



【新薬局ビジネスモデル研究会】

「次世代ビジネスモデルを生活者目線で考える」
～個店とドラッグストアの連携の可能性を探る～

2017年9月2日

患医ねっと 代表
パシエントサロン協会 会長
北里大学薬学部 非常勤講師
鈴木信行



自己紹介

1969年生まれ 東京都在住
二分脊椎症 精巣がん 甲状腺がん(S4治療中)
日本二分脊椎症協会元会長
精巣腫瘍患者友の会副代表
パシエントサロン協会会長
患医ねっと代表
メディエール(株)患者協働推進部部長
みのりCafe店主・コーヒーマイスター
北里大学(薬)・上智大学(看)非常勤講師
元第一製薬(株)(現第一三共(株))研究所勤務

→患者の側からよりよい医療をともに実現する

薬局・薬剤師が輝ける社会へ

- 薬局コンサルティング活動
- 薬剤師向け研修
- 薬剤師向け講演
- 薬学部における講義
- 薬剤師×患者イベント
- 薬学生×患者イベント
- 薬剤師対談
- 薬剤師向け執筆
- 薬剤師向け学会等での登壇



はじめに…

【質問】あなたの生活を見直してみよう
「生活で大切にしているモノやコト」は何ですか？

本日の内容

1. 現状打破が必要な業界
2. 個性が見える個店への変革
3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル



1. 現状打破が必要な業界

◇現状の使い分け

- ・個店 ……処方箋
- ・ドラッグストア ……生活用品

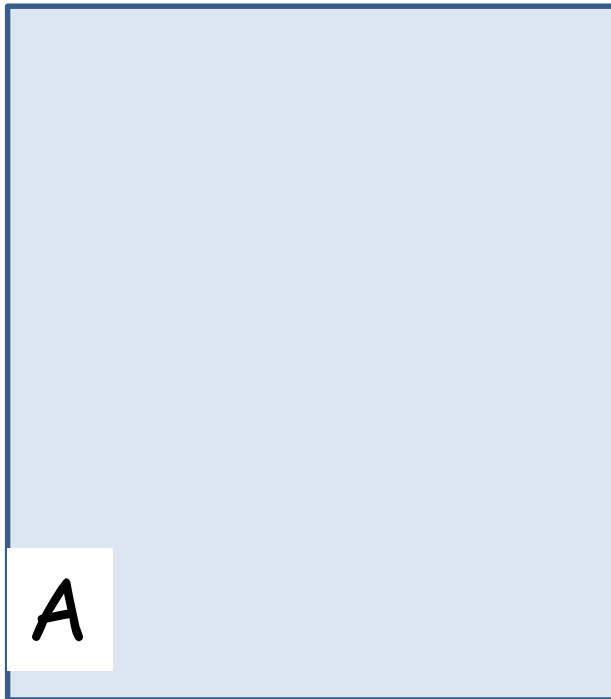
◇今後の可能性

- ・ドラッグストア＋処方箋対応
→個店は不要になる！？



1. 現状打破が必要な業界

◇他業界に見る個店とチェーン店の共存
・カフェ業界を見る



チェーン店



スタイリッシュ店



和モダン店



1. 現状打破が必要な業界

- ◇他業界に見る個店とチェーン店の共存
- ・カフェ業界を見る



オーナー
鈴木信行



和モダン店



1. 現状打破が必要な業界

◇それぞれの役割

・個店 → 処方箋ではなく、スタッフ



→ 客とスタッフの距離を縮め、
一人ひとりの応じたきめ細やかな提案

➡ 「客」対「人」

・ドラッグストア



→ より生活に踏み込んだ
品揃えと低価格と多岐なサービス

➡ 「客」対「物」

本日の内容

1. 現状打破が必要な業界
2. 個性が見える個店への変革
3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル



