Company Report

株式会社ツルハホールディングス

地域への付加価値を生む管理栄養士の新たな挑戦

大手ドラッグストアチェーンの株式会社ツルハに在籍する管理栄養士が、健康診断結果のフォローという新たな取り組みを開始し、注目を集めている。ドラッグストアで活躍する管理栄養士の姿を紹介する。

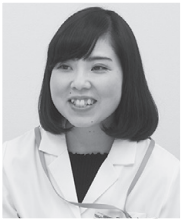
管理栄養士が地域住民の健康をサポート

管理栄養士は170人 地域に存在をアピール

札幌を本社に日本全国およびタイにおいて、約2400店舗を展開するドラッグストア・調剤薬局チェーン大手、株式会社ツルハホールディングス。現在、事業の中核を成す株式会社ツルハで、管理栄養士の活躍が黎明期を迎えている。ここ5年間で急速に採用を増やし、現在在籍する管理栄養士は約170人に上る。商品管理や接客等の店舗業務をはじめ、化粧品コーナーを担当するビューティカウンセラー、医薬品を扱う登録販売者などを兼務するため、役割は多岐にわたる。2019年には、健康診断結果に基づくフォロー業務という管理栄養士の新たな任務もスタートしている。

北海道の空の玄関口、千歳市にある千歳長都店で勤務する藤澤ほのかさん。札幌市内の栄養系大学を卒業し、16年に入社、同店は2店舗目の配属先となる。

入社の動機について、「病気になってからつらい思いをする人を少しでも減らせるよう、セルフメディケーションをサポートできる管理栄養士になりたいと思い、この道を選びました」と話す。



管理栄養士における北海道地区のサブリーダーも務める藤澤ほのかさん

藤澤さんは、管理栄養士に加え登録販売者、ビューティカウンセラーと3つの肩書きをもつが、常に管理栄養士として栄養の要素を取り入れた接客をすることをモットーにしている。同時に、接客時には自身が管理栄養士であるという説明も欠かさない。これは、同社が推進する「名乗り接客」なる取り組みで、店舗に管理栄養士が在籍することをアピールする狙いがある。この声かけに興味をもち、栄養や健康に関する相談をした客で、顧客台帳への記入を獲得できれば「新会員」、2回目の来店があれば「会員」という扱いとなる。

商品をきれいに陳列するといった店舗業務も重要な仕事の1つ

客層は、店舗周辺が新築一戸建てが立ち並ぶ地域にあるため、30～40代の子育て世代が多く来店する。接客のなかで多く寄せられるのは、ダイエットをはじめ、子どもの離乳食づくりやアレルギー対応についてだ。たとえば、「離乳食を手づくりしたいがレシピのバリエーションがなく困っている」という相談には、子どもの好物や苦手なものを聞き取りしたうえで、数日後の来店時にレシピを提案している。一方、ダイエットの悩みに対しては、「継続することが大事」と考える藤澤さん。そのうえで、「いつも食べているクッキー3枚を2枚に減らしてみましょう」などと、具体的な数字を出しながら、続けられそうな些細なことからアドバイスするという。「『ツルハの管理栄養士さんが言っていた』と思い出すだけ

コロナ禍で腹痛を訴える客が多い近頃は、お腹の調子を整えるサンファイバー（太陽化学）を薦める。鉄分不足の人にはクッキンサプリFeも推奨

(C) 2020 日本医療企画.

で意識は変わると思っています」。また、最近は腸内環境の乱れに悩む人も多いことから、医療機関でも使われている『サンファイバー』（太陽化学株式会社）といったサプリメント商品も改善効果に期待できると薦める。ドラッグストアの管理栄養士としては、店舗の売り上げに貢献する商品の販促も常に意識している。アドバイスをした客から、適正体重になった報告を受けたり、化粧品の接客を通じて肌荒れの改善を認めることができた時は、「成果を実感できて、やりがいになっています」と藤澤さんは笑顔を見せる。

高血圧や糖尿病等に悩む客を栄養面からサポート

現在、藤澤さんが特に注力するのが、19年11月から同社が取り組み始めた健康診断結果のフォローという試みだ。これは、管理栄養士ならではの知識とスキルによるアドバイスを通じ、地域に健康な住民を増やすという目的のもと、同社が管理栄養士における最大ミッションとして掲げるものだ。

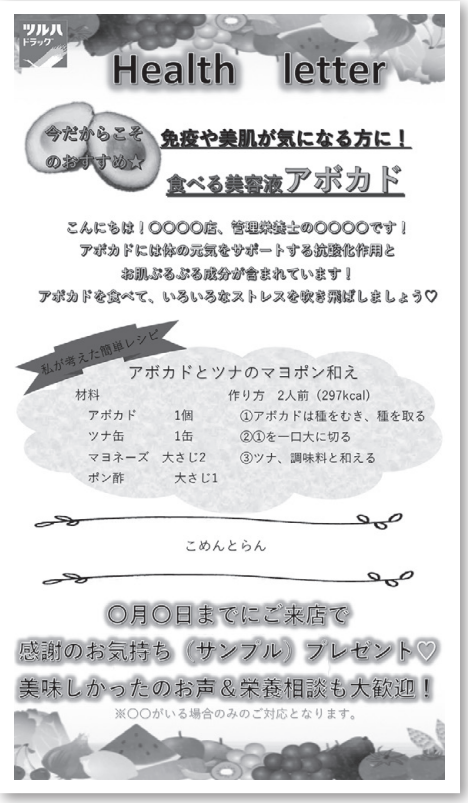
主に、化粧品会員の接客時に案内強化をかけるほか、ダイレクトメールで利用を呼びかけている。併せて、自身のスキルアップとしても書籍や雑誌、メーカーを講師に招いた勉強会などを通じた知識の更新にも余念がない。

