

薬局における地域イベント(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

○水 八寿裕 1)、林 恵子 2)、三上 明子 3)

- 1) (株) 実務薬学総合研究所 2) (株) クラスAネットワーク
3) 明治薬科大学薬学部



【目的】

ドイツで制定されている薬局の日をモチーフに個店の薬局を中心としたメンバーで薬局へ行こうウィーク実行委員会(委員長: 水野和美 長崎県長崎市丸一薬局)が結成された。地域に根差したセルフメディケーションの活動の場としての薬局や薬剤師の地域活動を改めてアピールすることを目的にイベント運営を行った(イベント期間は6月1日~6月7日)。その成果を確認するためにはアンケート調査を行うのが適当と考えた。

【方法】

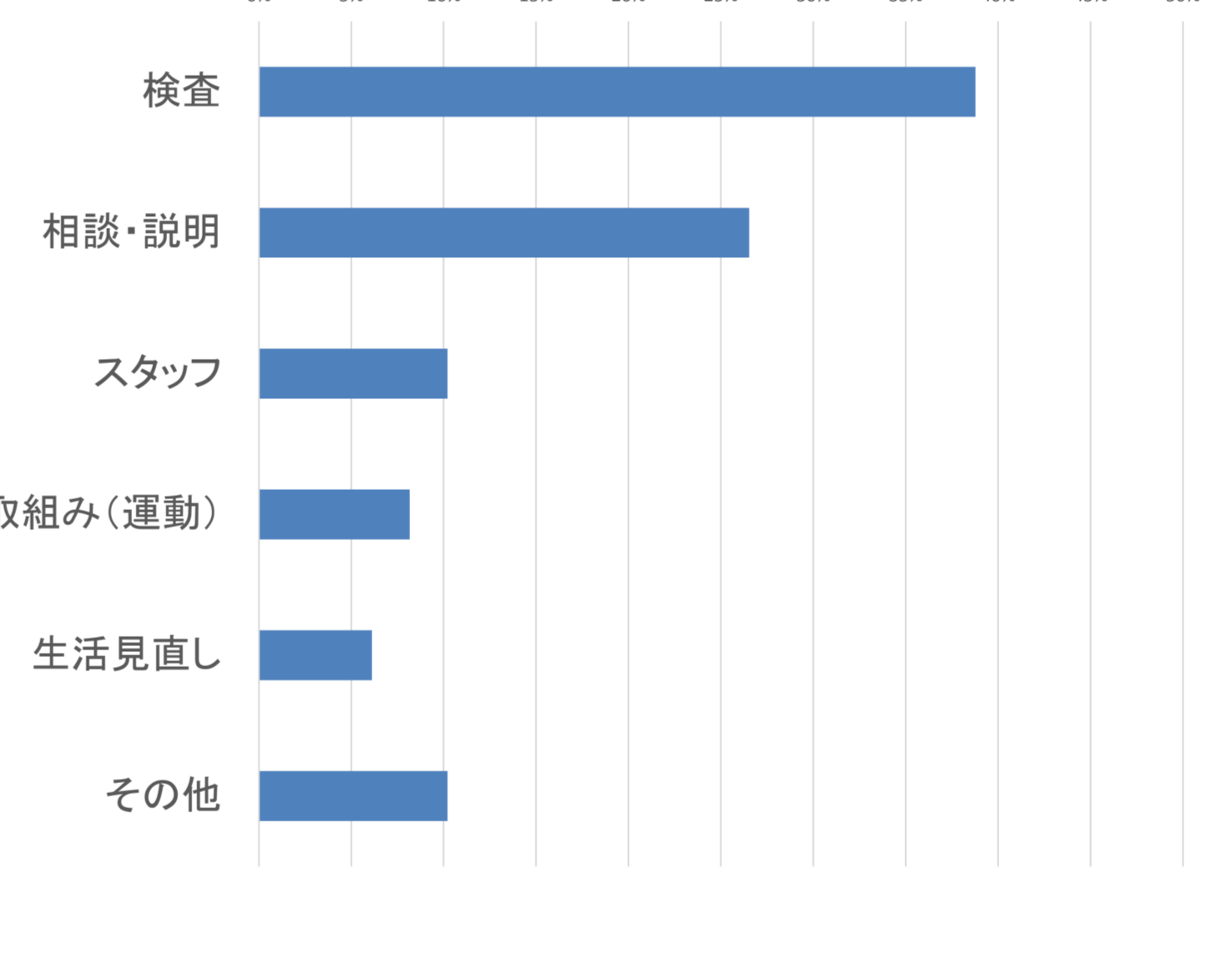
