

平成24年度 卒業研究論文

副作用を適切に伝えるには

日本医歯薬専門学校

登録販売者学科Ⅰ部

並木 石井 佐々木

高橋 吉田

目 次

1. 序論	3
2. 目的	4
3. 研究方法	
3. 1) 3カ国のCMと日本のCMの比較調査	5
3. 2) 校内薬の副作用アンケート	6
3. 3) 登録販売者突撃調査	7
4. 4) ツイッター拡散、お気に入り調査	8
4. 研究結果	
4. 1) 3カ国のCMと日本のCMの比較調査	9
4. 2) 校内薬の副作用アンケート	10
4. 3) 登録販売者突撃調査	11
4. 4) Twitter 拡散、お気に入り調査	12
5. まとめ	13
6. 考察	14
7. 図・表	16
8. 和文要旨	23

1.序論

まず初めに卒業研究のテーマの話し合いのころを振り返ろうと思う。

最初に出てきたのはクレームについて。クレームはどんな時に来るのか、クレームを言うお客様の心理はどうなのか、クレーム客からリピーターになるのはどういう場合なのか。「売価違いを無くす」こと、「プレートのずれを直し、売価の勘違いを減らす」など様々な意見が出た。しかしなかなかテーマが決まらず、店側の視点ではなく一度消費者目線で考えてみようとなり、「お客様へ来店回数でプレゼントを用意する」や「混雑時におけるサービス」など新たな意見が多数出た。この話し合いの中でふと「薬の添付文章の副作用についての項目を気に留めているお客様はいるのだろうか。」という疑問が浮かび、「薬の副作用について」という最初のテーマが決まった。

そこから、調査結果により、「お客様にいかに副作用を広めるか」に変更。さらに、むやみに広めてお客様に薬は危険なもの、という認識を植え付けてしまうのも良くないということで、現在の「副作用を適切に伝えるには」というテーマにまとまった。

2.目的

これから登録販売者として店頭に立つにあたり、お客様にどのように薬の使い方やリスクを伝えていくかを考えることを目的とする。

登録販売者はお客様の同時に購入される薬についての飲み合わせに関するアドバイス、現在服用中の薬との飲み合わせの確認等を医療従事者としてもっと積極的に行っていくことがお客様からの信頼に繋がると考えるからだ。

現在の薬事法では第二類医薬品の情報提供は努力義務、第三類医薬品に関しては薬事法上の情報提供に関する定めはないが、情報提供を義務付けるくらいにした方が未然に防げる事故は増えるのではないかと思う。

しかし実際現場にいる登録販売者は、普段あまり対応しないであろう副作用についての知識は少ないように思える。

そこで仮定を「登録販売者は副作用に関する情報提供を適切に行えていない」とおき、調査を試みた。

3.研究方法

1) 3カ国のCMと日本のCMの比較調査

まず薬の副作用についての認知度を知るため、世界のCM調査をした。

調査方法としては某動画サイトで各国の薬のCMを検索。日本のCMと比較検証する。

調査対象国はアメリカ、中国、ドイツ。

日本の薬に関する副作用認知度が低いと感じられ、ならば日本以外の国では認知度は高いのだろうか、高いのならばどのような情報伝達が認知度を高めているのか疑問に感じ、調査した。

薬の情報源として最も印象に残りやすく、身近で様々な年齢層の目に入るCMを選択。

3. 研究方法

2) 校内薬の副作用アンケート

日本医歯薬専門学校内の薬の販売に直接携わっていない「医療秘書科」、「歯科衛生士科」、「子ども心理科」の一年生総勢 103 名にアンケートを実施（アンケートは P15 に掲載）

2 年生になればある程度の知識がついて副作用についてもわかる人が多いかもしれないが、1 年生ならば知識も浅く、薬に関する知識が乏しい人に近いアンケートが取れるのではないかと思い、実施。

医療系専門学校に入学している人ならばある程度の知識があると予想し、もし結果で副作用について全く知らない人がいれば、薬に関する知識が乏しい方ではさらに知らない人が多いと予想できるはずだ。

