

RAD-AR NEWS

レーダーニュース

2021.12

No.127



シリーズ Vol. 23 俵木理事長がトップに聞く！

薬の知識は一生の財産 より多くの子どもにサイエンスの魅力を

アストラゼネカ株式会社

代表取締役社長 ステファン・ヴォックスストラム

一般社団法人 くすりの適正使用協議会

俵木 登美子



シリーズ 信頼できる医薬品情報の発信に向けて Vol. 3

情報過多の時代だからこそ、
製薬企業からの情報発信には誠実さを
日本製薬工業協会 専務理事 田中 徳雄

シリーズ 患者さんと医療者のいい関係

薬局で薬剤師が行う情報提供は患者アウトカムを改善する
～ COMPASS研究から
京都大学大学院 医学研究科社会健康医学系健康情報学 岡田 浩

特集 介護と服薬あるあるマンガ公開中！

第6回 定時総会を開催

協議会会員・代表者一覧

特集 マンガでわかるバイオ医薬品 ～がん治療薬編～

■ PICK UP TOPICS

■ 推しモノがたり

RAD-AR
THE JAPANESE ASSOCIATION OF DRUGS, MEDICAL & PHARMACEUTICALS

一般社団法人
くすりの適正使用協議会



シリーズ Vol. 23

俵木理事長がトップに聞く！

薬の知識は一生の財産 より多くの子どもに サイエンスの魅力を

薬の適正使用のあるべき姿について考える対談企画。今回はアストラゼネカ日本法人のステファン・ヴォックスストラム社長との対談です。アストラゼネカでは「Japan Vision 2025」を掲げ、患者さん中心の事業を進めています。対談では、くすり教育の重要性や患者ニーズに合わせた情報発信の在り方について意見交換が行われました。

（協力：薬事ニュース編集部 野口一彦）

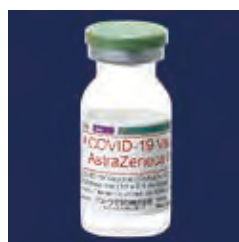
「患者さん」にフォーカスした新ビジョン

—まず、俵木理事長からアストラゼネカの印象をお聞きかせください。

俵木 はじめに、新型コロナウイルス感染症の流行が続くなか、このような機会をいただきまして本当にありがとうございます。御社といえば、なんといっても、新型コロナウイルスワクチンを世界に先駆けて開発されました。アストラゼネカ社製の新型コロナウイルスワクチン「バキスゼブリア」は、日本国内での生産体制が整備されている点において画期的です。

ステファン ありがとうございます。私自身、ワクチン開発に携わったことは大変嬉しく思っていますし、会社としても

バキスゼブリア



誇りに感じています。多くの製薬企業がありますが、コロナ禍においてワクチンを開発できた企業は一握りです。アストラゼネカでは、ワクチンの開発経験は豊富ではありませんでしたが、日々学びながら供給体制を整えていきました。アストラゼネカは、すでに170カ国以上10億回分のワクチンを供給しています。利益を考えずに供給を行っており、低所得国の皆さんにも使用いただくことができました。非常に誇りに思ってい

アストラゼネカ株式会社
代表取締役社長

ステファン・ヴォックスストラム

1996年にアストラゼネカのスウェーデン法人にMRとして入社。同法人の営業本部長やマーケティング部長を務めた後、中東欧・中東・アフリカ (CEEMEA) のビジネスディレクターとしてオンコロジー事業部門を立ち上げ、同領域の成長に大きく貢献。その後トルコ法人およびウクライナ・中央アジア・コーカサス地域法人にて代表取締役社長を務め、現職に先立ち、地域8カ国の市場を統括する北欧バルト諸国法人の代表取締役社長に就任。2018年1月より、代表取締役社長に就任している。

ステファン・ヴォックスストラム

俵木 登美子

ますし、我々にとっても学ぶことの多い機会となりました。

—アストラゼネカが日本国内において注力されている取り組み、活動方針についてご紹介ください。

ステファン 日本は、環境が大きく変わってきています。高齢化社会が進む一方で、デジタルテクノロジーを活用したスマート医療も広がっています。高齢化による医療費の高騰が進むなかで、いかに医療を提供していくかという取り組みが進んでいますが、この新型コロナウイルス感染症の流行は、その取り組みのプレッシャーテスト（加速試験）になっていると思っています。

アストラゼネカでは、2025年に向けた新たなビジョン「Japan Vision 2025」をコロナ禍以前から進めています。ビジョンでは「先駆者としてイノベーションで患者さんの人生を変えるNo.1企業になる」と目標を掲げており、フォーカスしているのは「製品」ではなく「患者さん」です。今までは治療にフォーカス

して、治療薬のマーケットシェアを高めることに注力していました。これからは、患者さんはどのようなニーズを抱えているのか、そのニーズに応えるためには何ができるのかを考えようというのが、新たなビジョンの方針です。このビジョンを実現するための柱となるのが①革新的なサイエンス ②患者さん中心のビジネスモデル ③働きがいのある職場——の3つの戦略です。