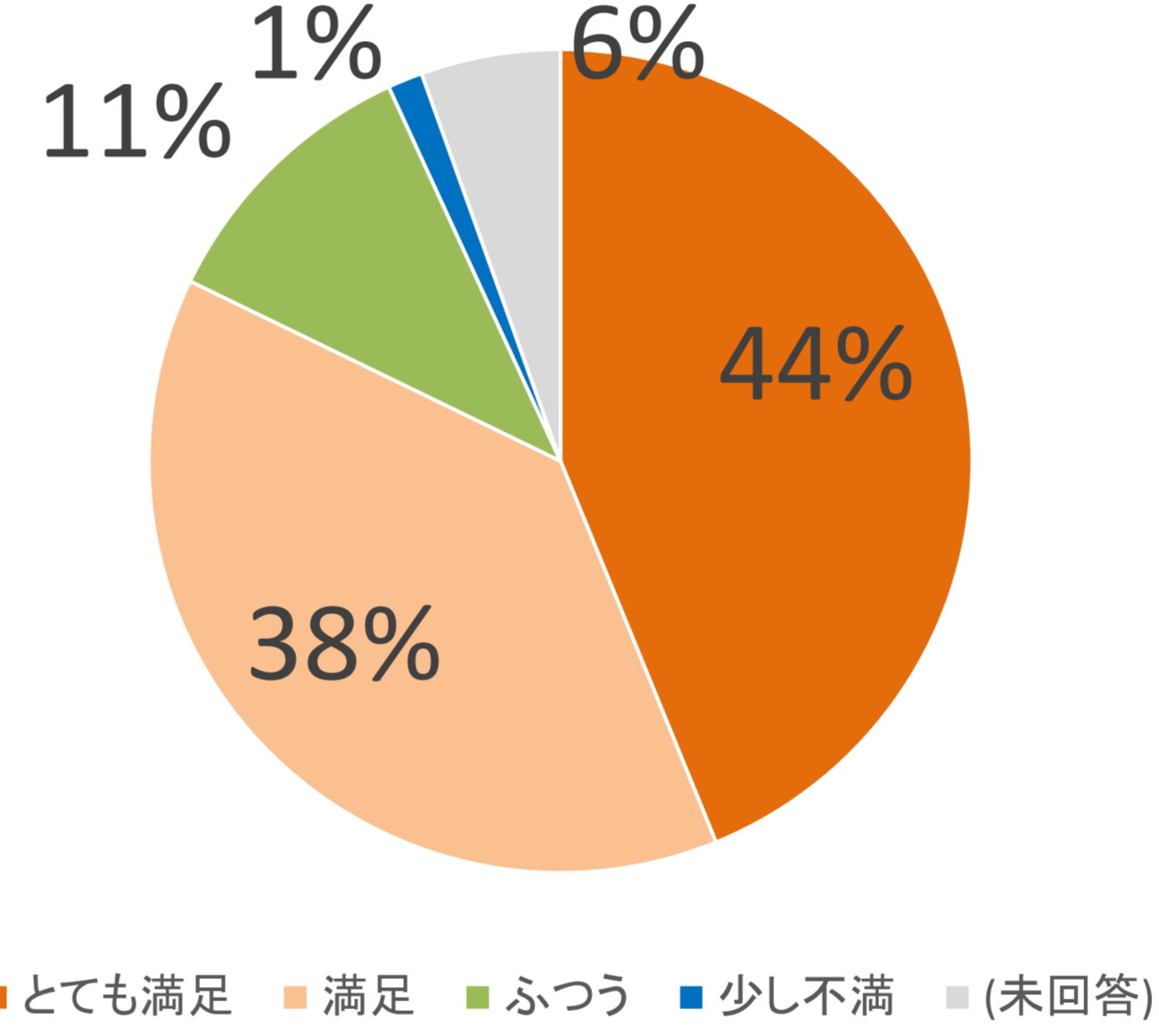
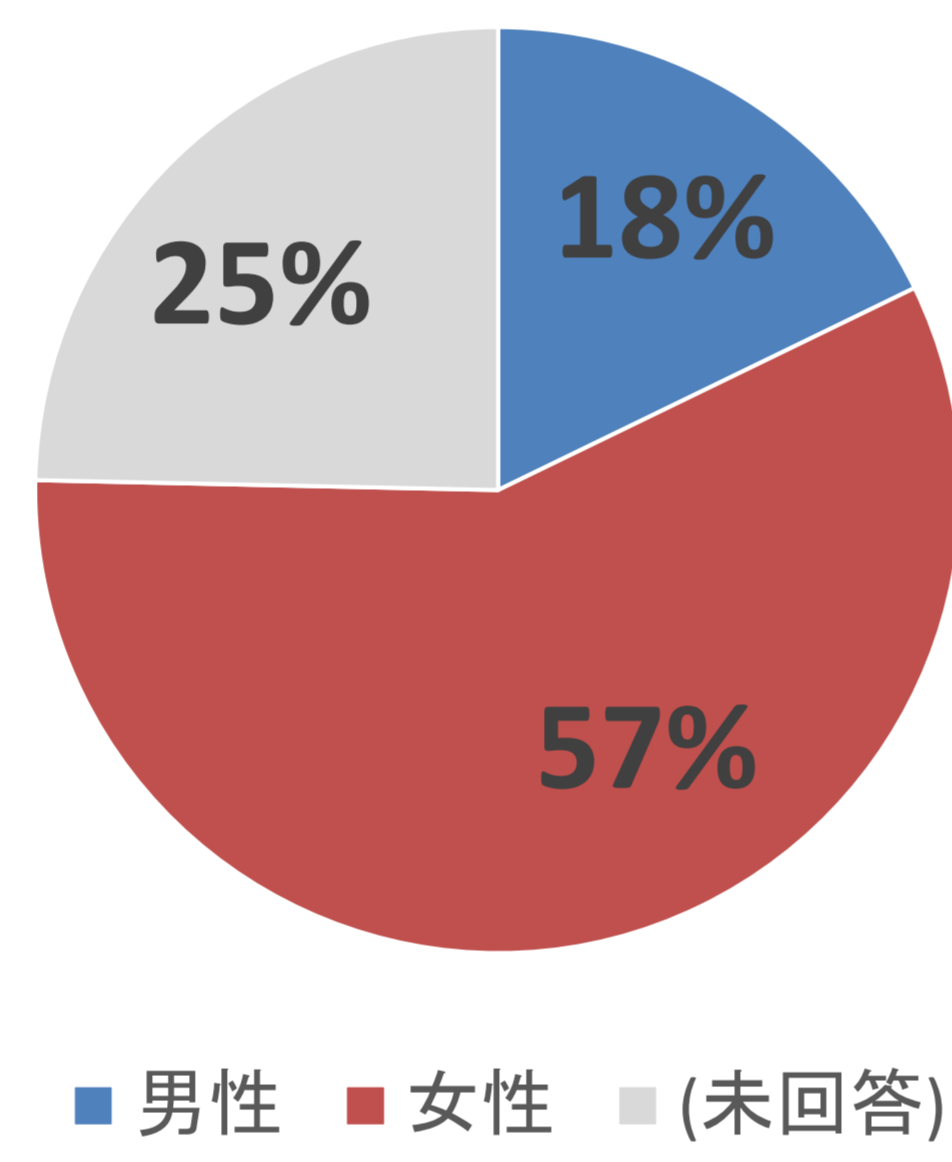
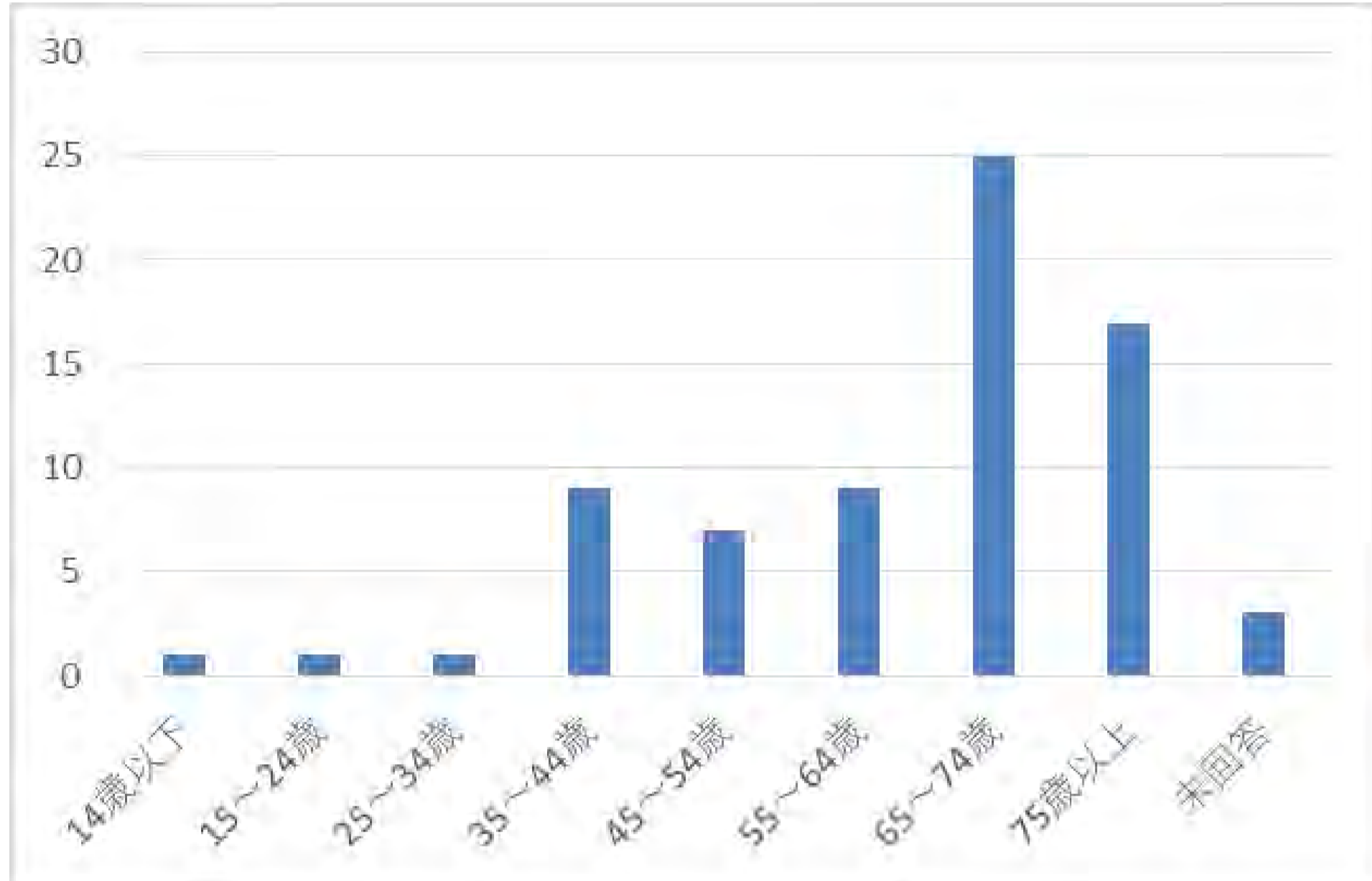
各薬局では薬局へ行こうウィークの実実施計画を検討し各店舗にて事前に準備した作成した患者・来局者向けアンケートおよびスタッフ向けアンケートにて効果の検証を行った。

