

アイセイ薬局が受託制作サービスを開始 その目指すところとは？

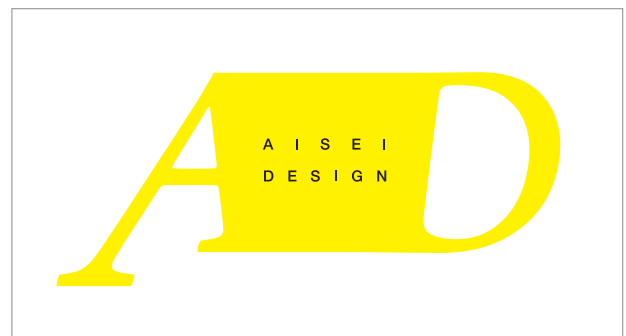
今月号では、本業が「調剤薬局」である当社が提供している受託制作サービス「AISEI DESIGN(アイセイ デザイン)」をご紹介します。

もちろん、当社は本来の薬局業務において、最もクオリティの高いサービスの提供を目指しています。また、調剤薬局チェーンとして地域医療を支えるという責任を果たすべく全役職員が日々奮闘しています。一方で、とてもユニークな調剤薬局企業であると評されることがあります。例えば、

- 現場からたたき上げの女性薬剤師が、子育てをしながらステップアップして、いまや3,000名以上を擁する企業のトップを務めている
- 「医療モール」という言葉が定着していない頃からその開発に挑み続け、医療モール開発のリーディングカンパニーになった
- コーポレートサイトのデザインがとてもユニーク

- 自社で編集・発行している「ヘルス・グラフィックマガジン(HGM)」が有名であり、そのファンのためのグッズを用意したら、けっこう売れている!

など。そうしたさまざまなユニークさは、当社の柔軟な思考を許す文化や、風通しの良い社風から生まれるものです。本日は紹介する「AISEI DESIGN」は、そうした当社のユニークさを語る中でも、際立ったものかもしれません。



受託制作サービス「AISEI DESIGN」のロゴマーク

調剤薬局が制作プロダクション？

HGM制作で培ったノウハウを活かして。

当社が自社で編集・発行しているHGMは、季刊の予防医療啓発情報誌です。HGMは毎号ひとつの症状にフォーカスし、専門医や各分野の専門家による症状や改善方法などの解説を、楽しいビジュアルでわかりやすくお届けしている点を高くご評価いただいています。発行部数は150,000部。2010年の創刊以来、通巻35号の編集を通して、堅苦しくて難しくなりがちな医療・健康情報を、「楽しく」「わかりやすく」「魅力的に」伝えるノウハウやナレッジを大いに培ってきたという自負があります。

実は、以前より当社のそうしたノウハウに期待して「コミュニケーションツールの制作を請け負ってもらえないか？」という声をいただ

くことができました。そこで、こうした声にお応えするべく、ヘルスケア領域のコンテンツやクリエイティブの受託制作を行うサービス「AISEI DESIGN」を2019年6月より正式にスタート。制作領域は、紙媒体にとどまりません。当社のデジタルサイネージネットワークである「ヘルスケアビジョン」で培ったナレッジを活かした動画制作や、Webデザイン、店頭ツールの制作など、ヘルスケア領域であれば媒体を限ることなく、どんなことでもお受けします。また、グラフィックやツールの制作だけでなく、キャッチコピーやブランドステートメントの開発、CI・VIの開発などもお受けすることが可能です。(2面へ続く)



MONTHLY REPORT WEB

アイセイ マンスリーレポート

🔍 検索

WEB版も
ご覧ください!

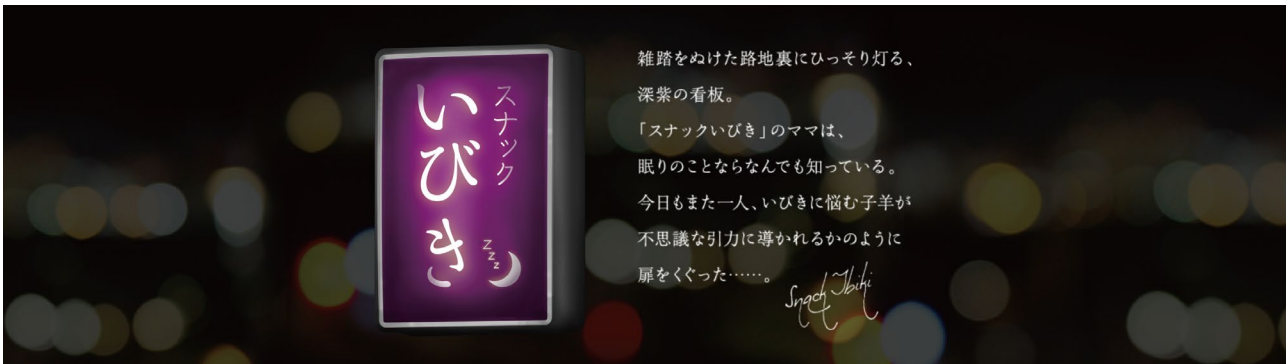
AISEI ★ NEWS



アイセイ薬局の予防医療啓発情報誌
『ヘルス・グラフィックマガジン』
次号(高血圧特集)は
2019年12月16日(月)発行予定!