俵木 御社のビジョンをお聞きし、とくに「患者さん中心」の考え方が大変印象に残りました。

日本の医療においても、デジタルトランスフォーメーション（DX）が注目されています。コロナ禍において、日本はデジタル化が遅れているとの声も聞えますが、デジタル庁が創設され、さまざまな分野でDXが推進されることになります。DXにより医療がどのように変わっていくか大変興味深く思っていますが、御社が指導的な立場をとっていただけるのではと期待しています。御社

が進めるデジタルセラピューティクスが、世界で最も高齢化社会が進む日本で成果を上げれば、世界での貢献につながると思いますので、ご活躍を期待しています。

高まる「くすり教育」の重要性

—協議会では、薬の適正使用の実態について、小中学生にアンケート調査を実施しました。同調査では、小学生・中学生とも、薬に関して間違った理解や使い方をしている様子がうかがえます。協議会では「くすり教育」を重視し、学習指導要領に沿った子ども向け資料の作成や、出前研修で学校の先生などに対する授業のデモンストレーションを行っています。

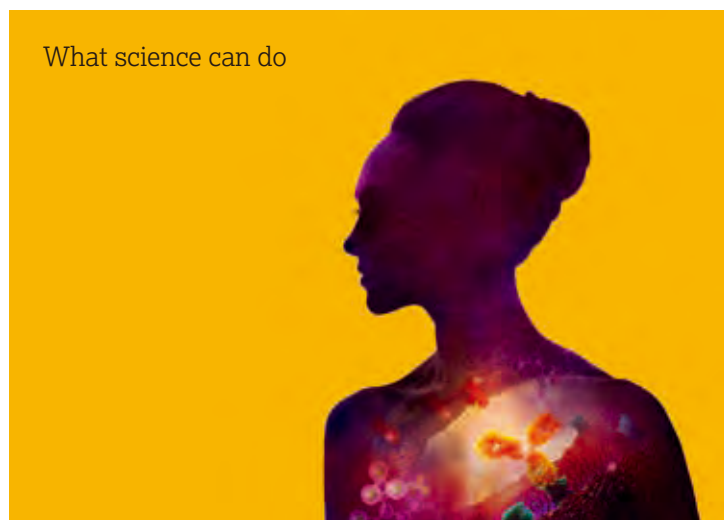
ステファン 薬は、正しく使われないと、きちんと効果が出ないばかりか、何らかの有害事象を起こす危険性もあります。薬にとっても、適正に使用されないことで、誤った評価をされてしまうこともあるでしょう。ワクチンも同じです。ワクチンも非常に高い効果がありますが、副反応も起こります。このことを理解して、薬を適正に使用していただくことはとても大事です。そういう意味でも、薬の適正使用に関する教育活動をされていることは、大変素晴らしいと思います。今後も専門性の高い医薬品が続々と出てきますので、教育の重要性はさらに高まっていくでしょう。

—一つの事例ですが、アストラゼネカでは、スウェーデンのティーンエイジャーに対して、ぜんそく治療薬の適正使用についての取り組みを行っています。その年代の若者たちは、自分は

一般社団法人 くすりの適正使用協議会
理事長

俵木 登美子





アストラゼネカはサイエンスの限界に挑む

病気だと知られたくない、できるだけ薬を使いたくない傾向が見られます。以前は、ピークフローメーターを使って適正使用に取り組みましたが、それだけではティーンエイジャーの動機づけにはなりません。そこで、たとえば、サッカー選手になるためには、薬をきちんと使用して体調を整えなければいけないよと、医師とコミュニケーションを図れるようサポートしたのです。陸上選手になって走りたい、クラブに行きたくて、こういうことのほうが薬を使用する動機づけになることがわかりました。

俵木 いろいろなご経験をお持ちですね。とてもおもしろい取り組みだと思います。

協議会では、約20年前から、薬の正しい使い方に対する教育のサポートを

行っています。薬に対する知識は、一生の財産になるので、小さい頃から繰り返し話をすることが大事です。くすり教育が学校で適切に行われるよう、私たちも微力ながら活動を続けていきたいと思っています。御社もこの活動にご協力いただいています、引き続きご支援いただければと思います。

—アストラゼネカにおいても、学生を対象に、近隣の学校で“サイエンス授業”を行っていますね。

ステファン アストラゼネカでは、日本だけでなく、世界中でサイエンス授業を行っています。アストラゼネカには、私たちがどのように働き、どのように振舞うかを示した5つのバリューがあります。それは「私たちはサイエンスを追い求めます」「私たちは患者さんを第一に考えます」「私たちは勝つことに注

