

物販で作る 薬局の価値

～未来の薬局を創る、これからの地域の薬局とは～

オンライン限定 特別セミナー

2024年 11月 28日（木）開催

座長



永富 将寛 氏

株式会社永富調剤薬局

演者



磯部 総一郎 氏

日本OTC医薬品協会 理事長

演者



犬伏 洋夫 氏

越前堀薬局 店長

物販で創る 薬局の価値

～未来の薬局を創る、これからの地域の薬局とは～

座 長

永富 将寛 氏
／株式会社永富調剤薬局

演 者

磯部 総一郎 氏
／日本OTC医薬品協会 理事長

犬伏 洋夫 氏
／越前堀薬局 店長



OTC医薬品をはじめとする薬局での「物販」充実と態勢強化が期待されています。2024年度の調剤報酬改定では、地域支援体制加算の算定要件の一つに「48薬効群のOTC医薬品の取り扱い」が追加され、調剤に偏重しがちな薬局業務の見直しが求められています。

薬局経営の多様化が進む中、OTC医薬品や健康食品、日用品などの物販を通じて地域にどのように貢献するのか――。「物販で創る 薬局の価値」をテーマに2人のシンポジストをお招きし、処方箋に頼らない新しい経営モデルとしての薬局の価値の創造と進化を深掘りしました。

基調講演1

OTC医薬品で「上手な医療のかかり方」サポート

磯部 総一郎 氏 ／日本OTC医薬品協会 理事長

基調講演2

相応しい商品取扱で「薬局の姿勢」見せる

犬伏 洋夫 氏 ／越前堀薬局 店長

シンポジウム

OTC販売には今から取り組まないと間に合わない

物販で創る 薬局の価値

～未来の薬局を創る、これからの地域の薬局とは～

基調講演1

OTC医薬品で「上手な医療のかかり方」サポート

磯部 総一郎 氏
／日本OTC医薬品協会 理事長



生活者や患者の「上手な医療のかかり方」、さらにはセルフケア・セルフメディケーションをうまく活用するためのサポートが、地域医療における薬局や薬剤師の今後の課題の一つです。それが「調剤」だったり「物販」だったりする。そして、最も大事にしたいのは「患者、生活者のために生きる」という心だと私は考えています。

日本の社会は今後どうなるのか、ある程度未来が予測できている中で薬局の価値をどのように見だしていくかが問われています。2040年には85歳以上の人口が全国で1000万人を超え、大都市、地方都市、過疎地域を問わず生産年齢人口の減少が予測されています。財務省の資料では、人口減少が進むと小売りや医療・福祉などの生活関連サービスの運営に必要な人口規模を維持できなくなり、生活に必要な商品やサービスを入手することが困難となる可能性が指摘されています。人口減少に一番脆弱な業態は「業務スーパー」で、逆に最も強い業態は様々なサービスが提供できる「コンビニエンスストア」です。薬局はコンビニに近いところに位置する業態だと思われます。

現代の日本では元気な高齢者の活躍が目立ちます。豊かな食生活に運動の機会の増加などで、健康寿命や平均寿命が延びています。内閣府の資料によると、この20年間で健康

寿命と平均寿命は男女とも約3歳延伸しています。疾病状況で評価すると日本の76歳は世界平均の65歳と同等で、健康度が世界一位です。さらに65歳以上の就業者数は912万人と過去最高で、就労中の60歳以上の約9割が70歳くらいまで、あるいはそれ以上働きたいとの意向を示しています。

ここで考えなければならないのは生活環境で、65歳以上の一人暮らしの数は、高齢化と未婚化、単身世帯化の進行によって、2040年には現在より約220万人増え約896万人になると内閣府は試算しています。地域における将来の高齢者の介護や生活支援に対する不安として「老後に一人で生活すること」を挙げる人は非常に多いです。家族にケアしてもらうことが期待できない時代になるので、自分でできることは自分でやるか、あるいは地域でケアするかというのは大きなポイントになってきます。

高齢者の健康意識は非常に高まっています。腸内環境を整えることがいかに重要かという観点で言えば、微生物関係の学びは薬学教育の中に必ずあるので、薬剤師がいろいろと勉強してサポートしてあげれば喜ばれるだろうと思います。物販において、ワンストップで様々な商品が提供されるドラッグストアの利便性が評価される一方、調剤薬局は顔の見える関係の中で生活者に寄り添ったサービスを提供することで特

