

●四季の情報誌●

四季緑風

CONTENTS

- 【特集1】 わが町のクスリ屋さんの現場から 1
 “真の相談薬局”を目指して。日々進化する街「横浜」で処方箋応需のみならず厳選されたOTCや医療雑貨を積極的に取り入れ、必要に応じて適切な受診勧奨にも積極的に取り組まれる鈴木先生にお話を聞きました。
- 【マナーの処方せん】 NAKAKITA Shikiriyokufu 通信 8
 今回はかつての日本の冬は和室でほっこり、こたつでみかんが主流でしたが、洋風お宅の多い中、改めて和室での作法や言い伝えについて。また、マナーQ&Aでは簡単にできる「マスク置きトレ」の作り方を紹介します。
- 【特集2】 低カロリーでおいしい毎日をお届け 10
 2021年誕生50周年を迎えたマービー。最終号の今号では、今までのマービーの歩みと人気商品のご紹介、またマービーを使用した簡単で美味しい低カロリーレシピをお伝えします。
- 【シリーズ】 地域に密着したお店づくりのお手伝い Part23 14
 今回はマービーシリーズのラインナップ、低カロリー甘味料の紹介と商品陳列、売場演出に欠かせない販促資材（POP・ディスプレイ）、販売接客時に活用していただくQ&Aをご紹介します。
- 【多文化共生】 みんなに伝わる・伝えるための やさしい日本語を学ぼう 第3回 ... 16
 「やさしい日本語」は、日本語に不慣れな外国人にもわかりやすい“易しい”“優しい”日本語のこと。日本で暮らす、より多くの外国人とのコミュニケーションに役立つことが期待されています。「やさしい日本語」作成のコツをご紹介します。
- 【店づくり点々】
 お店の健康寿命はメンテナンス次第！「お店のクレンリネス作戦」編 18
 繁盛店を目指すならクレンリネスを徹底しよう！クレンリネスとは清潔な状態を保つことを言います。ガラスにテープ跡、取っ手に手垢など、お客様を獲得する為の清掃やキレイを保つ対処方法をご提案します。
- 【TOPICS 今・風】 20
- 【OTC薬に迫る！】 第20回 「保湿剤」 22
 湿度が下がる冬の時期は、乾燥肌によるかゆみや湿疹が起こりやすくなる。乾燥肌になる仕組みや、保湿剤の選び方・塗り方、乾燥肌予防のために生活上アドバイスすべき点を解説します。
- 【美味健康】 水の知識 24
 私たちは、「産湯から、死に水まで」生涯水と共に生きています。人体も50%以上が水です。必要不可欠な存在なのに、意外と知られていないのが水の知識のようです。本号と次号で水についての知識をお伝えします。



地域の健康 エキスパートナード！

“わが町のクスリ屋さん”の現場から

「人と人とのつながりを愛します」。この言葉をモットーに患者様から信頼され愛される薬局づくりを日々目指されているウイン調剤薬局。今回訪問させていただいた横浜西口店様は横浜駅からほど近く、オフィスビルも建ち並び、行き交う人も年齢・性別問わず多種多様です。開局6年目を迎え、地域の人々に認知されるまでに至った苦労や、飽くなき挑戦を続けてみえる鈴木薬局長にお話を伺いました。

処方箋がなくても気軽に来局できるお店づくりと “真の相談薬局”を目指して

ウイン調剤薬局
横浜西口店

※聞き手 政年誉史(企画部)
牧野孝之(企画部)

- * 所在地:神奈川県横浜市西区北幸2-3-19
- * 薬局長:鈴木伸悟
- * 店舗数:27店舗
- * 定休日:日曜日・祝日
- * 薬剤師:常勤2名
- * 事務:1名
- * 取材日:令和2年11月20日

横浜駅より徒歩5分 店舗周辺の地区事情について

政年 横浜市西区北幸 店舗周辺の地区事情について教えてください。
鈴木 横浜市なので日々進化する街で、調剤薬局というと普通はご高齢の方が多いイメー

ジですけど、当薬局でいうと横浜駅前なので患者層としては20代から50代の若い方が非常に多いのが特徴です。OLやビジネスマンなど様々な方がひっきりなしに薬局の前を歩いている感じです。