力します」「私たちは正しい行動をとります」「私たちは新しいやり方に挑戦します」というものです。サイエンス授業は、このうち「私たちはサイエンスを追い求めます」に沿った取り組みです。治療薬のない疾患はたくさんあり、研究者はまだ必要です。サイエンス授業をすることによって、より多くの子どもたちにサイエンスに興味を持ってもらい、将来素晴らしい科学者、研究者に育ってもらえたらと願っています。

俵木 サイエンス授業を通して、サイエンスに興味を持つ若い人を育てる取り組みは、非常に素晴らしいと思います。ぜひ、これからも継続してほしいと思います。

情報提供には「興味をひくデザイン」も重要

—協議会では、くすりのしおり®を用いた医療者と患者さんのコミュニケーションをサポートしています。くすりのしおり®は医療用医薬品の患者さん向けの説明書として、各製薬会社にて作成をお願いします、集約してホームページで公開しています。アストラゼネカにおいては、日本語版、英語版とも全製品を作成いただいています。

ステファン 多くの方が、インターネット



を最初の情報源にされています。患者さんがインターネットを最初に見たときにどのようなサイトにアクセスしているのか、信頼できる情報を見られているのかとても心配です。インターネット上には、いろいろな誤った情報がありますので、くすりのしおり®のような信頼できる情報源にアストラゼネカの製品が掲載されていることは、とても嬉しく思います。

俵木 御社のホームページを拝見していますと、患者さん向けの情報がたくさん載っています。薬の正しい飲み方、使い方、どんな副作用があるかなどの詳しい情報が、患者さんの目に付きやすいところに掲載されています。また、薬の情報だけでなく、疾患の情報やどんな治療法があるのかについても提供されています。患者中心の方針のもと、ホームページできちんと患者さん向けの情報提供に努められており、素晴らしいと感じました。ぜひ、その情報をくすりのしおり®とリンクさせてほしいです。くすりのしおり®は月に1千万アクセスあり、500万～600万人の方に見いただいています。その多くが患者さん、または患者さんのご家族ですので、疾患の説明や個々の薬の使い方などが見

られるのは、患者さんにとって大変役立ちます。

ステファン そうですね。アストラゼネカでは、2020年1月よりAI型チャットボットによる情報提供を開始しています。患者さん向けは「アズポート」、医療従事者向けは「アズトリート」を開発し、製品に関する質問などにチャットボットが対応します。患者さん向けの情報発信は、各製薬会社で行っていますが、それぞれ構成も異なっており、患者さんにとっては情報を収集しにくいこともあるかもしれません。協議会のような専門的な組織が、各企業の情報をわかりやすく提供していくことは、患者さんにとっても非常に価値のあることだと思います。

—協議会は、今後も一社ではできない活動を、皆さまと協力しながら行っていきたいと考えています。今後、当協議会に期待されることはありますか。

ステファン 現在行っている素晴らしい活動を、今後も継続していただきたいと思っています。患者さん、とくにティーンエイジャーの方は、自分のスマートフォンで、短時間で情報を収集する傾向があります。情報を発信する際は、長文

だったりすると見ていただけないことがありますので、簡潔にまとまっていて、見やすく、興味をひくデザインだと、より注目されやすくなるでしょう。

スウェーデンの事例を紹介すると、「ネキシウム®」の包装箱に入れる患者さん向け指導箋のデザインを変えました。大学でデザインを学んでいる学生に協力してもらい、色づかいやレイアウトなど、構成を大きく変更したのです。これが反響を呼び、賞を受賞するなど高い評価を受けました。新しいやり方に挑戦することはアストラゼネカのバリューの一つですが、この患者さん向け指導箋の事例は、患者さんに貢献することができた大きな成功例だったと思います。

俵木 ありがとうございます。とても興味深くお聞きしました。協議会では、くすりのしおり®の閲覧者を対象としたアンケート調査を行いました。くすりのしおり®を見にきたけど、くすりのしおり®になかった情報は何か、そして患者さんが知りたい情報は何かを調査し、そのデータをもとにくすりのしおり®全体の見直しを行っています。来年4月にはスマートフォンで使いやすい、よりわかりやすい新しいサイトに切り替える予定ですので、よりよいサイトとなるよう、更なるご指摘をいただければと思います。

この対談は十分な感染対策のもと行われました。

AZ バリュー



私たちはサイエンスを
追い求めます

私たちは
患者さんを第一に考えます

私たちは
勝つことに注力します

私たちは
正しい行動をとります

私たちは
新しいやり方に挑戦します

表紙のイメージについて 「ドーナツミーティング」

アストラゼネカでは月に1回、国内の全社員をつなぐ「ドーナツミーティング」と称する全社ミーティングを行っています。横断的な情報交換の機会であると同時に、社員のエンゲージメントを高める場となっています。

信頼できる 医薬品情報の 発信に向けて

Vol.3



日本製薬工業協会 常務理事 **田中 徳雄氏**

1983年 京都薬科大学卒業
1983年 武田薬品工業入社
1993年 (財)医療経済研究機構企画事業部長
2006年 武田薬品医薬営業本部京都支店長
2010年 武田薬品医薬営業本部横浜支店長
2013年 日本製薬工業協会常務理事
2019年 (公財)MR認定センター専務理事
(兼任)

