

患者と薬剤師のコミュニケーションを啓発するための動画の有用性及びくすりのしおり®の現況に関する検討

○野村香織¹⁾²⁾、栗原理¹⁾、三橋能弘¹⁾、程島直子¹⁾、岸野淳二¹⁾、中畑智予¹⁾、工藤香代子¹⁾、宮武昌也¹⁾、板野祥明¹⁾、井手口直子³⁾、後藤恵子⁴⁾

1)くすりの適正使用協議会 くすりのしおりコンコーダンス委員会

2)公益社団法人日本医師会、3)帝京平成大学、4)東京理科大学

【背景】

コンコーダンスの考えに基づき、服薬指導における患者と薬剤師のパートナーシップを紹介した啓発用動画を作成した。患者に動画を視聴してもらいその有用性を調査したところ、視聴後に薬剤師とのコミュニケーションへの関心が高まる可能性が示唆された(第46回日本薬剤師会学術大会 P-153)。

【目的】

今回は薬剤師を対象に、患者とのコミュニケーションの現況、並びに作成した動画の評価を調査した。また、動画で服薬指導の際に使用したくすりのしおり®(以下しおり)の現況についても調査した。

【方法】

ウェブ上で動画(約12分)を視聴してもらい、同時にアンケート調査を実施した(調査期間:2013年12月17日~2014年1月16日、マクロミル社)。

【調査対象】

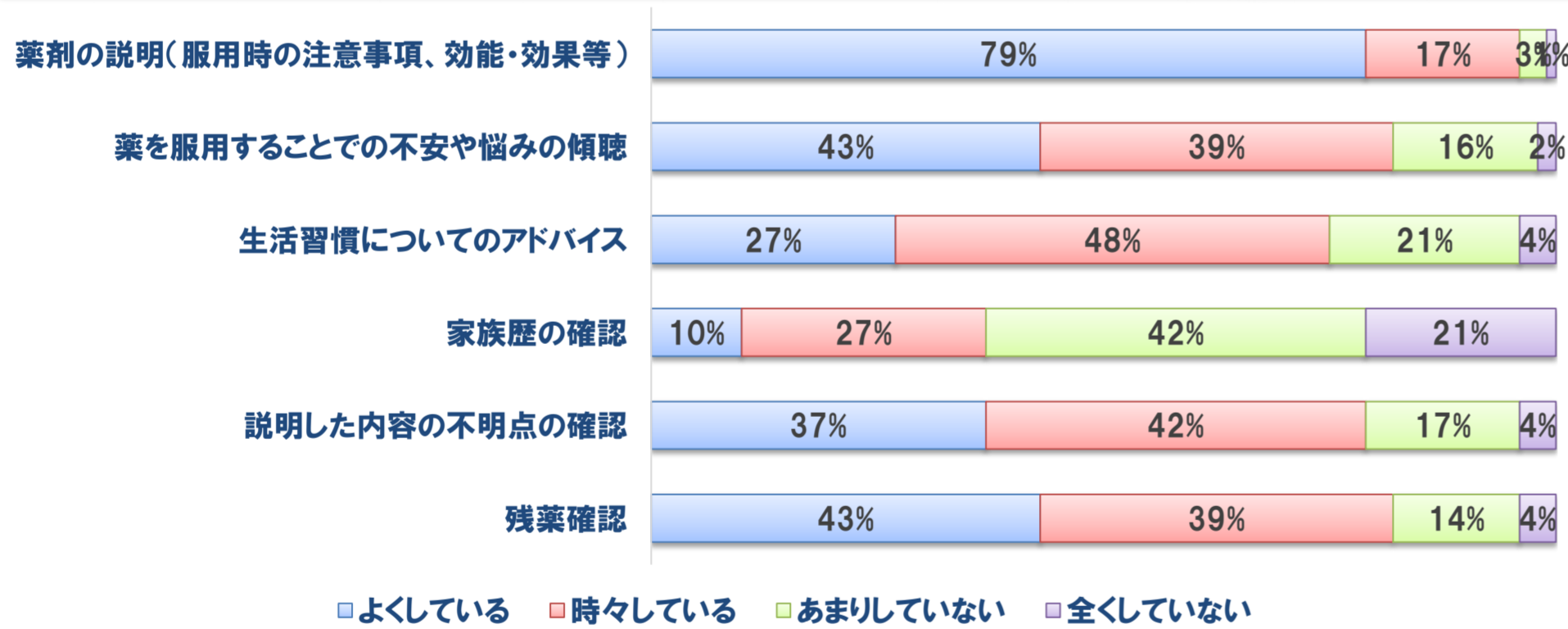