折り悪く、新型コロナウイルス感染症の流行が重なり受診率自体が低下する影響は生じているが、認知は広がっているようだ。内容は、高血圧や糖尿病、体重増加やコレステロール値の異常といった生活習慣の改善が必要となることが多く、月に3人ほどを対象に取り組んでいる。目下の課題に掲げるのは、この健康診断結果のフォローを増やすことにもつながる顧客の獲得だ。同店で約3年かけて築き上げた化粧品会員と同程度の会員数をめざしている。

顧客獲得のためには、全社をあげて取り組む栄養相談会といったイベント開催も1つの有効な機会になっており、今後も力を入れていく計画だという。9月には、同店で近郊店舗の管理栄養士がチームになり、栄養相談会を開催。体組成計や骨密度の機器を活用したほか、医薬品に強い同店店長の協力も仰ぎ、お薬相談会も併せて実施した。後日、近郊の社会福祉法人から、管理栄養士同士のコラボレーションを打診されるといったうれしい反響もあった。藤澤さんは、「地域にもっと管理栄養士の存在を知ってもらうために、1カ月に1回のペースで開催したい」と意欲を見せる。

管理栄養士の役割が明文化されていなかった入社当時を経て、決して折れることなく活動に邁進してきた藤澤さん。その勢いはとどまることを知らない。

「今は、管理栄養士としての活動ができる毎日で、とても楽しいです。お客様に適切な栄養の知識を伝えるとともに、地域の高齢者施設や病院の多職種の方々とも連携していろいろなことにチャレンジしていきたいですね」



会員に送る自作のダイレクトメールは、レシピ提案や健康診断結果フォロー等を案内

千歳長都店のイートインコーナーで栄養相談会を開催

栄養相談会の開催では店舗スタッフが協力し合った

(C) 2020 日本医療企画.

全社あげての体制づくりで能力発揮の場を創出する

新人スピーチを契機に管理栄養士の体制を整備

株式会社ツルハが管理栄養士の活動に力を入れ出したのは今から5年前のこと。能力開発本部長の木根崇臣氏は、当時をこう振り返る。

「新人研修の際に、一人ひとり2分間スピーチを行ってもらうのですが、採用された管理栄養士の社員らは決まってそこで『管理栄養士の資格を活かして頑張りたい』という決意を話します。ただ当時は管理栄養士の役割が確立されておらず、資格を活かす機会はまったくない状況。このままでは彼らのモチベーションが低下してしまうという危機感から、社長に相談し、営業部門の協力とともに全社をあげて管理栄養士の体制づくりを本格化することにしたのです」

そして着手したのが、北海道と東北に在籍する管理栄養士メンバーの活動開始時における意見収集だ。「やりがい」「活躍の場」「会社のメリット」という3つを成立するためには何をすべきか――。議論を重ねるなかであがってきたのが、栄養相談会等のイベントの重要性はともかく、それよりもいかに日常業務上で管理栄養士としての活動を充実できるかという課題だった。

しかしそこへ行き着くには、まずは店舗に管理栄養士が在住することを地域が知らなくては始まらない。そのため、「管理栄養士在籍店」と記されたのぼりを設置したほか、管理栄養士を強調した名刺デザインへと変更、栄養相談時に使うパンフレットといったツールの充実化で存在をアピール。「名乗り接客」も導入した。

その流れで19年2月から開始したのが、健康診断結果のフォローという新たな挑戦だ。木根氏は、「健康診断で示される数値に対し、本当にそれらを理解し、改善できる方は少ないのではないかという疑問が出発点です。『健康診断結果が出たらひとまずツルハの管理栄養士に聞こう』という流れを確立しようと取り組んでいる最中です」と説明する。

「全店舗に管理栄養士を配置したい」と意気込む能力開発部の木根崇臣本部長

成績は〝見える化〟店長の協力は必須

こうした活動実績は、すべて見える化することで、個々の目標を明確化させるとともに、よい意味での競争心を醸成し、活動を活発化させる一因にもなっている。

木根氏は、店舗の売り上げに貢献するいわば〝稼げる管理栄養士〟が求められていると指摘。背景には、これまで幾度となく管理栄養士の体制整備を試みては、うまくいかなかった過去の学びがあるという。

「10数年以上前から管理栄養士を採用するも活用しきれなかったのは、ボランティアではなくお客様評価ともなる業績をしっかり意識させることが不十分だったからだと感じています。明確な数字はやりがいにもつながります。主担当の化粧品業務の合間で栄養管理業務を行うというバランスから始め、少しずつ栄養管理を軸にしていけばいいと考えています」

また、本取り組みを推進するには店長への理解も必須であるという。8月には全店長を呼び寄せた会議を通じて管理栄養士業務の重要性を説いた結果、9月は全体で前月比170%の「名乗り接客」を達成している。

今後は、病院をはじめとした地域における多職種連携も視野に入れている同社。すでに一部の店舗では、近郊病院のセラピストとの合同でフレイルセミナーを開催する事例も出てきた。

「全国各地に点在する当社の強みを活かし、管理栄養士の活動を地域に広く浸透させたい。これが地域に健康な人を増やすことにつながってほしいと期待をかけています」

手稲星置前店には肌年齢や血管年齢等を測定できる各種健康チェックコーナーがあり、管理栄養士がアドバイスを行う

(C) 2020 日本医療企画.