Providing
Reliable
Drug
Information

当協議会の医療用医薬品患者向け情報検索サイト、くすりのしおり®は、現在月間数百万人のアクセスをいただいています。協議会は2020年度からの中期3か年計画のなかで、くすりのしおり®を軸として、疾患情報や適正使用情報、使用法動画などを連携するポータルサイトの構築を「ミルシルプロジェクト」として進めています。この取組みを始めるにあたり、専門の立場の方々からメッセージをいただきます。

情報過多の時代だからこそ、 製薬企業からの情報発信には 誠実さを

医療用医薬品の製造販売会社にとって、当然守らないといけない法令は数多くあります。その中でも特に「広告」に関係する法規には、旧薬事法、現在の医薬品医療機器等法（以下、薬機法）の66条、67条、68条、医薬品等適正広告基準（1980（昭和55）年厚生省薬務局長通知（当時）、2017年改訂）、さらには販売情報提供活動に関するガイドライン（2018年9月）等々があります。

これらの関連法規に対する、日本製薬工業協会（以下、製薬協）のこれまでの取組みについて振り返ります。

国民皆保険制度がスタートする1961（昭和36）年以前は、医療サービスや医薬品は非常に高価で患者さんや一般の人々にはなかなか手に入りにくいものでした。

国民皆保険制度のスタートに伴い国民の医療サービス、医薬品へのアクセスは急速に向上しました。それと同時に製薬企業間の競争も激化していったのです。

競争激化が後に、「薬害」や「流通問題」など様々な「社会からの信頼を失墜させる大事件」の起因となったことは歪めません。さらには、同種同効薬の他社製品や後発医薬品との「差別化」も不適正な情報提供に拍車をかけることにもなりました。

薬事法（当時）は、国民皆保険制度がスタートする前年の1960（昭和35）年に制定され、「第8章 医薬品等の広告」の中で「第66条 誇大広告等」「第67条 特定疾病用の医薬品の広告の制限」「第68条 承認前の医薬品等

の広告の禁止」が謳われています。

特に66条、68条は「何人たりとも…」という強い表現になっています。

そのような中1993（平成5）年には製薬協は自主規範である「医療用医薬品プロモーションコード（以下、プロモーションコード）」を策定しました。何ものにも代えがたい生命に深いかかわりをもつ医薬品を取り扱う企業が、医療用医薬品のプロモーションを行うにあたって、「当然やらなければならない義務」「自ずと守らなければならない節度」のあり方と行動基準を示したものです。

プロモーションコード策定の時代背景は、厚生省薬務局長（当時）の私的諮問機関である「21世紀の医薬品のあり方に関する懇談会」の最終報告書（1993年5月）が強く関わっています。同報告書は、「プロパーからMR」「販売促進から適正使用」さらには患者さんが直接製薬企業に問合せができるような「電話対応の窓口の設置」等々を求めました。

広告関連に関する製薬協の取組み

2015年1月6日の通知

疾患啓発、タイアップ広告について

2015年1月28日の通知（社内審査体制の強化）

社内審査の独立性を担保し、責任・権限を明確にすること
審査対象物を明確にし、審査結果を記録・保管すること
必要な人員を確保し、定期的な研修の実施と実施記録の保管

2015年9月11日の通知

医療用医薬品製品情報概要等に関する作成要領 →2017年見直し
すべての活動資料に適用、特に「参考情報」の取扱いの明確化

2016年3月22日の通知（社内審査体制の強化、透明性確保）

社内審査に社外の第三者を参加させ、より高い信頼性と透明性を確保すること

2016年7月15日の通知

ホームページ上のコンテンツ掲載に関する指針

プロモーションコードでは、プロモーションの定義を、『いわゆる「販売促進」ではなく、医療関係者に医薬情報を提供・収集・伝達し、それらに基づき医療用医薬品の適正な使用と普及を図ること』とし、世間一般で使用されているプロモーションの定義とは少し異なっています。「販売促進」という言葉には、どうも本来投薬しなくてもよい患者さんにまで薬を使っていただき、製品の売上を上げる、というイメージが強くありました。なお、この「プロモーション」の定義、考え方は、現在に至るまで変更はされていません。

各社がこのプロモーションコードにのっとり活動が続けてきましたが、大きな転機は、2013年に発覚した「臨床研究に関する不適切な関与問題」でした。この事案には、大きく分けて2つの問題があります。1つは、市販後の自社医薬品に関する臨床研究支援のあり方の問題、もう1つが、その臨床研究の結果を用いた「広告資料」の問題