物販で創る 薬局の価値

～未来の薬局を創る、これからの地域の薬局とは～

徴を出す。不得意な分野は同じ地域で協力し合う、連携をとることが期待されています。付加価値は、サービスと商品がマッチして初めて生まれるものです。

2024年度の調剤報酬改定で、地域支援体制加算の要件に48薬効群のOTC医薬品の取り扱いが追加されました。2024年に埼玉・大宮で開催された第57回日本薬剤師会学術大会において、「質の高い48薬効群の販売を目指して薬局における症候別トリアージ-レッドフラッグサインを見逃すな！」と題して講演した総合診療医の岸田直樹氏は、薬局で活用できる研修プログラムを提供されています。また、同じ総合診療医である佐仲雅樹氏は「薬剤師のトリアージ実践ガイド」を監修し、レッドフラッグサインと見逃してはならない頭痛や咳、腰痛など9つの重症疾患について分かりやすく解説されています。現場では生活者の症状から判断をしなければならぬため、こうした学びが非常に重要になってきます。そして、そのための研修資料もかなり揃っているということを知っておく必要があります。

日本OTC医薬品協会では「上手な医療のかかり方」を実践し、軽度な症状や安定した症状であればOTC医薬品で対処することを生活者に定着させていくことを目指しています。Do処方が続いている状態が安定した患者には、OTC医薬品で治療を行う選択肢を提供したい。また、生活習慣病系では穿刺血を用いたOTC検査薬の拡大も併せて行う必要があります。さらに潜在有病率が高いにも関わらず、受診率が低い疾患についてもOTC医薬品・検査薬の拡大を検討し、自己管理できるような環境づくり・選択肢の提供が必要ではないかと考えています。

そこで血圧降下剤をOTC医薬品化するためのプロトコル、日本版CDTMを作ってみました。適正使用のための

基調講演2

相応しい商品取扱で「薬局の姿勢」見せる

実は私も物販で薬局の価値を創造したいと悩んでいる一人です。その悩みを聞いていただくことで一つの方向性が見えたら、と思っています。

私が薬剤師免許を取得した2000年の医薬分業率は40%弱で、そこから右肩上がりで分業率が進捗していきました。

チェックシートについてはリフィル処方箋のチェックシートをそのまま活用しました。リフィル処方箋の完成形がこの種の慢性疾患治療薬のOTC医薬品化ではないかと指摘する方もいますが、日本OTC医薬品協会では、しっかりした議論、提案ができていていると思っています。短期使用の医薬品ですが、スイッチラグの代表格である新規の薬効群として、PPI(プロトンポンプインヒビター)のスイッチOTC医薬品が、2025年の早い段階で市販される予定です。

日本OTC医薬品協会では2024年度の活動方針として、新規薬効群のOTC医薬品やOTC検査薬の拡大で生活者・患者の選択肢を拡大するとともに、その使用促進と適正使用の推進、確かな品質の製品提供を掲げています。OTC医薬品・検査薬活用の生活者・患者へのインセンティブとして、所得税の控除であるセルフメディケーション税制の普及と拡大も盛り込んでいます。

高齢者でも健康で働く時代、自分でできることは自分でやる時代です。保険診療は85歳以上の医療提供体制をどう構築するかに主眼がおかれ、患者の多くは「基本は在宅、時々入院」といったところになるかと思います。

それだけに、これまでは何かあれば医師や薬剤師に相談することが一般的でしたが、生活者自身で判断できる正しい情報を薬局・ドラッグストア・薬剤師・登録販売者が提供し、生活者・患者が、適切なセルフケア・セルフメディケーションを実践し、「上手な医療のかかり方」を行えるようサポートすることが大切になってきます。

老衰患者への対応や救急搬送の備えなどで在宅医療の質は変化しています。調剤薬局には地域のハブとして、地域住民の「暮らしと生活を支えるサービス」にも他の業種の方と連携しながら対応してほしいと願っております。

処方箋応需枚数に一喜一憂し、一枚でも多く枚数を増やしていかないと薬局の未来はないと誰もが思っているような時代に、印象に残る「出来事」がありました。

指にトゲが刺さり、どうすればいいのか教えてほしいと来局された方がいました。指には血が滲んではいるものの自身で

犬伏 洋夫 氏 ／越前堀薬局 店長

触ってもらうと違和感はないとのことでした。私はもうトゲは残っていないと判断し抗生物質の軟膏を販売したのですが、それを見ていた当時の管理薬剤師が「なぜ皮膚科の受診を勧めないのか。皮膚科から処方箋を応需するほうが儲かるじゃないか」と言うのです。管理薬剤師の指摘は決して間違いではありませんが、そのときの私の中には残念な気持ちというか、どこか処方箋に反発したくなるような感情が芽生えました。薬剤師はこうやって自らできることを捨ててしまうのかと、周りで働いているスタッフを不愉快にするようなことを吐いて、まるで薬剤師人生の“思春期”のような気分でした。処方箋応需に一生懸命になるあまり、物販のことを忘れてしまっているんじゃないかと思わされるような感じを受けたのです。

