

株式会社 レデイ薬局

顧客感動満足、社員感動満足と
業績の連動を重視した取り組み

人がつくる地域密着型店舗

株式会社レデイ薬局では「お客様の健康と美」を追求し、「喜びと感動と安心」を提供する企業を目指します。「社員の成長と豊かさを表現し、地域社会と地域の人々に貢献する企業を目指します」という理念を掲げている。新人スタッフを育てる際、接客に対する知識を中心に教えていけば、半年で販売テクニックを身につけられる。しかし、同社では時間がかかってしまうが、最初は理念を伝える研修を重点的に行なう。

理念はいわば土台で、その上に接客や、販促などの柱が立っているという考え方である。「しっかりと土台の上にテクニックを身につけていくことが、2〜3年経った時、スタッフ自身に大きな違いとなってあらわれるはずですよ」と教育部長の豊島誠氏は語る。

ドラッグストア業界の競争が激しい昨今、同社は地域密着店として差別化を図っている。大型専門薬局として医

薬品を中心に扱いながら、「相手の中に自分を生かし今日一日喜びを感じて生きていきたいと思います」という社訓の下、接客と相談を重視する方針で地元の顧客に親しまれている。より良い地域密着店は、地元の人であり現場のスタッフでもあるパート・アルバイトが、楽しく働いてこそ実現します。お客さまへ良い雰囲気や伝わるように、今以上にスタッフの皆がいきいきとしている状態を目指している」と豊島氏。

社員を含むスタッフの6割が女性である同社は、今期より「レデイスマイルミーティング」という女性限定の研修を始めた。カード会員の8割は女性であることもあり、女性ならではの視点を活かして、会話を中心とした楽しい雰囲気の中で自分を見つめ直し、他責にしがちな視点を変えることも目的としたコンテンツとなっている。

部門を越えて、
お客様の喜びのための取り組み

同社ではミステリーショッピングリ



瀬戸内圏に地域密着型の専門薬局を展開する同社は、「治す」を基本コンセプトに、病気の予防も含めた「初期治療」から調剤部門による「最終的治療」まで幅広い「治す」ニーズに対応。

サーチを2010年から導入している。導入初年度は、スタッフのマイナード育成、2年目は、ブロック長・店長による活用。3年目は、営業部が中心となって活動し、業績面での取り組みを強化してきた。これまでの経緯を振り返り、豊島氏は、CIS、EISを高める活動を大切に思う一方で、業績を達成することと分けて活動してしまいう店舗があることを課題としていた。

特に、同社のような教育部と営業部が分かれる企業にとって、取り組みのバランスを保つことは非常に難しい。研修時のディスカッションテーマをキャンペーン商品にすることや、エリアリーダーを決めて商品勉強会を開くなど、教育と営業を結び活動を進めている。

「お客さまに『楽しいね』と感じていただけるように進化し続けていきます」と豊島氏は抱負を語った。



豊島誠氏：教育部長として「ミステリーショッピングリサーチを最大限活用できるように、『HERB』活動と各店舗でのミーティングをさらに進化させていきたい」と話す。



女性社員限定のレデイスマイルミーティング。今期は参加してもらうことを目標に、女性社員全員に声を掛けている。参加した人のロコミで楽しい会であることが広がっている。



スタッフの発案から売り場を「買い場」と表現している店舗があった。お客様目線に立たなければ出てこない言葉である。意識の変化は、そんな細かなところにも表れてくるのだ。

会社概要

- ・代表者：三橋 信也 代表取締役社長
- ・所在地：愛媛県松山市南江戸4-3-37
- ・設立年月：1968年7月
- ・ホームページ：http://www.lady-drug.co.jp/
- ・事業内容：医薬品、健康志向食品、化粧品及び日用雑貨、食品等を販売するドラッグストア及び処方箋調剤を行なう調剤業
- ・展開するブランド：くすりのレデイ、メディコ21
- ・社員数：正規622名、パート・アルバイトなど1,086名(2013年2月)