です。

これらの問題は、後に、「臨床研究法」（2018年4月施行）、「販売情報提供活動に関するガイドライン」（同年9月）等の法的な規制へとつながっていきました。

製薬協でも特に「広告問題」に関しては、様々な取組みを行ってきました。

具体的には、

- テレビや新聞等のメディアを利用した疾患啓発広告とタイアップ記事
- (2度にわたる) 各社の社内審査体制の強化
- 製品情報概要等に関する作成要領の大改訂
- 各社のHP上のコンテンツ掲載に関する指針

等々です。

コード・コンプライアンス推進委員長、製品情報概要審査会委員長の連名で何度も通知を発出し続け、現在に至っ

ています。

時代の大きな変化、社会からの要請、更にはこれまでの取組みをしっかり理解した上で、製薬企業は引き続き正しい・信頼できる情報発信に努めるべきです。

現在、くすりの適正使用協議会では、信頼できる医薬品情報提供サイト構築事業「ミルシルプロジェクト」を進めています。これまで製薬企業は、直接患者さんへの医薬品情報の提供はほとんど行ってきませんでした。しかし、適正使用のさらなる推進を図るため、患者さんへ正しい・信頼できる医薬品情報を届けることは製薬企業にとっても大変重要な使命であると考えます。

製薬協としても、それら事業を支援するとともに、今後の協議会、さらには「ミルシルプロジェクト」の果す役割について大いに期待したいと思います。

患者さんといいいい関係 医療者の関係

患者さんと医療者が良好な関係を築くためのノウハウを紹介する当コーナー。
今回はCOMPASS研究の概要と行動経済学「ナッジ」について紹介していただきます。



おか だ ひろし
岡田 浩氏

京都大学大学院医学研究科社会健康医学系健康情報学

略歴
1990年 福岡教育大学卒 卒後、福岡県内の小中学校講師
2005年 長崎大学薬学部卒 卒後、保険薬局に勤務（-2014年）
2008年 京都医療センター臨床研究センター、研究員
2012年 京都大学大学院理学研究科修士 理学修士
2016年 京都大学大学院医学研究科修士 博士（社会健康医学）
2017-2019年 アルバート大学、博士研究員
2019年 京都大学大学院医学研究科社会健康医学系健康情報学、
特定講師

薬局で薬剤師が行う情報提供は 患者アウトカムを改善する： COMPASS研究から



生活習慣病の改善には医薬品の服用とともに患者さんの行動変容が重要です。しかしながら、長年の暮らしの中でしみ込んだ習慣を変えることは簡単ではありません。そんな中、指導とは違ったアプローチとして注目される手法があります。

はじめに

薬局で患者さんに正しい医療情報を伝えたとしても、多くの場合、その通りには行動しません。患者さんのやる気を引き出して、治療に前向きに取り組んでもらうために身に付けたい考え方を、薬局での糖尿病・高血圧患者への介入研究：COMPASS研究の結果と、その研究で使われた患者支援の手法である「ナッジ」を用いて紹介します。

COMPASS研究とは？

2011年に、日本国内の薬局で初めて実施された2型糖尿病患者を対象としたクラスターランダム化比較試験（RCT）がCOMPASSプロジェクトです。研究に参加した2型糖尿病患者の皆さんに薬剤師が薬局で処方薬を投薬する際、通常の服薬指導に加え、あらかじめ用意された生活習慣改善のコツをまとめた配布資料（図1）を渡してその内容について簡単に説明を行いました。

その結果、6か月後のHbA1c値の変化は、説明を行った介入群は-0.7%、説明を行わなかった対照群は-0.3%で、両群間の差は-0.4%（95%CI：-0.74 to -0.06, p=0.021）と差が認められました（図2）^{※1）}。



図1 COMPASS プロジェクトで使用了糖尿病患者への情報提供の資料イメージ
※オリジナルについては執筆者までお問い合わせください。

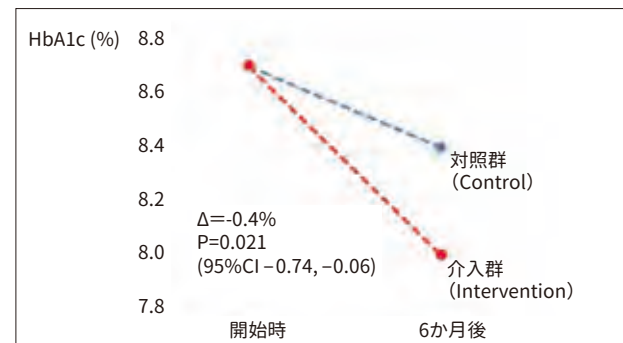


図2 COMPASS Project結果^{※1）}：薬局に定期的に訪れる2型糖尿病患者に、薬剤師が資料を使って情報提供した介入群では、通常の服薬指導を行う対照群と比較して、HbA1cが-0.4%改善した。

