

第26回若甦セミナーレポート

開催日 2025年(令和7年)8月24日(日)
開催地 協励会館(Zoomによるハイブリッド開催)

2025年(令和7年)8月24日(日)、第26回若甦セミナー(第25回まで人參・基礎代謝改善セミナー)が「パネルディスカッション」の形式で開催され、480店舗、625名の参加で協励会館を配信元にZoomによるハイブリッドで開催された。

テーマは、「お客さまから支持されるまで～若甦が売れ始める方法～」「支持され続けるためにやるべきこと～若甦が売れ続ける方法～」の二つ。パネリストは山形・あしかが薬局の高橋美和先生、愛知東・薬のひまわりの中垣尚子先生、静岡・(株)大平薬局の小山靖広先生で、コーディネーターは大阪北・ビクトリードラッグ箕面店の伊藤太先生が務めた。

若甦をすすめる理由

冒頭、各先生からの自己紹介と店舗紹介の後、若甦をすすめる理由が語られた。高橋先生は妊娠や授乳期にも安心してすすめられ、幅広いお客さまに対応できること、さらに柱として育てれば安定した利益が得られることが強調された。中垣先生も「誰にでも安心してすすめられる柱商品」と述べ、小山先生は「王道の保健薬であり、信頼できる選定品だからこそ中心に据えられる」と語り、日東薬品工業(株)の工場見学で感じた理念が販売の自信につながっていると紹介した。

売れ始める方法

若甦が売れ始めるまでには時間がかかり、それぞれの薬局で試行錯

誤があったようだ。共通していたのは「学びを重ねて地道に続けること」「お客さまとの接点を大切にすること」である。高橋先生は1980年(昭和55年)から毎月勉強会を続けて少しずつ販売が伸び、1998年(平成10年)の新店舗オープンへとつながると語り、「若甦の効き目はお客さまから教えてもらう」という思いで接するうちに信頼関係も深まったと振り返った。

伊藤先生は、若甦内服液Gが25本が売れたとき大きな手応えを得、「25本を66名に販売すれば月100万円になる」という目標を立て、セミナーで他店の成功例を学び取り入れたという。そして“店が変わる”転機として3氏がそろってあげたのが「試飲の徹底」だった。小山先生は2001年(平成13年)から試飲を開始しました。月500本の試飲を1年間続けると決めて実行したそうだ。最初は赤字で不安も大きく、スタッフが涙するほどの負担もあったというが、「やり切る」ことで主体性と自信が育ったという。試飲を通じてお客さまとの会話が増えお客さまとの距離が縮まり、OTC販売や処方箋枚数も伸びたそうだ。

伊藤先生も、当初は「忙しくて試飲の時間はない」と考えていたそうだが、他店に学び試飲を開始。販売が伸びるにつれ受け身から積極的な姿勢に変わり、客数は半減したが利益率は倍増、経営の質が転換したと語った。

このように「試飲の徹底」は売り上

げを伸ばすだけでなく、店づくりやスタッフの成長にも直結することが再確認された。

賛助メーカーや営業担当者との連携

若甦の販売を支える背景には賛助メーカーや営業担当者の存在がある。中垣先生は、「北尾浩平社長の声かけをきっかけに勉強会が始まり、いまま若甦会で情報交換を続けている」と話した。小山先生は「本気なら応援します」という営業担当者の言葉に背中を押され、厳しい勉強会を重ねたというが、これがいまでは社内勉強会として定着したそうだ。伊藤先生も、担当者が5、6年続けて毎月夜遅くまで勉強会を行ってくれたことに感謝していると述べた。