1) 患者・来局者向け調査方法は、アンケート調査とし、自記式調査票の郵送発送・回収とした。調査時期は平成29年6月。調査客体、薬局へ行こうウィーク参加392薬局の中より協力を依頼し実施した。

2) スタッフ向け調査方法は、WEBおよび自記式調査票の郵送発送・回収とした。

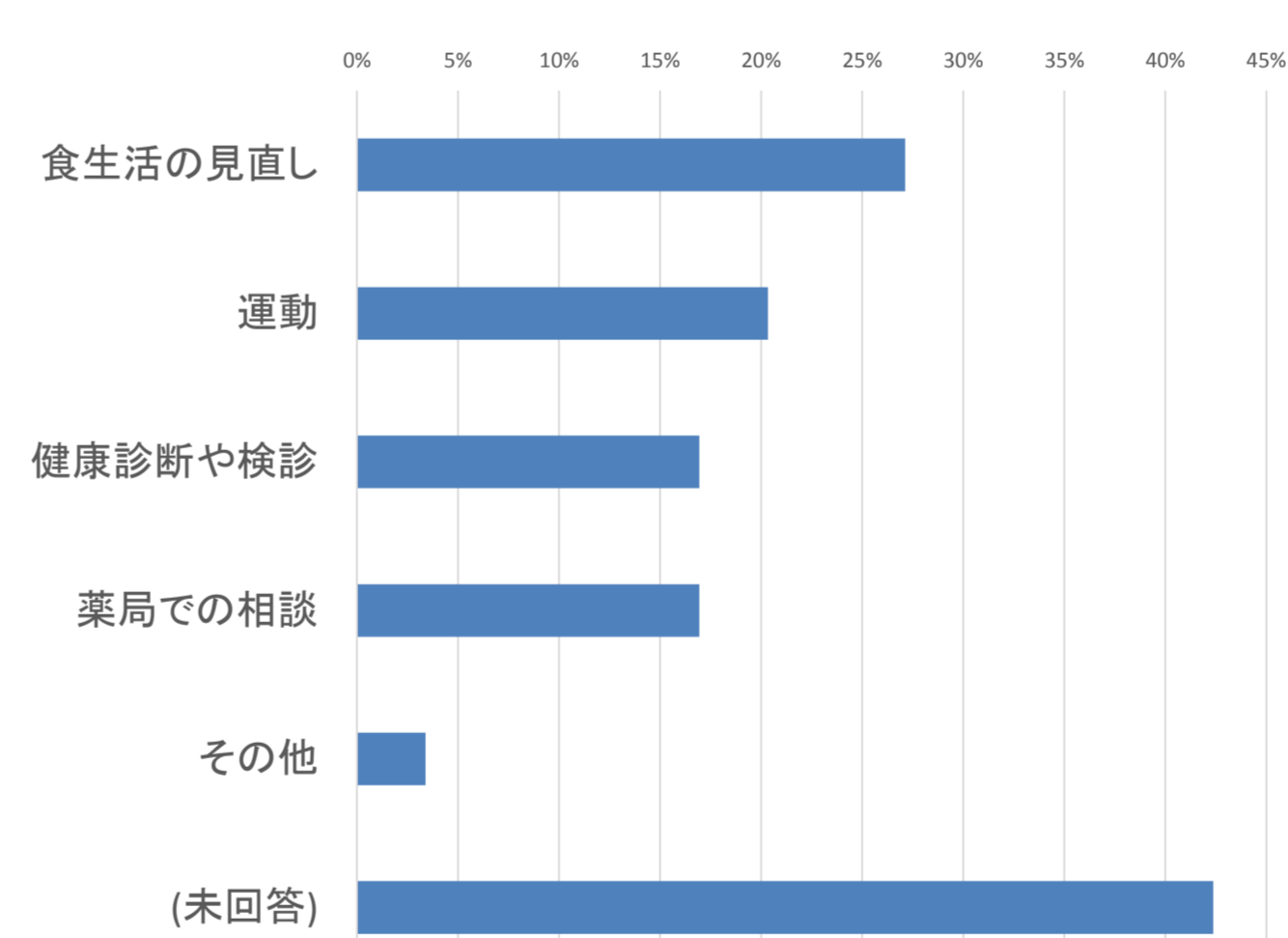
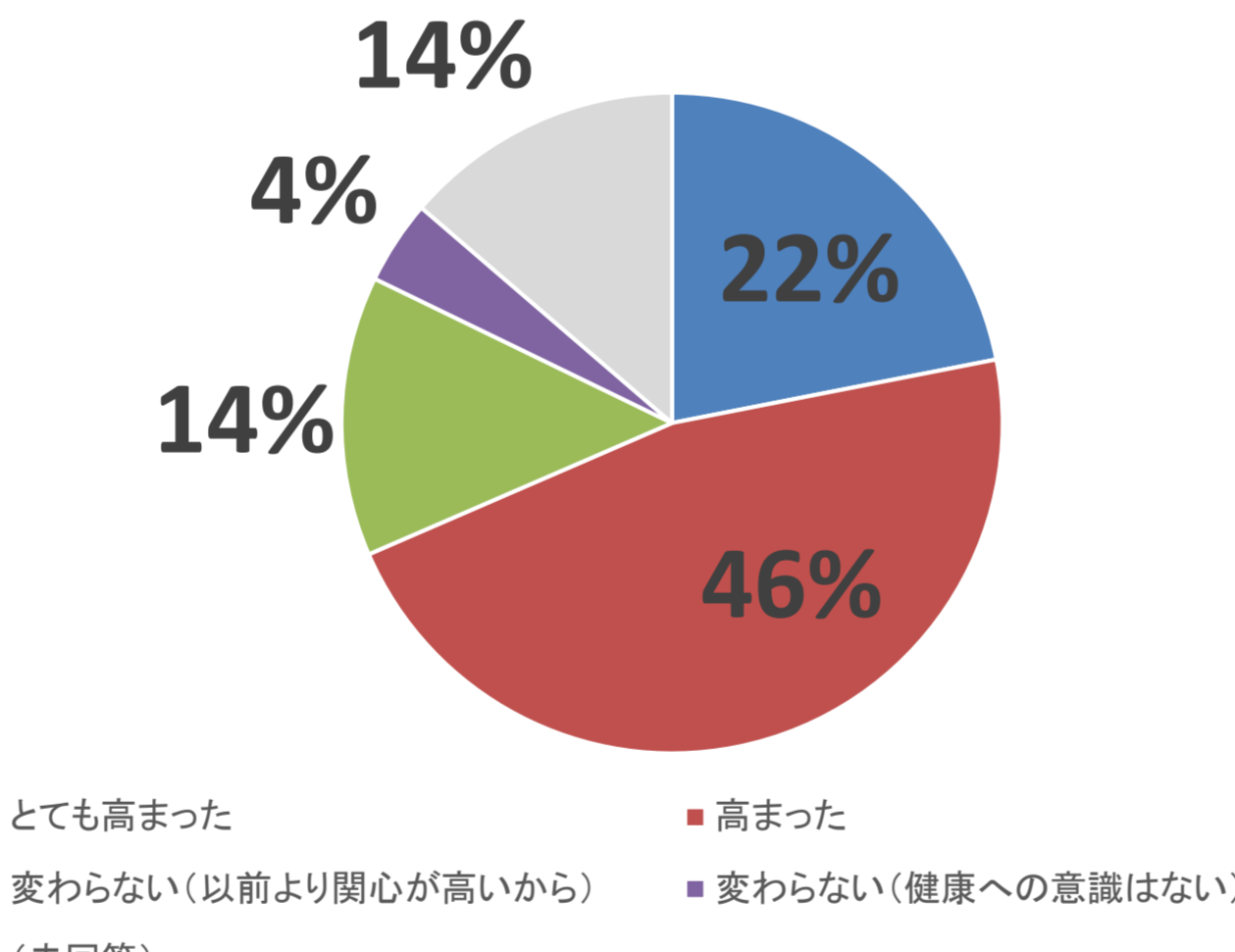
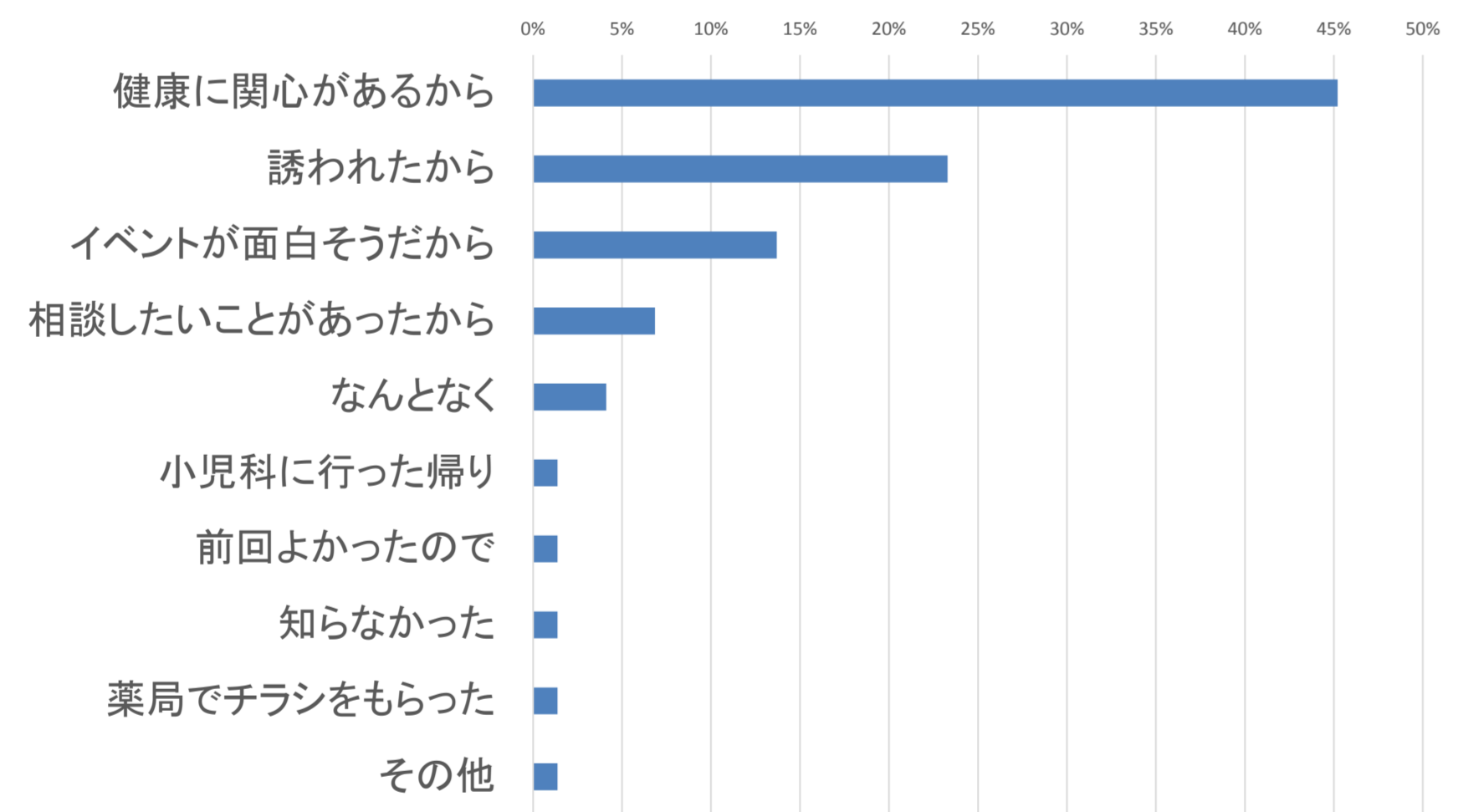
【結果】