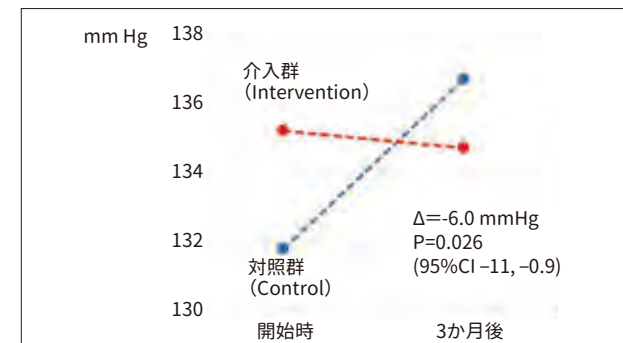


図4 COMPASS-BP結果^{※2）}：薬局に定期的に訪れる降圧薬を服用中の高血圧患者に、薬剤師が資料を使って情報提供した介入群では、通常の服薬指導を行う対照群と比較して、収縮期血圧が6mmHg改善していた。

③ ☆(スリースター)ファーマシスト研修

COMPASS研究で使った、薬局での薬剤師による生活習慣改善支援のスキル習得のための研修は、「3☆ファーマシスト研修」として2012年より全国で実施し、書籍にもまとめています^{※3）}。基本になっているのは、あくまで治療の方針は患者さん自身で考えて決めてもらい、医療者はその自己決定を専門的な知識を伝えることで支援するという「エンパワーメント」の考えです。またスキルとして、行動経済学のナッジ（Nudge）と呼ばれる方法を使っています^{※4）}。

ナッジは「軽く肘でつつく」という意味の英語で、「選択の自由を確保したうえで、金銭的なインセンティブを使わずに行動変容を起こすこと」と定義されています。よくナッジの例としてあげられるのは、コンビニの床に貼られている足形のステッカーです。これが1列に1mごとに貼ってあるだけで、特に呼びかけなくても、客は自ら1m間隔で1列に並びます。COMPASS研究は薬剤師が指導ではなく、資料を見せて患者さんに行動を決めてもらうという研究だったのです。

糖尿病や高血圧の患者さんの多くは、検査値を改善したいと思っています。しかし、自分なりに食事や運動を試してみても、ものの続かなかったり、何をすればいいのかわからなかったりします。薬剤師は資料を渡して説明するだけで、患者さんは命じられたわけでもないのに（命じられたわけでないからこそ）、やってみようかと思うという仕掛け（ナッジ）です。

まとめ

薬局で薬剤師が糖尿病や高血圧の患者さんに情報提供することによって、HbA1cや血圧が改善する可能性があるというCOMPASS研究の結果を紹介しました。指導ではなくナッジのような示唆による情報提供であっても、患者さんの生活習慣改善につながる可能性があります。

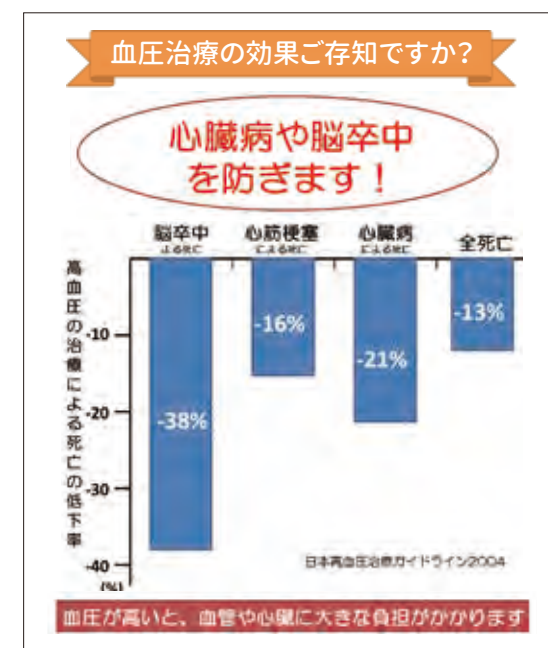


図3 COMPASS-BP 研究で使用了高血圧患者への情報提供の資料

同様に、薬局で高血圧の患者さんを対象に家庭血圧計を使って実施した国内2つ目のRCTがCOMPASS-BP研究です。この研究では、患者さん全員に家庭血圧計を渡して測定してもらいました。COMPASSプロジェクト同様に、介入群では投薬する際に減塩など生活習慣で血圧を下げるコツを示した配布資料（図3）を渡して簡単に説明を行いました。

結果は、3か月後の収縮期血圧の両群間の差が-6.0mmHg（95%CI：-11 to -0.9, p=0.026）となりました（図4）^{※2）}。

このように、薬局で薬剤師が日常的に行っている、食事や運動などの生活習慣改善の支援は、短時間であっても実は患者さんのアウトカム、つまり行動に影響している可能性があることが明らかになりました。

参考 ※1 Okada H et al. Pharmacology & Pharmacy 2016, 7, 124-132
※2 Okada H et al. BioScience Trends 2017, 11, 632-639

※3 岡田 浩 3☆ファーマシストを目指せ！ じほう 2013

※4 厚生労働省 ナッジ理論
<https://www.mhlw.go.jp/content/10901000/000500406.pdf>

介護と服薬

あるあるマンガ

公開中!

