

薬局での漢方川柳クイズ利用による
患者コミュニケーションの円滑化に関する調査

大原里佳¹, 山田哲也^{2*}, 加藤千尋², 孫 尚孝², 北垣邦彦², 益山光一²

**Survey on Facilitation of Patient Communication
through the Use of Kampo Willow Quiz in Pharmacies**

Rika Ohhara¹, Tetsuya Yamada^{2*}, Chihiro Kato²,
Naotaka Son², Kunihiko Kitagaki², Koichi Masuyama²

Currently, there is a need for pharmacy pharmacists to enhance interpersonal services and to centrally and continuously understand patient information. It is also essential to obtain patient information not only in regard to prescription drugs but also on over-the-counter (OTC) drugs and health food sales. However, the current collection of patient information in pharmacies regarding OTC drugs and health food sales is insufficient. In this study, we have created a flyer with a Chinese medicine willow quiz for the purpose of facilitating communication between pharmacists and we have also investigated whether the flyer would help improve the facilitation of communication in a pharmacy. Pharmacy visitors were asked to participate in a Kampo willow Quiz, and then a questionnaire was administered. The survey showed that a tool like the quiz is effective as a method to facilitate communication between pharmacists and patients that could lead to OTC drug consultations.

Key words: Kampo willow quiz, patient communication in pharmacy,
OTC drug information acquisition

Received October 31, 2023; Accepted February 28, 2024

1. 緒 言

平成 27 年 10 月に厚生労働省により「患者の
ための薬局ビジョン」が策定され、薬局薬剤師

の業務は対物業務から対人業務の実現にむけ
て取り組むことが示された¹⁾。また、地域包括
ケアシステムの中にあるかかりつけ薬局・薬剤
師は、患者の服薬情報の一元的・継続的把握を
実施するように提示された。さらに、薬機法等

¹ Rika Ohhara 東日本メディコム株式会社

² Tetsuya Yamada, Chihiro Kato, Naotaka Son, Kunihiko Kitagaki, Koichi Masuyama 東京薬科大学 薬学部

* 連絡先：東京薬科大学薬学部 山田哲也

〒192-0392 東京都八王子市堀之内 1432-1

Tel: 042-676-1590 Fax: 042-676-8948 E-mail: tyamada@toyaku.ac.jp

制度改正に関するとりまとめ(平成30年12月25日厚生科学審議会医薬品医療機器制度部会)では、「第3 薬剤師・薬局のあり方」において、「適切な薬学的管理を行い必要な受診勧奨につなげるため、要指導医薬品、一般用医薬品(以下、OTC医薬品)、いわゆる「健康食品」等の使用状況等を把握することも重要である。」とし、令和元年薬機法改正では、「一般用医薬品の情報の提供の際、当該一般用医薬品を使用しようとする者が手帳を所持する場合は、必要に応じ、手帳を活用することを定める」となった²⁾。このように薬局では医療用医薬品のみならず OTC 医薬品や健康食品についてもかかりつけ機能を発揮し、お薬手帳や調剤録、薬剤服用歴管理記録の活用により、医療用医薬品と OTC 医薬品の情報を一元的・継続的に把握し、医師との連携を図る等、国民が OTC 医薬品を安全に安心して使用できる環境を整えることで、セルフメディケーションの支援、OTC 医薬品の適正使用を確保することが求められている。

しかしながら医療用医薬品のように薬の交付の際、薬剤師と患者が服薬指導等で対話する機会があるのとは異なり、OTC 医薬品(特に第2類医薬品や第3類医薬品)や健康食品では、購入する際に購入者か薬剤師や登録販売者等の専門家のどちらかからの働きかけがないと対話をするのが難しい。

上村らの研究では、処方箋医薬品について相談したいことや疑問に思うことがあっても薬局薬剤師にどんな内容を相談して良いかわからない患者やきっかけがあれば相談したいと思っている患者がいることを明らかにし、患者ニーズの高い相談事例をわかりやすく例示したチラシを活用することで、患者からの相談件数が有意に増え、患者からの相談の数を増やすためのコミュニケーションツールとしてチ

