

医療従事者としてのおもてなし ～ドラッグストアの現場でできること～

薬業科 生田夕紀子
上村里穂

1 はじめに

私達は医薬品登録販売者の資格を取得するために、受験資格であるドラッグストアでの1年間の実務実習を行ってきた。

現在ドラッグストアでは、医薬品だけではなく様々な商品が取り扱われている。お客様の年齢層は広く、海外からのお客様も頻繁に利用するようになってきている。また、医薬品登録販売者が導入されてから店舗数が著しく増えてきている。店内は広く商品数も多い中、利用しやすい環境作りも重要な課題ともいえる。

そこで私達はこれまでの経験をもとに現場スタッフができるお客様へおもてなしの重要性について考えた。

2 研究の目的

株式会社ココカラファイン様より次の研究課題を頂いた。

「医療従事者としてのおもてなし ～ドラッグストアの現場でできること～」

これについて、3つのことを考えた。

- (1) 商品説明 BOOK
- (2) 店内地図
- (3) 海外からのお客様へのおもてなし

3 研究方法

- (1) 企業様との調整。
- (2) 海外からのお客様が多い福岡市内の5店舗によるスタッフアンケート調査。
- (3) 店舗訪問。

4 結果及び考察

(1) お客様の立場から店内にあると便利なものは何か？を考え、実際に店舗へ訪問をした。その中でも店内が広い「福岡天神本店」

に焦点をおいた。

(2) 数多くある商品の中からお客様から質問が多く種類も多いサプリメントと栄養ドリンク、そして男性ヘアワックス。それについては商品説明 BOOK を作成することにした。

(3) 広い店内で買物をよりスムーズにして頂くために店内地図の作成。

(4) 海外からのお客様に対しては、利用が多い福岡市内の5店舗によるスタッフアンケート調査を実施し、以下の調査結果から医薬品コーナーを重点においた地図を作成することにした。

(5) 海外からのお客様についてアンケート
実施店舗
福岡天神本店、天神西通り店、ゲイツ店、西新店、西新中央店

イ 内容

- ・利用されるお客様の国籍
- ・主に購入される商品
- ・接客での経験談

ウ 調査結果

- ・中国、韓国、などの利用者が多い
- ・胃腸薬、風邪薬、サロンパスなどの医薬品を購入される方が多い。
- ・言葉が理解できず伝わらない。
- ・商品の陳列場所を尋ねられる。

(6) 商品説明 BOOK について
「サプリメント説明 BOOK」

特に需要のあるものを選んだ。表記する情報は多くなりすぎないようにし、BOOKの大きさやページ数などお客様の手に取りやすい

ものにした。文字は読みやすいようにパソコンで打ち、文字のサイズや間隔にもこだわった。また、カラフルな画用紙を使い、手書きでイラストを描いて手作り感を出すことで温かみのある物にし、お客様の目に留まりやすくした。

「アリナミンドリンク説明 BOOK」

栄養ドリンクの質問はとて多く、シリーズ化されているアリナミンドリンクを取り上げた。この商品は5種類あり、商品説明書から主な特徴などをまとめた。商品のイメージカラーで全体をまとめ、成分をわかりやすく表記し、お客様に商品説明 BOOK を手に取ってもらいやすいサイズに工夫した。また、字のサイズやフォントも読みやすくした。

「男性ヘアワックス説明 BOOK」

男性のお客様から「自分の髪に合うワックスがわからない」と多くの質問がある。数多い商品の中から若者に人気があるワックスに着目し、商品の特徴・注意点をわかりやすくまとめ、お客様が自分の髪に合うワックスを選びやすいように作成した。

(7) 店内地図

商品の棚はジャンル別で色分けをし、見る際に区別がしやすいようにしている。また、商品名が目立つようにボードの色を黒にしている。そして全体を見やすいように、商品の札は少し立体的にしている。

今後、商品の入れ替え、移動にも対応出来るように、商品の札はマグネット式にして手軽に変更出来るように作成している。

「海外からのお客様へのおもてなし」

医薬品コーナーを重点とした地図を作成した。地図には中国、韓国そして英語を表記した。よく売れる商品の写真をボードに載せることで、すぐに場所がわかるように作成した。

5. 今後の展開

企業様へ制作物を提出し、採用して頂いた作品がどのように活用され、おもてなしとして貢献できているのかを調査していく。詳細は We are 医健の当日に発表をしたいと思う。

6. 謝辞

今回研究を行う上で、ご協力して下さった株式会社ココカラファインのスタッフの皆様へ深くお礼を申し上げます。

(指導員 有村貴利)



「商品説明 BOOK」



「店内地図」

