薬剤師の7割「業界に影響」

アマゾンファーマシー参入で

イヤクル

影響予想「大病院前」が最多

イヤクルは、医薬品ロス解消プラットフォーム「イヤクル」のユーザーとSNSのX（旧ツイッター）の薬剤師を対象に、アマゾンファーマシーの処方薬オンライン対応開始に関する意識調査を実施した。その結果によると、7割を超える薬剤師が業界に何らかの影響を与えると予想した。

調査は7月30日から8月5日にかけてオンラインアンケートとして行われた。回答者数は薬剤師78人。

主な調査結果を見ると、アマゾンの処方薬オンライン対応に関する認知度では、「よく知っている」が67・9％、「聞いたことがある程度」が29・5％で、これらを合計した認知度は97・4％と非常に高い結果となった。「知らなかった」との回答は2・6％だった。

アマゾンファーマシーの参入が薬局業界全体に与える影響に関しては、20・5％が「非常に大きな影響がある」、53・8％が「ある程度の影響がある」と答え、73・4％の薬剤師が業界に何らかの影響を与えると予想した。そのほか、「あまり影響はない」が16・7％、「全く影響はない」が1・3％、「分からない」が7・7％だった。

アマゾンファーマシーの参入により、最も影響を受けると思われる薬局の立地形態については、「大病院前」が43・6％で最も多く、同社は「利便性向上へのニーズが高まっていることが示唆される」とした。そのほか、「診療所前・敷地内」（10・3％）、「医療モール内」（10・3％）、「中小病院」（5・1％）などとなった。

また、今回の調査では自由記述欄で薬剤師の意見を聞いたところ、「現在においては、患者の年齢層や電子処方箋実施の有無などで影響はかなり違ってくると思う。ただし、3～4年先には業界全体に大きな変化をもたらすくらいの影響は出てくることは確実だと考えている」「薬の受け取り方法については、駅中ロッカーなどいろいろなアイデアが出てきている。便利な受け取り方法がこれからも流通業界から提案されると思う」「大学病院前などの待ち時間の長い混雑している薬局を利用している人は、アマゾン薬局のサービスに移ってしまうのではないか」「立地形態では離島やオンライン診療、ピルなどの経口避妊薬等で影響が大きいのではないか」「ものすごく混む薬局を利用していて、現在アマゾンプライム会員である人が利用すると思う」「既存の薬局は、今まで以上にかかりつけを目指し、患者さんとの信頼関係の構築が大切」などの意見があった。

今回の調査結果を受けて同社は、「アマゾン薬局のオンライン対応開始が薬局業界に大きな変革をもたらす可能性が高いことが示唆された」と指摘。「特に、大病院前の混雑した薬局や、若年層・デジタルネイティブな患者層が最も大きな影響を受けると予測される。一方で、かかりつけ薬局としての役割強化や、対面での丁寧な服薬指導など、既存薬局ならではの価値提供の重要性も浮き彫りになった」としている。

薬局向け事務代行を開始

負担軽減し本来業務に集中

OZ

保険薬局向けソリューションを手がけるOZは、医療機関の運営サポートを目的とした新しい医療事務代行サービス「Pharmotto（ふぁーもっと）」をリリースした。同サービスは、医療事務員の有効活用や対人業務の充実を図るため、医療スタッフが本来の業務に集中できる環境を提供すると共に、地域住民を支える薬局を目指し、労働人口の減少、また地方や離島の事務員採用難といった社会課題を解決していく。

同サービスは、薬局の事務作業における負担を軽減し、効率的かつ品質の高い運営を実現するために開発された。薬局スタッフが本来の業務に専念できる環境を提供することを目指し、医療事務の専門スキルを持つスペシャリストによる代行業務を行う。

サービス内容としては、薬局の窓口システム（レセプトコンピュータ）を変えることなく、現状のシステムを前提として運用することが可能。患者が薬局に来局した際に、薬局スタッフがスマートフォンで撮影した処方箋を送信し、同社の医療事務スペシャリスト集団が処方箋の入力代行および印刷まで完了させるサービスとなっている。処方入力の修正や服薬指導時に算定する加算も含めて、最終確定は利用薬局で行う。