ラシが有効であることが示された³⁾。その一方で、OTC 医薬品や健康食品販売における患者情報の収集は薬局において十分とは言えない状況であることから、そのような薬局の状況を改善すべく、今回、薬剤師と患者の間のコミュニケーションを円滑にする目的で、漢方川柳クイズのチラシを作成した。

本研究では、作成したクイズが、薬局における患者と薬剤師のコミュニケーションの円滑化に資するか評価することを目的とした。

2. 方法

1. 漢方川柳クイズの作成

薬剤師と患者の間のコミュニケーションを円滑にする役割として、幅広い世代の人に手軽に楽しんで参加してもらえ、薬について学べ、薬剤師に話題として話したくなるようなツールとして川柳を使ったクイズを考えた。また題材については身近でありながらも詳しく知らないと思われる漢方とした(図1)。さらにクイズを解いて漢方や OTC 医薬品、セルフメディケーションに興味を持った患者に対し、より詳しい情報提供ができるように「薬剤師向けガイド」も作成し情報提供資料として活用してもらった(図2)。

2. 協力薬局でのアンケート実施

本調査は、調査協力薬局である株式会社ファーマシイ薬局5店舗(岡山県2店舗、広島県3店舗)にて、来局者(患者又は患者の同伴者)に漢方川柳クイズ及びアンケートを実施していることを薬局スタッフが口頭で説明し、参加が可能な場合は漢方川柳クイズ用紙(図1)及びアンケート用紙(図3)を配布した。対象者は、保険調剤の患者又は患者の同伴者とした。アンケートの回答は任意であり、同意できなけ

漢方川柳クイズ

川柳の句中にある□に入る言葉を選択肢から選びましょう。ただし川柳の五・七・五のルールにおさまらないことがあります。

☆服用は 大体いつも □□□□□
 選択肢…食べる前、食べた後、忘れてる
 ヒント…一般的な漢方薬を飲むタイミングです

☆漢方も 起こることある □□□□□
 選択肢…副作用、飲まず嫌い
 ヒント…効能・効果において、期待される結果と併い、現れる有害な働きです。

☆漢方薬 知らずに飲んで □□□□□
 選択肢…テーピング、ドーピング、ラッピング
 ヒント…スポーツ選手はご用心！

☆現在は 医師の□□□□□ 処方する
 選択肢…七割、八割、九割
 ヒント…漢方薬を処方する医師の割合はどのくらいでしょう？

答えは裏面に！



東京薬科大学社会薬学教育センター
川柳は本学の学生が作成しました。

漢方川柳クイズ解答

☆服用は 大体いつも 食べる前
漢方薬は、一般的に食前（食事30分前）に飲むのが効果的です。

☆漢方も 起こることある 副作用
漢方薬は副作用が少ないと言われますが、全く安全なわけではありません。重篤な副作用事例も報告されています。

☆漢方薬 知らずにのんで ドーピング
漢方薬の中にはドーピング違反になる成分が含まれている可能性があります。アンチ・ドーピングに詳しい薬剤師（スポーツファーマシスト）に相談しましょう。

☆現在は 医師の9割 処方する
現在全国80の医学部で卒前教育に漢方診療学が導入され、今後さらに漢方薬を処方する医師は増加すると推定されています。薬を飲んでいても一向によくならない、といったことはまず医療機関を受診することをおすすめします。

漢方にご興味・ご関心のある方など、
薬局薬剤師などに相談ください！

図1 漢方川柳クイズ

薬剤師向けガイド

本ガイドは薬剤師と患者のコミュニケーションツールを目的としたガイドとなっており、国立医薬品食品衛生研究所神奈川県立産業技術総合研究所のサイトを参考にして作成しました情報提供資料です。川柳を解いていただいた薬局来局者がその後OTCなどにご興味を持たれたなどあった場合に、本ガイドを活用していただけたら幸いです。