(1面より続く)

受注第1号案件がローンチ! 一般医療機器「ナステント」WEBコンテンツ



公開されたWebコンテンツ「スナックいびき〜いびきに悩む男と女〜」タイトルページ

6月のサービスの案内開始以降、さっそく多くのご相談をいただき、実際にいくつかの案件を受注いたしました。その中で初めてクライアント様に納入した案件がナステント株式会社様からオーダーいただいた、一般医療機器「ナステント」のためのWebコンテンツです。「ナステント」は、呼吸の確保を助け、いびきを予防する効果が期待されている医療機器で、使用者自身が購入して自分で使用することができます。(一般医療機器であるため、購入には医療機関発行の処方指示書が必要です。一般医療機器届出番号 13B2X10399000001)

初の納入となったWebコンテンツには、気道が狭くなると発生しやすくなる「いびき」について、もちろん正しく医療情報を伝えるという機能は持たせてあります。それに加えて、より面白く、そして興味深く伝える要素も盛り込みました。「スナックいびき〜いびきに悩む男と女」と題した、全12話のオムニバスストーリーで構成されており、いびきについて詳しいスナックの名物ママと、いびきに悩む客たちが織りなす物語です。こうした工夫により、コンテンツに「素通りできない期待感」と「楽しさ・わかりやすさ」が加わります。その結果、単に情報を記載している

サイトに比べ、より多くの興味を喚起し、効率の良い情報伝達ができます。このコンテンツはナステント株式会社様のWebサイト内で2019年10月15日に「第1話」が公開されました。その後、2020年5月までの期間に全12話を順次公開する予定です。



〜いびきに悩む男と女【全12話】〜 第1夜の冒頭部分

ナステント WEBコンテンツ公開中▶

URL: <https://nastent.co.jp/snore/snack/>



「AISEI DESIGN」の目指すものは?

世の中を見渡すと、非常に価値のある医療・健康情報であるにも関わらず、それが堅苦しくて難しいトーンのまま掲載されているため、結果的に伝わりきっていない事例がたくさんあるように感じます。「AISEI DESIGN」は、そうした環境に一石を投げたいと考えています。それは、クライアントへの一助になることはもちろんですが、価値ある情報の最終的な受け手である、社会

の皆さますべての利益になると考えています。このような形での社会貢献ができたとすれば、当社が社是としている“奉仕のこころ”に基づいた実践をしていることに他なりません。もし「競合他社」から発注があったら?喜んでお受けいたします! 調剤薬局業界全体のコミュニケーション力の底上げは、正しく社会の利益につながるからです。

【AISEI DESIGNについてのお問い合わせ先】

株式会社アイセイ薬局 ストアプロモーション事業 担当: 堀(ほり)

TEL: 03-3240-0250 FAX: 03-6212-4193 E-Mail: hi-hori@aisei.co.jp

ナステント株式会社の小山 博司 様にWebコンテンツの制作を 依頼された経緯などをお聞きしました！

(以下、小山 博司 様からお寄せいただいたコメント)

「睡眠の仕組みや働きに関する情報は書籍やWebなどで少なからず紹介されています。しかし、その中でいびきに特化したものは少なく、また説明されていたとしても、専門的で難しい内容が多いと感じていました。

弊社の調査では、いびきに悩まれている方は、男性は30代から、女性は40代から増加傾向にあります。その原因は加齢もありますが、人それぞれの体の構造もあり、いびきをかいたことがあると自覚している人は日本で約40%。そのうち10年以上いびきに悩まされている方が44%もいらっしゃる事が分かりました。

そのような方たちにとっては、いびきは、コンプレックスにつながる可能性のある繊細な症状だと考えています。皆さまのいびきに関する悩みに寄り添いながら、いびきについてもっと分かりやすく、そして明るく啓発できる効果的な方法がないかと常日頃から考えている中、アイセイ薬局が発行する予防医療啓発情報誌『ヘルス・グラフィックマガジン』の存在を知り、バックナンバーをすべて読ませていただきました。

『ヘルス・グラフィックマガジン』は、医療情報を多彩なグラフィック表現で分かりやすく伝えており、知的な明るさも感じられます。この方向性で、弊社コーポレートサイトでいびきに関する様々な情報を読者の皆さまにお届けできればきっと楽しいコンテンツになると思いました。

上記の調査では、いびきについて誰かに相談したことがある人は27%しかいないんです。残り73%の人は個人でその悩みを抱えることになります。私自身、子供のころからいびきに悩んでおり、特に修学旅行などの団体旅行では、いびきをかいていることを他の人に知られたくないと思い、『一番最後に寝て、最初に起きる』などの工夫をしていました。やっぱり恥ずかしくて誰にも相談できませんでした。

