

健康台帳®が登録販売者の役割を革新的に変え ドラッグストアは医療機関へと進化する

新生堂薬局 健康台帳®

健康台帳®は新生堂薬局とその子会社Newromics、およびマーケティングサービス企業MMIが共同で開発した、ヘルスケアの顧客台帳と商品台帳機能を兼備したデジタルカウンセリングツールである。新生堂薬局ではこのツールを使って、登録販売者の能力、モチベーションを開発し、新業態「ヘルスケアステーション®」への進化を目指す。



登録販売者制度は業界成長に貢献 半面、健康相談機能の停滞も招く

2009年改正薬事法により、一般用医薬品（OTC薬）販売の資格者である「登録販売者」が誕生する。それまで薬剤師しか販売できなかったOTC薬の指定第2類、第2類、第3類の販売が登録販売者により可能になった。

日本チェーンドラッグストア協会の調査によれば、登録販売者制度が発足した2009年のドラッグストア（DgS）の売上高は4兆4,430億円、店舗数は1万5,971店舗、2021年は売上高8兆5,408億円、店舗数2万1,725店舗、この12年間で売上高は1.9倍に、店舗数は1.36倍に拡大、医薬品の売れる店舗を高速で出店するという大手DgSの成長戦略を支えたのは登録販売者たちである。

一方で、それまで薬剤師が行っていたヘルスケア売場での健康相談は売

場の主役が登録販売者に代わっていくことで、徐々に弱くなっていった。登録販売者は、一定の知識はあるものの、医薬品に関する接客の経験が少ない、近くで指導する薬剤師もいないなどの理由で、いわば孤立した状態になり、積極的な相談対応や声掛けが行われなくなったことが、相談機能の低下につながっている。

「失われた10年」を取り戻す 具体的な現場支援ツール

DgSの健康相談機能の低下に関して、水田怜新生堂薬局代表取締役社長は、次のように語る。

「DgSはセルフメディケーションや健康ハブステーションという大きな目標を掲げて旗は振るのですが、それを担う柱のひとつである登録販売者に対して、具体的なサポートがありません。医薬品の接客はケースバイケースで、3

分で終わるものもあれば、20分かかることもある。作業の割り当てがしにくい業務です。人件費を適正にするために店舗の作業割り当てから削られることもあります。また、ヘルスケアの売上が上がらないとき、上司や本部は頑張れと声を掛けるだけで具体的なサポートがない。その結果OTC薬の市場は長期間横ばい傾向が続いています」

さらに、現役の登録販売者でもある永田光司郎氏は次のように登録販売者の本音を代弁する。

「登録販売者は正直お客様から健康に関する相談や問い合わせを受けるのは怖いという意識があります。持病や生活習慣などに対応した接客ができるか、自分の提案する商品は本当に適切かなどの不安はどうしてもあって、資格は持っているでもできれば接客は避けたい、というのが多くの登録販売者の本音ではないでしょうか」

