

OTC 医薬品と情報

第 8 回 『セルフメディケーション推進に期待される登録販売者』

日本医薬品情報学会 OTC 医薬品情報委員会 スギメディカル 荒井 恵二
スギメディカル 榊原 幹夫、栗林 淳、岡田 啓

登録販売者の位置づけと役割

2006 年の薬事法改正では一般用医薬品 (OTC 薬) の販売制度が激変した。本改正の主な内容は¹、①OTC 薬をリスクの程度に応じて、第 1 類、第 2 類 (指定第 2 類も含む)、第 3 類分類に分類し、区分ごとに販売方法が定められたこと、②薬剤師とは別の新たな専門家として、第 2 類・第 3 類医薬品を販売することができる登録販売者が誕生したこと——の 2 点である。

登録販売者になるには、都道府県知事が実施する登録販売者試験に合格後、勤務する都道府県への販売従事登録が必要であり、受験資格は、実務経験 1 年以上の者とされている。従来の「薬種商販売業」の資格は、今回の薬事法改正施行で 2009 年 6 月で廃止となり、薬種商は登録販売者に移行した。

薬事法改正後、OTC 医薬品を販売する営業時間内は、薬剤師または登録販売者が店舗に常駐することが義務づけられた。登録販売者は、第 2 類・第 3 類医薬品を販売する際の情報提供が努力義務とされ、またこれらについて相談があった場合は対応することが義務となった。

OTC 医薬品販売時のチェック項目²

1. 顧客の背景を理解する

セルフメディケーションにおいて、医薬品を使用する顧客が本当の主役になるためには、生活者が誤った選択をしないように、薬剤師・登録販売者は薬品に関する適切な情報を提供する必要がある。そのためにも、積極的に「よろしければ、お薬の説明をさせていただきます」と声をかけるとよい。

体の具合・調子が悪い時、我慢できる程度は人によって異なるうえに、「何も治療を行わずにそのまましておく人」や、「思い切って、医師や薬剤師に相談する人」などさまざまである。相談内容の裏にある「相談に来るまでのいきさつ (があるかもしれない)」ということも配慮する必要がある。

2. 情報収集 (症状を知る 5 つのポイントの確認)³

医薬品を販売する際には、顧客の意図していることをしっかりと受け止めなければならない。正確な情報収集を行い、症状にあった適切な判断をつけるためには、表 1 の 5 つのポイントの順にヒアリングを行う。

表 1 適切な医薬品販売のための 5 つのポイント

- | |
|------------------------------|
| 1. 誰が使用するのか (年齢、性別、妊娠・授乳の有無) |
| 2. 症状と時期 |
| 3. 今までの対応とその結果 |
| 4. 併用薬・持病の有無 |
| 5. アレルギー・副作用歴の有無 |

(1) 誰が使用するのか (年齢、性別、妊娠・授乳の有無)

来店した人が服用や使用するとは限らないので、まずは「誰が使用するのか」を確認する。特に注意が必要なのは、「使用する人の年齢」と「妊娠・授乳の有無」である。

年齢によっては服用できない医薬品があるため、高齢者や子どもの場合は年齢を確認し、妊娠可能な年齢の女性の場合は、妊娠・授乳の有無を必ず確認する。また、適応が男性のみ、または女性のみ

という医薬品があるので、製品によっては使用する人の「性別」の確認が必要になる。

会話例

「どなたがお薬を使われますか？」

「お客様がお薬を使われますか？」

「お子さまは何歳ですか？」

「失礼ですが、妊娠中や授乳中ではございませんか？」

※妊娠・授乳の有無を確認する際は細心の注意を払う。

(2) 症状と時期

次に、「どんな症状があるのか」、「その症状はいつから続いているのか」を確認する。たとえば、「風邪薬をください」と相談された場合に、具体的にどの症状がづらいのかをしっかりと確認できなければ、多くの風邪薬の中からその顧客の症状に適切な製品の選択ができない。さらに、「熱によく効く風邪薬をください」という場合は、いつからどれくらいの熱がでているのかを確認することで、インフルエンザの可能性に気づくこともできる。

会話例

「いつから症状がありますか？」

「風邪をひいてどれくらいになりますか？」

「どのような症状でお困りですか？」

「どんな症状が一番つらいですか？」

「熱(喉の痛み、鼻水、咳など)はありますか？」

(3) 今までの対応とその結果

相談のあった症状に対して、「なにか対処をしたか」を確認する。使用した薬がある場合は、よく効いたのか、不満だったのかなど、「その結果」も確認する。一度試して効果がなかった薬があれば、違う成分の医薬品を勧めたり、場合によっては受診勧奨する。

会話例

「何かお薬は飲まれましたか？」

「何か試されたお薬はありますか？」

「効果はいかがでしたか？」

(4) 併用薬・持病の有無

①誰が使用するのか、②症状と時期、③今までの対応とその結果——の3つのポイントを確認することにより、症状に合った医薬品を選択することはできる。しかし、「併用薬・持病の有無」を確認せずに医薬品を販売し、それを使用したことで相互作用が起こったり、持病の悪化してしまう可能性がある。それゆえ「併用薬・持病の有無」は、医薬品を安全に使用するために、必ず確認しなければならない(表