3.研究方法

3) 登録販売者突撃調査

ドラッグストアで仕事中の登録販売者に薬に関する知識があることを隠して「バファリンの重篤な副作用」について質問し、病名、症状ともに答えられるかを調査する。尚、登録販売者不在の場合は薬剤師に調査した。

質問の例は以下の通りである。その場によって臨機応変に対応。

「いつもバファリンを飲んでいるんですけど、この前薬について勉強している友達からバファリンも重い副作用…重篤？なのがあるって聞いたんですけど、どういうものなんですか。」

副作用名はスティーブンスジョンソン症候群に統一し、喘息は他の薬でも起こり、有名なため除外。他の副作用名を答えられた場合はその副作用だけなんですか、と確認した。

調査地域は駅周辺にドラッグストアが密集し、かつ通行人も多い「吉祥寺駅付近」、更に人通りの多い「新宿駅付近」、地元に住んでいる人が多く集うような過疎地域「国分寺駅など」、合計 19 店舗を調査。対象ドラッグストアは定めず、調査地域の様々なドラッグストアで同様の質問をした。

3.研究方法

4) Twitter 拡散、お気に入り調査

Twitter 上にて、ドラッグストアの店員の登録販売者に薬の相談をしたいと思うか、という内容の調査をした。

2日間リツイートで多くのユーザーに拡散して頂き、相談したいという方にはお気に入り登録して頂いて集計。

相談したい方もしたくないという方にも意見を頂ける人にはリプライで理由をお聞きした。尚プライバシー保護のためアカウント名やIDは未公開とする。

4. 調査結果

1) 3カ国のCMと日本のCMの比較調査

まずアメリカのCMの特徴、表現が大げさで効果や効能についてはわかりやすい、訴訟防止か注意事項が長い。

ドイツのCMの特徴、効能効果を雰囲気で表しているのか野原でピクニックしている家族、全体的に爽やかなCMが多い、法律で諸注意を必ず伝えなければならないらしく、早口でナレーションしている。

中国のCMの特徴、宣伝のためか歌って踊る。中国では出演する医者は本物の免許を持った医者でないと駄目らしい。

この結果に対して日本のCMの特徴は、効能効果が抽象的、なんとなく効きそうなグラフィック、ほとんどのCMが薬の用途のみで服用方法などはない、薬剤師または登録販売者にご相談くださいで終わらせている。

総合的に見ると日本のCMが一番無難に見えた。しかし薬についての詳細は添付文章や各製薬会社のホームページに載っているとはいえ、どれだけの人が目を通すのか。宣伝ばかりでなく危険性を訴えるようなCMがあっても良いように思えた。

4.調査結果

2) 校内薬の副作用アンケート

まとめた表はP16に掲載。

一般薬に副作用はないと思っている人、医療秘書科 36.4%、歯科衛生士科 21.3%、子ども心理科 23.1%。

死亡するような副作用は医療用医薬品にしかないと思っている人、医療秘書科 46.2%、歯科衛生士科 50%、子ども心理科 25%。

薬の使用方法を考えない人、医療秘書科 6.1%、歯科衛生士科 4.3%、子ども心理科 21.7%。

それぞれの学科の人数が違うため比較は難しいが、やはり副作用に対する認知度は低いことが分かった。

4.調査結果

3) 登録販売者突撃調査

質問した登録販売者及び薬剤師 22 名中、病名、症状を答えたのは 7 名のみ。立てた仮説は正しいと言えるのではないか。

調査結果を図にまとめてみると、吉祥寺駅付近、新宿駅付近のような店舗集中地域の回答率が低く、国分寺駅などのそうでない地域の方が回答率が高いように見える。過疎地域の方が常連客の多い分知識がつくのだろうかと推測した。(図は P17, 18)

減多に起こらない副作用とはいえ、店頭に登録販売者がわからなければ、お客様はもっとわからないだろう。そうして安易な薬の使用、間違った服用方法をしてしまうのではないか。