北尾佑介副社長からは、安定供給に向け人員増や部門体制の強化、新システムの導入、新商品の開発のほか、終売品の代替検討も進めていることが報告された。

売れ続ける方法

二つめのテーマでは、「売れ続けるための仕組み」が語られた。高橋先生は、すぐにお湯割りを提供できる態勢やブラックボードで思いを伝える工夫を紹介。夏場はレバコールの氷割りと組み合わせの身体を温める大切さを伝えているという。中垣先生は新規や休眠客を意識して月400～500本の試飲を継続。小山先生は「断りやすい声かけ」を心がけ、処方箋の待ち時間を活用した結果、月2,000本の試飲を実現したと述べた。



若甦セミナー講師

試飲を断られた場合は固形剤を紹介し「おうちで飲んでみませんか」と声をかけるほか、サンプリングシートや試飲券を活用し次回につなげる工夫も披露した。売り分けは年齢や体調に応じて若甦錠Sαや若甦インペリアルソフトカプセルαを提案し、迷った場合は高めのグレードから紹介することが有効とした。若甦内服液Gは25本のセットを目立つ場所に陳列し、若甦友の会カードや抽選会と組み合わせて楽しさを感じてもらえるよう工夫している事例も紹介してくれた。

調剤を受けながらできる販促

調剤応需が増えるなかで、待ち時間を販売のきっかけに生かす方法も紹介された。高橋先生は「処方箋応需の際、待合室のPOPをきっかけに声をかけサンプリングにつなげている」と報告された。小山先生は、「若甦購入者の半数が処方箋来局者であり、処方薬と若甦、養生を組み合わせる説明が理解を深める」と話した。

店舗運営とスタッフの工夫

顧客管理ではポイントカードやLINE登録特典、来店頻度に応じたDM活用などがあげられた。スタッフの役割分担は「若甦は全員で」を

基本に、資材準備やフォロー担当を明確にしている。

特に大切にしていたのは研修の継続。方法は店舗ごとに異なるが、すべての先生に共通していたのは「研修を続けることが必須」という姿勢だった。小山先生は15年間、毎週金曜に勉強会を継続しスタッフの成長につなげている。伊藤先生はLINEグループで日々の売り上げや事例を即座に共有。高橋先生や中垣先生も定期的な勉強会や情報交換を習慣化し、その継続が店全体の底上げになると実感しているという。

モチベーション維持については、朝礼でお湯割りの乾杯を行い数字を毎日共有するほか、食事会や旅行で関係を深める取り組みも語られた。

停滞期と今後の展望

売り上げが停滞した際は基本に戻って行動を強化し、新しい取り組みを一つ加えることが大切と語ったほか、新規客へのDMやスタッフの意欲向上策も効果的であると紹介。将来像について高橋先生は、「地域から選ばれる薬局」を目指す、中垣先生は「試飲と説明、傾聴と笑顔を続ける」と述べた。小山先生は「調剤報酬改定に対応し相談力を強化したい」と語り、伊藤先生は「お客さまが人に会いに来る店を目指す」と

結んだ。

まとめ

今回のパネルディスカッションでは、若甦を「売れる」から「売れ続ける」へと育てていくための具体的な知恵が共有された。試飲やサンプリング、イベントやDM、スタッフ全員での取り組み、そして調剤との連動など、すぐに現場で生かせる工夫が多く語られた。

「若甦とは?」という問いに対して、高橋先生は「私を成長させてくれた大切なもの」、中垣先生は「お店とお客さまをつなぐ架け橋」、小山先生は「一番の王道の保健薬」、伊藤先生は「世界遺産のような宝物。守り続けていく義務がある」と答えてくれた。

現場で大きな力をもつのは、一杯のお湯割りと言の声かけ。その小さな積み重ねが、地域の健康とお店の未来をつくっていく。私たちは明日も「断られる勇気」と「続ける覚悟」を胸に、若甦の湯気の向こうにあるお客さまの笑顔を増やしていきたいと思う。

最後に、実体験をもとに貴重なお話を聞かせてくださった高橋先生、中垣先生、小山先生、そして進行役の伊藤先生に心より感謝申し上げます。

(レポーター セミナー推販委員 若槻三千代)