

株式会社 サッポロドラッグストア

「お客さまのためにはなく、お客さまの視点で」
 全社で取り組むお店づくり



サッポロドラッグストア

好調な業績を支える徹底した
 お客さま目線

札幌を拠点に、現在約120店舗のドラッグストアと11店舗の調剤薬局を運営する株式会社サッポロドラッグストア。経営理念「健康で明るい社会の実現に貢献する」を根幹とし、2012年に創業40周年を迎え、業績も右肩上がりとお好調である。

好調な会社を支える様々な取り組みの主語は、常に「お客さま」。『お客さまのためにではなく、お客さまの視点で』を実践しようとする現場にも徹底する。「お客さまのために何かをするのは提供する側のエゴ。そうではなく、お客さまの立場になって、本当に望まれているものを提供したい」と常務取締役営業本部長 富山浩樹氏は語る。

改善活動・人材育成の仕組みと
 商品構成

お客さま目線の改善活動・人材育成の仕組みとして取り組んでいるミステ

リーショップ・ピングリサーチ(以下、MSR)およびHERBプログラム※は、導入開始から丸2年が経過。現在では、スーパーバイザーの適切なアドバイスやフォロワーのもと、店舗でのMSRの結果や気付きのシェア、ゴール設定とミーティング、そして行動という一連の改善サイクルが非常にうまく回っている。長時間営業や多くの作業が存在する中での生産性追求という条件下で、上記の改善サイクルを定着させることは容易ではない。しかし経営陣も高い関心を寄せ、全社一丸となって取り組んでいることが、活動の推進に拍車をかけている。

商品構成も「お客さま目線」を追求し、お客さまの生活が便利になるお店を目指していることから、ドラッグストアの専門領域である医薬品・化粧品と合わせて、食品も商品構成の大きな割合を占める。また、独自のメーカー推奨品の設定にもこだわりを見せる。小売店では期間限定的に、売上目標を設けて特定メーカーの商品を推奨販売する企画が行なわれることが多いが、同

社ではこれまで行なってきたそのような仕組みを改めた。

「お客さまの好みに関わらずそのメーカーの商品を薦めることは、お客さまの立場を考えているとはいえない」との考えから、年間を通して顧客のニーズに基づいた独自の「年間推奨品」を設定している。さまざま顧客層の悩み毎に、メーカー推奨品を同社が選び、その数字を追うという仕組みとなっている。

富山氏は「売上目標の達成とお客さま満足度の最大化、販売方法ではなく販売数で評価が決まるコンクールなど、店舗のスタッフは矛盾を抱えながら仕事をすることも多い。その矛盾を解決し、お客さまに喜んでいただくことが社員やパート・アルバイトの喜びにつながるよう、全社一丸となり仕組み作りに取り組みたい」と語った。

※HERBプログラムは、MSRを起点として顧客志向の組織風土をつくるプログラム



ドラッグストアでは、お客さまが気軽に相談できる雰囲気も重要だ。数年スパンでの成果を目指し、内部体制から細かな言葉遣いに至るまで、どうあるべきかの議論を進めている。



どのような接客が顧客そしてスタッフにとって最適なのかを探り、改善を進める。接客の質の維持・向上を意識するだけではなく、それらを推進できる仕組み・体制づくりに力を入れている。



HERBプログラムでは、店长・SVなど立場別に課題を整理し、現場のマネジメントに活かすことで、雰囲気の良い店舗づくりに反映されている。

会社概要

- ・代表者：富山 睦浩 代表取締役社長
- ・所在地：札幌市北区太平三条4-23-57
- ・設立年月：1983年4月
- ・ホームページ：http://www.sapporo-drug.co.jp/
- ・事業内容：ドラッグストアおよび、調剤薬局の運営
- ・展開するブランド：サッポロドラッグストア
- ・社員数：1,428名 うち、パート・アルバイト836名 (2013年2月15日現在)