

KENSEI

仙台の(株)健生

楽天市場にヘルスケア 専門ショップを開設

後の大きな分岐点となりそう
だ。

後のビジネス展開を大きく左
右する。

時代に合わせたビジネス戦略
ICTの活用事例

今や、パソコンやスマホを使えば、クリックひとつでほとんどのモノは購入できる時代。頻りに飛び交っていた「ICTという言葉は、いつの間にかICT（インフォメーション・テック・コミュニケーション・テクノロジー）」という言葉に置き換えられている。各企業にとって、このICTをいかに活用していくかが、今

仙台市に本社を置く株式会社
社健生（代表取締役中尾充・
仙台市青葉区）も「O2O（オ
ンラインツォフライン）」
の仕組み作りを進めている。

そのO2Oモデルの一助を
担うべく、同社は2015年
11月に楽天市場にヘルスケア
専門ショップを立ち上げた。

「O2O」とは、インターネッ
トサイト（オンライン）から
顧客を取り込み、実店舗（オ
フライン）へ誘導すること。
便利さを追求してきた時代に
逆行するとも思われかねない
戦略だが、この活用こそが今

「NAVISAI たび彩」と
は、身体の内面から「彩（い
ろどり）」を添える「お手伝
い（ナビゲート）」をコンセ
プトとし、ヘルスケア商品を



(株)健生の中尾充代表取締役社長兼CEO

中心に取り扱うO2Oのオ
ンライン「ショップとしての
役割を担う。一方、オフライ
ン」にあたる実店舗に関して
は、整骨院やリラクゼーショ
ンサロンが担い、実際の商品
を「体感」し購入したいと言
うユーザーの要望に依ってい
く。

通常、実店舗を持たない企
業にとっては、ネット上での
購買活動が全てとなるが、実
店舗を持つ企業にとっては、
店舗へ誘導することにより、
プラスαの購買活動につなげ
ることが可能となる。O2O
ビジネスとは、まさにその相
乗効果を狙った取組みなので
ある。

ICTだからその展開
見据える先は海外
「NAVISAI たび彩」の
現在の主力商品は、既にリア

ル店舗での販売実績のある健
康素材や水素水、サプリメント
など。1月以降には、商品
数の拡大を予定しており、年
間100アイテムを取り扱う
予定である。今後は、オリジ
ナルブランドの商品開発も視
野に入れており、質の高い商
品をお手頃な価格で提供し尚
且つ試食やデモで「体感」し
た上で購入出来るような体感
型ヘルスケアショップの準備
も進めている。

「NAVISAI たび彩」は
中国語や英語にも対応してお
り、海外展開も見据えている。
（株）健生では、「NAVISAI
たび彩」で商品を取り扱っ
て欲しい企業も募集中。
ここ仙台から、新たな風を
巻き起こせるか？ 今後の展
開に注目したい。

NAVISAI URL
<http://www.rakuten.co.jp/kensei-r>

●問い合わせ先
株式会社 健生
〒980-0004
仙台市青葉区宮町3-5-20 KENSEI-BLDG
TEL 022-216-2301 URL <http://www.kensei-group.jp>