

□頭③

物販商品の販売強化と待ち時間の有効活用について

河田町店
○田中 結菜

【目的】

現在、河田町店では東京女子医科大学東洋医学研究所クリニックの移転に伴い、薬局利用者が増加傾向にある。

そこで、健康意識の高い患者のニーズに合わせて、新規物販商品の選定・配置を行った。店内物販商品の販売促進活動と待ち時間の有効活用を目的として、新設商品のPRに取り組む。

【方法】

- この度新たに設置したアマニ油シリーズ商品8品目の中から5品目を抜粋し、PR活動として店舗内にて試食会を2日間開催する。
- 試食イベントまでに、店舗社員全員でアマニ油製品の特徴や利用法についての理解を深める。
- 商品説明や利用法を分かりやすく患者様に紹介するために、メーカーと連携して配布資料を準備する。
- 当日の試食数や商品販売数、試食会に対する口頭アンケートなどを集計し、分析する。

<試食方法>

- アマニ油入りドレッシングはクラッカーと共に試食に供する
- ローストアマニはヨーグルトと共に試食に供する

<試食対象商品>

- アマニ油入り和風玉ねぎドレッシング
- アマニ油入りごまドレッシング
- アマニ油入り黒酢玉ねぎドレッシング
- ローストアマニ粉末
- ローストアマニ粒

【結果】

2日間のイベント開催により、目標売上金額の2.37倍の販売実績を得る事が出来た。薬局内で行うイベントに関して、患者様の印象も良く、待ち時間の有効活用の為に今後も継続して欲しいという意見が多かった。

店外向け告知ポスターにより、処方箋持参者以外にも試食イベントに参加して頂く事が出来た。

【考察】

試食会を行うにあたり、メーカーから商品に関する情報収集を行う事で、詳細な商品説明と利用法の提案ができた。

今後も引き続き、薬剤師と栄養士が連携しながら、患者様のニーズや季節に合わせたイベントの開催を行う事が求められると考えられる。

薬局内で試食会を行う事により、処方箋持参以外にも来局していただける可能性が高まると予想する。