服薬指導をする際でもテキパキと出してほしいと、早さを求められる患者さんが多く、どちらかというとき長話を聞いてほしいという患者さんは少ないのかもしれない。

政年 地域の医療機関さんの状況はいかがでしょうか？

鈴木 面で受けていることもあります。隣は美容室ですし、目の前に医療機関があるわけではないですが、半径1kmで見れば内科、眼科、皮膚科、婦人科等、ありとあらゆる医療機関がありますのでポテンシャルはあると思います。弊社の代表も「この場所ならいける！」と6年前にこの地に出店しました。路面店で、1階でテナントが空くというのは滅多にないことで、情報を常に収集して待ちに待って開局することができたと聞いております。当初はこれで「処方箋がたくさんくるぞ！」と意気込んでいましたが、なんと開局初月は月に70枚しかきませんでした。1日0枚の日もありました。

結局面受けるということはこういうことかと現実を突き付けられました。立地が良くても薬局として機能してしっかりアピールしていかないと誰も来ません。

政年 ウイン調剤薬局西口店様の従業員は何名いらっしゃいますか？

鈴木 登録しているスタッフは薬剤師、事務員合わせて7名おります。その内常勤薬剤師は2名、事務員1名の計3名のシフト制でお店を回しています。

開局後、1年2年3年と徐々に地域の皆さんへの認知度は高まり、取り組みも評価いただき来局されるお客様は増えたと実感しています。



オフィス街に一際目を引く
ウイン調剤薬局横浜西口店入り口。

OTC医薬品がもたらす意義と 薬局薬剤師としての社会的地位 向上を目指して

鈴木 そこで、とにかく私が力を入れたことはOTC医薬品(以下OTC)を含めたヘルスケア商品です。処方箋がないと入れないなら、処方箋がなくても入ってこられる空間を作っていくといけなかったところ、もともと私はドラッグストア出身ということもありますが、調剤だけでなく徹底的にOTCをやろうという気持ちでした。

私は静岡県の田舎育ちでしたので、幼少の時に風邪をひいたら「まず薬局に行きなさい」、と親にも言われましたし、実際に商店街にある薬局に足を運び、薬剤師さんに相談して口内炎の薬や風邪薬を購入し、症状がひどくなった時は処方箋を持って行って処方薬を調剤してもらったりと、そういう町の健康ステーション、保健室みたいな薬局が普通にあり、そこにみえる薬剤師さんが本当に凄いなという印象を幼いながらに

も当時持っていました。その後医療の道へ進むにあたり、晴れて薬剤師になった時に、自分の心の根の底には昔の自分が通っていたような薬局に勤めたいという思いがありました。薬剤師になって気づいたこととして、処方箋に応じてただ薬を集めて出しているだけで地域の人に思われていることも多く、私自身もそういうところがあるよと思う自分もいて、安全に健全に飲んでもらう為の説明は当然していますし大事ですが、やはりそれだけじゃ薬局としての機能を果たせていないんじゃないかなと思いました。ですから処方箋がなくてもしっかりと薬局に相談に行けるような環境を作って、症状によっては受診勧奨をしています。薬剤師が地域の人にとって頼りにされて、かつ薬剤師の社会的地位の向上に繋がればと思っています。

私は薬学6年制出身でもありますし、ニュージェネレーションというか我々若い世代が先頭に立ってやっていくことで、ここ横浜という進化する街で当薬局を出していることは価値あることだと思っていますので、薬局薬剤師のアピールや薬局は処方箋だけではなくOTCやへ



インタビュー中も鈴木先生の
薬局薬剤師としての情熱が伝わります。

ルスケア関連商品の取り扱い、受診勧奨、健康相談などもしっかりできるんだということを地域にアピールしてきたいと思っています。先月は約1,200枚の処方箋がきました。月70枚の薬局を月1,200枚にしている薬局薬剤師は全国的に見てもそうはいないのではないかと自負しています。お客様ひとりひとりを大切に、処方箋を見るのではなくお客様ひとりひとりを見る。そこに尽きると思います。薬局とは言え「お客様第一の真のサービス業」だと誰よりも強く思っています。