2.個性が見える個店への変革

◇国の方針の確認 ・薬剤師法

薬剤師は、調剤、医薬品の供給その他薬事衛生をつかさどることによって、公衆衛生の向上及び増進に寄与し、もつて国民の**健康な生活を確保**するものとする。

→薬剤師の役割＝健康な生活の確保



2.個性が見える個店への変革

◇国の方針の確認 ・健康ビジョン

厚生労働省(2015),『患者のための薬局ビジョン』
～『門前』から『かかりつけ』、そして『地域』へ～

- ①服薬情報の一元的・継続的把握と > 患者を知る
それに基づく薬学的管理・指導 > 患者を守る
- ②24時間対応・在宅対応 > 患者に寄り添う
- ③医療機関等との連携 > 患者をつなぐ
- ④高度薬学管理機能 > 患者を注意深く守る
- ⑤健康サポート機能 > 地域住民を支える



2.個性が見える個店への変革

◇国の方針の確認

- ・薬剤師法第1条
- ・薬局ビジョン



国民（患者）の一人ひとりを視る



一人ひとりの
生活をわかってこそ・・・



薬剤師として、患者の生活を捉えることがベース



2.個性が見える個店への変革

◇客は一人ひとり違う生活・・・個性がある



- ・少数客に絞る
- ・客の生活・個性を捉え、つながりを深くする
- ・家族・友人などつながりある客を捉える
- ・客単価を上げる



2.個性が見える個店への変革

◇客に個性がある … 個店にも個性が必要



- ・少数客に絞る
- ・客の生活・個性を捉え、つながりを深くする
- ・家族・友人などつながりある客を捉える
- ・客単価を上げる



2.個性が見える個店への変革

◇個性はコンセプトの表出



明確なコンセプト



コンセプトの業務への落とし込み



客へコンセプトの伝達



客がコンセプトを理解



2.個性が見える個店への変革

◇コンセプトを合わせる



コンセプトの
理解



コンセプトを
求めた来店

コンセプトに
基づく言動





2.個性が見える個店への変革

◇コンセプトにおけるチェック項目

- ☒ スタッフは、自店のコンセプト（理念）を言えるか？
コンセプトに基づく業務を具体化してるか？
コンセプトを客に感じてもらう言動があるか？
コンセプトを通じ、健康な生活を確保しているか？
- ☒ 客は、自店のコンセプトを理解してくれているか？
コンセプトに合った客が集まっているか？
コンセプトを心地よく感じてくれているか？



2.個性が見える個店への変革

◇個性が見える個店とは・・・

- ・コンセプトに合った客が集まる
- ・処方箋に頼らない売り上げ、もしくは集客法がある
- ・スタッフと客がより近い距離になる
- ・客は個店・スタッフのファンになっている



◇個店に必要な要素

- ①個性（コンセプト）が明確である
- ②健康に関する相談の場となっている
- ③薬剤師の能力のアピールができています

本日の内容

1. 現状打破が必要な業界
2. 個性が見える個店への変革
3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

①個性（コンセプト）を明確にする例

【質問】あなたの店は何を実現したいのか？

ex.人と人の交差点（あるカフェより）



店の個性（コンセプト）



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

①個性（コンセプト）を明確にする例

【質問】あなたの店は何を実現したいのか？

ex.人と人の交差点（あるカフェより）





3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

①個性（コンセプト）を明確にする例

【質問】個性（コンセプト）を客にどう伝えているか？





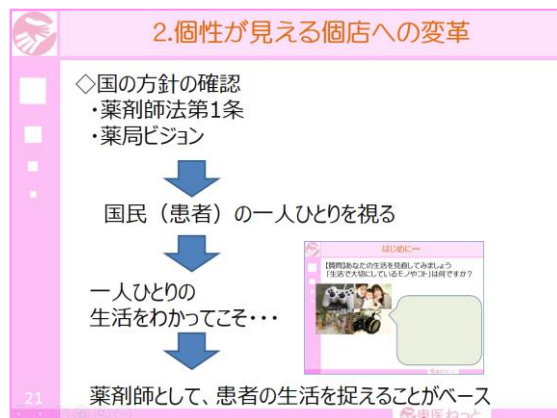
3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

