

病院内にもローソンを展開しています

～ ローソンの出店戦略 ～

ローソンの出店戦略の柱は3つあります。病院施設をもっと便利に、もっと優しくする「ホスピタルローソン」、ローソンの集客力と異業種の魅力のシナジー効果を追求する「コラボレーション」、そして利用者のニーズを捉えて出店し、施設の利便性を向上させる「施設内店舗」です。

ここでは3つの柱のうちの「ホスピタルローソン」をみてみましょう。

ローソンは、“みんなと暮らすまちを幸せに”という企業理念のもと、病院というまちを幸せにするために、ホスピタルローソンの展開を行い、病院で必要とされるサービスを提供しています。



ホスピタルローソンは、2000年にスタートをさせて以来、コンビニ業界最多の出店実績により、ホスピタリティ（心からのおもてなし）あふれる店舗作りを行っています。

今までにあった売店や喫茶店などを改装したり、出張販売店舗を院内に設置したり、病院内の連絡通路などに設置するなど、施設の利便性向上と施設利用者の福利厚生に貢献しています。

ホスピタルローソンの特長として、次のものがあげられます。

- 1 病院専門チーム「ホスピタルローソン推進部」が、出店から店舗の企画・設計・施工・品揃え・オープン後のサポート等まで、トータルでサポートをしています。病院の特性によって施設に合わせた営業時間から24時間営業まで行っています。
- 2 院内店舗として、棚に並ぶ商品は、通常店で取り扱う商品のほかに、入院生活で必要になる下着やオムツ類など、入院衣料品・入院生活品・医療用品・介護用品なども揃えて、入院患者さんや病院利用者・医療スタッフ等に対して、より便利な店舗を目指して、必要な商品ラインナップをしています。
- 3 利用されるお客様への配慮として、店舗空間はバリアフリーとし、車椅子のお客様でも買い物が可能なように、通路幅を広く設計し、レジも待たせしないように、基本は3台設置しています。

このように、出店する環境や利用者に合わせて最適な店づくりに取り組んでいるのです。