OTCを通して広がるコミュニケーション 患者さんの状態も見逃さず受診勧奨も 積極的に

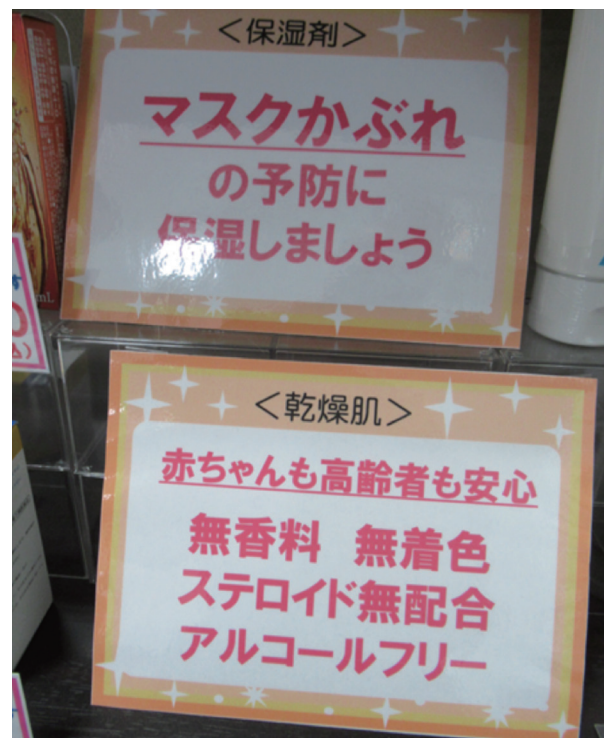
政年 調剤専門でやってみえる薬局、特に若い薬剤師の方や薬剤師を目指している学生のOTCに関するスキルはどの様にお感じでしょうか？

鈴木 実はOTCに興味を持っている若い方は多いと感じています。医師の様に自分で薬を選んで提供して患者さんを助けることができるということで興味を持っている方はいるんですけど、やはりOTCをやりたいとなるとどうしてもドラッグストアでレジをたくさん打ちながらたまにOTCの接客をするイメージが強い様です。まず当薬局の様な薬局が増えないとそういう方たちの働く場所がないですよ。当薬局は凄くありがたいことに「この薬局で働きたいです！」という薬学生は非常に多いです。

OTCは利益がとれる商品でも4割から5割で、実は利益がとれるものは数としてはそんなに多くありません。OTCで利益をとっていきこうと考えてしまうからOTCなんか非効率で置かない方がよいという発想が生まれるんだと思います。そうではなくて、OTCは私にとっては患者さんとの重要なコミュニケーション

ツールなんです。直接的な利益は少ないのかもしれませんが、OTCをコツコツと相談販売することがのちに大きな利益を薬局にもたらすと信じております。

お客様も「この調剤薬局は何か違う！」と感じておられ、実際にファンも多くなってきていると思います。POPにも普通の表現を用いるのではなく、ユーモアな表現を用いて古き良き昔の薬局を蘇らせて、そして今の最新技術も盛り込んだハイブリット型の薬局としてやっていきたいと思っています。OTCを置いてるだけで売れていなければ意味はありませんが、実際OTCをご購入されるお客様はとて多いのです。もちろん押し売りみたいなことは一切行いません。お客様の状態に合わせた適切なOTCを勧めますし、逆にその方の症状に適さないと判断した場合は積極的に受診勧奨をしています。これらの点が大型量販店との差別化だと思っています。



ユーモアなPOPがお客様の心に響きます。

政年 OTCはどれくらい取り扱われていますか？

鈴木 要指導医薬品とOTCを合わせて約200品

目くらいです。

政年 お客様からの相談内容や応対で特に記憶に残っている事例はございますか？

鈴木 咳がひどい方が来局された時に、その状態を見てこの方は吸入薬が必ず出る症例の方だろうと臨床推論できました。こうした患者さんは、下手に咳止めの市販薬を販売して、症状をマスクをして受診を遅らせてしまうことで症状を悪化させてしまう可能性があったので、「お客様の様な咳がひどい方ですと、市販薬にはない成分を含んだお薬を病院に行くと処方される可能性が非常に高いので病院に行っていた方がいいですよ」としっかり説明することによって、そのお客様が病院を受診されてやはり想像通りの処方箋を持ってこられたときは私としては良いことができたなと思えました。またお客様からもとても感謝していただき非常に嬉しかったです。

