

販売DX最前線

ヘルスケア商品のカウンセリング販売推進アプリ

Dカウンセラーneo

ヘルスケアの「販売促進」と「適正販売」が 約3分のカウンセリングで実現

OTC薬を含むヘルスケアはDgSの収益性のカギを握る部門だ。また、登録販売者や薬剤師が的確な説明やアドバイスのもと販売すれば、顧客の信頼、ロイヤルティーを上げることもできる。このようにヘルスケアは収益性、顧客ロイヤルティーを左右する重要な領域であるにもかかわらず、接客、説明販売が手薄なために大きなチャンスロスが起こっている。この課題をDXの力で改善するために開発・改良されたのが「Dカウンセラーneo」だ。



丁寧・正確な3段階の
カウンセリングが約3分で実現

ウイルベース株式会社(本社:東京都中央区、代表者:田中裕樹)が開発した「Dカウンセラーneo」は、薬剤師や登録販売者などの専門スタッフが

来店客に対し症状や既往症(過去にかかった病気)などをヒアリングしながら、適切な商品へと導き紹介するためのタブレット端末専用のアプリである。

カウンセリング業務のDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進し、収益性向上のための「販売促進」と安全を

担保する「適正販売」の両立を可能にする。

「Dカウンセラーneo」を使ったカウンセリングの流れは図表1のようになる。丁寧で正確な3段階のカウンセリングが3分程度でできることを想定している。

[図表1] 「Dカウンセラーneo」を使ったカウンセリングの流れ

商品の案内前に既往症やアレルギー、薬による副作用の経験など基本的な事項を確認、この段階で医療機関での受診を勧めることもある(受診勧奨)。リスク回避・適正販売の基本となるプロセス

商品を使う人が悩んでいる具体的な症状のヒアリングを中心に、禁忌・既往歴（現在の状態や過去の病気などによって服用すべきでない薬）、嗜好（錠剤か液剤か、眠くならない成分を含まないなど）などの各種検索条件で商品を絞り込んでいく

絞り込んだ条件によって複数商品が表示される。成分、配合量などによって症状に対する対応レベルが星印で表示され比較しやすい。例えば風邪薬の場合、「喉の痛み」に関して商品Aは☆(星1つ)、商品Bは☆☆☆(星3つ)などと表示される。添付文書へもリンク可能、詳細な情報が伝えられる。また、関連商品も提案できるので、総合的なケア、買上点数アップも狙える

不適切利用・販売を最大限回避

接客、カウンセリングのないヘルスケア商品販売はチャンスロスが起こるだけでなく、自分に合っていない商品を購入して健康被害が起こるというリスクもはらんでいる。

DカウンセラーneoではOTC医薬品

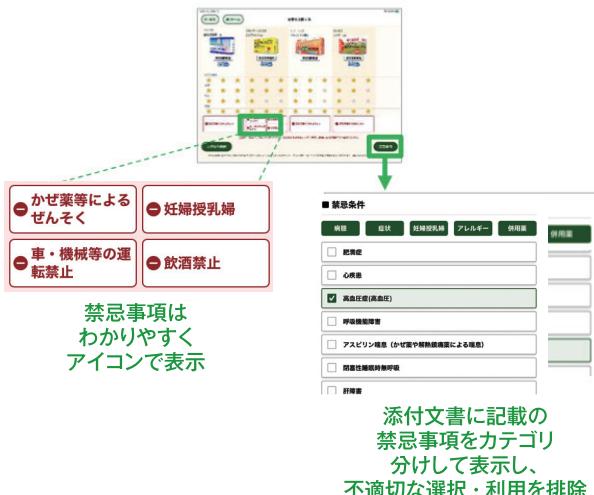
に関する著書も多数ある堀美智子氏の監修も得て安全の担保に注力した(44ページの堀氏インタビュー記事参照)。