ただ現状はどうかと言えば、日本薬剤師会が指摘するように薬局は処方箋調剤というラストアクセスに偏りすぎています。私どもの薬局も同様です。処方箋応需医療機関は月間約250軒で一日の平均処方箋枚数は約90枚、近隣の皮膚科、眼科からの集中率が50%以下と、自慢したいところもあるのですが、売上ベースで調剤とそれ以外の物販とでは9対1の割合です。1あればまだいい方という人もいますが、私自身の中では決して満足できる状況ではありません。

なぜ物販が大切なのか。日薬が作成した誕生から終末期に至るまでの薬局・薬剤師が果たす役割をみると、まさに「ゆりかご」から「墓場」まで関わっていかないといけない。ただ処方箋を応需するだけではなく、関われる“武器”を薬局がもたないと説得力に欠けてしまいます。



私が薬局を承継した20年前から店舗スタイルは変えていませんが、調剤以外の売上は4分の1程度にまで減少しています。コンサルタントのような方が、OTC医薬品の陳列スペースを縮小して処方箋患者の待合室に改装すれば、と提案してくれます。意地でやっている、と言われればそれまでですが、薬局業務は処方箋調剤だけではありませんとお断りしています。

しかしながらOTC医薬品だけでは、顧客は非常時にしか来局されない。日常的に来ていただけるように、いろいろと工夫を凝らしています。

その一例が薬局に相応しい「食品」の取り扱いです。一つが遠忠食品の「江戸前生のり佃煮」で、これは化学調味料、保存料、着色料不使用が特長になっている佃煮です。私が在宅訪問の途中で見つけてファンになり、薬局のポリシーに合致するので取り扱わせてほしいとお願いした商品です。

もう一つは友人から紹介を受けたグルテンフリーのヴィーガンクッキーは植物性食材で作られた身体に優しいお菓子で、自身の体調やアレルギーの子どもをきっかけに、ヴィーガンパティシエが作り始められたものです。このほか、薬剤師が作ったプロテインの扱いも始めましたが、これらはいずれも利益追求のためのものではなく、「薬局の姿勢」を見せるための商品です。商品を通じて、ここの薬局はこんな思想やポリシーで、患者さんやお客さんが健康になってほしいと願っていることが伝われば、と考えています。

そのほかの工夫として「薬局製剤」があります。薬剤師が患者の体質など見極め、確信を持って製剤した薬を、この薬剤

物販で創る 薬局の価値

～未来の薬局を創る、これからの地域の薬局とは～

師が勧めてくれるのだからと患者さんが服用する。薬袋などのデザインも自ら考え工夫することで、薬局の利益として跳ね返ってくるのは物販の面白いところです。薬局製剤に限らず信頼関係によって物販の有り様は変わってきます。

こうした物販に取り組むことでスタッフ間にもプライスレスな変化が起きます。どうすれば商品を理解してもらえるか、どうやったら売れるかといった議論を重ねる中で、非常に良い意味での変化を起こすことがあります。物販の業務は内側から

価値を創造することもできる。物販で創る薬局の価値というものは、販売だけではないと思っています。

かつて日薬連盟が薬剤師を鼓舞する「悪魔広告」と呼ばれる意見広告を掲載し、そこで「OTC医薬品に未来はない」と警告しています。OTC医薬品の販売も薬剤師への信頼関係があつてこそです。OTC医薬品はドラッグストア、調剤は薬局という形になってしまうことは、薬局と名乗る以上、阻止しなければならないと考えています。

シンポジウム

OTC販売には今から取り組まないと間に合わない



永富 調剤の現場では、がんや糖尿病など疾病別の専門薬剤師の養成が進められていますが、OTC医薬品分野での薬剤師の専門性をどのように考えておられますか。

磯部 なかなか難しい問題で私自身も悩んでいます。一つには「プライマリ・ケア」を専門とする薬剤師の出現が期待できるのではないかと考えています。

総合診療医のように、何でも相談にのってくれる身近な存在としての薬剤師を、「専門薬剤師」とまではいかなくとも、プライマリ・ケアに長けた薬剤師として「認定」とするような方向性があってもいいのではないのでしょうか。

さらに言うならば「サブスペシャリティ」としての位置付けです。例えば、腸内環境を整えることを目的に検査薬などを活用して腸内の状態を調べ、悩んでいる患者さんの健康状態

物販で創る 薬局の価値

～未来の薬局を創る、これからの地域の薬局とは～

が良くなるように向き合う。そして大事なことは、マスではなく個々の困っている患者さんに対応することです。それはOTC医薬品分野に関わる薬剤師にとって、とても重要なことだと思っています。