- ①個性（コンセプト）を明確にする例
 - ・薬剤師教育

社内でコンセプトを
具現化する能力

3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

②健康に関する相談の場にする例



薬剤師として、患者の生活を捉えることがベース



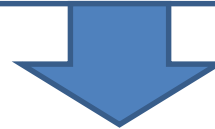
かなりのプライベート情報を捉える



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

②健康に関する相談の場にする例

【質問】あなたが悩みを相談する「相手の条件」は？



薬剤師に必要な条件



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

②健康に関する相談の場にする例

薬剤師がすぐにでも必要な言動

- ・名刺を渡し、自分の顔・名前を覚えてもらう
- ・薬剤師であることを理解してもらう
- ・責任と知識を持っていることを知ってもらう
- ・相手の生活や健康に興味あることに気づいてもらう
- ・相談してよい相手であると認識してもらう



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

②健康に関する相談の場にする例

パシエントサロン協会の活動事例

- ・患者と医療者がともに対話することを通して、
互いの理解を進め、学びを得る
- ・患者・医療に携わっている方向け
- ・毎月一回 私のカフェにて 他に全国7カ所
- ・ゲストによる話題提供 & ワークショップ





3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

- ③薬剤師の能力のアピールの例
 - ・患者教育推進の場

薬剤師として、患者の生活を捉えることがベース



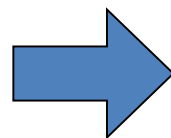
セルフメディケーション意識を持たせる

3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場



患者中心の医療



患者協働の医療



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場





3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場（初級）

お薬手帳って必要あるの？そんな方のための薬局オリジナル

お薬手帳の使い方講座

初級編 達成ごとにステップUP！



①お薬手帳に気になることを書き込んでみましょう

例：自宅に残っている薬の数、気になる症状、副作用など

②次回、手帳に書き込んだことを薬局の薬剤師に見せて相談してみましょう

☆こんなメリットがあります☆

例えば、お薬が余ってしまう理由を正直にご相談下さい。生活スタイルに合わせてお薬の飲み方を調整することもできます。また、次回、処方されるお薬の処方日数を医師と相談し、調整することも可能です。