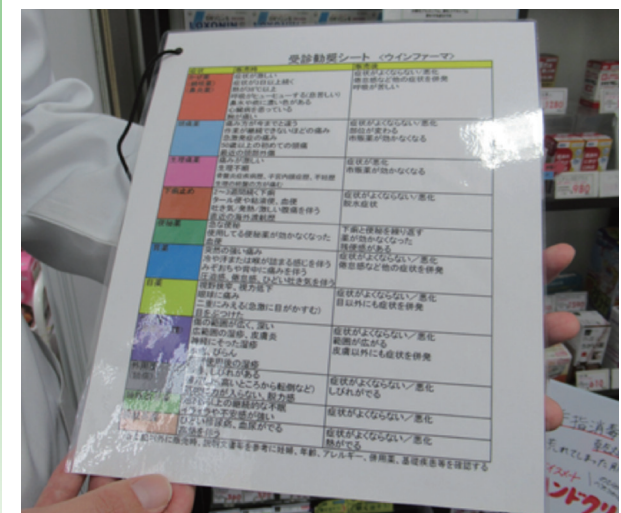
当店は適切な受診勧奨が実施できるように受診勧奨シートを活用していますが、他店舗でも共有で利用できる仕組みはあるのですが、なかなか全ての店舗で活用できていないのも事実です。そもそも処方箋なしに相談にいらっしゃる患者さんが少ない店舗もありますので。しかし今回のコロナ禍において処方箋が減ってしまい、薬局運営が不安に思う店長も中にはいます。何かプラスのことをしなければということでOTCに対する必要性を再認識し、積極的に勉強し提案している店長も増えてきました。今まさにOTCを積極的に導入するタイミングでもあるのかもしれませんが。また医療費の増加もありますし、今後スイッチOTC医薬品の動向も気になるところです。

ある小児科の門前薬局さんでもコロナ禍の影響で処方箋が激減してしまって、OTCを頑張っ

てやっ



OTCはもちろん、ドリンクや消耗品の品揃えも豊富です。



受診勧奨シートを積極的に活用して患者様ひとりひとりの状態を見極めます。

いったテクニックを日本全国の薬局に広めていきたいという思いは常に持っています。

政年 医療機関との連携についてはいかがでしょうか？

鈴木 面で受けているということで難しい部分はありますが、受診勧奨を積極的におこなっていますので、近隣のドクターとは情報の共有をしています。しかし処方元さんには当然門前の薬局がありますので、基本的には患者さんも近くの薬局に行かれるので深入りできない部分もあります。それでも当店を頼っていただけるドクターもみえますので、ご評価いただいている証なのかなと嬉しく思っています。これからもお客様ファーストで強固な薬局づくりをしていきたいと思っています。

コロナ禍でも大きな打撃はほとんどなし?! 面薬局としての強みと特色ある店舗運営が功を奏す

政年 新型コロナウイルスの感染拡大初期から現在までの状況はいかがでしょう？

鈴木 感染対策に関しましては、他の薬局さんとあまり変わらないと思います。その中で力を注いでいたのはマスクと消毒用エタノールの入荷です。入荷した際は店頭でお客様の行列ができるほどでした。きっとお客様の中で「この薬局は一風何かちがう!」と認知されていたんだと思います。「マスクありませんか?」というお問い合わせも調剤薬局の中ではトップクラスなんじゃないかと思えるほど非常に多くありました。本当にありがたい反面、マスクが品切れですと掲示をしてもお問い合わせが絶えなくて大変な状況でした。他の薬局さんと比較してもかなりの数は供給できたと実感しています。

政年 今まさに第3波が押し寄せている状況下で、今後の対策はいかがでしょう？

鈴木 発熱されている方は薬局の外で待機してもらっています。入り口にもその旨掲示しておりますし、隔離した状態での服薬指導を徹底しています。患者さんのなかには妊婦さんも見えますし、ご高齢の方など様々な方がいらっしゃいますので、当薬局を選んでいただいているお客様に可能な限り被害が及ばないように最善の策を講じています。一番近い内科さんには発熱されている患者さんが当薬局にいらっしゃることを事前にFAXしていただいています。そういう連携も功を奏してか、ドクターとの定期的な情報交換にも繋がっています。