4.調査結果

4) Twitter 拡散、お気に入り調査

合計 RT 数 26 名（自分も含めて）、26 名の平均フォロワー数が 233 人（小数切り上げ）、単純計算で 6053 人の目に入ったことになる。

内、相談したいことを示すお気に入り数はたった 9 名。

比較的人の多い 22 時前後を狙ったが、タイムラインに埋もれてしまったなどを考えるとこの拡散希望ツイートを見てくれた方の人数はより少なくなることが予想される。正確な数値は出ないが、意見を多数頂いたため、後に掲載する。（意見まとめは P19,20）

相談したい派の意見としては薬の成分について調べてもよくわからなかった場合、自分で考えて選ぶのが面倒な時、素人の勝手な判断より聞いた方がいい、などが多数。

逆に相談したくない派は、普段は薬は飲まずに酷かったら病院に行く、自分の症状を医者以外に話したくない、高いものを買わされそうで嫌だ、市販薬如きでいちいち相談はしない、など。

相談したくない派でも、ちょっとの疑問なら聞けたら嬉しいという声もあった。

5.まとめ

今回の調査で、情報公開の仕方の問題点、薬の副作用の認知度の低さ、専門家である薬剤師、登録販売者の知識不足、登録販売者があまり信頼されていないということが分かった。

調査結果の中で問題に感じたのはやはり薬剤師や登録販売者の副作用に関する知識の少なさに関してである。

もちろん世の中には多くの知識を持つ登録販売者もいるだろうが、適当なことを答える登録販売者が店頭に立っていると思うと恐ろしい。

そして Twitter 調査で、風邪をひいたらすぐ病院という人も多かったため、セルフメディケーションはまだまだ浸透していないということをしみじみと感じた。

そして登録販売者は信用できないという意見は、この資格があまり浸透していないということもあるかもしれないが、世の中にこういったホスピタリティのない登録販売者がいるからではないかと感じた。

6.考察

卒業研究の中で4つの研究を行ってきたが、最も考えさせられたのは突撃調査で明らかになった登録販売者、薬剤師の副作用に関する知識不足である。

滅多に聞かれないであろう重篤な副作用に限っているこの調査結果から知識不足だと言い切るのは難しいが、薬に関する専門家がこのような結果であったことに不安を感じた。お客様が相談したいときに適切な情報提供ができないようであれば薬に関する専門家としての資格の意義がなくなってしまう。

斯く言う私も登録販売者として現場で働いていく中で同じような相談を受けたならと考え、正直すぐに的確な返答ができる自信はない。この調査結果は登録販売者、薬剤師の副作用の知識不足を浮き彫りにしただけではなく今後の私自身の課題も示すものとなった。

卒業研究全体を通して強く思ったのは、今後登録販売者として副作用に限らずより知識を深めていきたいということ。論文には転記していないが、現場用マニュアルについて検討していたこともあり、その中で薬の効果効能、副作用、アドバイスがわかりやすくまとま

っている登録販売者用のすばらしいマニュアルが多く既出していることを知った。また私たちの提案として薬に関することで受けた質問、疑問に思ったことなどをまとめられる「振り返りメモ」というものを作った。

研究の中でこのように気持ちの面でも資料の面でも今後の土台作りはできた。今後は研究の中で学んだことを活かせるよう、資格だけに満足せずお客様に適切な情報が伝えられる登録販売者になりたいという気持ちを忘れずに、日々成長していきたい。

7.図・表

1) アンケート用紙表面

薬の副作用について

日本医歯薬専門学校
登録販売者学科1部2年
ドラッグストア専攻2班

卒業研究に関するアンケートです。ご協力お願い致します。

学科 () 専攻 () 学年 ()

当てはまるところに丸をつけてください。

10代～20代・30代～50代・60代～

男性・女性

Q1、風邪をひいたらすぐに病院に行きますか？

はい / いいえ

はいの方は Q4 へ

いいえの方は Q2 へ

Q2、Q1 で いいえ と答えた方に聞きます。

ドラッグストアの薬(一般用医薬品)で治しますか？

はい / いいえ

はいの方は Q4 へ

いいえの方は Q3 へ

Q3、Q2 で いいえ と答えた方に聞きます。

風邪をひいても薬には頼らないですか？

はい / いいえ

～次はそのまま Q4 へ～

Q4、ドラッグストアの薬(一般用医薬品)にも副作用があると思えますか？

はい / いいえ

はいの方は Q5、Q6 へ

いいえの方は Q7 へ

Q5、Q4 で はい と答えた方に聞きます。

あなたが知っている副作用名や症状に関することを教えてください。

()

