

# 薬局で実施した地域イベント(イベント名:薬局へ行こうウィーク)における参加者と薬局スタッフの行動変容の考察

○平澤 秀和1)、井上 拓民2)、津久井 律子3)

- 1) おおご調剤薬局 2) 株式会社 折り鶴
- 3) サンライズファーマシー



## 【目的】

平成25年より当薬局患者向け健康イベントを独自で行っていたが、薬局内掲示やチラシなどを作成してもなかなか動員が難しい状況であった。またスタッフの取り組み体制も不十分で一部のメンバーの特別な関わりとして薬局内で実施されていた。そこで平成29年6月1日から7日までに実施された全国的な取り組みの「薬局へ行こうウィーク」として参加することにより一体感をもってスタッフの地域活動への参加意識を高めることが出来ると考えた。

## 【方法】

イベント実施に当たり、栄養相談・検査値測定に焦点を絞りその項目において薬局で出来ることを考えた。スタッフミーティングで以下の2点を行うこととした。

1) 健康食品の試食会(黒酢玉ねぎの試食会)  
赤玉ねぎをスライスし、黒酢に2時間つけたものを来局者に提供。1日30~40食を用意。

2) 血管機能測定会  
血管機能を測定することができる血圧計を用意。血管の硬さを評価するAPI・AVIという指標を用い、動脈硬化の病識、食生活、運動面での指導を行った。

1)2)ともに開局時間内で希望者に実施。



イベント当日の入りの様子



黒酢玉ねぎの試食の様子



使用した血管機能測定機器



イベント当日の店内の様子

## 【結果】

1)の参加者は1週間で計154名。味や見た目に関して、非常に好評だった。

2)の参加者は1週間で計86名。測定が気になっていた方もおり、処方箋なしでの来局者が1週間で計14名だった。測定者の年齢層(図1)と男女比(図2)。イベント終了後も、黒酢を定期的に購入する方が増えた。

また、弊社は前橋市内に全6店舗を展開しており、当薬局以外の5店舗も同期間で様々なイベントを行った。中でも、サンライズファーマシーにおいては、当薬局と類似のイベントであったが、血管機能測定会が特に好評で測定者が185人だった。

## 【考察】

今回の健康イベントによって、スタッフのOTCや健康相談に対する意識が変わり、積極的に声掛けをするようになった。またイベントの延長上で黒酢の試飲を行ってはどうかというスタッフからの提案があり、スタッフの自発的な関わりが顕著に表れた。

健康サポート薬局制度も始まり、薬局の地域活動の重要性が益々高まっていく中で、薬局個々で実施項目を考えることはハードルが高い。全国的なイベントということでスタッフや来局者の参加への敷居を低くすることで活動への意識が変わることが証明された。今後はグループ薬局間でも情報を共有し、さらに全国の薬局の取り組みも参考にし、当薬局に最適なイベントを開催するためにスタッフとのミーティングを定期的に行っていく。