最近「失われた10年」という言葉を

取材協力



新生堂薬局 代表取締役社長
兼CEO 兼COO 兼CHO
水田 怜氏



新生堂薬局 ドラッグストア事業部
ヘルス&ビューティ推進課課長
蛇島 麻美氏



新生堂薬局 ドラッグストア事業部
ヘルス&ビューティ推進課マネージャー
永田 光司郎氏

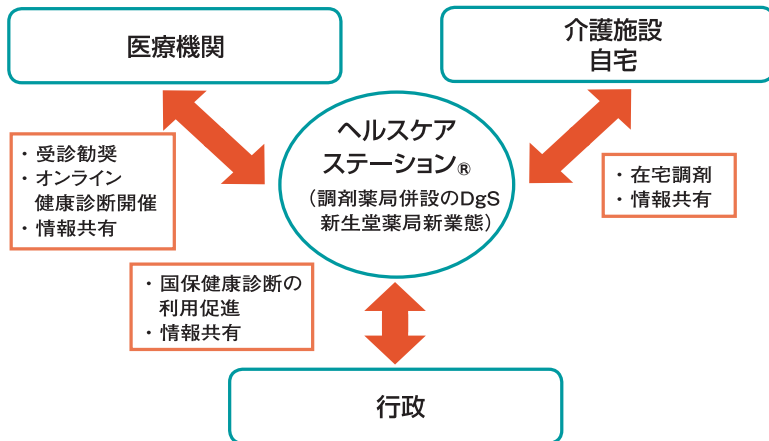
聞く。これは上記で見たような、登録販売者制度がもたらした負の部分を目指す。

DgS業界は現在、規模拡大に目がいきすぎ、中心的な価値である健康相談機能が衰えているという共通の課題を抱えている。

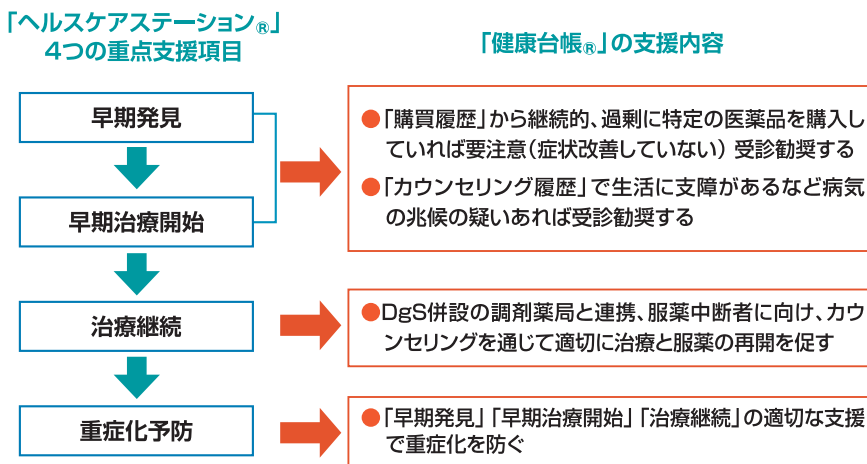
新生堂薬局ではこの課題を解決し、さらにヘルスケアステーション®という新たな業態に挑戦するための手段として「健康台帳®」を開発し、2022年5月にDgS全店にこれを導入した。DgSの健康相談機能の低下は、登録販売者たちの責任ではなく、現場を支援する具体策が欠落していたのが原因というのが開発の基本にある。

同社では「健康台帳®」をDgS共通のカウンセリングプラットフォームにしたという思いもあり、このシステムの外販も行っている。「失われた10年」を取り戻すため、これまで欠落し続けていた現場支援の具体策としての期待が健康台帳にはかかっている。

【図表1】 新生堂薬局の「ヘルスケアステーション®」構想



【図表2】 「ヘルスケアステーション®」と「健康台帳®」の関係



健康台帳®の基本機能

《メインメニュー》



「お客様情報を見る」を選んで会員カードをスキャン(お客様チェックイン)すれば「会員情報」「健康情報」「応対履歴」「紹介商品」「購入履歴」の5つの情報ページにアクセスできる

《健康情報》



左側に5つの機能のタブが並ぶ。最新情報では「年齢」「アレルギー」「治療中の病気」「服薬中のサプリメント」「妊娠中か否か」に関する最新の情報にアクセス。ひとつの会員IDで本人のほか、家族分の情報も登録できる

《健康相談・商品検索トップ画面》



メインメニューから「健康相談・商品検索」をタップすると左の画面が出て、様々な条件で商品検索、健康相談ができる

《薬の種類で検索》



「解熱鎮痛剤」「かぜ薬」など薬の種類で検索、複数と同時に検索することもできる

健康台帳®の研修会と決起会で 一気に変わった現場の意識

2022年5月の新生堂薬局のDgS全51店舗(うち25店舗は調剤薬局併設DgS)へ導入を完了。9月には水田氏がスピーカーとなり健康台帳®のセミナーを取引先に向け実施。その場に全店長に同席してもらった。

セミナー前後には、健康台帳®の勉強会を行い、9月末(新生堂薬局は9月決算)には、新しい期に向けて決起会を開催「健康台帳®で新生堂薬局はヘルスケアステーションへと進化する」。「これで世の中を変える」という大きな目標を共有し士気を高めた。こうした一連のイベントを通して健康台帳®の機能の理解とそれを使う意義を社員へ浸透させた。水田氏いわく「決起会で社員の意識が一気に変わり、目的も方向性も決まった」とのことだ。