～次はそのまま Q6 へ～

裏面へ続く

7.図・表

1) アンケート用紙表面

Q6、Q4で はい と答えた方に聞きます

ドラッグストアの薬(一般用医薬品)の副作用で死亡例は
あると思いますか？

はい / いいえ

はいの方は Q8 へ

いいえの方は Q7 へ

Q7、Q4・Q6で いいえ と答えた方に聞きます。

はい / いいえ

薬の副作用で重いものは抗がん剤などの強い薬だけだと思
いますか？

Q8、ドラッグストアで薬を購入するとき、登録販売者が薬剤師に相談しますか？

必ずする / するときもある / しない

必ずする方、するときもある方は Q9 へ

しないという方は Q10 へ

Q9、必ずする か ときもある と答えた人に聞きます。

それはどのようなときですか？

()

Q10、ドラッグストアの薬を組み合わせで飲みますか？(例、風邪薬と頭痛薬を一緒に飲む)

はい / いいえ

はいの方は Q11 へ

いいえの方は Q13 へ

Q11、Q10で はい と答えた方に聞きます。

ドラッグストアの薬を組み合わせで飲むときは、店の人に相談したり、添付文章を読んだり、
自分で調べてから飲みますか？

はい / いいえ

はいの方は Q13 へ

いいえの方は Q12 へ

Q12、Q11で いいえ と答えた方に聞きます。

その理由を教えてください。

()

Q13、薬のパッケージの裏や、添付文章は目を通しますか？

両方見る / パッケージのみ見る / 添付文章のみ見る / 両方見ない

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました！

7.図・表

2) アンケート結果

	医療秘書	歯科衛生士	こども心理
一般薬に副作用はないと思っている人(Q4)	36.4%	21.3%	23.1%
死亡するような副作用は医療用の薬にしかないと思っている人(Q7)	46.2%	50%	25%
薬の使用方法を考えない人(Q10)	6.1%	4.3%	21.7%

7.図・表

3) 登録販売者突撃調査結果表①

第一回、吉祥寺調査

登録販売者薬剤師突撃調査結果		
対象店	結果	
S社 アトレ	△	
S社 南町	×	薬剤師
M社 大正	△/×	2人登販
M社 サンロード	○	
K社	△	
S.I社	○	薬剤師
S.G社	×/△	
S社 ダノヤ	△	
○社	×	

7.図・表

3) 登録販売者突撃調査結果表②

第二回、過密地域、過疎地域調査

登録販売者薬剤師突撃調査結果		
対象店	結果	
M社 新宿東口店	△	
M社 新宿三丁目店	×	
S社 新宿東口	△	
S社 新宿南口	△	
R社 新宿店	○	
M社 仲宿	○	薬剤師
S社 巣鴨	○	
S社 三鷹南口	△/○	登販/
M社 国分寺駅ビル	×	
R社 国立	○	薬剤師

7.図・表

4) Twitter 上で集まったご意見

【相談すると答えた人】

・ 売薬で済ませる場合は必ず相談しますね。止めたい症状を説明して薦められた中にセール品とかあればそっちを買います。

・ 同じ薬で液体タイプとクリームタイプの二種類があればどちらを使えばいいか、とか。似たような薬ばかりで選べない時や飲み合わせについて聞いたことはあるわ

・ 薬は大体ネットで調べてから買いに行きますが、自分で調べても効果等が分からなかったり緊急的に必要になった場合は相談したいと思いますね。

・ 私はちょっとした相談事なら相談したいと思いますね。確かに専門家に聞けと言われてしまえば済む話なのですが、なんというか病院に行くまでという程度ではないので薬局など身近な所で買いますね。長く続く違和感なら流石に病院に行きますが。