具体的には、子供や高齢者が服用する際の注意喚起、医療機関の受診勧奨を適宜行う機能、添付文書に記載された禁忌項目を加味した上での商品選定、「濫用等のおそれのある医

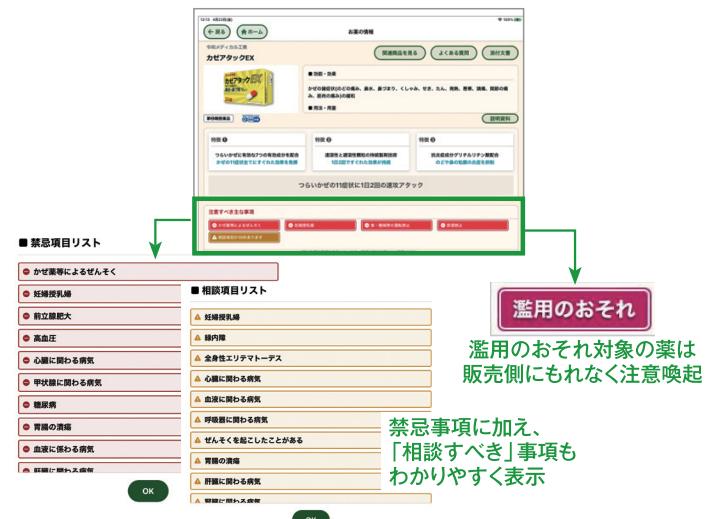
薬品」(※)のアイコン表示などで、服用対象でないお客、購入者による不適切な利用・服用を最大限回避できるよう設計されている。

(※)エフェドリン、コデインなど5つの成分を含む医薬品が「濫用等のおそれのある医薬品」として薬機法に定められている。依存性があり、適正な使用量を超えて濫用される可能性がある。

[図表2]
禁忌事項のアイコン表示、添付文書の禁忌事項を網羅



[図表3]
「濫用等のおそれのある医薬品」を表示



自社流にカスタマイズ可能 25%売上アップ効果も

Dカウンセラーneoは、タブレット上で動くアプリと各社専用のデータベース(DB)をセットにして提供される。DBに搭載する商品情報は各社の希望に沿って修正、追加が可能。アプリもカスタマイズできるので、例えば、推奨品を重視した流れにしたければ、検索と同じ画面に「おすすめ商品」のボタンを表示するといった設計も可能。DB、アプリいずれの変更も本部側で一括して行えるので手間がかからない。

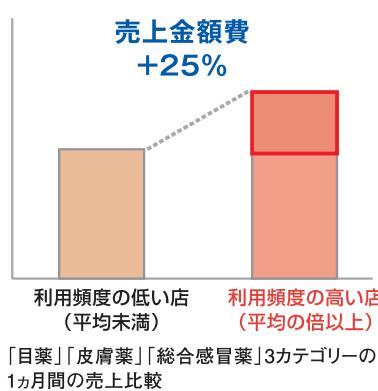
また、アプリはオフライン環境で使えるので通信環境が悪くてもストレスがない。

ウイルベース社の行った調査によれば、Dカウンセラーneoの利用頻度の高い店舗はそうでない店舗と比較して25%売上金額が高いというデータもある(図表4)。

さらに、Dカウンセラーneoを使って販売すると、「見比べられるのでわかりやすいと言って頂けた」、「納得してお買い上げ頂いた」、「大体のお客さまがツールに表示された商品の中から購入された」などの従業員の声が集まっている。わかりやすい、納得してもらえるという反応が多く、顧客満足度が高いことが分かる。

Dカウンセラーneoは薬剤師、登録販売者のカウンセリングツールとして活用できるのに加え、据え置き型とし

[図表4] Dカウンセラーneoを使った売上効果



てお客がセルフで操作することも可能(写真1)。使い方を適宜サポートすれば、商品選びのガイドツールになる。

MD



写真1 据え置き型Dカウンセラーneo

変化する時代、差別化のポイントは 「価格と品揃え」から、納得できる「説明販売」になる

ここでは「Dカウンセラーneo」の監修を務めた堀美智子氏へのインタビューを紹介する。長年薬剤師の立場から適正なOTC薬販売、それに関する人材育成に尽力してきた同氏の幅広い知見からはDgSが学ぶことが多い。

相手を知ること、成分の理解で、適切で安全な商品を提案できる

——監修で注力したポイント、堀先生から見たDカウンセラーneoの特長などについて教えてください。

堀 OTC薬はコモディティ(誰もが使う生活必需商品)化していて、誰が使っても効き目は同じだと思われています。それを「目の前」の人が使った場合に果たして同じなのかと考えるのが薬剤師、登録販売者の役割です。

例えば、相談にみえたお客様が「風邪をひいて鼻水が出る。そしてその後に決まって喉が痛くなる」というお定まりのコースがあると会話の中で知ったとき、鼻水を止める成分が多く入った商品をお勧めすると、鼻水を止める成分=唾液の分泌も抑制する成分ということになり、喉の保護が弱くなります。