薬剤師 518名



【結果】

- 患者とのコミュニケーションの現況では、「薬剤の説明」で「よくしている」を選択した薬剤師は79%であったが、「家族歴の確認」は10%であった。
- 動画を閲覧後、「今よりもっと患者とのコミュニケーションを取りたいと思った」薬剤師は86%であった。
- 「思わなかった」と答えた70名にその理由を尋ねると、「くどいと患者が嫌がる」80%、「時間が取れない」51%が上位の回答であった。一方「すでに十分良好なコミュニケーションが取れている」との回答も44%あった。
- しおりの認知度は、「内服剤」82%、「注射剤」52%、「英語版」26%であった。
- しおりが「患者とのコミュニケーションツールとして活用できると思う」薬剤師は32%、「やや思う」は52%であった。
- 動画に対する総合的な評価は、「総合的な関心」を含めほとんどが72%以上に達したが、動画再生時間に関しては52%にとどまった。
- 動画に組み込んだ患者とのコミュニケーションのプロセスに必要な要素は、9項目のいずれのポイントも概ね理解された。

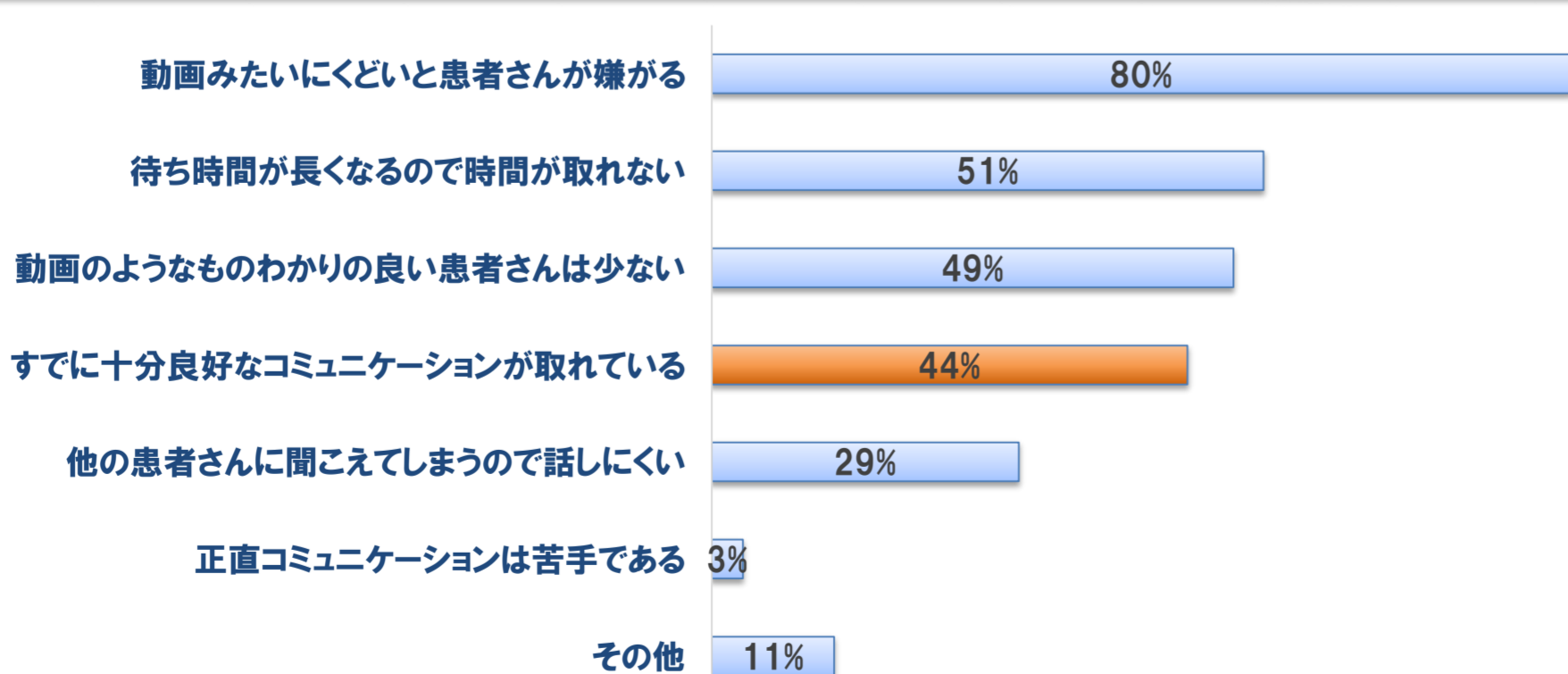
普段患者との程度コミュニケーションを取っているか (Single Answer)