・ 素人の勝手な判断より聞いた方がいいから聞くかな。

・ 自分で考えるのは面倒だから、分からないことがあったらすぐに店員に尋ねるよ。登録販売者って言われたら何の疑いもなく正しい知識を持った人だと思ってさだろうな…ただ、基本的に薬は体を治すものじゃなくて騙すものだと思うてるから酔い止めくらいしか買ったことないなあ…

・ 私は相談したいです。病院に行くほどでもないかな、病院に行ってもいけない、というときにドラッグストアに薬を買いに行っても自分では何を買っているかも分かりませんし、少しでも薬の知識がある方の意見がほしいので…

【相談したくない人】

・ コントクトの保存液買う以外、ドラッグストアに行かないのですが…相談というか、ちょっとした疑問とかを店員さんに聞けたら嬉しいですね。が…つつり相談したいなら病院で聞くかなあと。病院もあまり行かないのですが…曖昧な

答えで申し訳ないです。

・相談はしないかな。昔から市販薬如きで店員になんか聞かないからな。買うの決まってるし。

・したいかしたくないかとはずれるかもしれませんが、症状が本当に辛かったら病院に行くので相談することはないです。個人的にはドラッグストアにおいて薬剤師さんと登録販売者の違いをあまり意識してません。

・姉と母に聞いてみたんだけど、販売者だとあまり信用出来ない、高いものを買わされそうって理由で相談はしたくないみたい。で薬剤師なら信頼できる、だそうです

・薬の相談ってことは自分の症状を話すことになるんでしょ？医者じゃない人に話すのはちょっと…

・目薬買いたいんですけどどれがおすすめですか？くらいは聞くかな。

・自分は軽い症状とかだったら相談するかもな派です、市販の薬選びのアドバイス的なニュアンスです。ちょっとややこしそうな症状だったりわざわざ相談しに行くなら医者に行くかな？個人的には薬はあまり服用しないので普段お世話にはなりません。

9.和文要旨

はじめに、この研究はお客様が薬の副作用について気にしているのか、という疑問から始まった。最初の時点のテーマは「薬の副作用について」研究が進むにつれ、「副作用を適切に伝えるには」に変化。

この研究はこれから登録販売者として店頭に立つにあたり、お客様にどのように薬の使い方やリスクを伝えていくかを考えることを目的とする。

調査は「3カ国のCMと日本のCMの比較調査」、「校内薬の副作用アンケート」、「登録販売者突撃調査」、「Twitter 拡散お気に入り調査」の4つを行った。

まず「3カ国のCMと日本のCMの比較調査」ではそれぞれの国のCMの良さと日本のCMの良さが分かり、改善点として、宣伝だけでなく、薬の危険性についてもCMで流すべきなのではないかという意見が上がった。

「校内薬の副作用アンケート」では日本医歯薬専門学校の薬の販売に直接携わっていない「医療秘書科」、「歯科衛生士科」、「こども心理科」の1年生に薬の副作用についてのアンケートを実施。

結果は医療系専門学校でも副作用に関しては認知度が低いということが分かった。

「登録販売者突撃調査」は吉祥寺駅周辺、新宿駅周辺の過密地域、三鷹駅周辺、国分寺駅周辺の過疎地域の大きく分けて2つであり、それぞれで一般客を装いバファリンの重篤な副作用について質問した。尚、登録販売者不在の場合は薬剤師を調査することとする。結果は過半数が病名、症状どちらかを答えられず、両方答えられない薬剤師もいた。

最後に「Twitter 拡散お気に入り調査」は、Twitter 上でドラッグストアの登録販売者に薬の相談をしてみたいか、という内容でリツイートしてもらい、相談したい人はお気に入りに加えてもらい集計した。また、可能な人にはリプライにて意見を頂いた。結果は多数が登録販売者に薬の相談はしたくないという結果になり、病院に行くまでもない不調ならば相談してもいいという意見が多く集まった。

まとめとして今回の調査で分かったことは情報公開の仕方の問題点、薬の副作用の認知度の低さ、専門家である薬剤師、登録販売者の知識不足、登録販売者があまり信頼されていないというこ

とである。

この調査結果を踏まえ、努力を怠らず日々成長していける登録販売者でありたいと思う。