今後、処方箋の入力からレセプト作成や届け出用紙などの様々な医療事務代行サービスとして拡充する予定。

新たな洗口液「ダモン」発売

アース製薬　汚れが見えるタイプ

アース製薬は、マウスウォッシュの新たなブランド「ダモン」を今月から新発売した。堅調な成長を見せるマウスウォッシュ市場では「汚れが見えるタイプの洗口液のシェアが拡大している」（同社）ことから、洗浄後の汚れが見え、口臭ケア対策ができる新ブランドを投入し、市場活性化にもつなげる。

同社では、洗口液・液体ハミガキ使用者に各種調査を行っているが、その中では20～30代はマウスウォッシュの使用率が低い一方、口臭に関する悩みでは口臭がトップであり、人と会う時に「口の汚れやニオイが気になる」「キレイな口元・歯と思われたい」など、他人からの印象を気にする人が多かった。

マウスウォッシュの新ブランド「ダモン」（分類は化粧品）は、口臭の原因の一つである蛋白質汚れがオレンジ色の汚れとして見えるので、洗浄した実感を得やすい。すすぐだけで口の汚れを除去し、清潔感のある息に変える。

また、口に含んだ時の香味にもこだわり、「すっきり爽快な使い心地のリラックスミント」（380mLボトルタイプ、12mL5本入スティックタイプ）と、「すっきりフレッシュな使い心地のブライトレモン」（380mLボトルタイプ）の2種類があり、各オープン価格。

頭痛の悩み話し合って

大正製薬　動画を公開

大正製薬は、頭痛持ちとそのパートナーの協力を得て、動画「あなたの知らない私のこと。頭痛、話し合いました。」をウェブで公開した。

頭痛持ちは日本全国に約4000万人いるとされている。今年実施した同社の調査では、頭痛持ちではない人の約8割は、パートナーの痛みやつらさを「理解したい」と思っている一方で、頭痛持ちの人の約半数は「共有しない」というギャップが明らかになった。

こうしたコミュニケーションギャップを埋めるため、今回、「頭痛持ちと、その大切な人に寄り添いたい」をテーマに動画を企画・制作した。

動画には、頭痛持ちとそのパートナーを持つ複数組の夫婦が出演。「二人で考える頭痛ノート」に、これまで話せていなかった頭痛にまつわるエピソードと共に、様々な気持ちを書き記していくことで、話し合ってもらっている。

マタニティマーク普及支援

地下鉄にタイアップ広告

全薬HD

全薬ホールディングスは、厚生労働省の推進する「マタニティマーク」の普及と啓発活動に賛同し、7月から都営地下鉄新宿線の優先席エリアにおいて、マタニティマークとのタイアップ広告を開始している。掲載期間は1年間。

全薬グループは、グループの取り組みとして、産前産後の休業・育児休業のほか、復職後の短時間勤務制度を導入し、社員の育児と仕事の両立をサポートしている。今回のタイアップ広告は、妊産婦への配慮やその環境づくり、健康増進を応援することを目的に実施しているもの。

短信

◇マツキヨココカラ&カンパニー＝「THERETINOTIME（ザ・レチノタイム）」ブランドから「ザ・レチノタイムリンクルリップエッセンスプランパーシアーレッド」を数量限定で全国のマツモトキヨシグループ、ココカラファイングループの店舗（一部店舗を除く）と自社オンラインストアで9月1日から販売を開始する（税込み価格1320円）

2020年11月発売の「ザ・レチノタイムリンクルリップエッセンス」と23年9月に数量限定発売した「ザ・レチノタイムリンクルリップエッセンスプランパーヌーディピンク」は、昼用美容液として2年連続で200％以上伸長し、24年6月末までに累計販売個数が60万個を超える大人気アイテムとして成長を続けている。

今回発売の「ザ・レチノタイムリンクルリップエッセンスプランパーシアーレッド」は、誰にも似合う透け感のある赤が特徴。厚い美容液層が乾燥した唇をコーティングしてぽってり唇（メイク効果）を叶える。

みなさん！感動していますか？
人間学講座 感動と笑い
～そこまでやるか～
【著者】中井宏次（薬家きく臓）
笑っていますか？
「NPO法人健康笑い塾®」を設立し、全国に「笑い」の重要性を届けている著者が、これからの時代に必要な"人間力"とは何か、人間力を発揮するには「感動と笑い」がいかに大切かを説いています。
四六判/145頁/1,540円（本体1,400円+税）
薬事日報社　書籍の詳細・ご注文はURLまたはQRコードからオンラインショップへ ⇒ https://yakuji-shop.jp/