

薬剤師と管理栄養士を連携させて患者QOLが向上 各地区に拠点づくり訪問服薬指導など常時対応めざす

調剤薬局の挑戦

薬樹 在宅事業推進グループ 永瀬 航 グループマネジャー

在宅調剤の現状は？

永瀬. 在宅医療に本格参入した当初は訪問服薬指導の存在や仕組みをご存じない医師やケアマネジャーが多かった。現在、認知度は高まってきたものの、“では薬剤師は患者宅で何をしてくれるのか？”という声を関係者から未だに頂くことも事実であり、在宅医療における薬剤師の存在価値を高めるべく、薬剤師自身が引き続き患者様の声に耳を傾けつつ努力していく必要がある。

DgS企業や調剤薬局企業が在宅事業に本格参入する中で、如何に差別化していくのか？

永瀬. 保険制度が前提で、自ずと決まった範囲内での業務が主となるため、他社との差別化が見えにくいのは事実だ。ただ、差別化を優先するのではなく、地域に求められていることを地道かつ確実に、患者様の信頼に応えていく結果、差別化ができれば良いと考えている。そのためには“地域に求められていることは何か”を常に意識し、目先の損得

に惑わされることなく地域の実情と薬剤師のあるべき姿を描きつつ日頃の業務に当たる必要があると考えている。当社は30年以上前から首都圏を中心に地域密着の調剤を確実に実行してきたことから、介護施設ではなく個人宅への訪問服薬指導を在宅事業の根幹に据えている。そのための基幹店舗が在宅特化型店舗の「訪問薬樹薬局」だ。当社ではほぼ全店舗が訪問服薬指導を行っているが、在宅医療の現場で起こる様々なニーズのすべてを1店舗が担うことは難しい。そのため、エリアごとに訪問薬樹薬局を1店舗展開し、周辺店舗と連携しながらエリア全体の訪問服薬指導の応需体制を構築している。具体的な例が無菌調整を必要とする輸液や医療用麻薬や緊急対応などである。いつでも、どこでも、どんな薬剤でも、確実に患者宅まで届ける体制は患者だけでなく多くの医療機関から評価を頂いている。現在、瀬谷（神奈川県横浜市）・保土ヶ谷（同）・飯田橋（東京都新宿区）の3店舗を展開中。500名程を担当している。



患者宅では服薬指導と共に血圧を計り健康状態を確認する

店舗によって特性はあるが、末期ガン、認知症の方が多く緊急対応が多かったり、薬剤管理に難航したりと苦労は伴うが、人口構造や社会保障制度の変遷を考えれば訪問服薬のニーズは上がっていくと断言できる。

在宅調剤に関心が高い薬剤師は増えているか？

永瀬. 関心は高い。その上で自発的に行動に移してもらえれば何も問題はないのだが、「取り組まなければ」と使命感を持つものの、一歩外に踏み出す勇気がない薬剤師が中にはいる。一方的な座学だけではなく、OJT（店舗研修）や患者宅同行等の実践教育強化が不可欠だ。患者様と直接接し何を感じるかによって、自ずと何をすべきかがわかり、在宅調剤に積極的に関わることになる。

貴社が力を入れる薬剤師と管理栄養士の協力体制は確立できたか？

永瀬. 社内には管理栄養士が約40名以上在籍しており、そのうちの数名が患者宅での栄養指導（訪問栄養指導）に特化して取り組んでいる。薬局に来られる顧客の大半は生活習慣の改善（食事制限）が主題となりがちだが、在宅では嚥下能力低下や食事摂取量低下の高齢者向けに「どう食事を摂って頂くか」に主題が変わる。その際心掛けているのは、単に介護食を販売するのではなく、食べることに加えて作ることの喜びを享受できるよう、可能な限り原材料から調理するアプローチをしている。今では



患者の栄養状態を把握するため上腕周囲長などを測定する管理栄養士



「投薬カレンダー」に薬をセットし飲み忘れを防止する

「管理栄養士がいるから薬樹に訪問服薬指導を任せたい」という医療機関が増え“差別化の要素”となりつつある。

在宅サービスの課題は？

永瀬. 収益面は事業を立ち上げた当初からの課題だ。個人宅ではなく、施設調剤へ事業を完全にシフトさせれば収益面の課題は解決するのかもしれないが、一方で社会課題は解決されない。今後も当社の在宅事業の軸は個人宅であり、それを変えずに収益的にも継続できるビジネスモデルを構築するのが課題だ。このため、提供サービスの質を担保しつつ、全体のコストを下げることにトライアルしている。これが成功すれば、在宅事業の加速化につながっていくと考えている。