東京薬科大学社会薬学教育センター
薬事関係法規研究室

漢方セルフメディケーションで 証にあった漢方薬を！

証とは？
漢方医学的な考え方で、その人の体質や体力をあらわし、漢方薬を選ぶ上での指針となるものです。

国立医薬品食品衛生研究所、漢方セルフメディケーションのサイトでは適切な漢方薬選びをサポートします。

サイトの使用方法

<p>STEP1 漢方薬を選ぶ</p>  <p>症状別に選択して個々に適する漢方薬を探す</p>	<p>STEP2 服用前のセルフチェック</p>  <p>質問に答えて服用する漢方薬が適しているか判断</p>	<p>STEP3 結果をプリントアウト</p>  <p>患者さんと今後の服薬方針を話し合う</p>
--	--	---

詳しくは ↓

漢方セルフメディケーション



←QRコードの読み取りはこちら

で検索。URLは<https://www.kampo-self.jp/>

図2 薬剤師向けガイド

アンケート調査へのご協力をお願い

漢方川柳クイズにご回答いただきありがとうございます。差し支えなければアンケートへのご協力をお願いします。本アンケートから得られた情報は匿名化し、個人が特定されることは一切ありませんが、その集計結果は、学術論文や学会で公表されることがあります。また同意いただけない場合はアンケートの回答をやめることもできます。ご不明な点があればスタッフにお声おかけください。

下記の設問について、該当する選択肢を○で囲み、回答してください。

1. アンケートに参加します 2. アンケートに参加しません

問1 あなたの性別を教えてください。

1. 男性 2. 女性 3. 答えたくない

問2 あなたの年齢を教えてください。

1. 20代未満 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代以上

問3 漢方川柳クイズは楽しめましたか？

1. 楽しめた 2. どちらかといえば楽しめた 3. どちらかといえば楽しめなかった 4. 楽しめなかった

問4 市販薬または健康食品を購入する際、どれを購入すればいいかを迷ったことはありますか。

1. ある 2. ない

(問4で「ある」とお答えいただいた方に伺います。)

問5 薬剤師や登録販売者に相談したことはありますか。

1. ある 2. ない

(みなさんお答えください)

問6 漢方川柳クイズのようなものがあることで、薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思いますか。

1. そう思う 2. どちらかといえばそう思う 3. どちらかといえばそう思わない 4. そうは思わない

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

東京薬科大学 薬学部 社会薬学教育センター
薬事関係法規研究室

図3 アンケート用紙

れば回答をやめることができること、アンケートから得られた情報は、個人が特定されることはないこと、アンケート調査への協力で同意できない場合は、アンケートの回答をやめることができることをアンケート用紙に記載した。アンケート協力に同意した回答者は、薬局内でクイズの答えを記入し、アンケートを提出する際、薬剤師からクイズの解答の説明を受け、さらに漢方に興味を持った回答者には、「薬剤師向け

ガイド」を活用してもらいより詳しく薬剤師から説明してもらった。収集したアンケート用紙は、まとめて協力していただいた薬局から東京薬科大学社会薬学研究センター薬事関係法規研究室に郵送してもらい回収した。漢方川柳クイズのコミュニケーションの評価は、アンケート調査の問い「漢方川柳クイズのようなものがあることで、薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思いますか。」の

回答をもって判断した。なお実施期間は 2021 年 7 月 1 日から 2021 年 7 月 31 日までであった。

3. データの統計解析

データは人数 (%) で表記した。カテゴリー変数は Fisher の正確確率検定を行い、 $p < 0.05$ を有意差の判定とした。統計解析は JMP pro16 を使用した。

4. 倫理的配慮

本研究は「東京薬科大学 人を対象とする医学・薬学並びに生命科学研究倫理規程」を遵守して実施し、東京薬科大学倫理審査委員会の承認 (承認番号: 人医-2021-013) を得て実施した。

3. 結果

アンケート回収率は 102 名/106 名 (有効回答率 96.2%) であった (アンケート用紙を 106 枚回収し、そのうち 102 枚が有効回答であった)。アンケート調査結果を表 1 に示す。

「漢方川柳クイズは楽しめましたか」という質問に対して、「楽しめた」が 55 名 (53.9%)、「どちらかといえば楽しめた」が 36 名 (35.3%) であり、「楽しめなかった」が 2 名 (2.0%)、「どちらかといえば楽しめなかった」が 8 名 (7.8%)、無回答が 1 名 (1.0%) であった。「楽しめた」、「どちらかといえば楽しめた」と回答した「楽しめた群」91 名 (89.2%)、「どちらか