いびきをかく人も、かかない人も、まずは『スナックいびき』の登場人物たちに自分を重ね合わせていただきながらいびきをかく原因や仕組みなどの正しい情報を知っていただければと思います。たかがいびきとあなどることは危険です。いびき対策は、弊社の商品『ナステント』以外の他の方法が適切な場合もあるかもしれません。まずは、弊社のサイトに掲載されている『スナックいびき』の物語を読んで、いびきについてしっかりとご理解いただき、次に皆さまに合った対策を知っていただければ幸いです。いびきとどうつきあっていくか考える上で、一助になれば非常に幸いです。

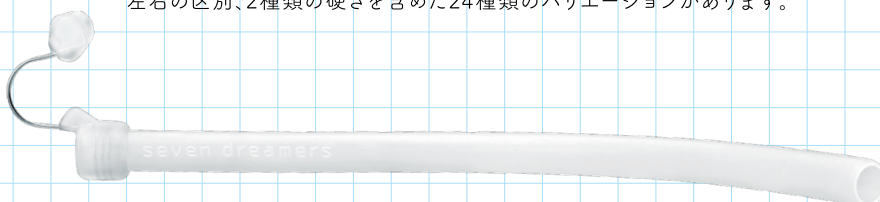
『スナックいびき』では物語を通じて、よりクオリティの高いコンテンツと物語を積み重ねオムニバス形式で専門家からのコメントなども含めたデジタル書籍への展開も視野に入れていきます。今後もいびきに関して様々な角度から啓発していきたいと考えています。Webだけでなく、その先も視野に入れたビジネス活動は、まさにAISEI DESIGNさんとだからできると考えています。」

What's naStent?

快眠をサポートする鼻腔挿入デバイス 「ナステント クラシック」

ナステントは、鼻から挿入するチューブ状の一般医療機器です。睡眠時の呼吸をサポートし、多くの方が小さな負担で「いびき」を緩和できるよう設計されています。

お使いの方に合わせて120mmから145mmまで6種類(5mm刻み)の長さに加え、左右の区別、2種類の硬さを含めた24種類のバリエーションがあります。



第13回日本薬局学会学術総会における 当社の発表等について

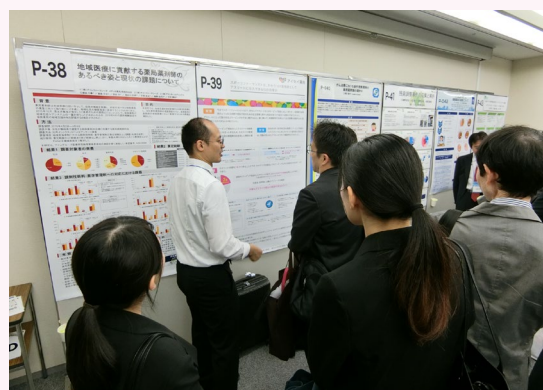


特別功労賞の表彰状を受ける当社薬剤師
風間 卓巖(かざま たかね)

一般社団法人日本薬局学会は、薬局や医療の従事者、および患者の立場に立った薬局の機能およびサービスについての研究を行い、それらの向上を図ることで、広く社会に貢献していくことを目的とした学会です。今年度の学術総会は「薬局の可能性を極める新たな時代へ～現場と教育の融合」をテーマに、10月19・20日に神戸において開催されました。初日に神戸国際展示場ホールで行われた開会式では、南野利久会長(株式会社メディカルー光代表取締役社長)のご挨拶、ご来賓のお話などに続き、薬局の機能・サービス向上に貢献した会員の表彰が行われました。本年は2015年に認知症研修認定薬剤師制度を発足させ、その後も研修プログラムなどの企画・運営に携わってきた委員に特別功労賞が授与され、当社の薬剤師の風間卓巖(かざまたかね 薬局営業・健康サポート薬局・推進部所属)も表彰を受けました。

毎年、学術総会において、多くの発表が寄せられる一般演題へは、当社からも今回のテーマに沿ったいくつかの

研究発表を寄せました。「口演の部」で共同研究に参画したほか、「掲示の部」でも五題の発表を寄せました。いずれも、薬局従事者の興味を引く題材の選び方が特徴的であったほか、研究結果の発表の仕方にも工夫を凝らし、活発に質疑が寄せられていました。



一般演題「掲示の部」の様子

今回の学術総会では、当社が参画した「在宅医療における医療機関の連携」に関する研究が「口演の部」で発表されました。また「掲示の部」では、「服薬情報提供書を利用した医療機関の連携」「(公財)日本医療機能評価機構へ報告したプレアボイド事例の分析」「育児のための時短制度を利用した薬剤師の意識調査」「ポリファーマシー解消のための介入」「スポーツファーマシストの役割と意義」の五題の研究結果を掲示。中でも「スポーツファーマシスト」の研究についての発表(写真)では、非常に多くの質問が寄せられ、薬剤師にとっての「注目すべき研究課題」になっていることがうかがわれました。

アイセイ薬局グループの施策に関するご質問や取材のご依頼は、下記連絡先にて承っております。

株式会社アイセイ薬局 コーポレート・コミュニケーション部

担当：霜(しも)・飯村(いいむら)

TEL: 03-3240-0994 E-mail: koho@aisei.co.jp

〒100-0005 東京都千代田区丸の内2-2-2 丸の内三井ビルディング