■阪神調剤薬局(守口店)のご提案

Kajagoogoo

REVISION

DATE

PROJECT TITLE

DRAWING TITLE

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

Kajagoogoo

REVISION	
DATE	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	

PROJECT TITLE

阪神調剤薬局

DRAWING TITLE

パース

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■調剤薬局業界の現状

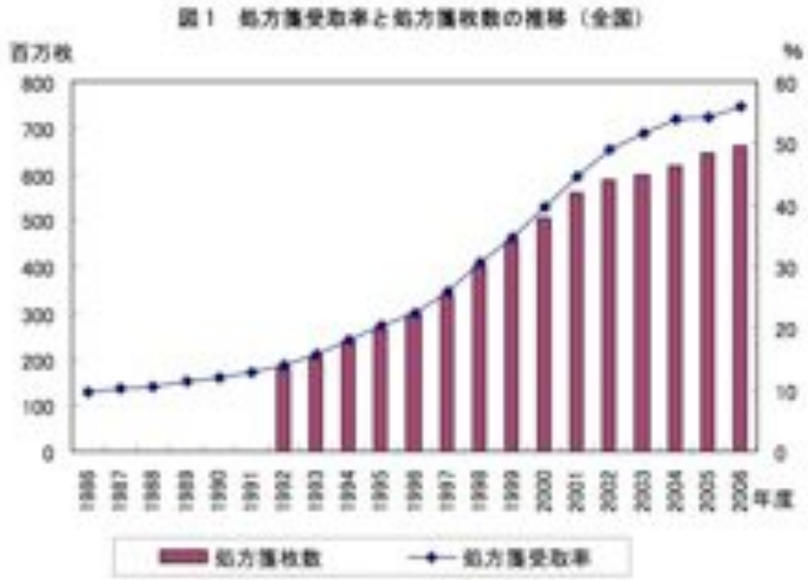
日本薬剤師会によれば、1996 年度に 22.5%であった処方箋受取率(全国平均)[1]は、2006 年度には 55.8%と 10 年間で約 2.5 倍に伸長した。

医薬分業が進展してきた一方、医療制度改革の各種施策に基づく薬価改定や調剤報酬改定、あるいは被用者保険本人負担額増加を背景とした受診抑制や処方の長期化、更にはドラッグストアや大手スーパー等による調剤新規参入により調剤薬局の事業環境は厳しくなってきている。処方箋受取率が50%を超えた最近は伸び率が鈍化しており、成長の余地は少なくなってきているとの見方ができる中、大手ドラッグストアの調剤併設による新規参入やM&A等による激しい出店競争が続いている。そのような厳しい環境下、大手調剤薬局を中心に、ジェネリック医薬品(後発医薬品)の製造あるいは販売業や、人材(薬剤師等)派遣紹介業、医療コンサルティング事業、更には介護関連事業等、新規事業への積極的なグループ展開を図っている。

2008年4月からはジェネリック医薬品の使用促進策として、処方箋様式の改定[2]ならびにジェネリック調剤報酬の改定[3]が予定されており、ジェネリック医薬品の使用率が上昇していくことが見込まれる。ジェネリック医薬品への移行は調剤薬局にとって表面的には減収減益要因となるものの、ジェネリック医薬品の製造や販売をグループで事業展開している調剤薬局では業績にプラスとなる可能性がある。また、それ以外の事業者においても、ジェネリック医薬品への対応は避けて通れない課題でありチャンスでもある。その取組姿勢が今後の業績に大きな影響を与える可能性が高い。

■調剤薬局の経営戦略

調剤薬局も、もはや買回品の物販店やレストランなどの飲食店また美容室などのサービス店と同じように、店舗運営やサービスにおいて色々な店舗施策を行なうこと無しにこの厳しい業界の中で勝ち残ることは出来ない。そこで店舗施策のハード面では店舗レイアウト・店舗ファサード・サイン計画など、ソフト面では顧客満足度（CS)や社会貢献・地域コミュニケーションの構築などが上げられる。



