



ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」<sup>ヒント</sup>

# 企画の100本メニュー

ショッピング・エンターテインメント企画

企画の100本メニュー

070

1

提起する  
問題・課題

## お客様の「健康を売る」 ドラッグストアはできないか？

「薬を売る」から「健康を売る」ドラッグストアへ

# お客様の“健康を売る” 新ドラッグストア

「AI」と「ドラマ・コンテンツ」を活用する健康マネジメント

ドラッグストアの未来を考えると、「健康を売る」ドラッグストアに向かうのではないのでしょうか？  
お客様が求めているのは“薬”ではなく“健康”だからです。しかし、「健康を売る」のはお客様の生活習慣を  
変えることであり、「薬を売る」ドラッグストアの数倍以上の難しさがあります。

お客様の「健康を売る」ドラッグストアをつくることができないか？

本企画は、その常識では考えられないことに挑戦しました。



商品に”心の価値“を加えて、ビジネスの”新しい価値“を開拓する

本企画のメニューは、激変する社会に対応するために、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する企画です。

商品の“新しい価値”とは、商品の「モノの価値」に対する”心の価値“の開拓です。

”心の価値“とは「商品を使う喜びや幸福感」であり、それはお客様が永遠に求め続けるものです。

貴社の課題解決ソリューションとしてのオリジナルの企画をご提案させていただきますので、お気軽にお問合せ、ご相談ください。

# お客様の「健康を売る」 ドラッグストアはできないか?

## 「薬を売る」から「健康を売る」ドラッグストアへ お客様の“健康を売る” 新ドラッグストア 「AI」と「ドラマ・コンテンツ」を活用する健康マネジメント

### 2

#### 新しい価値 の開拓

病院は患者の病気を治すところですが、お客様の“健康を売る”ビジネスは未開拓です。「お客様の健康をつくる」には、西洋医学と東洋医学の融合も有効だと思います。西洋医学は科学的に健康を管理し、東洋医学は自然の摂理として人間の健康を管理します。人間の肉体は個人差があり、均一の対応では不十分なケースがあります。その時に必要な栄養もひとり一人異なり一律ではありません。肉体はどんどん新陳代謝しますから、摂取する食料や飲料がその人にとって適正かどうかが鍵となります。お客様の個人差がある食料や飲料や運動や心の穏やかさをアプリで管理します。「お客様の健康をつくる」ビジネスは、たくさんの国民を幸福にして、莫大な医療費節約に貢献できます。

### 3

#### 3分ドラマ コンテンツ の活用

「お客様の健康をつくる」ビジネスはすでにたくさんありますが、本企画は「ドラマ・コンテンツ」を活用して、“楽しく分かりやすく”お客様に自分の体の仕組みを伝えます。「健康とはなにか?」「肉体とはなにか?」「生命とはなにか?」「寿命とはなにか?」、西洋医学と東洋医学の両方を楽しいドラマで掘り下げて、自分の健康の本質に思いを至らせることができます。病気に悩まない健康生活のhow-toが、ここに 있습니다。

### 4

#### 企画の目的 と効果性

企画の目的は「お客様の健康をつくる」ビジネスを高めることです。ドラッグストアが薬を売る、病院が病気を治す…という仕組みに、「お客様の健康をつくる」ビジネスを加える重要性を実証することです。それが人生100年時代の国民の幸福をつくる源であり、元気な高齢者にのびのびと働いてもらうことが少子高齢化社会を突破する重要なビジネスになることを、広く知っていただきます。

