

# ドライブスルー薬局 の評価

菅原 仁



# 目的

まだドライブスルー薬局は  
全国においても珍しいと言え  
るが、その利便性から今後も  
増加することが予想される。

# 目的

ドライブスルー薬局の利用状況を把握し、今後の運営に役立てるべくPR方法を検証することを目的とする。

# 方法

## 【対象】

当薬局に来局した患者全て（ $n=700$ ）

## 【調査期間】

開局日2007年1月から6ヶ月間。

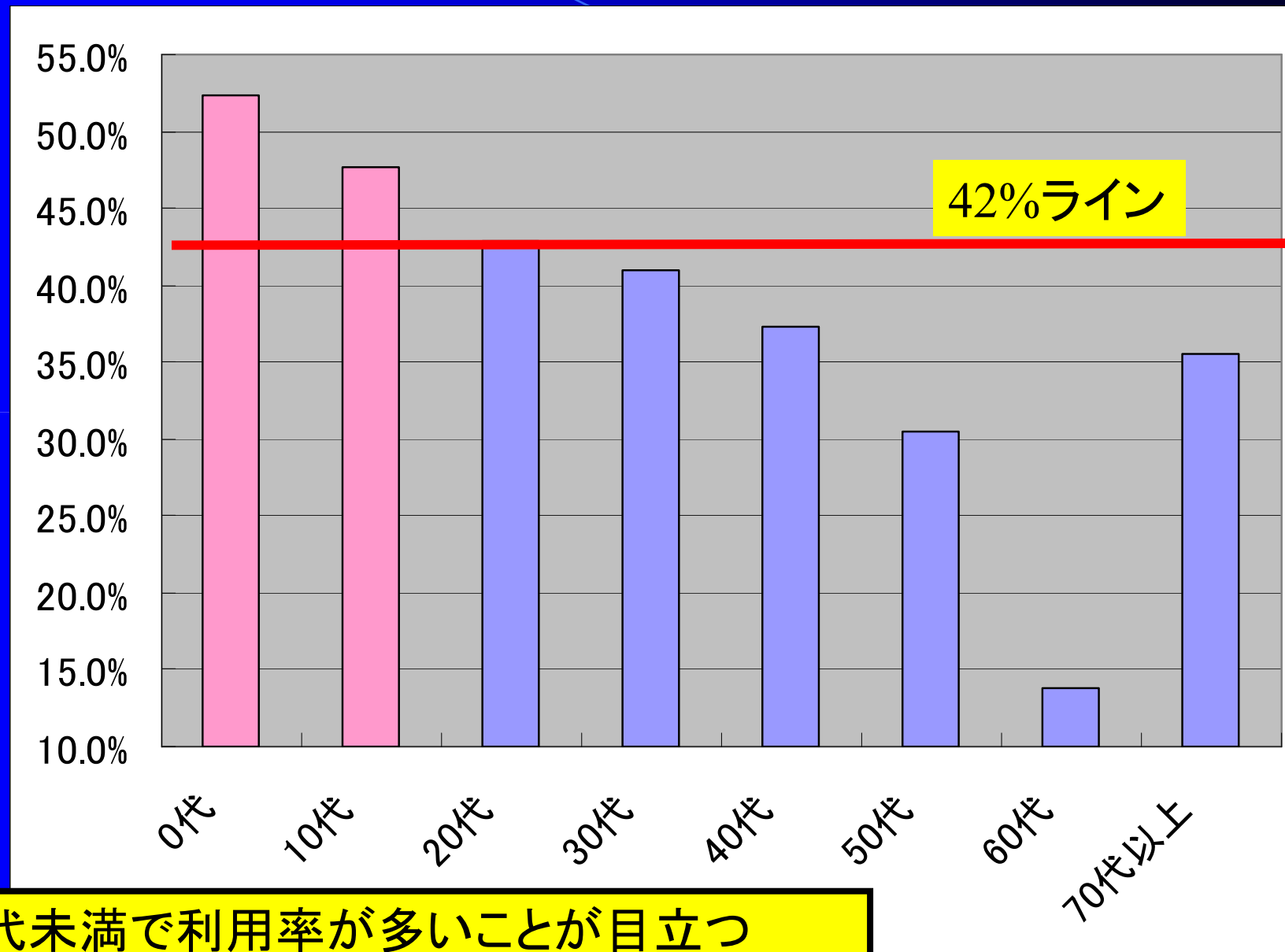
年齢・性別・疾患・病医院等の基礎データを集計し調査した。

## ドライブスルーの利点

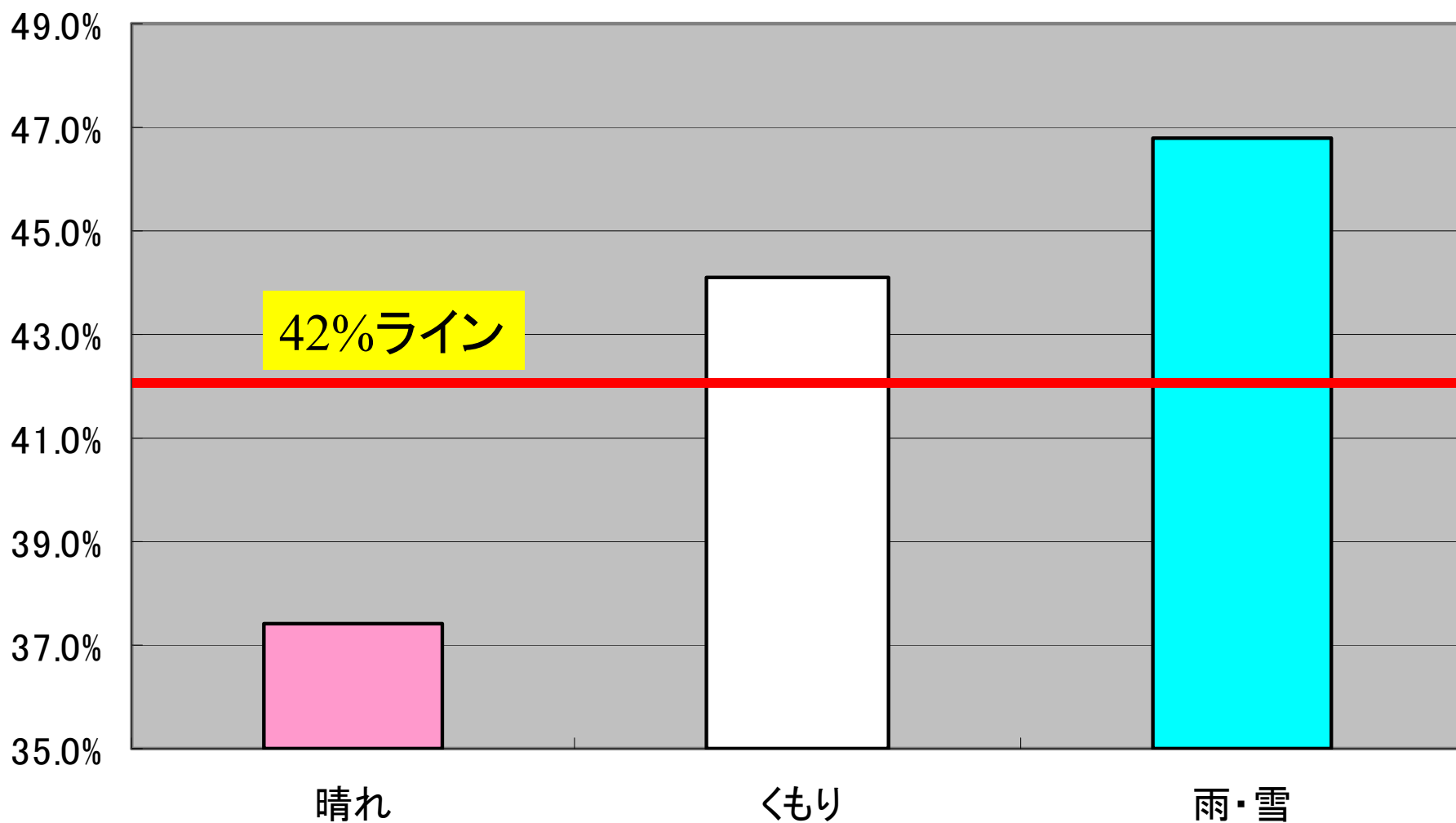
- ①小さな子ども連れの方に便利
- ②天気に左右されない

果たして本当に  
そうなのか？

# Fig.1 トライブスル-利用率（年齢別）



# Fig.2 トライブスル-利用率（天気別）



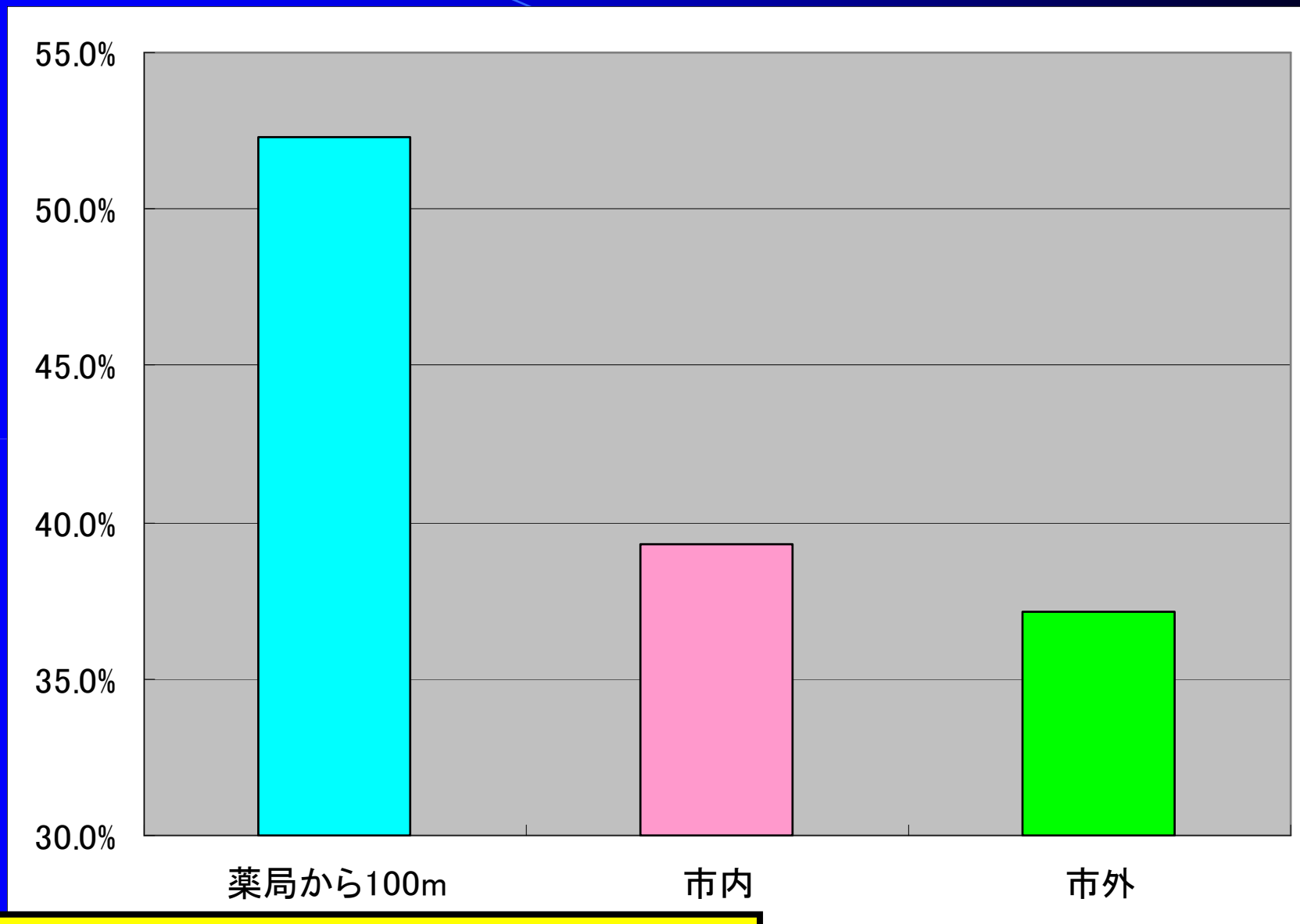