組織的には10月からビューティ推進課を「ヘルス&ビューティ推進課」に改組して蛇島麻美氏を課長に任命、永田氏との二枚看板で健康台帳®の活用や改善を進める態勢を整えた。

「健康台帳®を使って医療機関になろうという目標は全員で意識高く共有できていると思います。DgSの品揃えでいえば、食品にはニーズがありますし、生鮮を置けば喜んで頂けるのもうちも何店舗かで扱っています。いまのDgSの主流は食品強化型の調剤薬局併設モデル。それに相談機能をプラスしたものがヘルスケアステーション®だと定義づけ、『相談できる薬屋』とわかりやすく呼んでいます」(水田氏)

事前の健康情報に基づき 禁忌薬は提案商品から除外

健康台帳®はカウンセリング前に「アレルギーのある、なし」「治療中の病気」「服薬中のサプリメント」、女性なら「妊娠しているか、いないか」などその人の基本的な健康情報を打ち込むページがあり、これにより勧めてはいけない薬(禁忌薬)がシステム内で特定

〔画像1〕 健康台帳®の管理画面



〔画像2〕 健康台帳®で算出した従業員個人別お客のリポート率

	A	B	C	D	E
		2回以上	1回のみ	合計	リポート割合
1					
2		59	79	138	43%
3		46	130	176	26%
4		41	73	114	36%
5		33	79	112	29%
6		31	6	37	84%
7		30	5	35	86%
8		28	65	93	30%
9		27	34	61	44%
10		27	89	116	23%
11		27	89	116	23%
12		24	56	80	30%
13		22	51	73	30%
14		19	49	68	28%
15		18	53	71	25%
16		18	35	53	34%
17		17	40	57	30%
18		16	7	23	70%
19		16	4	20	80%
20		16	47	63	25%
21		14	17	31	45%
22		14	89	103	14%
23		14	62	76	18%
24		14	7	21	67%
25		13	6	19	68%

され、提案商品にあがってこないよう設計されている。

「例えば、ぜん息の持病をお持ちの方は基本OTCの湿布薬が使えません。揮散した成分が気管支を狭める危険があるからです。健康台帳®を使って健康情報を打ち込めばこうしたリスクは避けられるので、登録販売者は安心して商品を提案できます。実際に、健康台帳でぜん息の持病を登録した方は結構いらっしゃいます」(永田氏)

事前に相手の持病やアレルギーを確認するなどOTC薬販売のマニュアルはあっても、たまに接客するだけでは、確認事項がとっさに出てこない、聞きもれるということもある。マニュアルや記憶だけに頼った医薬品の販売態勢では登録販売者は安心して接客がで

きないのだ。デジタルツールによってカウンセリングを具体的に支援していくことが健康台帳®のポイントだ。これを繰り返すことで登録販売者は自信を持って医薬品販売ができる。

接客の不安を取り除き、自信を持って声掛けできることで、登録販売者は大きな一歩を踏み出したといえる。

「薬剤師は6年という長い期間をかけて医薬品や人の体について学んだプロフェッショナルですが、登録販売者はそこまでの教育を受けていません。試験に合格しても店頭でお客様と接する訓練を積んだかという、それほど経験もない。しかし、どういった疾患、生活習慣がある方にも対応できる健康台帳®を使えば登録販売者たちは自信を持ってお声掛けができます。

これを使って推奨品を販売したという話を頻繁に聞くようになって、登録販売者が踏み出したのは一歩どころではなく百歩くらい一気に進んだ感覚です」(水田氏)

実績も出始めている。新生堂薬局は毎月、医薬品の推奨品キャンペーンをいくつか行っている。今期に入って実施したキャンペーンの達成率は100%。

「お恥ずかしい話ですが、前期までのキャンペーンの達成率は30%くらいでした。健康台帳®を使えば自信を持ってお勧めできるのに加え、提案する商品が推奨品を含め複数あがってきます。その中からお客様と一緒に選ぶということもでき、これが納得したうえで、購入につながっていると思います。入社2年目の社員が健康台帳®を使って積極的に医薬品を販売して実績を残しています。実績が上がることに加え、商品が売れてお客様に感謝されるとそれが大きなやりがいになって、またお声掛けをするようになる。こうした好循環が回りつつあると感じています」(蛇島麻美氏)