表 1 アンケート調査結果

	n	(%)
問 1 性別(n=102)		
男性	45	44.1
女性	57	55.9
問 2 年齢(n=102)		
20 代未満	1	1.0
20 代	11	10.8
30 代	8	7.8
40 代	8	7.8
50 代	5	4.9
60 代	19	18.6
70 代	31	30.4
80 代以上	19	18.6
問 3 漢方川柳クイズは楽しめましたか(n=102)		
楽しめた	55	53.9
どちらかといえば楽しめた	36	35.3
どちらかといえば楽しめなかった	8	7.8
楽しめなかった	2	2.0
無回答	1	1.0
問 4 市販薬または健康食品を購入する際、どれを購入すればいいか迷ったことはありますか(n=102)		
ある	63	61.8
ない	39	38.2
問 5 問 4 で「はい」と答えた方のみ伺います 薬剤師や登録販売者に相談したことはありますか(n=63)		
ある	36	57.1
ない	27	42.9
問 6 漢方川柳クイズのようなものがあることで、薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思いますか(n=102)		
そう思う	46	45.1
どちらかといえばそう思う	44	43.1
どちらかといえばそう思わない	8	7.8
そうは思わない	4	3.9

といえば楽しめなかった」, 「楽しめなかった」と回答した「楽しめなかった群」10名(9.8%)に分けて解析した。なお、質問に無回答だった1名は群分けから除外した。

また「漢方川柳クイズのようなものがあることで薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思いますか」という質問に対して「そう思う」が46名(45.1%), 「どちらかといえばそう思う」が44名(43.1%)であり, 「そうは思わない」が4名(3.9%), 「どちらかといえばそう思わない」が8名(7.8%)であった。「そう思う」, 「どちらかといえばそう思う」と回答した「思う群」90名(88.2%), 「どちらかといえばそう思わない」, 「そうは思わない」と回答した「思わない群」12名(11.7%)に分けて解析した。

年代別でみると, 20代未満から40代の回答者すべてがクイズを「楽しめた群」であった(図4)。さらに同じく20代未満から40代の回答者すべてがコミュニケーションをとりやすくなると「思う群」であった(図5)。

「市販薬または健康食品を購入する際, どれを購入すればいいか迷ったことはありますか」という質問に対して, 「ある」が63名(61.8%), 「ない」が39名(38.2%)であった。この質問に「ある」と回答した63名に「薬剤師や登録販売者に相談したことはありますか」と質問したところ「ある」が36名(57.1%), 「ない」が27名(42.9%)であった。

「漢方川柳クイズは楽しめましたか」という質問に対して, 「楽しめた群」では「男性」が37名(36.6%), 「女性」が54名(53.5%)であり, 「楽しめなかった群」では「男性」が8名(7.9%), 「女性」は2名(2.0%)であり, 女性の方が男性に比べて有意にクイズを楽しんでいたことが示された(表2)。また, 「市販薬または健康食品を購入する際, どれを購入すればい

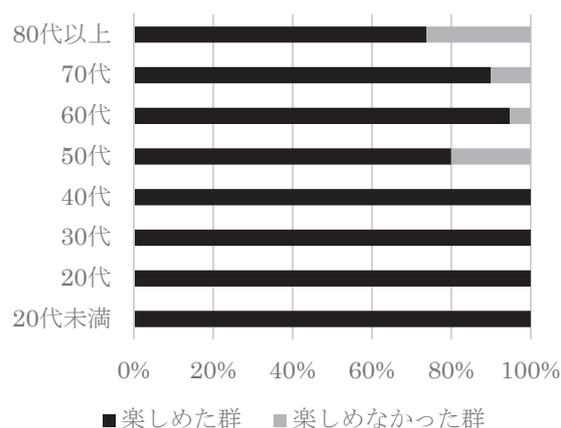


図4 年代別クイズを楽しめたか (n=101)