天気が悪いと利用率が高まる傾向

## ドライブスルーの利点

- ①小さな子ども連れの方に便利
- ②天気に左右されない

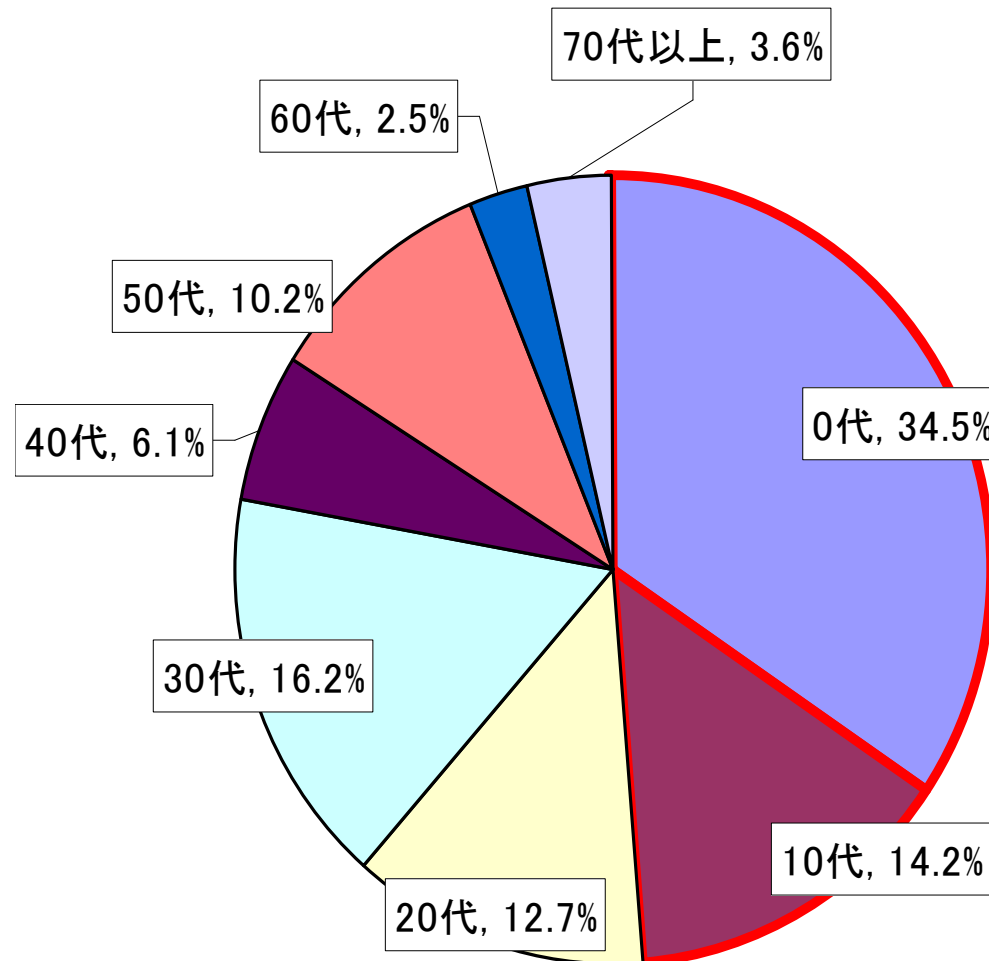
他社の実績が、  
当薬局にも当てはまる

# Fig.3 トライブスル-利用率（距離別）



近隣クリニックの割合が高く目立つ

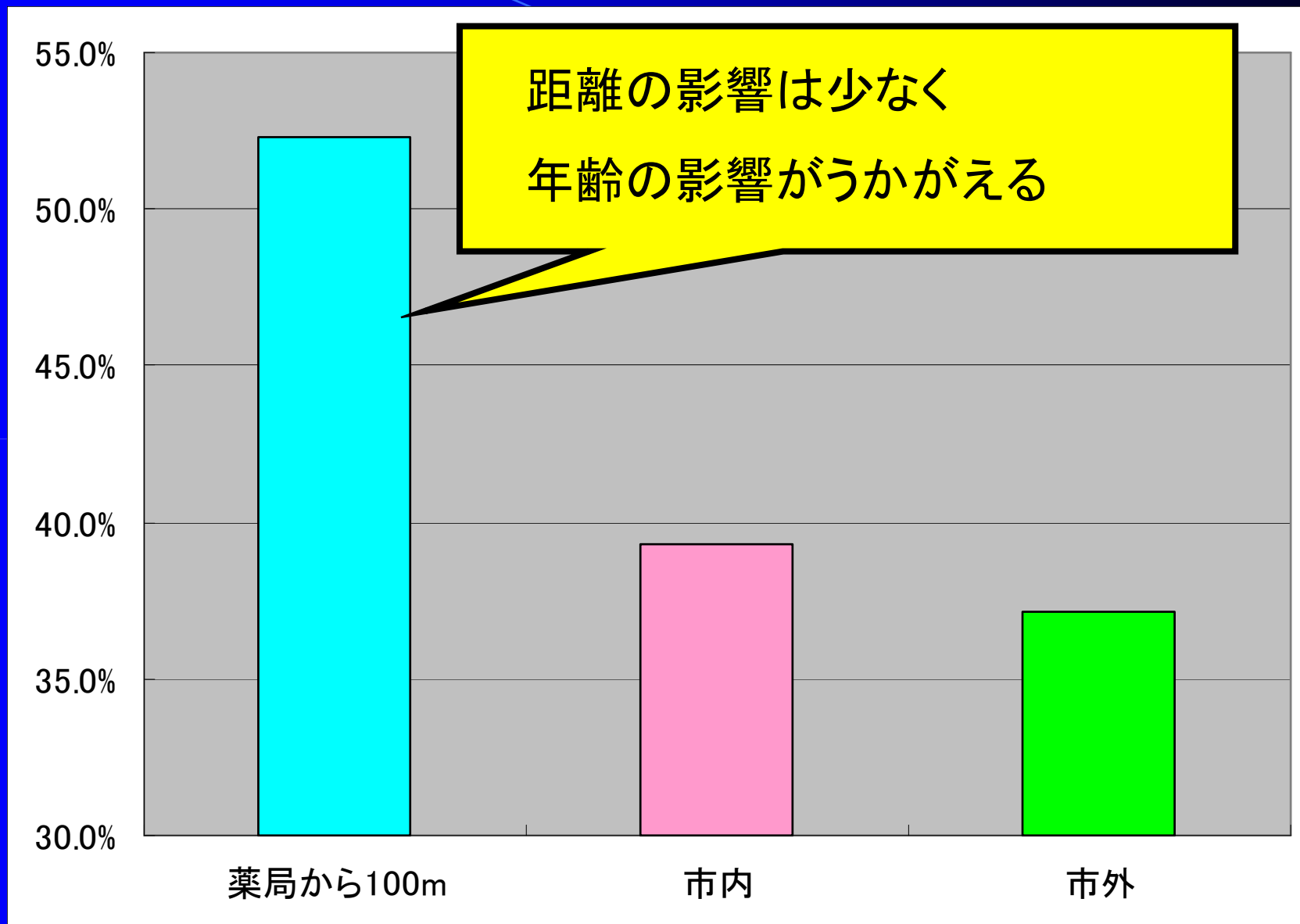
