

Mar. 11th (Fri):

本日午後は、Walgreens Pharmacy と Target Pharmacy の 2 つの薬局と Target Pharmacy に隣接する Target Clinic を訪問しました。Walgreens Pharmacy は全米最大の薬局、Target Pharmacy はディスカウントストアを母体とする薬局です。どちらも全米で数千店舗を展開している薬局です。学生たちはそれぞれの薬局の特徴を分析し、日本との比較を行いました。以下に 5 年生宗村さんのレポートを記します。

<Walgreens Pharmacy>

Walgreens Pharmacy は 1901 年に創業された全米一のドラッグストアチェーンで店舗数は約 8000 店、職場健康センター、スペシャリティ薬局、そしてメールオーダーサービスも運営しています。

今日訪問した Walgreens Pharmacy の 1 日の処方箋枚数は 300 枚で、2 人の薬剤師と複数のテクニシャンで対応していました。店内には子会社の Take Care Health Systems が運営する診療所や予防接種の受付カウンター、健康や薬に関して薬剤師が相談を受ける相談コーナーが設けられており、薬剤師が幅広く活躍していました。ここでは、日本とアメリカのドラッグストアに対する生活者の需要の違いや薬剤師の役割の違いについて学びました。Walgreens に来局する患者の 80% は糖尿病、高血圧、高コレステロール血症（資質異常症）などの慢性疾患であり、リフィル処方箋制度が活かされています。はじめて来局した患者に対しては服薬指導が徹底されており、薬局内のみならず、電話にて副作用確認や服薬確認、何か問題がないかなどチェックをしています。日本では主に来局時に患者の服薬状況や残薬確認などを行うので、日本に比べアメリカではリスクマネジメントの徹底や患者のコンプライアンス向上に努めていると感じました。

薬剤師が直接患者と対面して服薬指導を行うことにより、患者の話聞くだけでなく表情や実際の症状の状態を目にすることで、より最適な薬物治療を提供できることがこの薬局の特徴です。またドライブスルーのシステムを取り入れることで、車いすの患者や小さな子供がいる患者でも車を乗り降りすることなく直接対面して服薬指導が行える環境を提供しており、患者の約半数が利用しているそうです。服薬指導にあまり時間が費やせない点については課題がありますが、日本でも更にドライブスルーを導入していくことによって、より多くの患者さんが利用しやすい薬局が増えるのではないかと思います。

<Target Pharmacy and Clinic>

Target はターゲット・コーポレーションが 1962 年に開業したディスカウントストアで、ほぼアメリカ全土に出店しており、店舗数は約 1700 店です。ターゲットの特徴は薬局として機能しながら、食料品から電化製品、宝飾品や衣類まで何でも揃っているスーパーのような機能も果たしているところです。今回訪問した Target には薬局の他にクリニックも併設されていました。患者さんはクリニックや薬局の順番を待っている間に買い物ができるため効率良く時間を使えるという印象を受けました。

Clinic

Target Clinic は Target Corporation が運営するクリニックで、店内にありました。これは試験的に始めた比較的新しい形態で、カリフォルニアに 4 か所しかないそうです。クリニックには医師は常勤しておらず、ナース・プラクティショナーという診断や治療などを行うことのできる上級看護師が常勤していました。そこでは緊急性の低い風邪などの疾患の治療の他にも予防接種や血糖値測定などの 85 項目以上のサービスが提供されています。また必要があればモニターを通して医師が遠隔地から診断する設備も設けております。このような医師でなくても診断、治療ができるシステムの背景には、医師が一定地域に集中し、医師不足が深刻な地域があるためです。

Pharmacy

今回訪問したカリフォルニア州フォンタナの Target Pharmacy の 1 日の処方箋枚数は約 200 枚で、3 人の薬剤師と 5 人のテクニシャンで対応していました。薬剤師と患者の信頼関係を長期にわたり築いていくのが特徴であり、患者 1 人ひとりと向き合って対応する姿勢は、かかりつけ薬局やかかりつけ薬剤師が増えている日本と類似している点だと感じました。Target ではボトルの形状に工夫がみられました。日本では錠剤やカプセルの包装は PTP シートが主流ですが、アメリカでは主にボトルに入れて保管します。私たちが今まで見てきたアメリカのボトルは円柱型がほとんどでしたが、Target のボトルは四角い形状をしていました。これは薬の名前や用法用量の書いたシールが一目でわかるようにするためです。またボトルにはバンドが付属していて全部で 6 色あり、家族間で薬の飲み間違いがないように色分けができるようになっています。これらの工夫を行うことで患者の医薬品の適正使用やコンプライアンス向上に努めていることがわかりました。このように、Target にはディスカウントストアの役割とクリニック、薬局の役割があり日本にはないスタイルをもっています。アメリカは保険制度の問題から、体調管理に関しては病院ではなく最初に薬局を訪れ薬剤師に相談するのが一般的であるため、Target のようなディスカウントストアはアメリカの国民のニーズに合っていると感じました。アメリカの薬剤師は予防接種を実施することができたり、職業としての地位が高いなど魅力的を感じましたが、日本の薬剤師もお薬手帳を活用した医薬品の適正使用の強化、一包化を利用した患者さんのコンプライアンス向上を図るなどアメリカにない特徴があると改めて感じました。

UCR-JIU Pharmacy Internship Program 2016

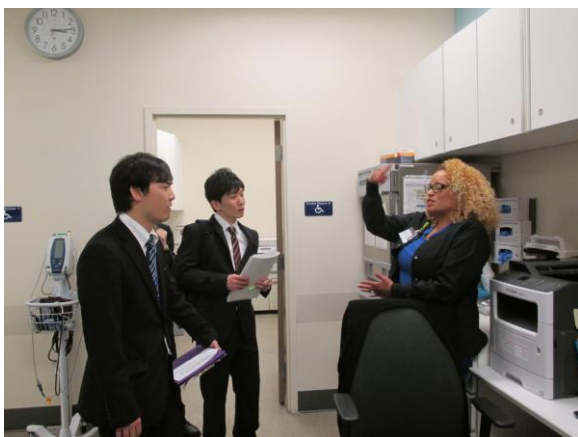
最後に薬剤師の Aimee Pharm D.から「自分の大好きなものを見つけて、それを活かせるような仕事を見つけて」とメッセージをいただき、仕事に対する尊敬とやりがいと大切だと教えていただきました。私たち 5 年生はこれから就職活動がはじまりますが、今回の研修を経て自分が目指したいものは何かを改めて考えていきたいと思いました。(5年 宗村)



Walgreens Pharmacy



Target Pharmacy



Target Clinic



Target Clinic