くすり教育・啓発委員会の服薬ケア・コミュニケーション分科会（以下、分科会）では、高齢者の薬の適正使用を推進するために、介護職の方を対象にした啓発活動を展開しています。



服薬ケア・コミュニケーション分科会

くすり教育・啓発委員会では、これまでに小学生とその保護者、中高生、妊婦・授乳婦向けなどの啓発活動をしてきましたが、薬を身近な存在とする高齢者への啓発も課題として捉えていました。

一方で、2016年に委員会の枠組みを超え協議会としての活動を検討するために発足したチーム「Project7」により、超高齢社会を迎えるにあたり広く医薬品リテラシー向上を図るための第一歩として、介護職への啓発活動および

介護職と薬剤師間のコミュニケーション向上の必要性が提言されました。

この「Project7」の提言を引き継ぐべく2018年に立ち上げられたのが当分科会です。

分科会の活動

介護職の方が携わるさまざまな仕事の1つである「服薬」との関わり、そしてその延長線上にある薬剤師との「コミュニケーション」について検討を重ね、介護職の方が日常的に介護現場で遭遇

する場面をテーマにした、短時間で要点を学べるツールが適切と考えました。

そこで、4コマ程度のマンガと監修コメントからなる「介護と服薬あるあるマンガ」を作成しています。隙間時間など

に介護職やその関係の方に楽しみながら学んでいただけるようWEBにて展開、2019年から現在まで11テーマを公開中です。

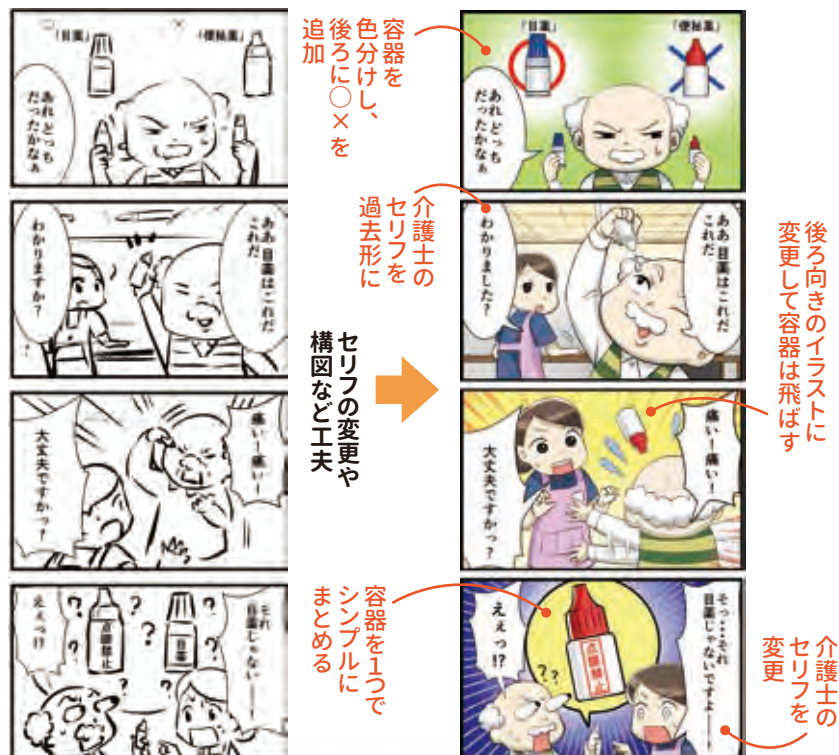
マンガ制作

描画は、エンターテインメント業界で活躍するクリエイターやアーティストの育成を目的とする専門学校のアミューズメントメディア総合学院（AMG）に依頼、雰囲気や明るくして欲しいなどの細かいリクエストにも柔軟に対応していただいています。

1コマに情報を詰め込みすぎで読みづらくなならないよう、セリフは短く、かつ分かりやすい表現になるように分科会チームで意見を出し合いながら検討しています。

ストーリーやセリフがある程度固まった後、AMGで構図やセリフを大まかにあらわしたネームを作成し着色に進みますが、イメージしている雰囲気やインパクトを出すため、構図を変えてもらったり色を指定したりすることもあります。

制作工程 ①テーマ選定 ②ストーリー・セリフ構成 ③ネーム作成・線画・着色



「介護と服薬あるあるマンガ」は協議会のブログページ「お役立ち情報」に掲載中スマートフォンからでも閲覧しやすく、気軽にアクセスしてご覧いただけます

薬剤師、介護士のそれぞれの立場から事例について解説しています。

監修：株式会社 友愛メディカル 常務取締役 薬剤師 玉井 典子
生活介護サービス株式会社 代表取締役 介護士 山岸 大輔

掲載中のマンガ一覧（2021年9月現在）

【目薬】目からあふれちゃう！
【落葉】落とした葉の末路
【薬のシート】切りはなして大丈夫？
【副作用】なんかいつもと違う…？
【粉碎】飲み込めないじゃ
【似た容器】間違えやすいので注意
【他人の薬】もらった薬飲んでいい？
【服薬管理】お薬が足りない？
【飲み忘れ】薬を飲み忘れたら次に2回分飲んでいい？
【薬の服用】お茶じゃダメ？
【残薬】ここにもあったかあ!?