# Fig. 4 患者年齢（近隣クリニック）



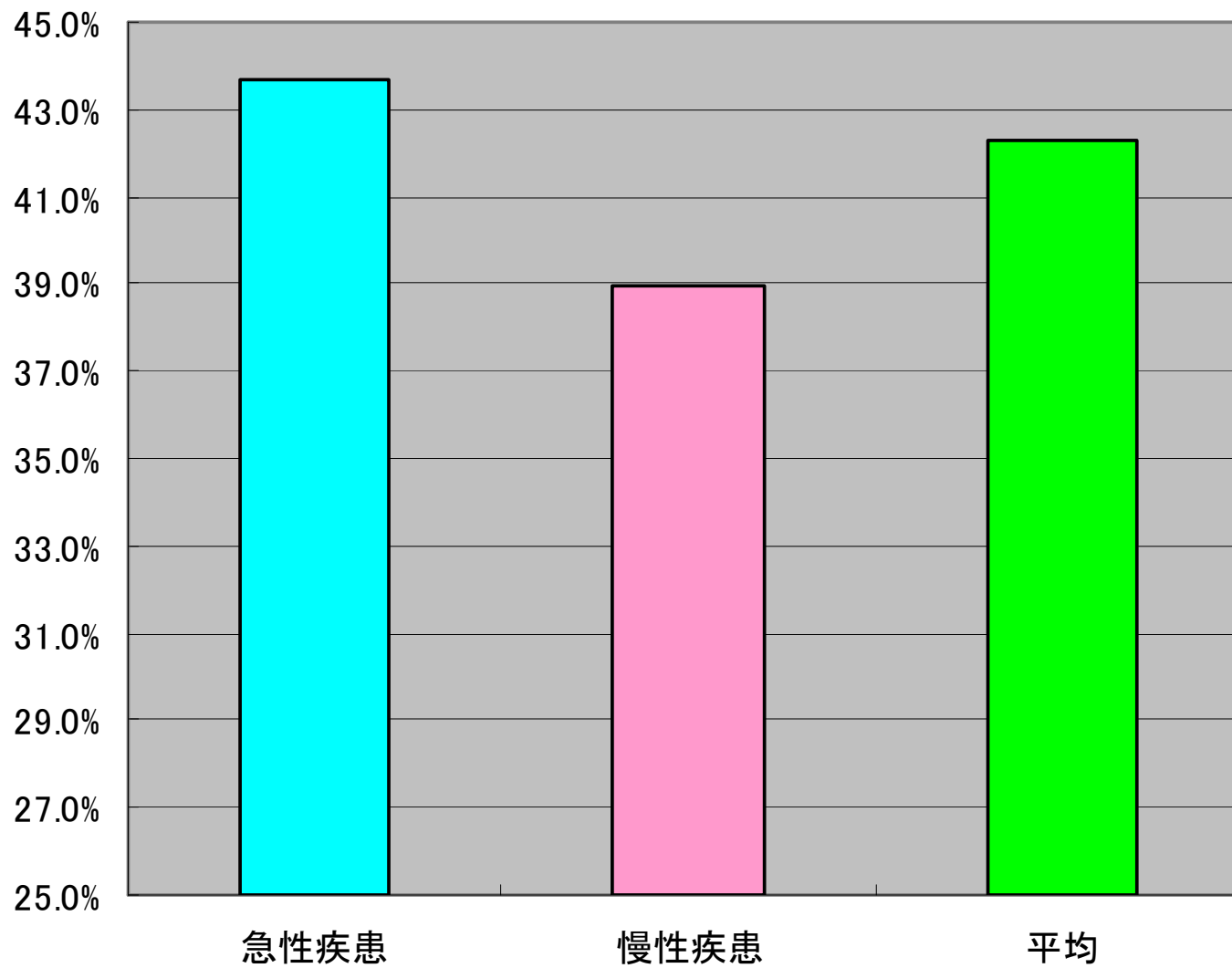
20代未満は  
あわせて  
48.7%

若い患者が多いのでドライブスルー  
利用率が高い傾向

# Fig.3 トライブスル利用率（距離別）

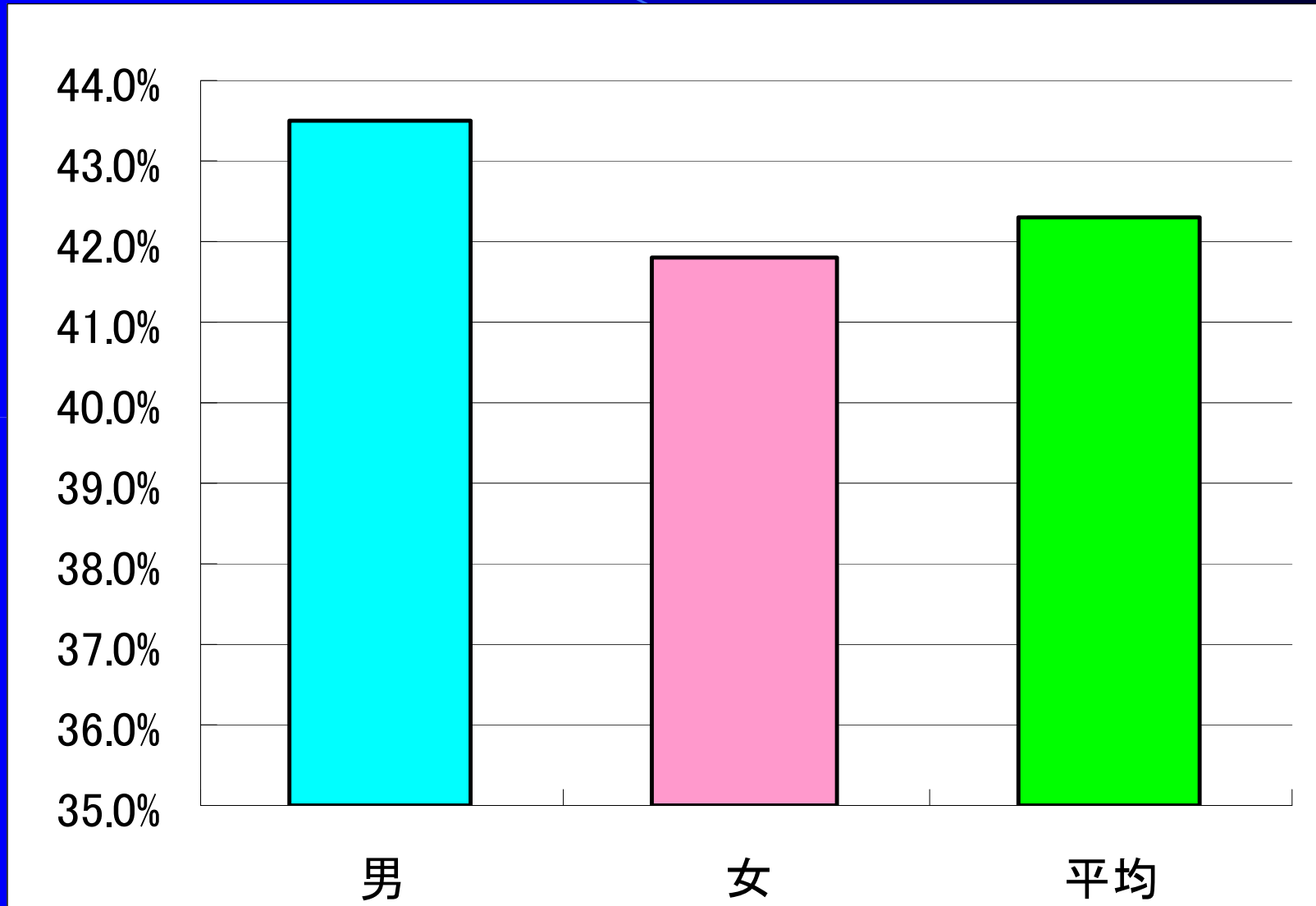


# Fig.5 トライブスル-利用率（疾患別）



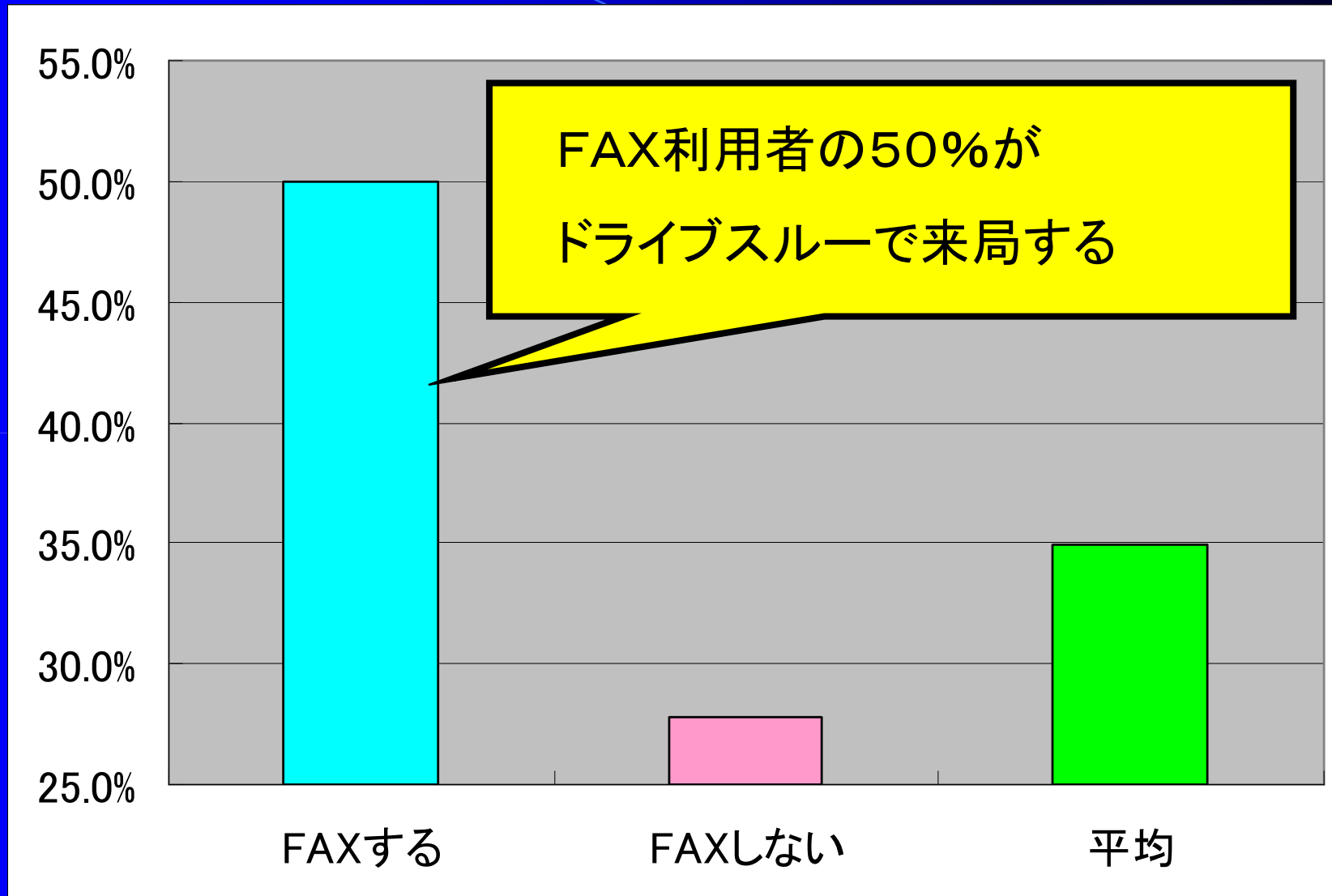