調剤薬局 横須賀店

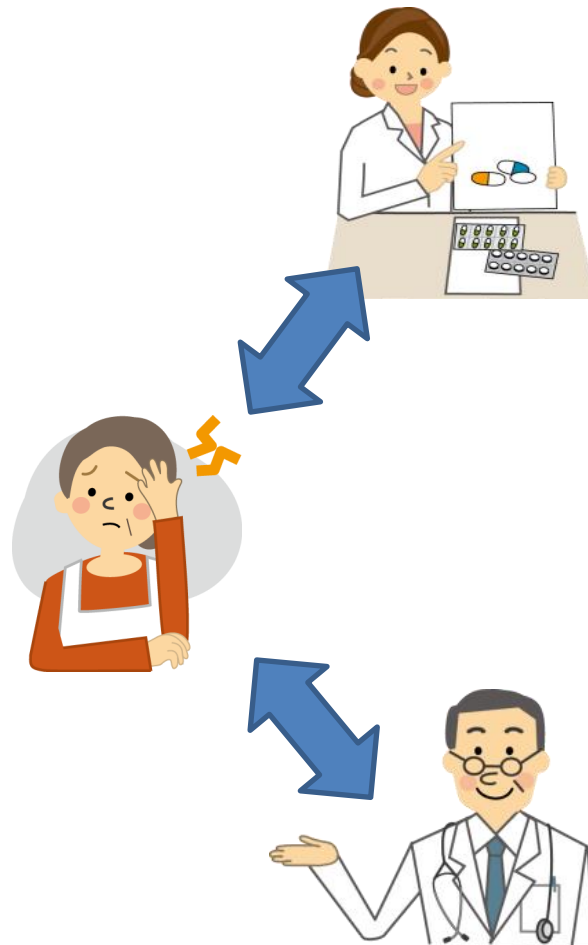




3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場（中級）

（上級）





3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

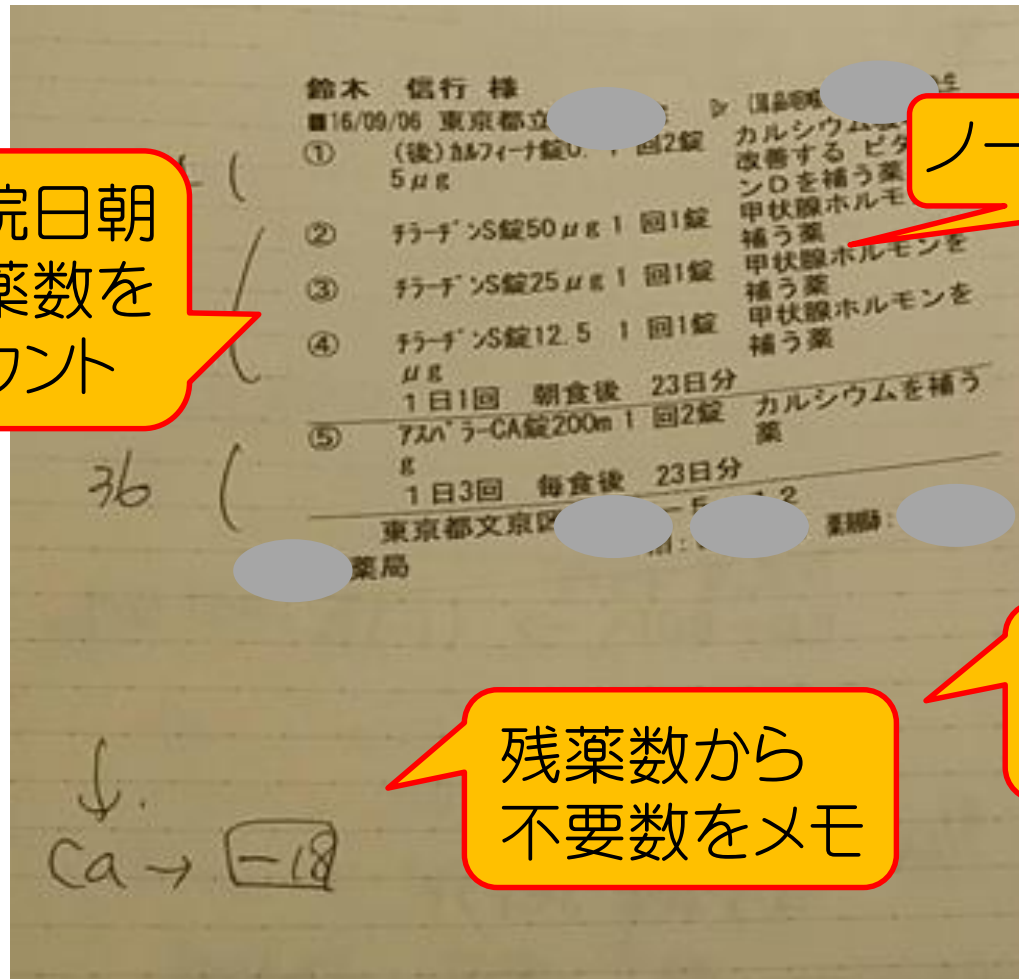
③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場

