

ホリサカ薬局様のある熊本県松橋町は熊本市内から車で40分ほど走った熊本県南部に位置しています。合併して宇城市になる前は人口25000人の小さな町（現在は隣接の市町村が合併し宇城市＝人口57000人となっています）。

会員店紹介の第一回目はそこで長年全国トップクラスの売上を達成し続けているホリサカ薬局 堀坂雅秀先生を訪ねて参りました。

九州を南北に貫く国道3号線沿い、松橋町の中心部でホリサカ薬局様は昭和57年に開業されました。地域に根差した健康相談を掲げ30年余、地元に住生活する方々はもちろん、地域の薬局関係者、ドクターにも一目置かれる地域になくはならないお店となっています。

自然薬とのご縁は開局間もない頃、そして自然薬をお店の柱と位置付けて販売するきっかけとなったのは当時の全国会長だった中野広近先生（岐阜県 中野シオン様）との出会いだったそうです。中野先生の自然薬に対する思い、信念、そして医薬分業の中にその身を投じる姿勢に大きな感銘を受け、堀坂先生ご自身も「健康は血液から」をベースとした健康相談に取り組むことを決意されました。

堀坂先生のお店では月に数百名の方が松寿仙を買っていかれますが、そのすべてが新しい方というわけにはいきません。今の時代はミリオン会のお店であっても月の新規客は5名程というところがほとんど。ではホリサカ薬局様がミリオン会を継続している理由は何なのでしょう。それは「松寿仙を継続服用している方が多い」ということに他なりません。

治療だけに特化してしまうと「病気が治らなくても止めてしまう」「病気が治っても止めてしまう」。そうではなく、「病気の予防」や「健康作り」のアイテムとして皆様が継続されているから、「愛飲者」としてお客様とお店のご縁が継続するのです。

その点を堀坂先生にお伺いしてみました。

「松寿仙を飲み始められるきっかけは病気のご相談であっても、松寿仙の目指す最終目的は“予防”。相談のベースはすべて“健康は血液から”という考えの上にあります。当店で相談の多い“慢性病”、“皮膚病”、“ダイエット”、“子宝相談”等、治療が終わってからも最終的にはすべて松寿仙を継続して頂くように考えています。」



堀坂雅秀先生

そして堀坂先生は健康に対する一貫性を常に言葉にされます。

「松寿仙を販売してお客様から効果が分からないといった話があるとします。しかし、そこで安易に他の商品を試してみるということはしません。簡単に違う商品を奨めてしまうと“この先生は何でも売ればいいのか、商売人だなあ”と受け取られてしまいかねない。飲み方は間違っていないか、しっかりと服用して頂けているのか、お客様が気が付いていない体の変化がないか等をじっくりと伺います。そして何より大切なことは、お客様に松寿仙服用の目的である“健康は血液から”という考えをしっかりと理解して頂くことです。愚直かも知れませんが、この一貫性が最終的にお客様の信頼へと繋がるのです。」

そうした「健康作り」への姿勢が店のレイアウト一つひとつにも表現されています。

それでは堀坂先生のお店をみて参りましょう。

①看板・ウインドウ

堀坂先生のお店は国道3号線沿い、松橋町のほぼ中心部の交差点にあり、比較的交通量も多い場所です。どの方向からでもご相談内容が分かるように考えられています。



②入口

お店に入っすぐの場所に松寿仙3本入のタワー（上の写真が回転しています）。

また主力製品が簡潔なキャプションとともに整然と並べられています。



③カウンター



主力となる商品は手の届くところに置かなければと先生はおっしゃいます。晴快散、紫華榮、そして松寿仙3本入、松寿仙12本入という陳列が連動しています。

④(カウンター横)晴快散の陳列

具体的に気になる症状をピックアップしてお客様ご自身に確認してもらいます。晴快散の効果を後押しするのはもちろん松寿仙による脳の血流改善です。



⑤(カウンター横)紫華榮の陳列

やはり具体的な症状を提示されています。紫華榮は最初の1週間は2包×3回で効果を実感してもらうことが基本だそうです。抗炎症作用を軸に、疲れや皮膚病、炎症性疾患と幅広い用途に対応でき、何より返りが非常に多いのです。



そしてベースとなるのはやはり松寿仙です。血流改善と抗酸化作用によって自然治癒力を高め、健康の土台を作ります。松寿仙が“治す力”を高めてくれることで他のお薬が活きてくる。つまり松寿仙による相乗効果が他のお店との差別化にも繋がるのです。

⑥目に見える顧客管理(顧客カード)



多くの方が自然薬を愛飲されていることが一目で分かり、お客様が安心されます。

お店に入ってこのカウンターを見ると、先生のお店がどういった健康相談をしているのかがはっきりと分かります。

⑦相談機

松寿仙ダース箱陳列の奥が相談機となっています。正面からお客様を威圧せず、しっかりとメモを取りながらお客様の話しに耳を傾けられます。



⑧一服運動

スタッフの方のいない時間帯でも堀坂先生ご自身がお客様一人ひとりに松寿仙を出されます。服用されている方

にもそうでない方にも必ず松寿仙。そこで血液の話の毎回簡潔に、そして確実にお話しされます。その積み重ねが「健康は血液から」実践の原動力となっているのでしょうか。



⑨顧客名簿



お店の命ともいえる顧客名簿。お店のすべてのお客様が五十音順できれいに整理され、相談機の後ろに並んでいます。ご相談の際はもちろん、お客様からのお電話に対してもすぐにカルテを取り出し、ご相談に入ることができます。

⑩松葉酒

松寿仙のメインイメージは赤松。それをより具体化してもらう為に陳列されています。

またここから青汁と松寿仙の違いについて話題を運ばれることも多いとのことです。



⑪主治医



松寿仙の継続に欠かせない取り組みとして、堀坂先生は真っ先に主治医を挙げられます。直送で約1300名、その他、店頭でも半年分はバックナンバーを展示し、お客様に「自分の健康は自分で守る」というセルフメディケーションの姿勢をアピールされています。

⑫チラシ(理念)

お客様ご高齢化の問題もあり、新規客の獲得は避けて通れない道。ここでもお店の理念をしっかりとお客様にお伝えされています。



松寿仙の特長は①自然のものであること②効果があること③医薬品としての安全性④歴史があること。それらが安定供給と相まってお店の経営基盤を支えてくれます。

「病気と健康は自分で作るもの。百の治療より一の予防」、そして最終的には“自分の健康は自分で守る”という考えにたどり着きます。

30年以上ご自身も松寿仙を服用される堀坂先生。陸上の現役選手として、今でも県大会で活躍される先生はその身をもって健康の喜びを体現されています。

お客様にも健康の喜びを感じて頂きたい。そうした信念で堀坂先生は今日も店頭でお客様のご相談に尽くされています。(取材：全国自然薬研究会事務局)