疾患の差は目立たない

# Fig.6 トライブスル-利用者の性別



男女の差は目立たない

# Fig. 7 FAX処方箋とドライブスルーの関係



処方箋FAXの利用者は、ドライブスルーも利用することが多い傾向

# ドライブスルーのターゲット

20代未満の患者

天気が悪い日

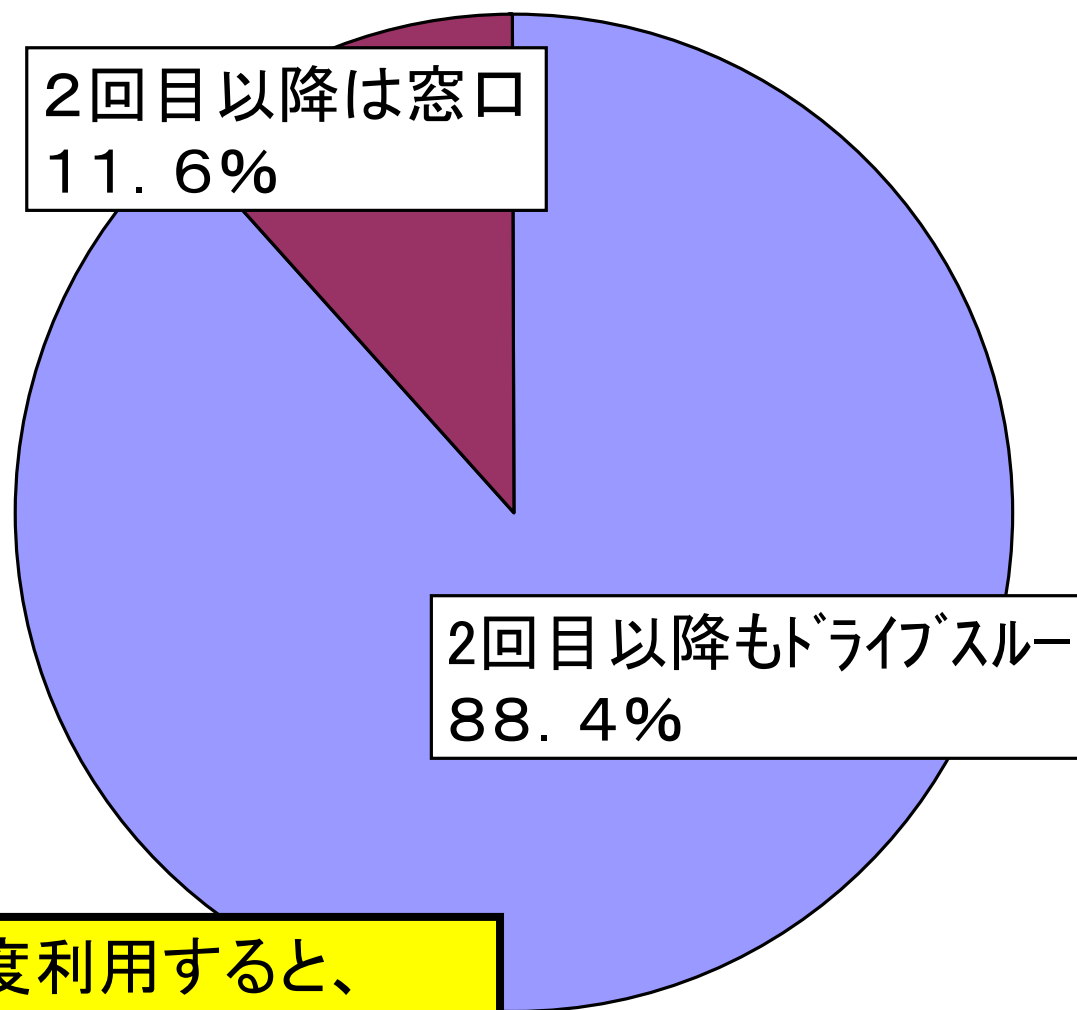
処方箋FAXの利用