6月30日の時点でアンケートが患者・来局者73件。スタッフ116件回収できた。フリー回答では患者イベント実施に関し抵抗があったスタッフがイベント後に今後の積極的な関与を表明した事例があったことである。また患者・来局者向けアンケートでは薬局で今まで相談できなかったことがあったがイベントを通して相談することが出来た事例や受診勧奨に繋がった事例もあった。



イベントに参加した方の属性

イベントに対する満足度とその理由 (理由は複数回答)

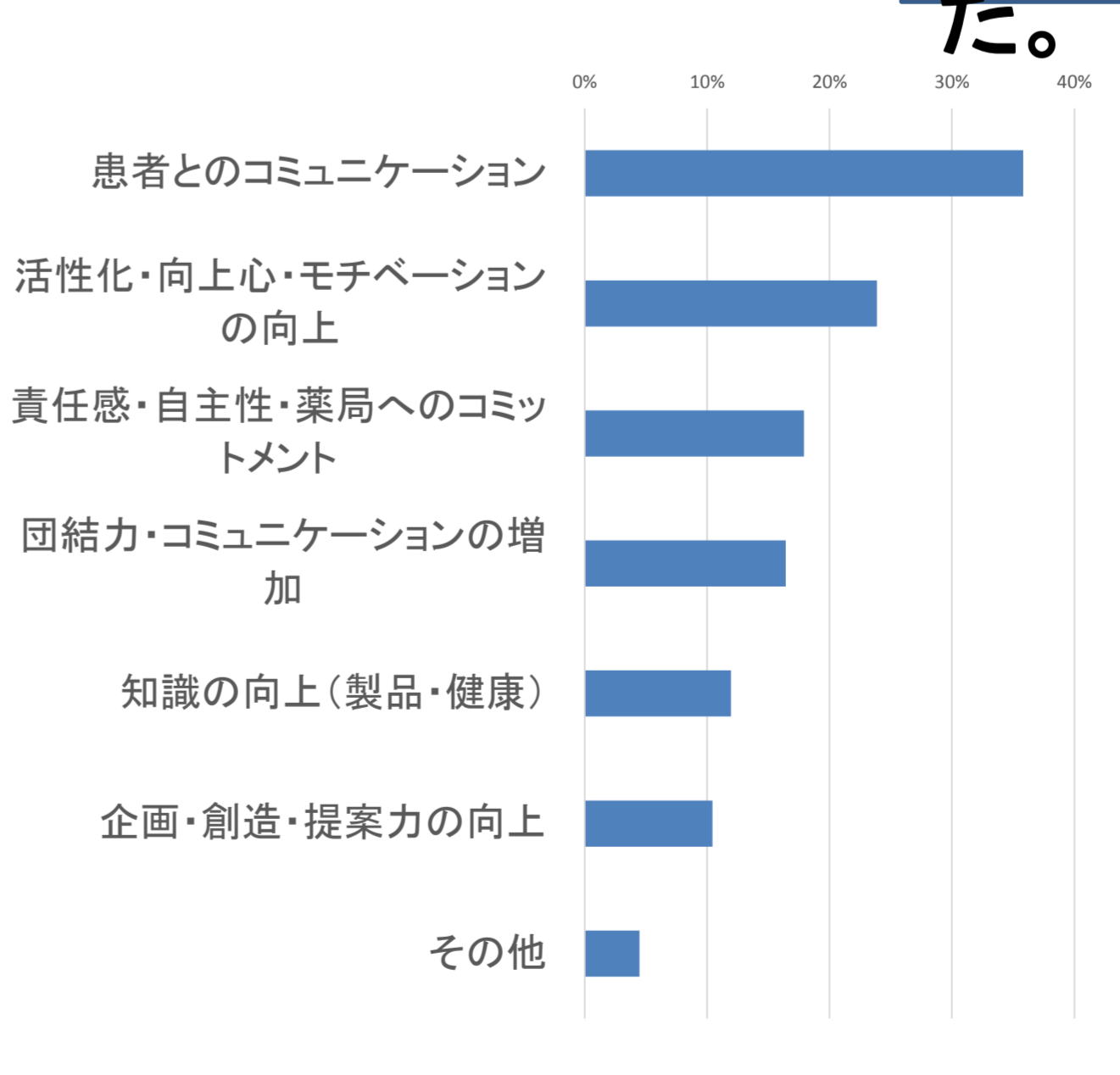
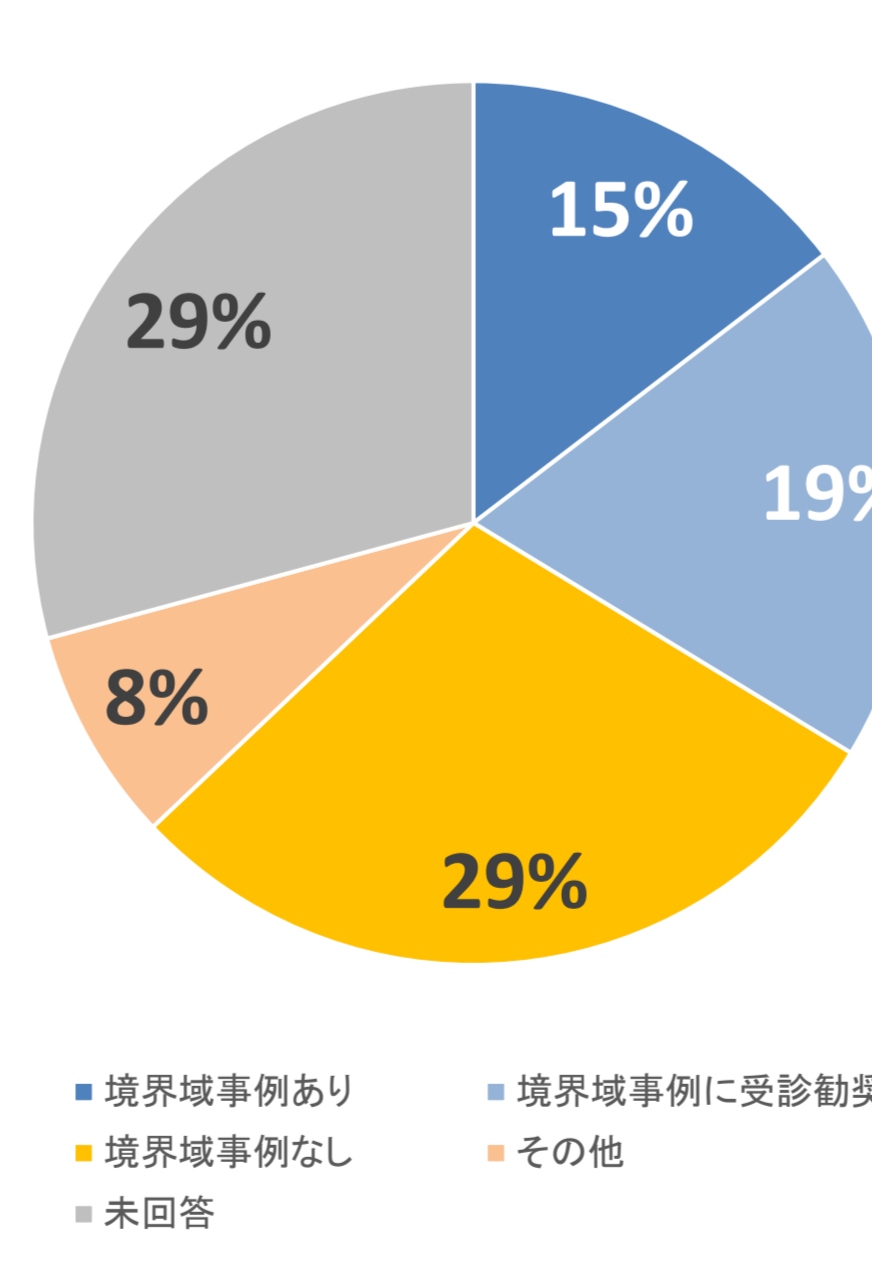