## 【利益相反】

本研究における利害関係のある製薬企業・医療機器関連企業はございません。

図1 測定者の属性

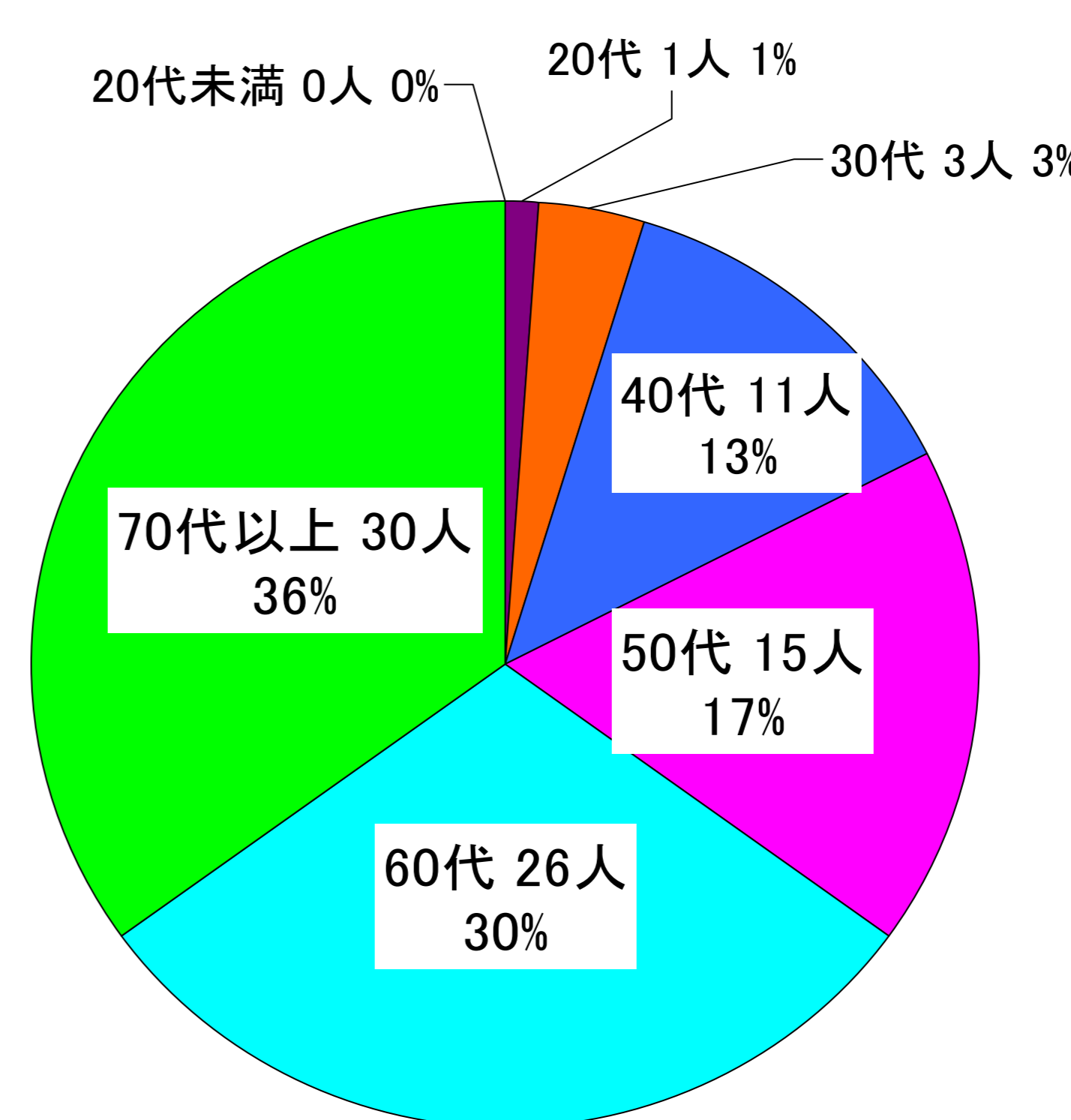
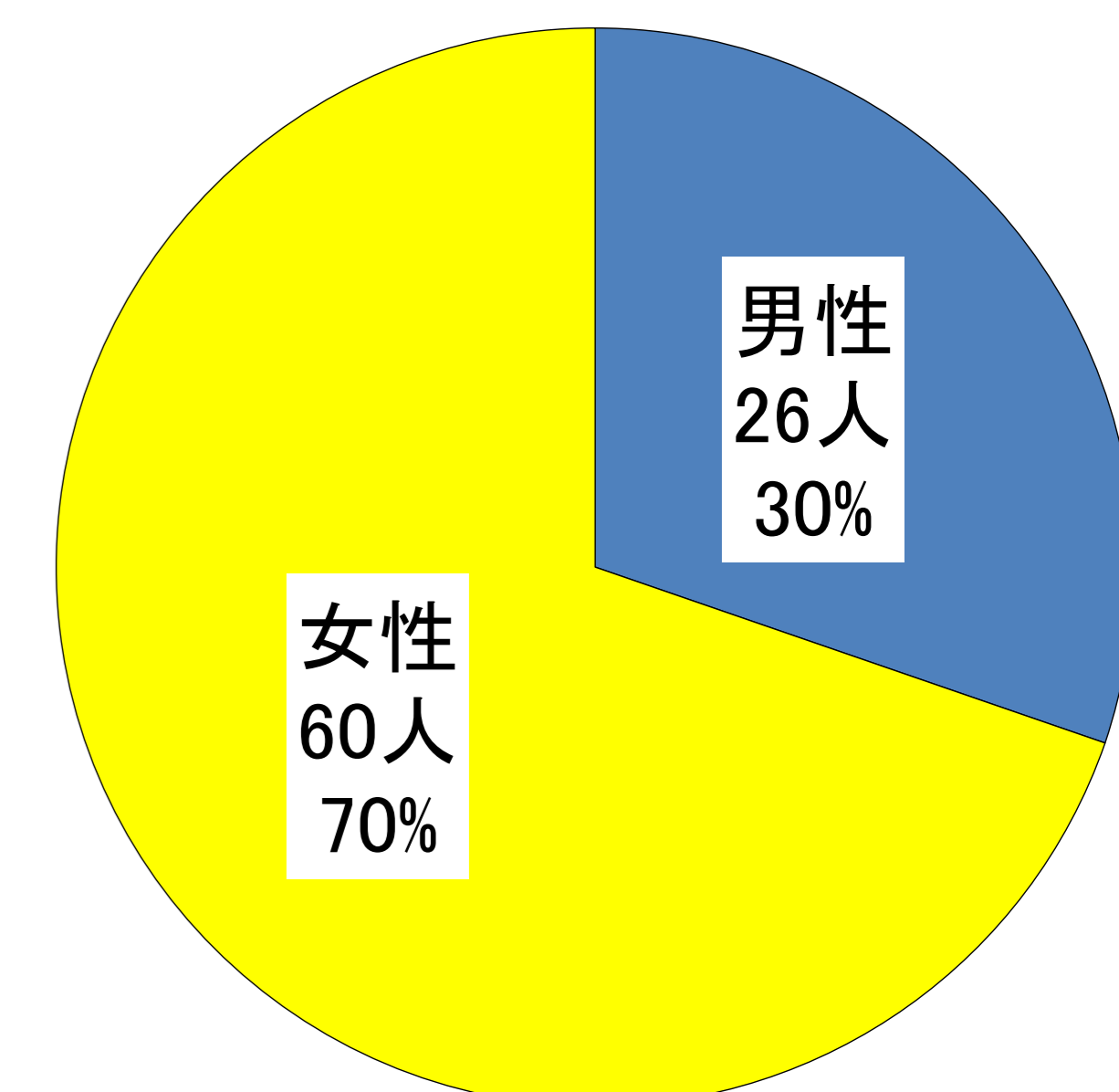


図2 測定者の男女比



### 患者さん・スタッフのフリー回答

<患者・来局者>

- ・健康相談を気軽に出来てよかった。
- ・また他のイベントもやって欲しい。
- ・自宅でも黒酢玉ねぎ作ってみます。

<スタッフ>

- ・患者さんが普段の投薬時よりもたくさん話をしてくれました。
- ・黒酢を継続的に購入する患者さんが増えてやりがいがある。