2)。慢性疾患で継続的に使用している薬剤だけでなく、急性疾患の治療のために一時的に使用している薬剤、併用する可能性のある常備薬などにも注意する。そのほか、サプリメントなど健康食品にも注意が必要である。お薬手帳を持参している場合は内容を確認するとよい。

併用薬や持病があった場合は、必ず OTC 医薬品や医療用医薬品の添付文書、専門書などによって店頭で扱っている薬が使用可能かどうかを調べ、使用できない場合は受診勧奨するなど適切な対応をとる。また、医療用医薬品を併用しているときは薬剤師が対応する。

表 2 持病がある場合に注意すべき販売例

- 胃・十二指腸潰瘍、気管支喘息の人への解熱鎮痛薬などの販売
- 排尿困難(前立腺肥大)のある人、緑内障の診断を受けた人への抗ヒスタミン成分、抗コリン成分含有製剤の販売

会話例

「現在、病院でお薬はもらわれていませんか？」

「いつもお使いの薬がありますか？」

「一緒に使う可能性があるお薬や健康食品等がありますか？」

(5) アレルギー・副作用歴の有無

アレルギーや副作用を予測・回避するために、「アレルギー・副作用歴の有無」も確認しなければならない。

会話例

「食べ物などのアレルギーはありますか？」

「いままで風邪薬を飲まれて発疹など副作用が現れたことはありませんか？」

「お薬を飲んで、合わなかったことがありますか？」

3. 分析と判断

(1) 分析

表 1 の 5 つのポイントから、まずは、顧客の抱える問題点を整理し、分析する。顧客によって一人ひとり状況は異なるため、さまざまな角度から分析することが大切である。具体的には、以下のような視点で分析を行う。

- ・受診勧奨が必要な症状ではないか
- ・特につらいのはどの症状なのか
- ・症状に合った製品はどれか
- ・使用してはいけない成分・製品はないか
- ・経済的に支障はないか

(2) 判断

受診勧奨の必要性を判断し、店頭で販売している医薬品で対応できない場合は、受診勧奨を行う。

登録販売者の育成

改正薬事法では登録販売者の継続研修が義務化され、資質の向上が明記された。登録販売者は常に新しい情報や教育を受ける必要がある。

1. 一般社団法人日本医薬品登録販売者協会の研修⁴

日本医薬品登録販売者協会(日登協)は登録販売者の資質向上や社会的認知、信頼を高めるためのさまざまな活動を行っているが、主に登録販売者の研修が中心である。日登協では、「最近の薬事行政」や「専門家として知っておくべき知識」などに関する集合研修を定期的に開催している。

2. スギ薬局グループにおける灯籠販売者研修

スギ薬局グループの登録販売者の研修には、「集合研修」と「e-ラーニング」の2つがある。

「集合研修」では、ロールプレイングを中心に実施。登録販売者役・顧客・観察者役の疑似体験をしながらお互いを高め合い、適切な医薬品選択、また顧客満足の向上を実現できる接客などを目的としている。一方、「e-ラーニング」は知識習得が目的であり、各テーマに対し6つのステップを用意し、わかりやすい接客事例映像(模範例・悪い例)およびそのポイント解説によって、販売の流れと接客スキルを効率的に学べるように配慮している。

登録販売者に期待される役割と将来像

登録販売者が販売してよいのは、第2類・第3類のみであるが、繁用される製品のほとんどは第2類であることから、登録販売者は地域医療の最前線を担うといっても過言ではない。地域住民に対して、セルフメディケーションを適正に推進する役割が登録販売者に期待される。特に、表3に示す8つの役割が登録販売者に望まれている⁵。