大伏 本日の講演で磯部さんは、個店薬局は特徴を出して、不得意な分野は地域で協力して連携することを提言されました。これは私も大いに賛成です。ゼネラリストとしての薬剤師の対応も大事ですが、個々の薬局が地域のことを理解し、例えばこの地域のここには整腸剤のスペシャリストがいる、あそこには腸内細菌のスペシャリストがいるといったように、自分の薬局に來られた顧客を紹介する仕組みができていれば、住みやすい地域をつくることにもつながります。地域で互いに支え合う専門性というものは、すぐに必要なことです。

磯部 継承者がいない個店薬局の現状は深刻で、閉局を余儀なくされるところも少なくありません。先ほど70歳くらいまでは働きたい人が増えてきたというお話をしましたが、そうした方に薬局サービスを提供する“薬剤師オフィス”のようなものがあってもいいのではないのでしょうか。悩みを抱えた患者さんらに、それならばあそこの薬局に行けばいい、必要なものは取り寄せて届けてあげるとか、求められる薬局サービスをコーディネートし提供するオフィスのようなものを設けるのも、一つの薬剤師の生き方かな、とも思ったりします。

永富 地域支援体制加算の要件に48薬効群のOTC医薬品の取り扱いが追加されましたが、規模の小さな薬局だと何かと課題が多いようにも思えます。

大伏 幸いにも私は長く営む薬局の息子として生まれ、これまで恵まれた環境の中で薬局経営に携わってこれました。先ほど、調剤と物販の売上比率が9対1と申し上げました。それでもOTC医薬品をはじめとする物販を続けていかないと、この先、OTC医薬品の販売がないと生き残れないという状態になったときから始めても無理があるかなと思います。処方箋調剤の売上があつて経営が順風な時に備えを用意する。いわば“助走”期間のようなものがなければOTC医薬品の販売に取り組むことは難しい。期限切れだとかで48薬効群が宝の持ち腐れになるかもしれませんが、スタッフで議論しながら進めていけば、商品の価値以上の価値が出てくるようにもみえています。

磯部 48薬効群の導入はインパクトがありましたが、その先を読み解くことも重要です。OTC医薬品の販売数量の調査が予定されていますが、ほとんど売れてなければそれでいいのか、となる。売れている薬局には支援体制加算がとれるような構図にしようとしていることがうかがえます。調剤と違って、患者の症状を見極め販売するOTC医薬品の取り扱いには相当な訓練も必要ですが、患者と対話し、寄り添い提供することは楽しいことです。

大伏 薬局は「セレクトショップ」でもあると思っています。何をラインアップするかは経営者のセンスです。ネットや大型店には敵わないので、誰も知らないけれど、どこにも売っていないような良質の商品を取りそろえる。探せば結構あるんですね。個店が生き残る一つの道かもしれません。

磯部 自分のことを考えてくれる薬局や薬剤師に人は寄ってくるんです。そして薬剤師が、その人に寄り添う。

大伏 それが磯部さんの指摘する「サービスと商品をマッチさせて付加価値が生まれる」という意味合いですね。

販促品情報サイトのご案内

初めての腸内環境サポート
販促物セット使用例

患者様への
声掛け例など掲載の
マニュアルも

POPや什器

売り場づくりをお手伝い。
下記のコードからお申込みください！



販促品情報サイト

<https://clinico-pr.jp/order/>

森永乳業クリニコのビフィズス菌関連製品



機能性表示食品 届出番号:I572

ビフィズス菌末 **BB536**

500億個配合

機能性関与成分のビフィズス菌 BB536 は、
腸内環境を改善し、腸の調子を整える
機能が報告されています。

届出表示：本品には生きたビフィズス菌 BB536 が含まれます。
ビフィズス菌 BB536 は腸内環境を改善し、腸の調子を整える機能が報告されています。



おなか活き活き
ビフィズス菌

腸内フローラと健康をサポートする
4つの成分を配合しています。

- ・ビフィズス菌 BB536 100 億個
- ・シールド乳酸菌® 100 億個
- ・オリゴ糖
- ・食物繊維



機能性表示食品 届出番号:H738

メモリービフィズス菌

500億個配合

機能性関与成分のビフィズス菌 MCC1274 は、
認知機能の一部である記憶力を維持する
働きが報告されています。

届出表示：本品に含まれるビフィズス菌 MCC1274 (B. breve) は、
健康な中高年の方の加齢に伴い低下する認知機能の一部である記憶力、
空間記憶力を維持する働きが報告されています。
※記憶力とは、見た・聞いた・読んだ内容を記憶し、思い出す力のことです。

○食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。○本品は、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。
○本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。



森永乳業クリニコ株式会社