（資料）社団法人日本薬剤師会 Web サイト

■顧客満足を上げるには

お客様の目線になって、自店舗に対する期待値を考えましょう。
顧客満足度（ＣＳ）は店舗にとって重要な指標です。お客様の満足度によって、次回来店につながったり、口コミで店舗を紹介頂けたりという事が発生するからです。
顧客満足度を上げるためには、基本的な「お客様に商品・サービスを提供し、対価を頂く」という基本が出来ている事が大切です。この基本でまず１００点を取る事を目指しましょう。アンケートやヒアリングによって、お客様が求めている商品・サービスの満足度を把握して下さい。この時点の評価で満足度１００点を目指して商品・サービスの質を上げてください。

■スタバの接客と笑顔

さて、スターバックスはなんとお客様に声をかけるのか？
実は、「こんにちは！」（朝なら「おはようございます！」）
と声をかけるのです。
ここからが大切なことなんですが、なぜ、「こんにちは」とお客様に声をかけるのかということです。
その理由は、お客様とコミュニケーションをとる確率を増やし、少しでもお客様に親近感を持ってもらうためです。
「いらっしゃいませ」とスタッフがお客様に声をかけると、お客様は何も返答することができませんが、「こんにちは」とお客様に声をかけるとお客様は「こんにちは」と返答することができ、このように声をかけることでお客様とコミュニケーションをできるだけとろうとする狙いがここにはあるのです。
スターバックスのコンセプトは、「サードプレイス」（第3の場所）。
つまり、お客様にとって、自宅や会社や学校の次の場所になりうるぐらい気軽に利用でき、リラックスして店の空間を利用して欲しい。
このコンセプトを実現するために、接客用語にも工夫を凝らしているのです。
これら以外にも、お客様に安心感を与えるような接客の工夫を行っています。特にすべてのスタッフに意識させているのは、「アイコンタクト」だそうです。
お客様の目を見て会話をするよう心掛けることで、お客様に安心感を与えることができます。
また、商品知識が豊富であったり、待たせていても時間を感じさせないような声掛けなど、顧客満足を向上させるような工夫を行っています。
繁盛店と言うのは、コンセプトがしっかりしているという共通点があります。ターゲット、利用動機、価格帯。これらが、メニュー、店舗内装、接客にきちんと表現できています。
メニューや内装には、コンセプトを意識した店作りを行っている店は多いですが、意外に接客は他店のマネをしたり、人任せになっている店が多いように感じます。
自店のコンセプトをじっくりと深め、入店からお客様が退店されるまでにどんな応対をすればよいか。どんな声掛け、どんな応対がいいのかをもう一度見直してみましょう。そうすると、他店と違った接客が見えてくるでしょう。

REVISION
DATE

PROJECT TITLE
阪神調剤薬局

DRAWING TITLE
業界動向

SCALE
DATE DRAWN
CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■店舗コンセプト

経営理念

信頼＜患者・医療機関に対してベストを尽くす＞　挑戦＜技術・情報・知識向上のため、日々挑戦する＞

外部環境		内部環境	
機会	医療・薬事法規の改正 ジェネリック製品	強み	阪神間は地元で歴史がある 新社屋完成で 社員のインセンティブの昂揚 好立地
脅威	ドラッグチェーンの本格参入	弱み	松下記念病院では 後発の店舗である

事業ドメインの決定

ストアコンセプト

暖かさと笑顔で接客、歴史のある調剤薬局

キーワード『三つのH』

HOTNESS	HOSPITALITY	HISTORICAL
暖かい	おもてなしのココロ	歴史のある
■暖かいイメージ	■笑顔の接客	■1976年開業
■熱い思い（挑戦）	■顧客満足度（CS）	■阪神芦屋発祥
■テーマカラー エルメスオレンジ	■「もの」から「こと」へ	■地域活動へ参加

サービス店として顧客の健康を相談できる
コミュニケーションの場の提供

強みをより強く伸ばし、他店との差別化をより強く打ち出すことにより、存在意義も増して、知名度・ブランドロイヤリティーを高めることができる

デザインコンセプト

クラシカルモダン

歴史を感じさせるデザイン（信頼）・
新しさの追求（挑戦）

三つのキーワード＜HOTNESS・HOSPITALITY・HISTORICAL＞ 3Hで阪神調剤薬局を訴求する。
広報活動では、HANSHIN CHOUZAI と HEALTHYも加えて5Hでインパクトを加える。