貴社が行なう「見守り支援」とは？

永瀬. 通信機能付き血圧計を活用した独居高齢者の安否確認サービスを横浜市瀬谷区で実践している。訪問薬剤管理指導の一環として2013年度の横浜市在宅療養ネットワーク強化等支援事業（補助事業）に認可されるなど、在宅療養の連携強化に向け行政支援を受けた。独居高齢者は気がついたら重篤化し、人知れず亡くなってしまふケースがある。これを防止するために、血圧を計るとデータが薬局に届き高齢者が無事に生活しているかわかるシステムだ。もしデータが届いていない場合は、ケアマネジャーに連絡し安否確認している。血圧の数値も薬局でチェックでき、各個人に設定された数値から外れていれば主治医に連絡して指示を受けている。補助事業としては終了しているが、患者様から「安心できる」との声が多いので継続していく。

「ガラス張り」強調した店舗にリニューアル ロゴも変 調剤室の薬剤師業務を“通りからも見せる”

首都圏を中心に保険薬局を展開する薬樹が、新ロゴ制定とともに店舗改名と外観リニューアルを実施した。新ロゴは「健康さんじゅうまる」と名付けられ、社名「薬樹」から連想される木の年輪をイメージしたデザイン。「黄（健康な人）、黄緑（健康な社会）、緑（健康な地球）」を表現しており、同社は「この3つが満たされた状態が“真の健康”」と位置づけ、生活者向けの健康料理教室や障害者雇用などにも取り組む。

これまで同社は主力の薬樹薬局（調剤薬局）のほかに、薬剤師や管理栄養士からの健康提案を前面に打ち出し処方箋がなくても気

「健康さんじゅうまる」と名付けられた新ロゴ。社名「薬樹」から連想される木の年輪をイメージしたデザイン



軽に来店できる「健ナビ薬局」、在宅調剤に特化した「訪問健ナビ薬局」、化粧品や雑貨などオーガニック商品を充実させた「スロースタイル薬局Liko」を運営。あえて店

名に社名を入れない多ブランド展開をしてきたが、新ロゴ制定を機会に「健ナビ薬樹薬局」「訪問薬樹薬局」「スロースタイル薬樹薬局Liko」と全店舗名に「薬樹」を冠し、ブランドロゴや看板等の外観も緑の樹木・葉をモチーフに刷新、統一することで企業の認知とブランド力を高める。

また、薬局を模したラボラトリーを青山オフィス（東京）に開設。コンセプトは“見せる薬局”。



東京・青山オフィスを模したラボラトリーを開設。新店の「薬樹薬局宮前平」と同様の設計で店舗の外壁と調剤室をガラス張りにし、薬剤師の調剤業務をしっかりと見せることで患者に安心感を持たせる

新店の「薬樹薬局宮前平」と同様の設計で、外壁と調剤室をガラス張りにし、薬剤師の業務がよく見え、調剤を待つ患者に安心感を持たせている。薬歴管理や自動発注、医薬品の流通最適化、薬剤師のバックヤード業務の大幅負担軽減を可能な薬局版POS「PRESUS（プレサス）」のデモを行っており、薬剤師の研修や新人育成、そのほか来社した取引先に店内紹介やPRESUS説明に活用していく。

勝ち抜くためには 人財の確保です！

売上・利益アップを約束する経営情報専門誌

「月刊ドラッグビジネス」

求人広告
募集中

**Drug
Business**

◎申し込み・問い合わせ

(有)ドラッグビジネス・営業部

TEL 03-3294-9383

FAX 03-3294-9385

ドラッグストア&ファーマシーの経営情報誌

Drug Business

月刊ドラッグビジネス



2015
No.221

実践特集

在宅サービスに進出

DgSの取組み方法とは

「高齢社会」に突入した今日、最大の課題が家庭介護に代表される「在宅」であり、ドラッグストアはどう切り込んでサービス提供をしていけばいいのか。大人用紙おむつを売るだけでは職能を果たしておらず、「店を出て、家に行こう」を合言葉に調剤(服薬指導)をきっかけとした現場進出をめざし、行政、病院、福祉施設等と連携を実現しよう。



店舗から患者宅へ向かう薬剤師を乗せた「在宅訪問指導巡回車」が今後増えていく

特集 第15回JAPANドラッグストアショー
松本委員長「生活者ニーズ発見を」

読んで接客(薬を買いたい)

売れ筋ベスト20(皮膚用薬等6分野)

特集 G&G創業20周年
佐川会長・吉田社長が語る

特集 AJDとNID春季商談会

販売最前線 解熱鎮痛薬