通院日朝
残薬数を
カウント

ノートを自分で用意

残薬数から
不要数をメモ

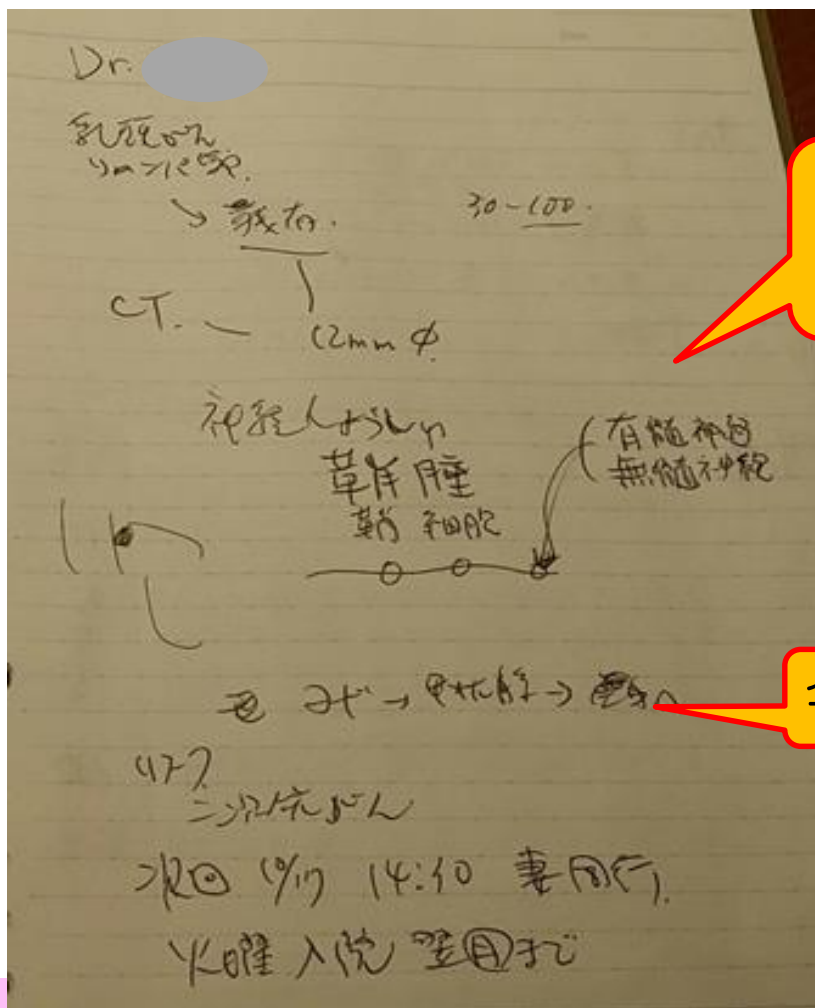
不要数を
処方箋から減薬





3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場



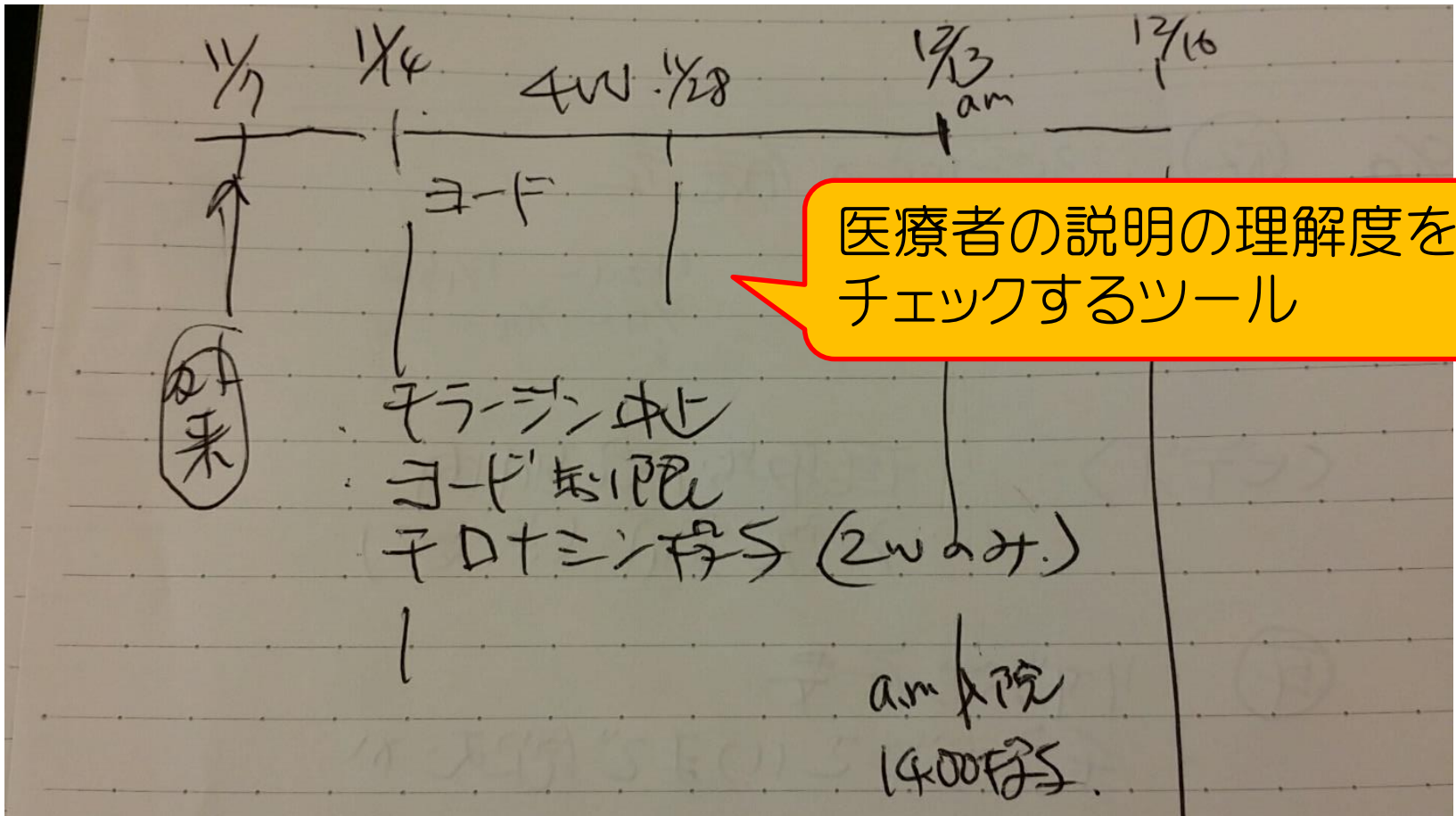
医師・薬剤師の説明をメモ
認識している病名を記載

今後の治療計画をメモ



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・患者教育推進の場





3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・ケキシカ理論

ケ … 傾聴

キ … 共感

シ … 指導

カ … 確認



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例

・ケキシカ理論・・・「傾聴」

→不安や疑問、患者自身の生活の様子を聞く

→慢性疾患で変容が不要の方は、単に生活に関する情報 →話を聞いてくれるという安心感

→後で「指導」する内容に関する生活状況を質問し、患者の話を聴く

＊話が長い方は場合は、薬剤師がキーワードをメモしながら聞く



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例

・ケキシカ理論・・・「共感」

→（自分が共感しているではなく）、あなたが共感していることを「患者が感じてくれること」が大切

→表情： 視線は患者へ（PCはあまり見ない）

→身体の動き： 患者の方を向く。手を握りしめたり肩をさするなどのタッチ（異性では留意が必要）。

→言葉： 相槌。相手の言葉の反芻。
適時的確な言葉を発語



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例

・ケキシカ理論・・・「指導」

