



目的

今後実施される医療改革において、「セルフメディケーション」の取り組みの重要性は、ますます増大し、その実践の場として、ドラッグストアこそが、患者さんに一番身近な医療提供施設として成長しなければならない。そのドラッグストアでのOTC販売時において、より患者さんの抱える問題点、ニーズを捉え、アドバイスできることが求められている。

そこで、その訓練方法として、調剤業務で実践されている POS思考を、OTC販売にも取り入れ、その問題解決能力を向上させる事を目的とした。





方法 1 【集合研修】

(目標)接客歴記入の体験およびSOAP項目の理解
(方法)グループワークを中心としたPOS思考トレーニングとSOAP形式による接客歴の記載の体験

- 1、模擬患者とのロールプレイを観察して、各自が接客歴を記入し、グループで討議
- 2、模擬接客からの「気づきリスト」を作成し、問題点ごとにクラスタリングを実施
- 3、クラスタリング完了後、それに沿って、模擬接客し、再度、接客歴を記入





【研修の様子】



↑ 集合研修

↓ 個人研修





方法 2 【個人研修】

(目標) 接客歴の記載の習慣化

(方法) SOAP形式の接客歴の継続的記載と
検証

- 店頭で実際に遭遇した接客例において、その接客過程をメモしておき、接客後、速やかに、POSでの記録方式である「SOAP式接客歴」を記入して保存した。
- 業務の合間および終了後に、再度見直しをかけ、適正に対応できたかを自己評価した。また、各実施者ごとの接客歴を相互に開示して、症例検討会を実施し、意見交換した。





方法 3 【接客歴記載内容】

■調剤時のSOAP項目

S (subjective data)	患者さんが直接提供する 主観的情報
O (objective data)	薬剤師の見た客観的な事 実
A (assessment)	それらの情報、事実から導 き出される評価
P (plan)	問題点を解決するために 取られる手段、方法





方法 3 【接客歴記載内容】

■OTC接客時のSOAP項目

S (subjective data)	患者さんの主訴あるいは要求
O (objective data)	接客における質問から判明した事実及び薬剤師の所見
A (assessment)	S)O)から導き出した薬学的判断
P (plan)	A)に基づき選択した商品名、または、実施したケア行動(受診勧告や養生法の説明など)





結果 1 【接客歴の実際】

#咳・痰がひっかかる

S:ここしばらく昼間に咳が出ます。そんなキツイ咳ではありません。

通っている針治療の先生に「えへん虫っぽいから響声破笛丸エキスを飲みなさい」と言われ、飲んでみた。1箱飲んでも一向によくならず。えへん虫ではないと思うのだけど。

痰がどうしても出せずにむずがゆく、針の先生にも言われたので、やはり響声破笛丸を取り寄せて欲しい。

O:耳鼻科受診済み。異常なし。

痰の粘度は薄い。他に、熱やだるさ、鼻水、喉の痛みはなし。服用中の薬なし。

ほこりっぽいところに行っても咳は出ない。声枯れの様子は無い。

A:響声破笛丸エキスの効能は主に声枯れであるうえに、飲んでも一向に効果上がっていないことから、お客様の状・体質に合っていないと思われる。薬変更の必要あり熱・だるさ、鼻水、喉の痛みなど無い事から、風邪ではないと思われる。埃っぽいところに行つての咳でないことから、アレルギー性の咳でもない。薄い痰がどうしても切れ無いことから、のどの繊毛の働きが鈍っていると思われる、そのため耳鼻科でも異常なしの診断が出たのでは？

P:咳(そんなにきつくない)と痰の症状改善の為、咳止めも配合され、喉もきれいにしてくれるクララの服用をおすすめ。

飲み方説明。1箱終わってもまだ症状続くようでしたらまたご相談下さい。

水無しでのめるので、良かったら今飲まれますか？→飲んで帰られた咳は体力を著しく奪うので、体力を回復するプラセンタをご紹介します。





結果 2 【接客歴の実際】

DRUG ユタカ

#クララ飲んでも痰が切れない

(以前に響声破笛丸のことで接客したお客様)