動画視聴後、今よりもっと患者と話してみたいと思ったか (SA)



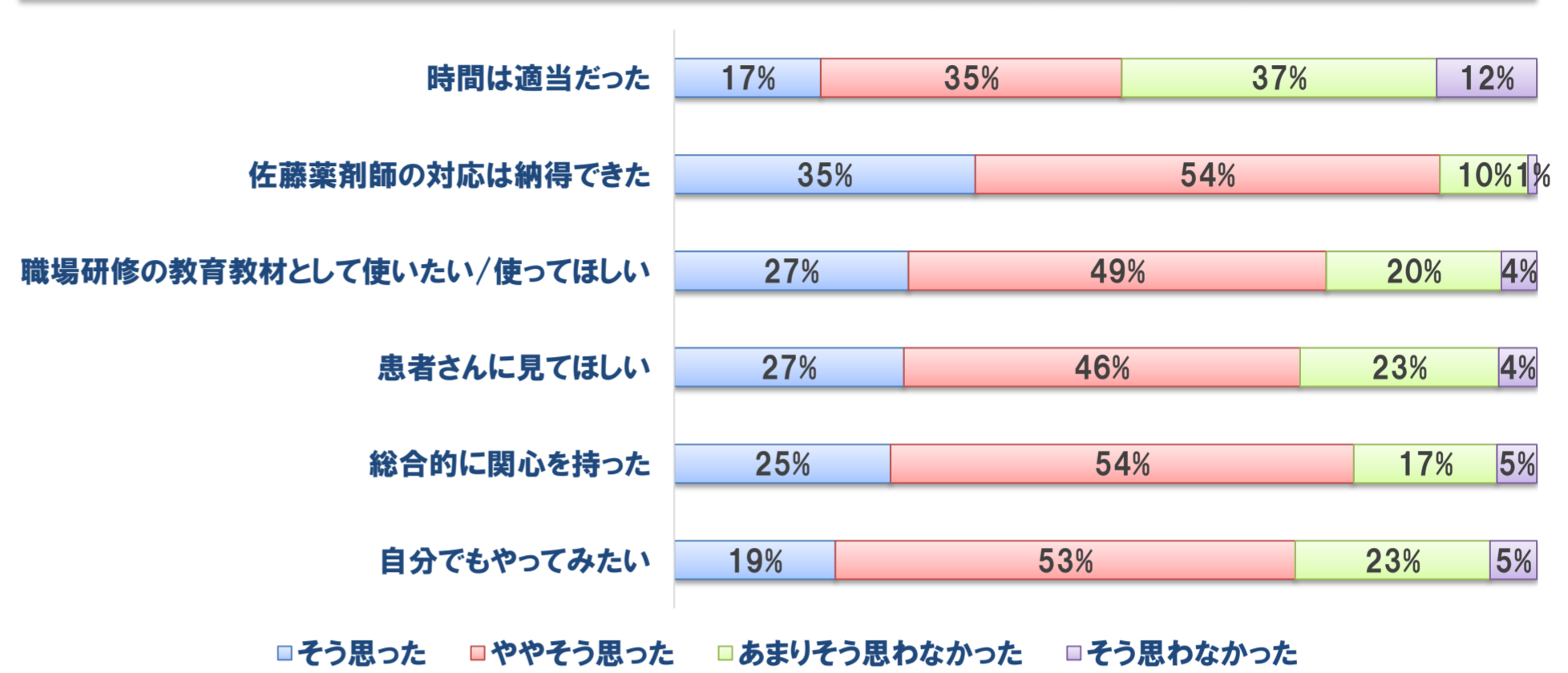
思わなかった場合、その理由 (Multiple Answer)