政年 当時の処方箋応需状況はいかがでしょう？

鈴木 業界では1割～2割程度減少したと言われてますが、ありがたいことに当店は深刻な被害はなく、前年同様の売上をキープできましたので、逆にコロナがなければもっと伸びていたと思います。受診抑制も当然ありますが、ありとあらゆる患者さんの処方箋を応需していますし、0410通知によるFAXでの処方箋、しかも新患の方のものがたくさんきましたね。

オンラインの普及により今までの“強み”が通用しない時代となる 今後求められる薬局ビジョンとは

政年 オンライン診療、オンライン服薬指導の現状と今後についてどのようにお感じでしょうか？

鈴木 オンライン服薬指導は、コロナ禍及び通常時においてもやっていないですね。通常時でも近隣でオンライン診療をやってみるところはほとんどないと思います。しかし今後は医療のオンライン化は進んでいくと思いますし、逆に立地による優位性はなくなってくると思います。選ばれる薬剤師にならないと指名も受けられませんし、今までお客様ファーストで

「いかに早く・いかに正確に感じよく」を実践して待たせないことに重点をおき支持を積み上げてきたなかで、オンラインが主流になってしまうと待たせないことや人間性といったフルに活かしてきた強みが活かせなくなってしまうのかなと危惧はしています。薬剤師も選ばれる時代といいますか画面上で服薬指導ができてしまうので、表面的な部分だけでの評価や、変に人気の高い薬剤師もたくさん出てきてしまうのかなと思います。どこでも何でもありになってしまうと怖い気もしますね。ですから、ウイン調剤薬局としてのブランディングを今からどんどん進めていかないといけないのかなとも思います。

牧野 改正薬機法の動向を踏まえ、今後の薬局のビジョンはいかがでしょう？

鈴木 調剤の機械化も進みますし、今後ますます薬剤師の必要性は問われる時代になってくるのかなと思います。ですから今後も薬局OTCを積極的にやっていかないと本当に淘汰されてしまうだろうと個人的には思っています。ただ処方箋を受けて捌いて良しという時代は終わってしまい、必要とされる薬局・薬剤師であるために今から準備をしていかないと大変厳しい状況になると思います。

そんな状況下で、中北さんは様々なOTCを取り扱ってみえる数少ない医薬品卸のひとつです。高コストを理由にOTCを撤退した卸も数多くある中で、中北さんは昔から変わらずOTCに対する姿勢を変えていません。医療費抑制により国としてもセルフメディケーションの重要性を唱える昨今において、本当に頼りしている卸さんなので今後ともよろしく願いします。

政年 今後も中北薬品グループ一同全面的にサポートさせていただきます。

本日はお忙しいところ長時間に渡り貴重なお話をありがとうございました。



患者様ファーストで薬局OTCにこだわり真の相談薬局を目指しています。

《取材を終えて》

新型コロナウイルス感染症拡大は医療業界にも大きなマイナスインパクトを及ぼしています。いつ終息するかが見えない今、薬局においても様々な対応策を模索し続けなければならない状況だと思っています。

今回取材させていただいたウイン調剤薬局横浜西口店様はグループ初の面展開を担う店舗で、発展し続ける街「横浜」の駅前、周りにはオフィスビルが建ち並ぶ人通りの多い歩道に面しています。

鈴木薬局長は「処方箋がなくても気軽に来局できるお店づくり」をテーマに開局以来一貫して「お客様をみて、適切なサービスを提供する」ことに尽力されています。

これは処方箋応需時のみならず、厳選された品揃えのOTCやヘルスケア商品の販売時にも徹底して行われます。

OTC医薬品の販売時、お客様のお話をしっかりお伺いして必要だと感じ取れば販売よりも「受診勧奨」を優先する、といった薬剤師としての職能を最大限お客様のために発揮することを当たり前実践しています。

この姿勢は鈴木薬局長の幼少期の原体験にルーツがあるようで、処方箋応需中心の薬局が多い中、処方箋がなくても通える、昔ながらの「街の薬局」という「原点回帰」に取り組む姿は、「地域包括ケアシステム」の中で、必要不可欠な薬局のあり方を具現化しているように感じられます。

SNS、メディア等を通じて「OTC薬のすすめ方」を発信するなど、多面的にご活躍なさる鈴木薬局長率いるウイン調剤薬局横浜西口店様の更なる発展を心よりお祈り申し上げます。

企画部 牧野孝之