→患者が「（自分の）何を意識・行動変容させるか」を理解するのが大切（指導とは説明ではなく理解）

→指導内容は端的にわかりやすく

→レセコンに記録する内容をイメージして

→必ずしも薬剤師が行うものではない
（ex. タブレットパソコンによる動画サイト映像）



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例

・ケキシカ理論・・・「確認」

→患者の理解状況をしっかりと確認

→患者自身の生活に中に落とし込まれているか

→ YesNoで答えられない質問により確認

→患者自身の言葉で語らせる



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

③薬剤師の能力のアピールの例 ・ケキシカ理論



- 患者の生活を捉えているからできる相談
- 薬剤師の能力（知識・経験）が生かされる
- 薬学的知識以外の能力が発揮される
- 薬剤師の責任を全うできる



客の一人ひとり違う「健康な生活」を確保できる



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

次世代ビジネスモデル薬局の実現を目指して

＜告知＞「薬局寺子屋」（仮称）

薬局の経営者・管理者が、工夫している薬局の事例紹介を通して、学び合い、自店の参考にしよう集まり

11/4, 12/16, 1/13, 2/17, 3/17 各土曜19時～
東京根津（東大弥生の隣町～）にある「みのりCafe」
事例紹介、事例検討、懇親会、食事、酒 込 5000円
詳細は 鈴木（nob@kan-i.net）まで



3. 生活者目線からの次世代ビジネスモデル

◇ 個店とドラッグストアの連携

・互いの弱みを補完し合う



- 患者一人一人のニーズから、個店が商品選択し、ドラッグストアで商品入手
- 個店が、在宅患者へ、ドラッグストア商品の配送支援
- ドラッグストアが個店イベントの開催案内



新研究会へ期待



最後に…

【質問】自分（自社・自店）でやろうと思ったことは？