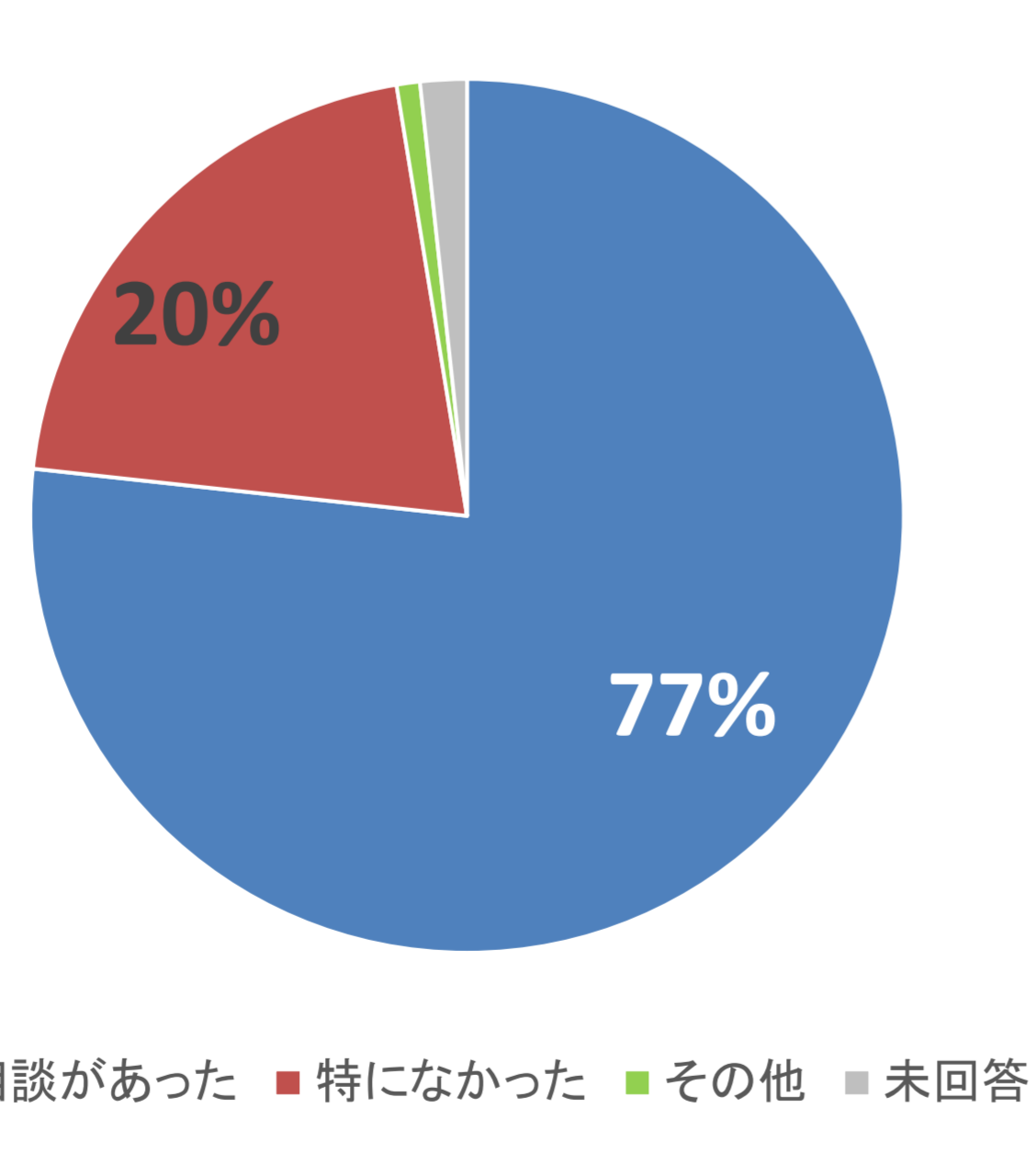
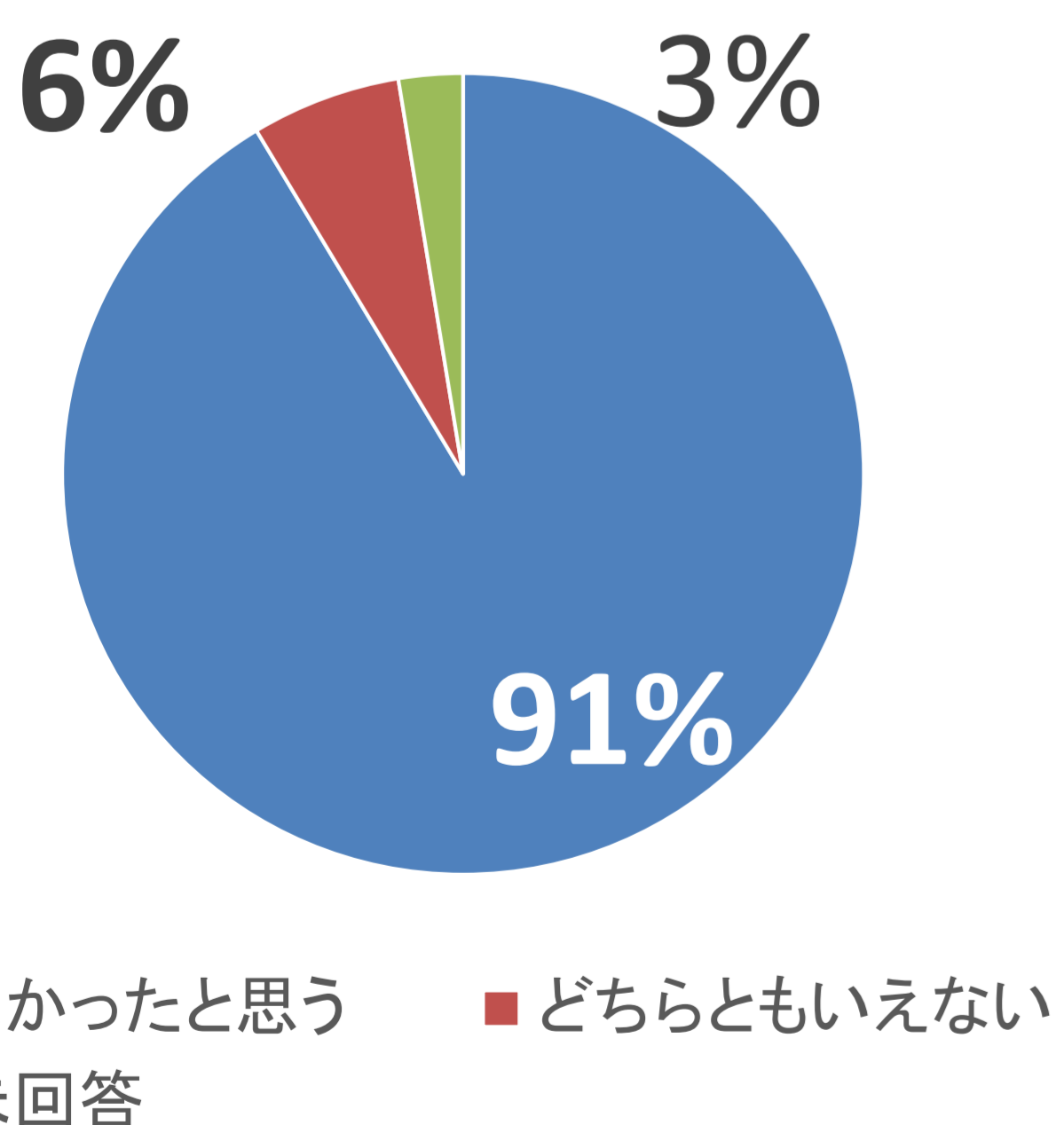


参加者の満足理由が検査が一番高かった。次いで相談・説明であった。患者の気軽に自分の検査値を知り、相談や説明を受けたいというニーズに答えられていた。また、スタッフに対する好感度も満足度に繋がっていた。

イベント来場理由

健康意識への変化

イベント後の取り組み



患者とのコミュニケーションが増えた、積極的に話しかけたり提案するようになったという意識変化があった。また、組織として活性化や向上心がみられ、イベントを遂行する責任感や自主性の意識変化もみられた。

【考察】

予想通り参加者・スタッフ共に高い満足度が得られたが、否定的な意見としては、「時間がかかる」、「人が多いのが気になる」、「写真をとられるのがダメ」などがあり、心配な時に気軽に立ち寄り検査や相談できるが、プライバシーには充分配慮することを満たすことが薬局に求められる役割として重要なであろう。次年度も継続してアンケートを実施して、さらに多くの意見を多面的に分析することで、薬局のセルフメディケーションへの関与へのエビデンスをはっきりと示していきたい。

【利益相反 COI開示】

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。