蛇島氏が語るように健康台帳®を使った接客はロイヤルカスタマーを増やすことにつながる。ある店舗では100mほど先に競合店が出店、店舗全体の売上は前年比10%以上落ちてし

まったが、健康台帳®の登録者の売上は108.8%に伸長。従業員や店舗との信頼関係が強くなることで、医薬品だけでなく、ほかの商品の購買も増え売上が向上した。

登録販売者の教育ツール 行動管理ツールとして活用可能

健康台帳®は販売支援のツールだが、管理画面ではだれが、いつ、何回接客したか、どの商品を提案したかなど、登録販売者(ユーザー)の行動記録がわかる。

画像1は集計ツールのホーム画面。対象店舗のある期間内の数値の事例だが、787人の会員を獲得し、延べ1,563回カウンセリング。商品推奨件数は183件で5件サンプル提供。183件商品を推奨し、そのうち146件が購入に至ったので、購入率は79.8%。このように、医薬品の接客販売の状況を俯瞰的に見渡すことができる。

これらの数値は個人別でも表示もできる。新生堂薬局では、将来的にはこのツールを使って、カウンセリングの回数や提案商品、サンプル提供などを確認して、店舗や個人に必要な指導も可能になるとしている。

画像2は従業員個人別のリピート率

を高い順に表記したもの。同じお客を2回以上接客した割合がどれほどあるかを示している。多少偶然的要素もあるが、接客に優れていると社内での評価が高い従業員が上位に並ぶ。

健康台帳®には、カウンセリング内容の他、趣味や最近の出来事など、会話のなかで気になったこと、次のカウンセリングにつながるようなこと記録するメモ機能がある。これを厚くして店舗や新生堂薬局全体で共有することで、だれが担当しても背景にある生活や健康状態が見え、提案する商品がよりの確になり、また多くの商品を提案できるよう設計されている。

「メモ機能はまだ個人によるバラツキが多く、今後は上手に活用できている人の記録方法を基に項目や書き方のフォーマットのようなものがつくれば良いと思っています。診察後に医療カルテが残り、服薬指導の記録が薬歴に残るように、健康相談の記録が健康台帳®に残るようになれば社会的に価値があることだと思います」(水田氏)

資格は取ったものの売場で孤立している登録販売者は多い。健康台帳®はこうした課題を解決しDgSの健康相談機能=DgSの価値を上げるためには有益な手段である。 MD

開発企業インタビュー

DgSの将来の役割は「プレホスピタルカウンセリング®」

新生堂薬局様ともお話ししていますが、健康台帳®の目的は、もちろんDgSの収益性の向上ですが、それ以前に根底にあるのは、DgSが本来持っていた健康相談機能を取り戻し、DgSの社会的な価値を高めることです。

その先には地域医療改革があると思っています。医療費は高騰し国の財政も苦しくなっています。高齢化が進めばますますこの傾向は強くなります。本当に必要な人に医療を提供し、セルフケアで健康を維持できる人はOTC薬や健康食品を使う、あるいは、生活習慣を改善をして頂く。この道案内をできるのはDgSだけではないでしょうか。

健康台帳®はそれを見極めるツールにもなります。私たちはこうした見極めを「プレホスピタルカウンセリング®」と呼んで、これからのDgSの核になるサービスになることを願っています。

これを実現させるためには、健康台帳®そのものの継続的なブラッシュアップも必要です。登録販売者、薬剤師の皆様が健康相談のスキルをレベルアップさせることも重要になります。

プレホスピタルカウンセリング®が適正に行われれば、健康に不安があるとき、病院に行く前にDgSに行くという習慣が根付いて、DgSは医療機関としてのインフラになるのではないのでしょうか。



株式会社MMI 薬剤師 CMO
ヘルスケアマーケティング事業部長
中村 恵子氏

【健康台帳®に関するお問い合わせ先】 info@mmiinc.co.jp