

トレンド (DIオンライン)

第56回日本薬剤師会学術大会より (ポスター優秀賞受賞演題)

OTC販売時の薬剤師関与の実態とその意義は

販売記録を後方視的に解析、商品“指名買い”の2割でプレアボイド実践

2023/09/25

佐藤 礼菜=日経ドラッグインフォメーション

薬局薬剤師はOTC医薬品の適正使用にどのように貢献しているのか——。その実態を明らかにするべく、ウインファーマ（横浜市港北区）セルフメディケーション推進室室長の鈴木伸悟氏と、就実大学薬学部臨床薬学研究室准教授の田坂祐一氏らの研究チームは、ウイン調剤薬局横浜西口店のOTC薬の販売記録を後方視的に解析し、本研究の結果を2023年9月17～18日に和歌山市で開催された第56回日本薬剤師会学術大会で発表した。本演題は、同学術大会のポスター優秀賞を受賞した。



ウインファーマセルフメディケーション推進室室長の鈴木伸悟氏（左）と、就実大学薬学部臨床薬学研究室准教授の田坂祐一氏（右）

ウイン調剤薬局横浜西口店では、約170品目のOTC薬を取りそろえている（提供：鈴木氏）



ウイン調剤薬局横浜西口店は、処方箋調剤に加えてOTC薬の販売に注力しており、約170品目を取りそろえている。処方箋なしでも気軽に相談できるような薬局づくりを意識しながら、OTC薬の販売実績を伸ばしてきた。本研究では、同店におけるOTC薬の販売記録から、販売における薬剤師関与の実態を把握し、薬学的介入を必要とするOTC薬の特徴を明らかにすることを目的とした。

解析の対象は、22年11月1日から23年4月30日にかけてウイン調剤薬局横浜西口店で実施された計874件のOTC薬応対の記録。来局者が特定の医薬品の購入を希望したケース（商品指名）が493件あり、そのうちの89件、18.1%において薬剤師の薬学的介入によって販売する商品が変更となった。商品の指名がなく薬剤師に相談して商品を選択した381件と合わせて、OTC薬の購入者全体の53.8%（874件中470件）が薬剤師による何らかの関与を必要としたことが分かった。

来局者が指名した商品に対して、別の商品を薦めたり、受診勧奨したりといった薬学的な介入が必要だった事例は、第1類医薬品と第3類医薬品に比べて第2類医薬品で有意に多かったという。この結果について鈴木氏は、「意外な結果と思うかもしれないが、来局者によってはリスクの高い成分が含まれる第2類医薬品は存在する。リスク分類によらずに、個々の来局者にとって必要な介入を遂行すべきだ」と説明した。

ウイン調剤薬局横浜西口店でのOTC薬販売フロー（提供：鈴木氏）

薬学的介入を必要とした医薬品の分類としては、

精神神経用薬（かぜ薬、解熱鎮痛薬など）が89件中44件と最も多かった。具体例としては、総合感冒薬を購入した来局者に対して現病歴を考慮し別商品を薦める、自動車運転を行う来局者に対してアリルイソプロピルアセチル尿素非含有の解熱鎮痛薬への変更を促す、などが該当した。

これらの結果により、薬剤師が薬学的見地から副作用などの不利益を回避する介入、いわゆるプレアボイドがOTC薬の販売時にも数多く実践されていることが明らかになった。鈴木氏は、「医療用医薬品と比較して、一般用医薬品に関するプレアボイド事例の共有はまだ一般的ではない。我々の研究を通じて、『OTCプレアボイド』という考え方を広めていければ」と展望した。