REVISION
DATE

PROJECT TITLE
阪神調剤薬局

DRAWING TITLE
店舗コンセプト

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■ロゴイメージ

阪神調剤薬局

hanshin pharmasy　　処方箋受付

店舗ロゴデザインのイメージは、何か具体的なビジュアルがある方が顧客に印象が残りやすい、例えば＜パンダ＞をロゴの中に組み込み、店舗デザインの中にも＜パンダの写真＞を旨く配置する。地域では、パンダの薬局で定着すれば、認知度も早く浸透する。サインや広告を考えるときにアイドマの原理が良く使用される。

消費者がある製品を購入するまでの過程を見ると、はじめ「どれどれ」と注意（ATENTION)をみせ、次に「面白そう」と興（INTEREST）を覚え、「いくらかな」と欲求（DESIRE）し、記憶（MEMORY）にとどめ、購買（ACTION）する。この頭文字を取って、AIDMAと呼び、消費者の購買行動の考え方を説明しています。店舗デザインや店舗レイアウトの計画でこの原理を考えたうえで計画することが重要です。そして、いまネットの時代となり、AISASという新しい行動パターンが現れている。ATENTION＞INTEREST＞SERCH(検索）＞ACTION＞SHARE（評価書き込み共有）というEコマースの考え方である。

神戸市立王子動物園の企業サポーターとして、動物たちを支援しております。
当社はパンダ（旦旦：タンタン）の正式なサポーターとして、活動に参加しております。寄付は動物の遊具・獣舎等の整備、エサ代やその他運営経費に活用されています。
王子動物園への支援を通じて、自然環境保護に努めてまいります。