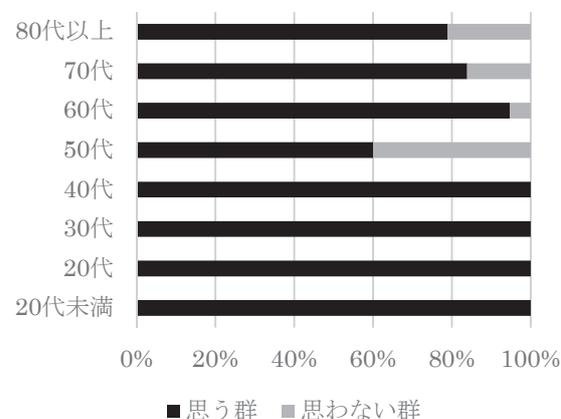


図5 年代別クイズ等があることで専門家とコミュニケーションがとりやすくなると思うか (n=102)

いか迷ったことがあるか」という質問に対して, クイズを「楽しめた群」では「ある」が62名(61.4%), 「ない」が29名(28.7%)であり, クイズを「楽しめなかった群」では, 「ある」が1名(1.0%), 「ない」が9名(9.0%)であり, 市販薬または健康食品を購入する際に迷った経験がある人の方がいない人に比べて有意にクイズを楽しんでいたことがわかった(表2)。

さらに「漢方川柳のようなものがあることで, 薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思いますか」という質問に対して, 「思う群」ではクイズを「楽しめた群」が86名(85.2%), 「楽しめなかった群」が3名

表2 漢方川柳クイズを楽しんだかとの相関関係 (n=101)

	楽しめた群		楽しめなかった群		p値
	n	(%)	n	(%)	
性別					
男性	37	36.6	8	7.9	p=0.0219*
女性	54	53.5	2	2.0	
市販薬または健康食品を購入する際、どれを購入すればいいか迷ったことはありますか					
ある	62	61.4	1	1.0	p=0.0006*
ない	29	28.7	9	9.0	

*:p<0.05, 楽しめた群 vs. 楽しめなかった群

表3 漢方川柳クイズのようなものがあることで、薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思うかとの相関関係 (n=102)

	思う群		思わない群		p値
	n	(%)	n	(%)	
漢方川柳クイズのようなものがあることで、薬剤師や登録販売者とコミュニケーションがとりやすくなると思いますか					
楽しめた群	86	85.2	5	5.0	p<0.001*
楽しめなかった群	3	3.0	7	6.9	
市販薬または健康食品を購入する際、どれを購入すればいいか迷ったことはありますか					
ある	61	59.8	2	2.0	p=0.0010*
ない	29	28.4	10	9.8	

*:p<0.05, 思う群 vs. 思わない群

(3.0%)であり、「思わない群」ではクイズを「楽しめた群」が5名(5.0%)、「楽しめなかった群」が7名(6.9%)であり、クイズを楽しんだ人の方が楽しめなかった人に比べ有意に、クイズのようなものがあることで薬剤師等とのコミュニケーションがとりやすくなると思っ
ていることが示された(表3)。また、「市販薬または健康食品を購入する際、どれを購入すればいいか迷ったことがあるか」という質問に対して、クイズのようなものがあることで薬剤師等とのコミュニケーションがとりやすくなる
と「思う群」では「ある」が61名(59.8%)、「ない」が29名(28.4%)であり、「思わない

群」では、「ある」が2名(2.0%)、「ない」が10名(9.8%)であり、市販薬または健康食品を購入する際に迷ったことがある人の方が
ない人に比べて有意にクイズのようなものがあることで薬剤師等とのコミュニケーションがとりやすくなると思っ
ていることが示された(表3)。

4. 考 察

今回の調査では20代未満から80代以上の幅広い層に漢方川柳クイズに参加してもらい回答を得た。アンケート回答者の89.2%がクイ

ズを「楽しめた群」であり、漢方を題材とした川柳クイズは薬局に来局した患者又は同伴者に楽しんでもらった結果となった。回答者を年代別にみると、20代未満から40代の全ての回答者が「楽しめた群」であり、比較的若い世代にはクイズ等のような手軽に取り組めるツールは受けが良く、若者には関わりが薄いと思われる漢方をテーマにしていたにも関わらず、クイズの内容が漢方にまつわる初歩的な内容やドーピングを取り扱ったことで受け入れられたのではないかと推察する。さらに同じく20代未満から40代の全ての回答者が、クイズ等があることで専門家とコミュニケーションがとりやすくなると「思う群」であり、若い世代にはクイズのようなツールが、専門家とのコミュニケーションをとりやすくする効果があることが示唆された。