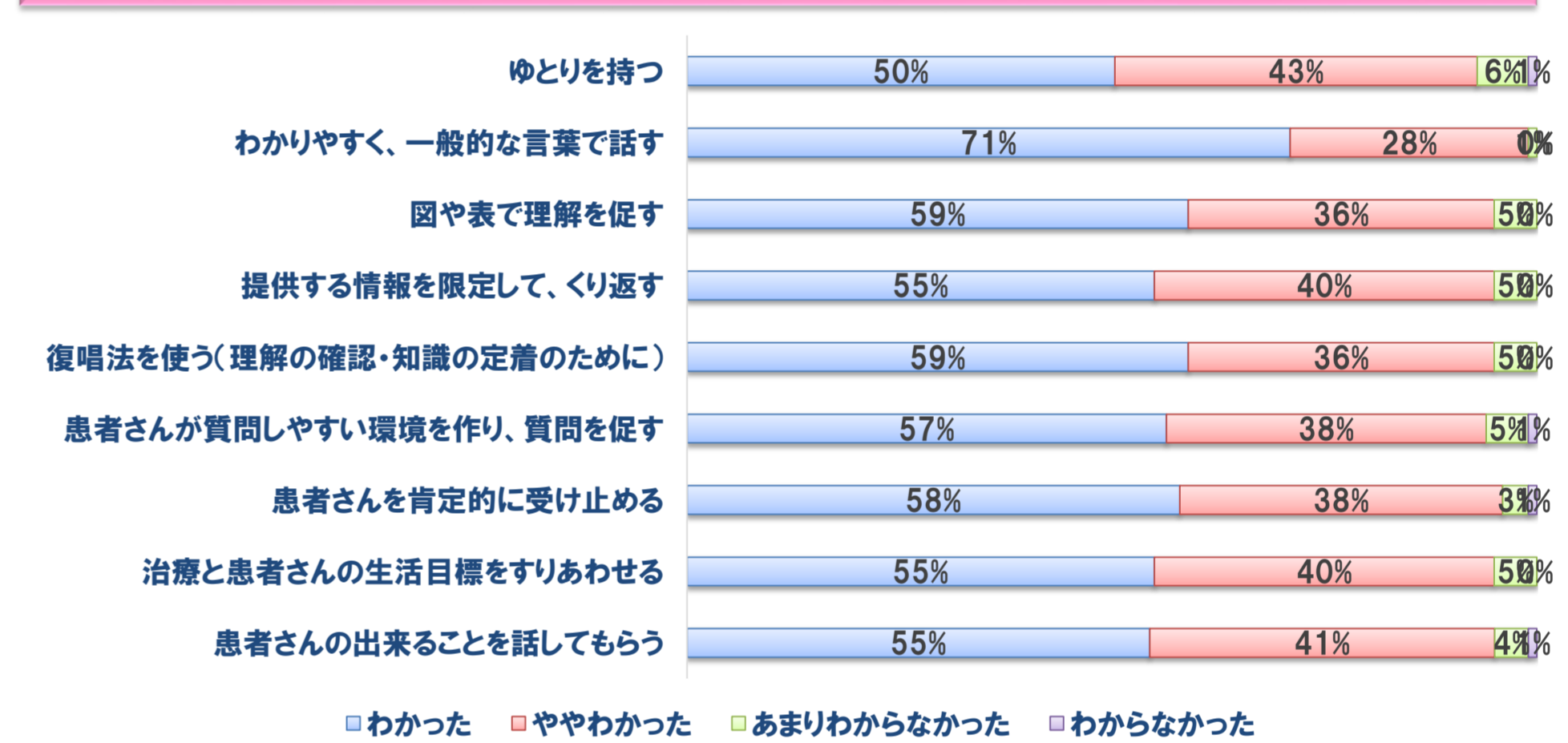
【考察】

薬剤師と患者とのコミュニケーションの現況として、服薬指導はほぼ徹底されていた。しおりに関しては、内服剤の認知度は高く、コミュニケーションツールとして有用であることが示唆されたが、注射剤、英語版は内服剤に比較して認知度が低かった。また、この動画は薬剤師のコミュニケーション研修の教材としても活用できることが推察された。現在、病棟編、在宅編の動画を作成中である。

