

売店スペースを有効に活かす新たな取り組みについて ～栄養士と薬剤師の協力でできること～

若松町店
○村岡綾子

栄養士

高橋伸枝 奈木ナナ 畠山典子

【背景と目的】

若松町店は平均処方箋枚数 250 枚/日の大型店舗で、約 70%が女子医大の処方箋を応需している。患者層は糖尿病、高血圧、高脂血症から抗がん剤治療や特定疾患をもつ患者など様々である。長い待ち時間はテレビを見て過ごす患者が多く、待合スペースは「待ち時間を過ごす場所」だけになってしまい、広い売店スペースが十分に活かされていないのが現状であった。

様々な疾患において、栄養そして食に関する知識は非常に重要なものだが、日頃の服薬サポート時には薬についての知識を患者に提供する機会があっても、食に関する知識、栄養に関する知識を提供する機会は少なく、患者自身が自己流で食事の工夫を行っている場合が多いのではないかと思われる。売店には減塩、低タンパク質商品など疾患と直接関係ある商品も多数あるが、患者だけでなく勤務する薬剤師にも十分認知されておらず、薬剤師から患者に売店商品を勧める頻度は非常に少なかった。

そこで、栄養士に週数回の訪店を協力依頼し、栄養士のすすめる重点商品の販促活動を通じて食と栄養に関して理解を深めることを狙った新たな取り組みを行った。

【方法】

- ・2013年5月に薬剤師対象に栄養士に対するニーズをさぐるため薬剤師に対してアンケートを実施した。
- ・2013年6月より週1回ペースで栄養士訪店、売り場のレイアウト変更を実施した。
- ・2013年7月より月次重点販促商品を設置、週2回ペースで栄養士訪店。重点商品の販促とともに、服薬サポート時に栄養に関する質問があった患者の栄養相談を受けた。

【結果】

- ・薬剤師対象のアンケートの結果：アンケートに回答したすべての薬剤師が患者から食事や栄養に関する質問を服薬サポート時にされることがあると答えたが、特に、カリウム制限、抗がん剤治療中の栄養補給に関しての知識は不十分であることが分かった。投薬カウンター近くに食事療法のパンフレットを設置し、薬剤師が気軽に栄養に関する知識を提供できるように改善した。
- ・3ヶ月間の重点商品の販促を終えた結果：売り上げ、販売点数ともに昨年比大幅上昇。特に重点販促商品に関しては予想をはるかに上回る売り上げを達成。また、重点販促商品を設定することによって、薬剤師が売店商品を勧めるきっかけが増えた。
- ・3ヶ月の栄養士訪問の結果：栄養相談の機会が増え、食事の改善が必要な患者について今までよりきめ細かいアドバイスをすることができた。

【考察】

今回の取り組みでは薬剤師と栄養士が協力しあうことにより、調剤薬局を、服薬サポート時に薬に関する情報を提供する場だけでなく、売店スペースを利用して栄養と食に関する情報を提供することによって、患者の健康サポートをトータルで行う場所に近づけることができた。

薬局は、ただ薬を患者に渡す場所と思われがちで、患者とのコミュニケーションの場は投薬カウンターのみの場合が多いが、それだけではなくさまざまな可能性を秘めていることがわかった。

今後もこの活動を続け、ミキ薬局の現場にいるすべての職種が協力し合い、患者の健康に関するよりきめ細かいサポートができる薬局づくりを目指していきたい。