



サイトウ薬局うらわ岸町店 店長 渡部 敦

薬剤師・研修認定薬剤師・健康サポート薬剤師。

2018年3月に「健康サポート薬局」を取得。

主な実績：「薬局向け物販セミナー」「薬局での販売拡大を目指すメーカー向け物販セミナー」「薬局での販売拡大を目指すメーカー向けテストマーケティング監修」「第1回次世代薬局EXPO内セミナー」

社会保障制度の変化により、調剤薬局は今、いち小売業としての販売力も求められる時代です。ただ、物販に力を注ごうと思っても、どうすれば良いのかわからないですよね。物販上級者であっても、何かのきっかけ無しに商品売るのは難しいです。しかし、来局される方はご自身の健康にかかわることについて人並み以上の関心をお持ちです。この心の扉を開いてあげる売場づくりが何より重要です。お客様が何らかのアクション・サインを出しやすいように、“目線に向ける”“手に取りたくなる”“質問したくなる”売場づくりを目指しましょう。



一般社団法人薬局支援協会 代表理事 株式会社バンパー 代表取締役 竹中孝行

薬剤師。外資系製薬会社に勤務後、調剤薬局勤務を経て、2012年、株式会社バンパー設立。薬局事業、介護事業、美容事業、メディア事業を運営。2016年、一般社団法人薬局支援協会設立、代表理事就任。みんなで選ぶ薬局アワードを開催。2020年10月に第4回を迎える。

物販を通したコミュニケーションは、地域で薬局のファンを増やしていくために欠かせない一つの武器になります。その物販で重要なファーストステップは売場づくりです。お客様に興味を持ってもらうためには、気づいてもらう仕掛けづくりが大切です。お客様と実際にやり取りを行い、よく観察しているのは現場スタッフです。売場づくりは、スタッフ自身が、観察しながら売場をつくり、売場の効果を体感すること、この繰り返しです。これは、スタッフのモチベーションアップにもつながります。本誌では現場の方が試行錯誤して工夫した売場を掲載しております。是非お読みいただき、スタッフ一丸となって売場づくりに挑戦してみてください。



売れる薬局には理由がある！

熱中症
対策

アクアソリタ[®] 売場事例集

物販拡大に成功された調剤薬局の
事例を写真付きで紹介

監修 サイトウ薬局うらわ岸町店 渡部 敦 店長

協力 薬局支援協会 竹中 孝行 先生

物販拡大に向け 売場づくりにチャレンジする薬局様へ

効率的な販売につながる売場づくりのポイントは
お客様の目線を商品に向けさせ興味を持ってもらうことです！



ポイント②

投薬カウンター

お釣りを待っているお客様の目線・動きに注目しスムーズな商品説明につなげます。



2019年のアクアソリタ。売場展開コンテストの事例を基に、物販に力を入れている薬局様の売場をご覧ください

蘭調剤薬局 板橋店様(東京都)

薬局情報

物販面積 ▶ 1坪

月間処方箋枚数 ▶ 約3,800枚

常駐スタッフ数 ▶ 約10名

薬局のタイプ ▶ 総合病院前薬局



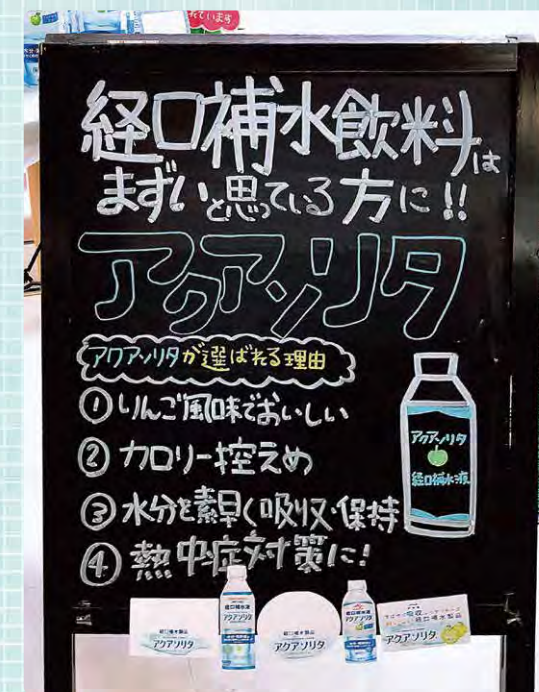
売場づくりのポイント

- 給茶機の近くに売場を展開(上段写真参照)