表 3 登録販売者の役割

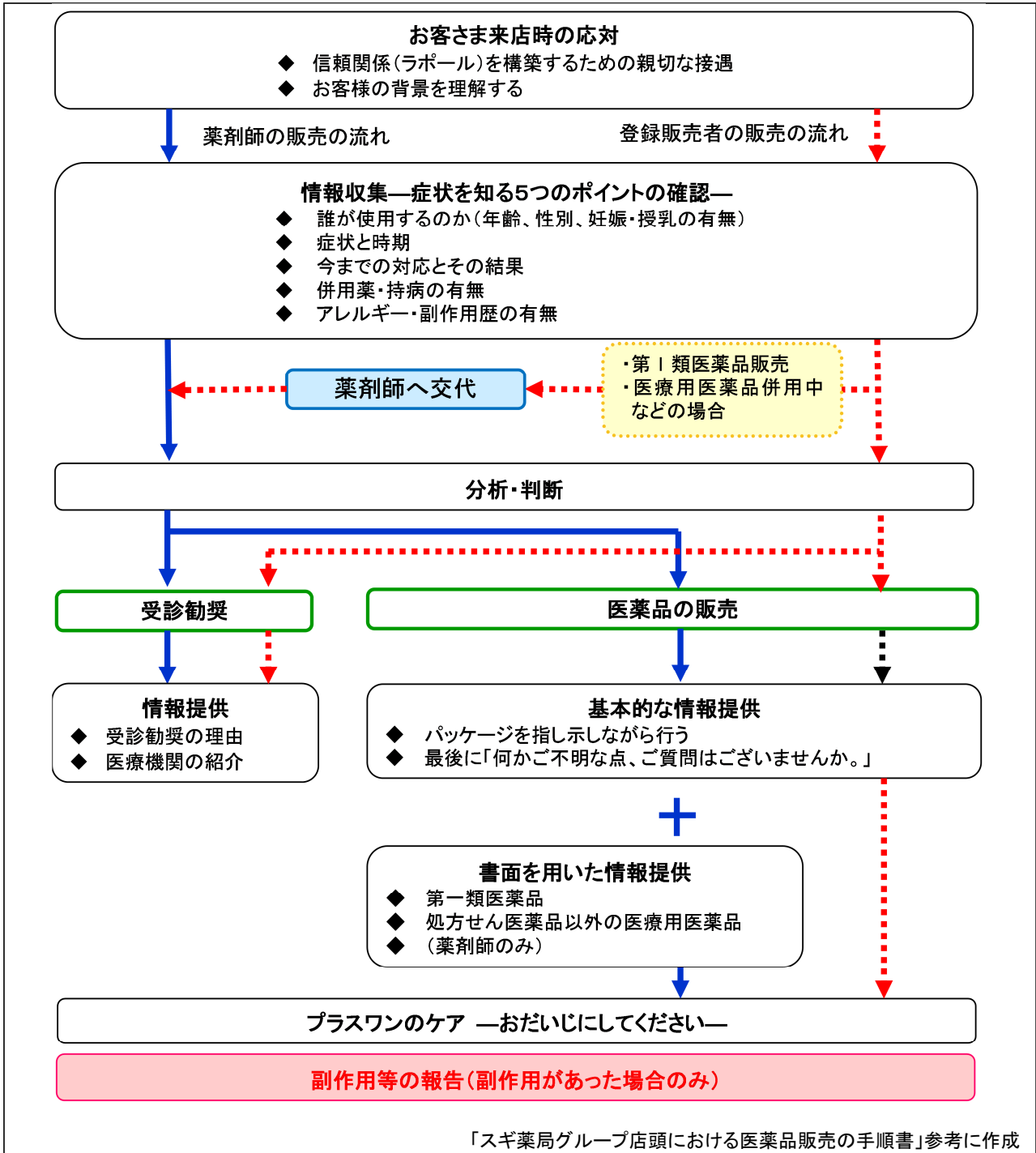
1. 地域との連携
2. 情報の収集
3. 情報の提供
4. 法律の熟知
5. 薬剤師や地域医療機関との連携
6. 店舗管理
7. 教育
8. 地域医療への貢献

[へるなび: 提言! 登録販売者がなすべきこと(<http://www.hc-navi.jp/genki-chorei-report/gcr20110221.html>)を参考に作成]

おわりに

現在約 10 万人の登録販売者がいるなか、今後は医薬品を中心としたスキルの習得に留まらず、登録販売者の「レゾナントル」(存在意義)を育てていくことも重要と思われる。薬剤師が「顔の見える薬剤師」を心がけているように、登録販売者も「顔の見える登録販売者」を目指してほしい。

表 3 の登録販売者の 8 つの役割は、地域薬局薬剤師にも指摘されている。登録販売者と地域薬局薬剤師は密接に連携し 8 つの役割を果たすことによって、地域にあったセルフメディケーションの推進に貢献することが期待される。まとめとして、図に薬剤師・登録販売者を対比させた医薬品販売時のフローチャートを示す。



「スギ薬局グループ店頭における医薬品販売の手順書」参考に作成

図 医薬品販売のフローチャート

参考文献

- ¹ 厚生労働省ウェブサイト(<http://www.mhiw.go.jp/bunya/iyakuhin/ippanyou/index.html>)
- ² スギ薬局グループ店頭における医薬品販売の手順書
- ³ 堀 美智子・監: OTC ハンドブック 2008-2009, 学術情報流通センター, pp29-31, 2008
- ⁴ 日本医薬品登録販売者協会ウェブサイト(<http://www.nittokyo.jp/>)
- ⁵ へるなび: 提言! 登録販売者がなすべきこと(<http://www.hc-navi.jp/genki-chorei-report/gcr20110221.html>)
- ⁶ 平成 22 年度 スギ薬局 ヘルスケア研修テキスト(テキスト No.3)

※『調剤と情報 2011(vol.17 No.8)』に掲載した原稿を著者および株式会社じほうの許諾を得て改変しました。