S:クララ飲んだけど調子がよくなる。

違う気はするが、針治療の先生オススメの響声破笛丸をもう一度取り寄せたい。

何年も前から嫌気がさしている

寝る前にも薄い痰がずっと毎日絡んで眠れない。マイスリー毎日服用している

O:肺・呼吸器は検査済み→問題なし

痰も検査済み→悪性ではない。病院で出されていた薬は、ムコダイン→服用しても全然痰切れない

緊張感のある時に出るような気もするが、良くわからない

A:ムコダインもクララも全く効果が上がっていないので、根本からの漢方治療を視野に入れる

響声破笛丸はあまりお客様の症状には合っていないので、漢方店に問い合わせ、症状・体質からぴったりくる漢方をのんでいただくのが改善の近道と思われる。

P:漢方店に問い合わせる →コタロー漢方せき止め錠をオススメする。





結果 3【実施者の感想】

実施者1

昔は自己中心的に解釈していたが今はお客様の気持ちが、解るようになった。

実施者2

SOAP形式でやるほうがお客様から聞きだすことが多くなった。お勧めした商品を買ってもらえる確率が上がった。声かけが増えた

実施者3

問題解決にはいいと思う。たらたら話を聞くより、お客様もこちら側もメリットがある。

実施者4

思い込みが怖い事ということが再認識できた。閉じた質問・開いた質問を使いやすくなった。1つの問題点を見つけてアドバイスできるようになった。

実施者5

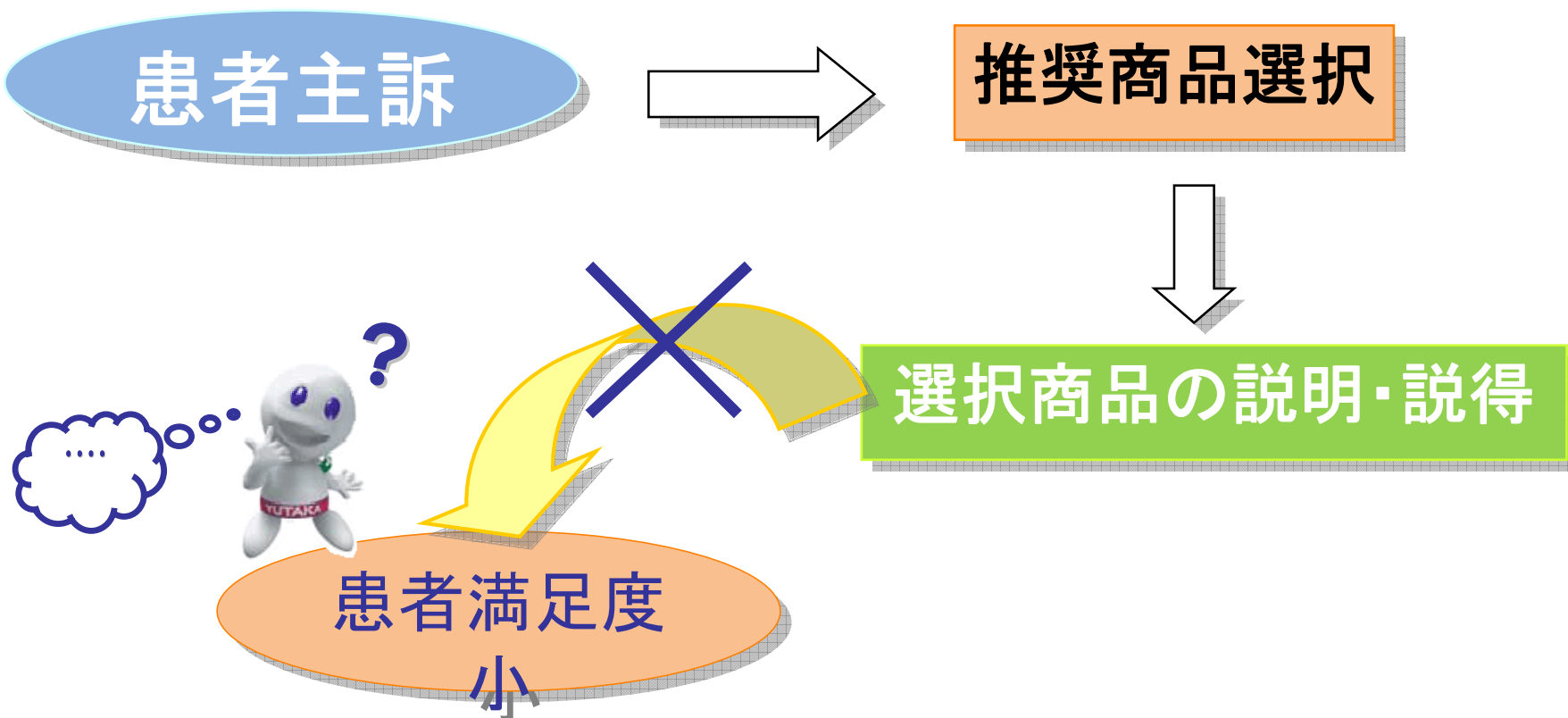
接客の質のムラがなくなってきた。SOAPを書くことで、もう一度接客を思い出すので、お客様の症状が記憶に残りやすくなった。慢性疾患のお客様が再来店された際、記録が残っているので、接客もスムーズでお客様のも安心感を持ってもらえる。常の頭の中で何がお客様のプロブレムかを考えるようになった。また、相談にのって欲しいと言われるお客様が増えた。





結果4 【接客パターンの変化】

■従来ありがちなOTC接客パターン患者主訴





結果4 【接客パターンの変化】

■POS思考の接客