のどが潤いた方が商品の近くを通るので、関心を持ってもらいやすい！

- ブラックボードに味を大きく訴求(下段写真参照)

「まずいと思っている方に！」というコピーで共感を持ってもらう！



お客様への商品紹介方法

- アクアソリタを試飲していただいた方に

「甘くて飲みやすいのにカロリーが抑えめなんです！熱中症対策のひとつとして、ぜひどうぞ！」

善快堂薬局様(三重県)

薬局情報

物販面積 ▶ 1坪
常駐スタッフ数 ▶ 2名

月間処方箋枚数 ▶ 非公開
薬局のタイプ ▶ 面薬局



売場づくりのポイント

- 入口前に特大のアクアソリタPOPを設置(写真参照)

入店後すぐに目線の獲得に成功

- アクアソリタの特徴を“あいうえお作文”で訴求(写真上部参照)

特徴的なPOPで商品を楽しく理解してもらう

お客様への商品紹介方法

- お子様連れの方に

「おいしいので、小児科の先生もおすすめしている経口補水飲料です。お子様でも飲みやすいですよ!」

- OTC医薬品をお買い求めの方に

「お薬も大事ですが、水分補給も大事ですよ。日常飲みに適した経口補水飲料なので、おすすめです」

ユネット清風薬局 多良木店様(熊本県)

薬局情報

物販面積 ▶ 0.5坪
常駐スタッフ数 ▶ 8名

月間処方箋枚数 ▶ 約1,500枚
薬局のタイプ ▶ 小児科



売場づくりのポイント

- 投薬カウンター近くに展開(写真上段参照)

お客様の目線獲得はもちろん、スタッフもお客様が興味を持っていることが分かりやすくなり、推奨しやすく!

お客様への商品紹介方法

- お子様連れの方に

「青りんご味でおいしく、塩分・カロリーが抑えられているので、お子様にもおすすめな、アクアソリタ。はいがですか?」



かんまき薬局様(大阪府)

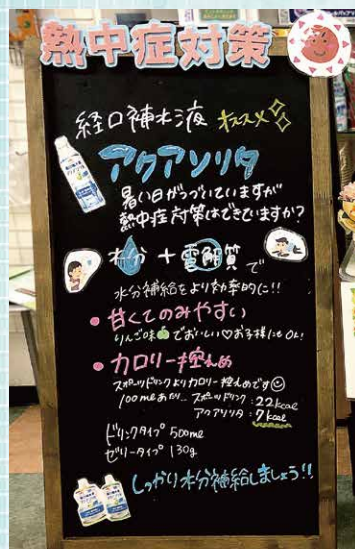
薬局情報

物販面積 ▶ 10坪

常駐スタッフ数 ▶ 約5~6名

月間処方箋枚数 ▶ 約800枚

薬局のタイプ ▶ 内科



売場づくりのポイント

- 待合の椅子の前に売場を展開 (写真左側参照)

投薬の待ち時間に商品への興味を持ってもらえるように!

- 商品特性だけでなく、日常での水分補給のサインや熱中症対策の重要性を訴求 (写真右側参照)

熱中症対策の一環としてアクアソリタを購入してもらえるように!

お客様への商品紹介方法

- 経口補水飲料が苦手と仰った方へ

「私も飲みましたが、青りんご味で飲みやすいです!」

- 成分を気にされている方へ

「カロリー・塩分が控えめですので、他の経口補水飲料と違って、日常飲みに適しています」

エムハート薬局 関ヶ原店様(岐阜県)

薬局情報

物販面積 ▶ 6坪

常駐スタッフ数 ▶ 約6名

月間処方箋枚数 ▶ 約1,400枚

薬局のタイプ ▶ 内科



売場づくりのポイント

- ブラックボードに本日の暑さ指数を記入 (写真左側参照)

暑さ指数によって、特に高齢者の方に熱中症対策に関心を持ってもらいやすく! 熱中症対策のひとつとして、商品を紹介しています。

お客様への商品紹介方法

- ブラックボードに目を向けた方に

「今日は暑いですね、お仕事など水分補給を気にされていますか? カロリーが抑えられているので、お仕事の合間に飲んでみてください」