さらに漢方川柳クイズを楽しめた人ほど、クイズ等があると薬剤師等とコミュニケーションがとりやすくなると考えていることが明らかとなったことから、患者の会話のきっかけとしては、楽しいと思ってもらえるツールがある方が、その後の薬剤師等へのアクセスが向上する可能性が高いことが示された。今回の調査では漢方をテーマとしたが、患者の健康に関する知識を向上させるものや、適切な薬を選択するのに役立つものなど題材を変えたり、クイズやクロスワードパズルのような手軽に楽しめる手法を取り入れたりすることで、来局の度に患者が参加し、その話題からOTC医薬品や健康の相談等へと繋がる可能性についての発展的な調査に繋げていくことも重要であると考えられる。また薬剤師などの専門家にとってもクイズ等を通して患者とのコミュニケーションが増えることは、患者情報の取得のためのコミュニケーションツールとして効果的であることが示唆された。

加えてOTC医薬品または健康食品を購入する際に迷った経験がある人ほどクイズを楽しめており、クイズのようなツールが薬剤師等とのコミュニケーションを促進するのに有効だと考えていることがわかった。薬を選択する難しさを実感した経験により、相談するきっかけとなるようなこのようなツールがあることが望まれていると推察される。

OTC医薬品を購入する際に薬剤師等に相談するには、患者自ら薬剤師等に声をかけるか、薬剤師等の方から声がかかるのを待つしかない。今回の調査で、OTC医薬品等の購入時に迷った経験がある人のうち42.9%は薬剤師等の専門家に相談していなかったことから、OTC医薬品について相談したいという思いがあっても患者が自ら専門家に声をかけるのは容易なことではないことがわかった。しかし、今回の調査ではクイズのようなツールがあることで、薬局における患者と薬剤師のコミュニケーションを円滑にし、OTC医薬品相談に繋げる手法として有効であることが示された。一方、今回の調査では、患者および同伴者へのアンケートのみを実施し、クイズに参加してもらって参加者から健康や漢方、OTC医薬品等について話題のきっかけとなったか、質問等の件数が増加したか、「薬剤師向けガイド」は活用したか等について薬剤師にもアンケート調査を実施すれば、両側からの見解が得られより深い知見が得られたであろう。

今回の研究を通して、クイズ等を介した薬局相談の促進効果の評価やOTC医薬品、健康食品の購入時に、薬剤師や登録販売者への相談がしやすくなるツールの可能性について知見を得ることができた。

今後は、OTC医薬品等を活用したセルフメディケーションの活性化につなげるための手法として薬局で活用され、さらに薬剤師と患者

とのコミュニケーションの機会が創出され、患者の服薬情報の一元的・継続的管理が実施できる橋渡しにつながることを期待される。

利益相反

大原里佳は東日本メディコム株式会社の社員である。本研究は、「興和 株式会社」の研究費で実施された。

謝 辞

本調査の実施にご協力いただきましたファミリー薬局の薬剤師の皆さまに感謝いたします。

引用文献

- 1) 厚生労働省：患者のための薬局ビジョン
<https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000102179.html>
2021年10月19日アクセス。
- 2) 厚生科学審議会医薬品医療機器制度部会：薬機法等制度改正に関するとりまとめ
<https://www.mhlw.go.jp/content/11121000/000463479.pdf>
2021年10月19日アクセス。
- 3) 上村静香, 孫 尚孝, 能城裕希, 赤羽優耀, 中尾裕之, 益山光一, チラシの活用による薬局薬剤師への患者相談に関する調査～円滑な対人業務推進に向けて～, 日本薬剤師会雑誌, **73**, 257-262 (2021).