性別、疾患、病医院との距離  
の関係は影響が少ない

感覚的に、  
1度ドライブスルーを利用した人は  
その後、いつもドライブスルーで  
来局すると感じる。

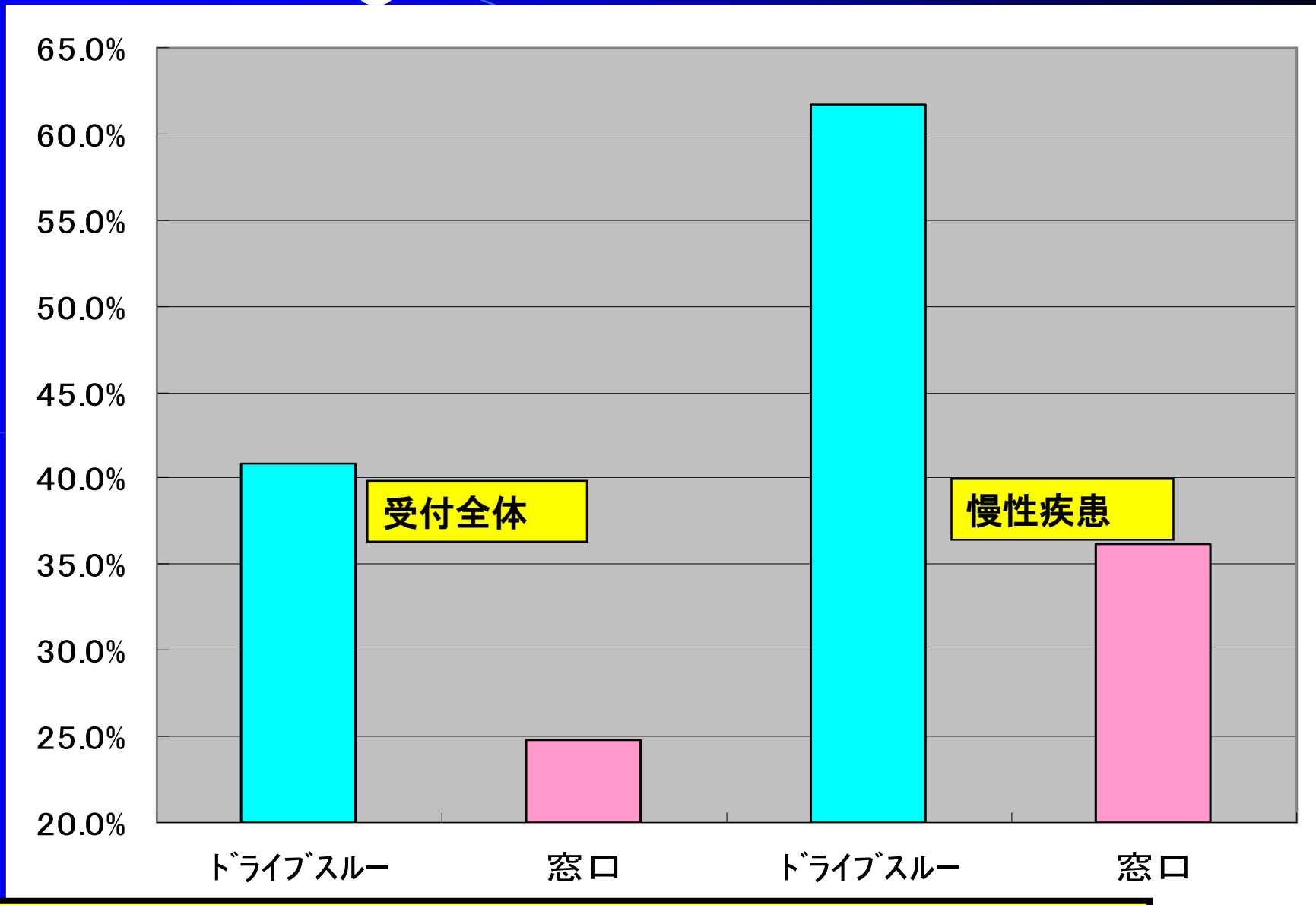
果たして本当に  
そうなのか？

# Fig.8 トライブスルー再利用率



ドライブスルーを1度利用すると、  
90%の人はまた利用する

# Fig.9 薬局再来率



ドライブスルーを利用すると、高い割合で再来する。固定客。

# 考 察

ドライブスルーは固定客化に有効である。

今後は更に利用してもらうためにも改善が必要である。

①ドライブスルーの認知度を高める。

②処方箋FAXの利便性をPRし、更なる活用を促す。

# 問題点

患者へのカウンセリングが少ないため、ケアの質を損なうかもしれない。

Drive-up prescription refill service at a large Navy medical facility.

Am J Hosp Pharm. 1992 Jul;49(7):1688-91.

Evaluating the use and quality of pharmacy drive-up services.

J Am Pharm Assoc (Wash). 1999 May-Jun;39(3):338-45.

定期的に薬局内に入ることを患者に促し、ケアの質を改善していく必要がある。

このような問題を解決していく必要がある。

ご静聴

ありがとうございました