鼻水が止まるのはいいけど、その後の喉の痛みがもっと強くなる可能性があります。鼻水を止める成分が強い商品をお勧めするのであれば、のど飴など喉を保護する関連商品もお勧めすることが望ましいでしょう。

お話をした例は少し高度な対応になりますが、お客様の状況を理解した上で適切な商品を紹介するためには、成分の理解、商品ごとに何に効く成分が強いのかを理解する必要があるのです。

Dカウンセラーneoには、成分の解説に加え☆印による成分の強度が比較できるので、薬の選択基準が明確になります。薬に含まれる個々の成分に関する問題は登録販売者の試験に出ますが、それが商品の中にどれほど配合されているか「強度」に関してはその範疇ではありません。

商品ごとの成分の強度、それを並べて比較できるので、売る側も買う側も薬を選ぶ基準が明確に理解できるのです。開発のお手伝いをするにあたっては、その辺りには特に注力しました。

**規制緩和の流れは止められない
だからこそ人による説明が重要になる**

——関連商品の提案もDカウンセラーneoの特長のひとつですね。

堀 関連商品というボタンを押せば、OTC薬以外でも提案した商品と関連する商品が表示されます。例えば、ドライアイの症状があるという相談があった場合、目薬の商品提案に加えて、水蒸気で目元を温める「アイマスク」が関連商品として表示されます。目には「マイボーム腺」と呼ばれる脂を分泌する腺があり、瞬きをして目を開いた時に目に脂の膜が張られて保護されるようになっています。

しかし、この脂を出す腺が詰まることがあり、目元を水蒸気で温めることはこの詰まりの改善にとてもいいのです。ここまで知識がなくても、なぜ関連商品として提示されるのかを考えることが登録販売者、薬剤師にとってDカウンセラーneoの教育資材としてのポイントになるでしょう。

関連商品の明確な根拠まで説明できなくとも、その前段階の商品提案時の成分説明、強度比較、禁忌事項の説明も合わせ、「明確な基準がある」ということがお客様に伝われば信頼につながると思います。

DgSは推奨品の販売を得意としていますが、売り方次第では何を相談しても推奨品を提案されるといった疑念を持たれることもあります。Dカウンセラーneoによる説明が加われば、お勧めの基準を示すことで、より納得して頂けるのではないかでしょうか。

——適正販売についていかがでしょうか。

堀 欲をいえばきりがありませんが、最低限の安全担保はできるようにしました。そのひとつとして、禁忌事項の説明にも注力しています。OTC薬の禁忌事項の説明は登録販売者、薬剤師両方にとて非常に重要です。

例えば、高血圧の人は使わないでくだ

さいと添付文書に書かれたOTC薬はたくさんあるので、薬剤師は血圧を下げる薬を調剤している患者さんには、服薬指導の時にこんな薬は使わないでくださいと説明する必要があります。

しかし、現状それがどれほどできているでしょうか。薬剤師がOTC薬の知識を持つことは当然ですし、Dカウンセラーneoはその支援、教育のひとつになり得ます。

超高齢化により医療費が増大する中、これからは、軽度な身体の不調はOTC薬を使うなどして自分で手当てる「セルフケア」がますます重要になります。一方で、規制緩和の流れもあり、OTC薬はネットで購入という流れも止められないでしょう。

本来薬は「必要な人が必要な時に手に入れられるもの」です。この考えを進めれば、どこでも売ればいいのですが、薬は使い方を間違うと、あるいは適正に使用されても有害事象が起こり得る特殊な商品で、ここに規制、説明販売の必要性があります。規制緩和が進む一方で、安心して薬を使うために「人からの説明を受けて自分に合った商品を購入したい」というニーズは高まり、DgSは多数のリアル店舗や資格者というインフラを生かしてそのニーズに応えるべきです。

そこにセルフケアを適正に進めるDgSの役割があると思います。これまでには、価格と品揃えが競争の基準でした。しかし、規制緩和の流れが進むほどに、差別化の要素は「人による説明販売」になります。大きく変化していく時代にDカウンセラーneoは役立つのではないでしょうか。

■堀美智子氏プロフィール

医薬情報研究所 株式会社エス・アイ・シー取締役/医薬情報部門責任者。一般社団法人日本薬業研修センター医薬研究所所長。一般社団法人日本セルフケア推進協議会理事。一般財団法人日本ヘルスケア協会理事。1998~2002年日本薬剤師会常務理事。名城大学薬学部卒業。同大学薬学部医薬情報室勤務などを経て現職。薬やサプリメントに関する著書、講演多数。テレビ、ラジオ番組出演多数。