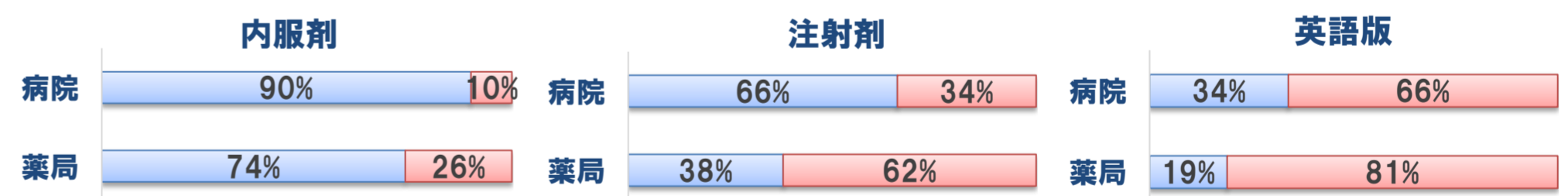
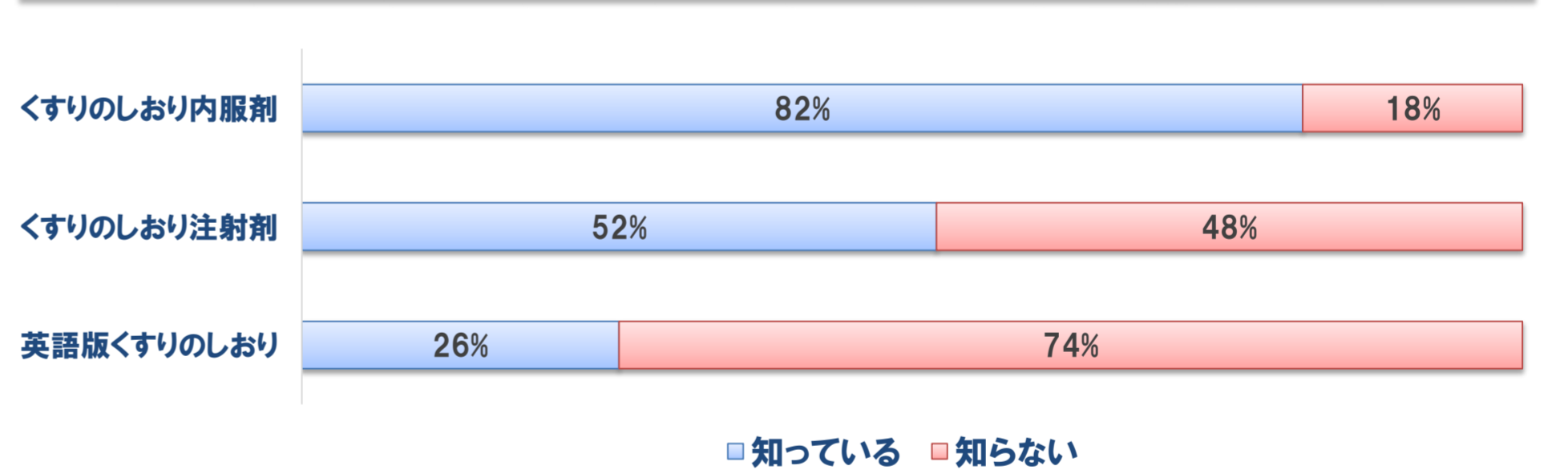
動画の評価 (各々SA)



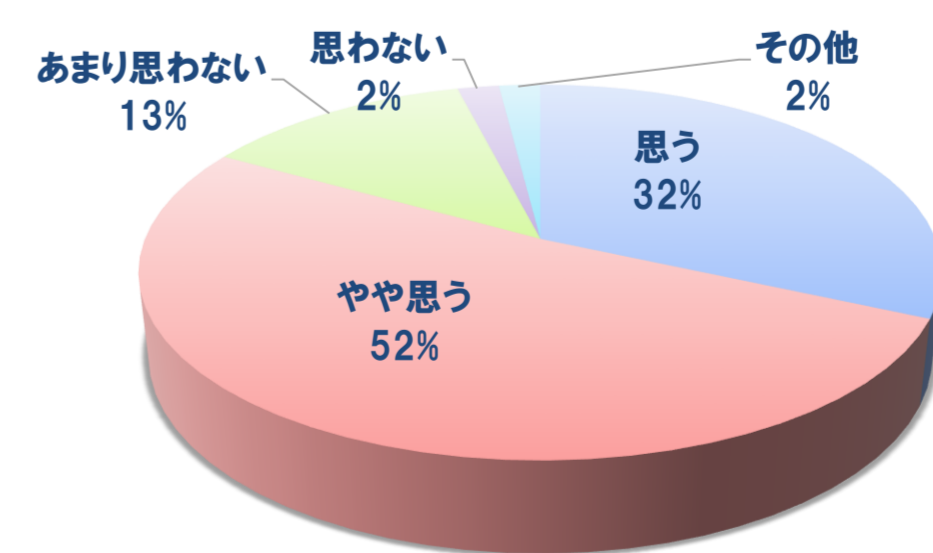
動画に含まれている患者とのコミュニケーションに必要な9項目のポイントが理解できたかどうか (各々SA)



くすりのしおり®の認知度 (各々SA)



しおりはコミュニケーションのツールとして活用できるか (SA)



動画「一緒に話してみませんか？あなたと薬のこと」



くすりのしおりやパンフレットを使って正しく理解してもらえよう説明する



www.rad-ar.or.jp/siori/
シナリオ監修
後藤恵子(東京理科大学)
井手口直子(帝京平成大学)