■店舗サインの考え方

看板とは何か。大きな役割のひとつは、遠くから店舗の存在を知らせること、つぎに業種および店名を伝えることである。

ポイントを整理すると

①店舗（店名）が遠くから見つけやすくする
ポールサイン、パラペットサイン、突き出しサイン

②駐車場の入り口が見つけやすい
Pサイン、駐車場誘導サイン

③店舗の入り口がわかりやすい
パラペットサイン、オーニングサイン

④買い物がしやすい
店内誘導サイン

REVISION
DATE

PROJECT TITLE
阪神調剤薬局

DRAWING TITLE
ロゴデザイン

SCALE

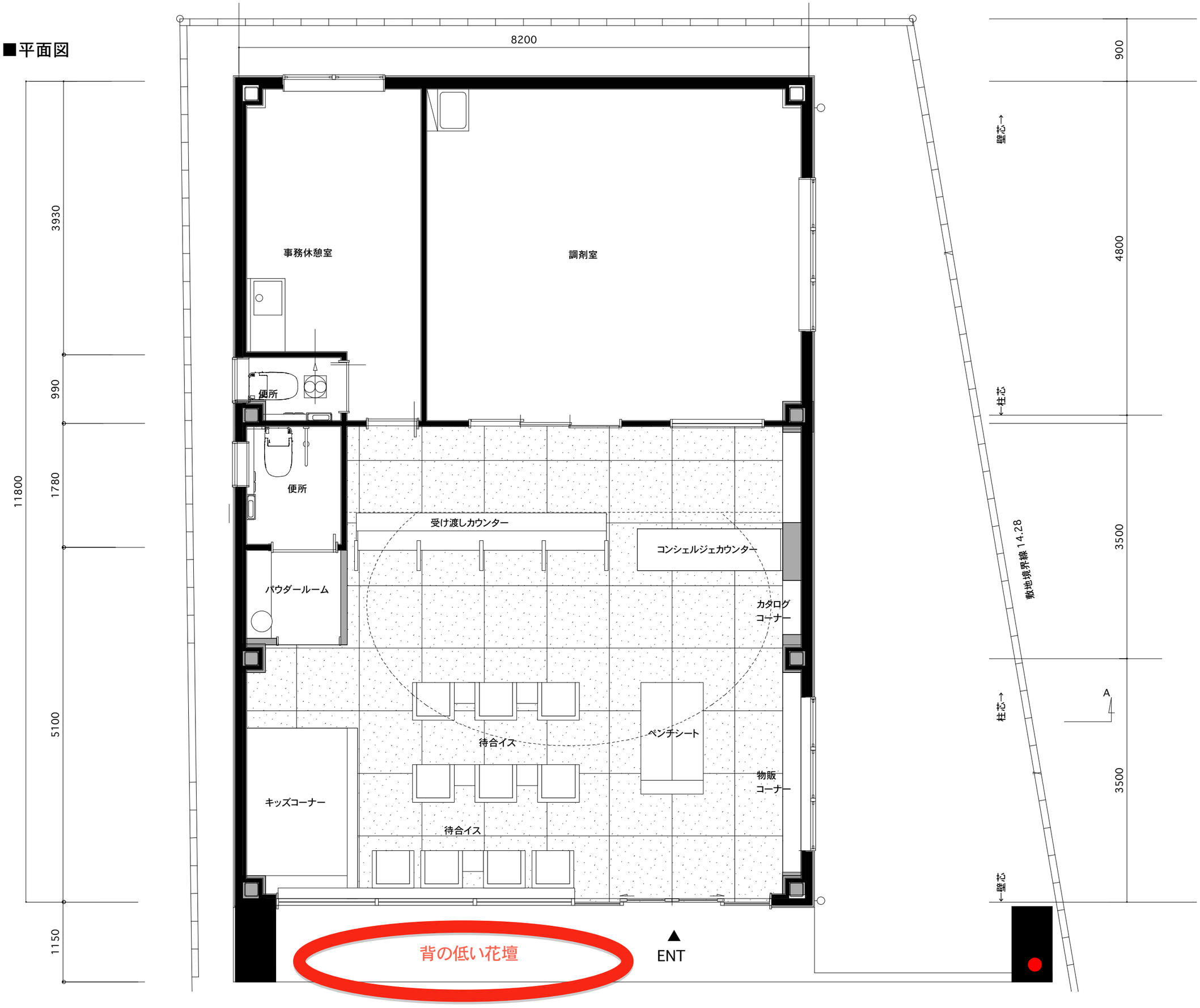
DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■平面図



REVISION

DATE

PROJECT TITLE

阪神調剤薬局

DRAWING TITLE

立面図

SCALE

1/50

DATE DRAWN

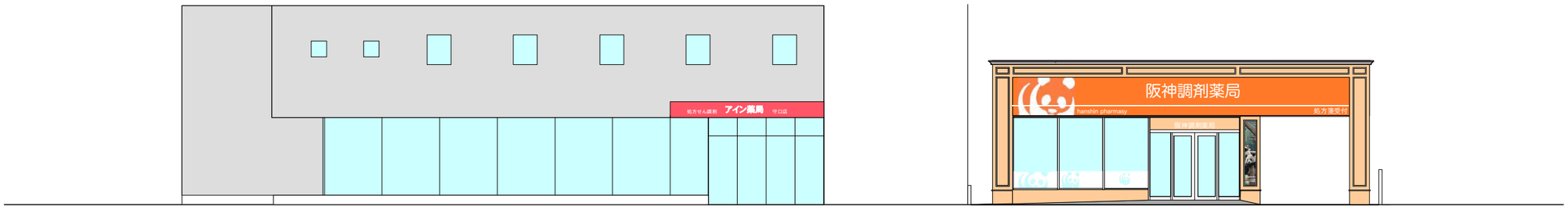
CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■立面図

西側立面図



REVISION

DATE

PROJECT TITLE

阪神調剤薬局

DRAWING TITLE

立面図

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■デザインイメージ

Kajagoogoo

REVISION

DATE

PROJECT TITLE

阪神調剤薬局

DRAWING TITLE

デザイン
イメージ

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■外装パース

REVISION	
DATE	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	

PROJECT TITLE

阪神調剤薬局

DRAWING TITLE

外装デザイン

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO

■内装パース

REVISION	
DATE	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	
. .	

PROJECT TITLE

阪神調剤薬局

DRAWING TITLE

内装デザイン

SCALE

DATE DRAWN

CHECKED

一級建築士事務所 カジャグーグー

SHEET NO