロアサービスを総合してお客様にご案内する機能。
お客様に寄り添いながら、積極的にサービスをご提案します。

ねむりの相談所®について



今の「眠り」に満足していますか？



ねむりの相談所には、科学的視点からの研究成果が活用されています。



睡眠科学を取り入れた寝具の老舗

寝具の老舗メーカーとして、快適な眠りを追求し続ける西川。お客様のより良い眠りのために、睡眠の科学的研究にも注力。その成果を新たな商品開発に活用し、お客様に上質な寝具をご提供しています。



"睡眠を科学する"西川の研究所

より良い睡眠環境の開発を目的に、西川が1984年に設立。企業・大学・研究機関とも協力し、睡眠の質向上を目指した様々な研究活動を推進。その成果は、寝具や寝環境の開発にも活用されています。



眠りのプロ「スリープマスター」があなたの眠りを計測し、可視化。

一人ひとりにフィットした上質な睡眠環境をご提案します。



睡眠環境をお調べするためのヒアリング



活動量計や寝室チェックシステムで計測した睡眠状況のグラフ



光や音、香りなどのさまざまなツール

想定される百貨店としての課題

① 各種規制緩和の必要性

個人情報課題、薬機法への抵触、感染予防対策

② 人材不足

医療関連、美容関連他

トータルプロデュースできる人材・制度が不足している
(雑誌のような全館のテーマ編集力不足-人材・組織・評価-)

③ テナント誘致が困難

特に医療関係、美容関連施設の積極的な出店への働きかけ、誘致が難しい

→ **出店メリットの発信が必要**

想定されるメーカーとしての課題

①館自体の集客が減少している

→現状でもメーカー主導の自主運営を任せやすい現実
更に出店しても**採算が取りにくい現実、投資が合わない**

②当該フロアへの出店時、既存売場が共食いになる可能性もある

→新しいコンテンツを入れる事で相互送客等の相乗効果も期待できるが、**集客が大きく増えない**と維持が困難

③ショップ間及び館内外への個人情報・PHRを有効に活用できるか

→うまく活用できれば、顧客へのパーソナルなアドバイスが提供でき、地域における未病対策と見守りの役割、健康寿命延伸にも寄与できる

それぞれのメリット

医療施設…

百貨店による集客効果による安定した経営
軽度慢性型疾患の受け皿→大病院は中等症以上の患者、
専門性の高い疾病に集中できる
疾病とはいえない患者のケアを民間に

行政 …

健康増進の啓蒙機会が増大
既存設備活用による低コスト
防災・交通などのインフラ追加投資不要
コンパクトシティ構想進展

小売店…

毎日病院へ流れていた地域顧客のリピート拡大
莫大な改装コスト、運営コスト削減
データ活用による販売機会増大
大型SC、ネット販売との差別化

生活者…

気軽に毎日、健康維持・学びが続けられる
治療があっても気分転換が帰りにできる。
治した後の夢をイメージできる
無駄な時間の解消（移動・待機・薬）

メーカー…

顧客接点の拡大
質の高い「健康予防市場」への参入

解決すべき課題

医療施設…

診療所の新設・撤退の手續きの難易度
土日祝日の診察（人員確保）
保険診療と自由診療の混合治療
救急・感染症患者が出た場合の対応

行政 …

改装費・運営費の予算措置
市民の健康管理データの保管・利活用
健康増進の啓蒙活動または委託

小売店…

医療機関選定と地域医師会等との関係
衛生面、イメージ上のマイナスのガード
設備投資コストと運営担当人員

生活者…

電子診察券（スマホ）・カルテへの慣れ
感染症・重症は別の医療機関へ
ヘルスデータの活用への許諾

メーカー…

薬機法への抵触防止運営
通常売場との二重化コスト（人員・設備）

よく眠り、よく生きる。



nishikawa