こちらのQRコードから
ご覧いただけます

あるあるマンガをご覧いただいた
介護職や薬剤師の方からの声

自分一人で解決しようとせず、専門職に相談し皆で利用者を守っていくことが大切と思った。

とても分かりやすく、介護や薬のプロの方々の話は説得力があります。

在宅ヘルパーは薬剤師と情報交換できる機会は皆無。責任者の代わりに担当者会議に出る機会はある。日々の当事者として薬剤師、看護師と話すことは大切だと感じた。

薬剤師は毎日訪問することは難しく、患者さんと接する機会が多いのが介護職の方とされます。当薬局でも、介護職の方との連携を密にすることで、服薬行動の改善につながった例も多く、連携の重要性を感じています。

<https://rad-ar.or.jp/blog/category/useful/kaigo/>

監修者とのコラボ研修

千葉市内の介護職を対象とした服薬に関する研修会を2021年6月29日に実施しました。

14名が参加、協議会からくすりのしおりの紹介や、薬の基礎知識について実験を交えながら説明し、続けてあるあるマンガ監修者の薬剤師 玉井 典子氏から、介護現場でおさえておきたい薬の知識に関する講義を行いました。



常山 俊和委員（興和）



於）千葉市社会福祉研修センター

真野 健治委員（日本新薬）



2021年6月10日に第6回定時総会を開催しました。

昨年の総会は、COVID-19の感染拡大の中、書面決議にて行いましたが、
一年間オンライン会議の経験を積み、今年はオンラインを主体とし、無事開催することができました。

定時総会の審議事項である2020年度事業報告・決算、役員報酬額の変更および定款の改定については、全て承認されました。

2020年度はCOVID-19の蔓延でテレワークの徹底、対面での会議開催・出張の自粛が行われたことから、予算を下回る執行となりましたが、各委員会の活動はオンライン会議により活発に行われ、計画した成果を上げることができました。事務局においては、中期活動計画「MIRAI 20-22」※の中核事業として取り組んでいる「ミルシルプロジェクト」のシステム開発、新サイト開発を精力的に進めました。

また、今回の定款改定により、総会・理事会の開催案内等を書面（郵送）でなく電磁的手段でも可能とし、議事録の押印を不要とすることで、ニューノーマルのオンラインを活用した業務体制に対応させるための改定を行ったものです。

※ MIRAI : Medical Information-Reliable, Accurate and Informative

Medical
Information-
Reliable,
Accurate and
Informative
20-22



※ イメージ

一般社団法人 くすりの適正使用協議会 会員・代表者一覧

※50音順、敬称略（2021年10月1日現在）

製薬企業会員 23社

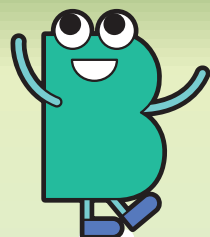
	旭化成ファーマ株式会社 代表取締役社長兼 社長執行役員 青木 喜和		アステラス製薬株式会社 代表取締役社長 CEO 安川 健司
	アストラゼネカ株式会社 代表取締役社長 ステファン・ヴォックストラム		アヅヴィ合同会社 社長 ジェームス・フェリシアノ
	大塚製薬株式会社 代表取締役副社長 森島 信幸		小野薬品工業株式会社 代表取締役社長 相良 暁
	協和キリン株式会社 代表取締役社長 宮本 昌志		興和株式会社 代表取締役社長 三輪 芳弘
	塩野義製薬株式会社 代表取締役社長 手代木 功		第一三共株式会社 代表取締役社長 兼 CEO 眞鍋 淳
	大日本住友製薬株式会社 取締役会長 多田 正世		武田薬品工業株式会社 代表取締役 日本管掌 岩崎 真人
	中外製薬株式会社 代表取締役会長 小坂 達朗		東和薬品株式会社 代表取締役社長 吉田 逸郎
	ノバルティス ファーマ株式会社 代表取締役社長 レオ・リー		マルホ株式会社 代表取締役社長 杉田 淳
			Meiji Seika ファルマ株式会社 代表取締役社長 小林 大吉郎

賛助会員 6社1団体

株式会社EMシステムズ 代表取締役 社長執行役員 國光 宏昌	シミック株式会社 代表取締役 社長執行役員 藤枝 徹	日本医師会ORCA管理機構株式会社 代表取締役 露口 泰介	harmo株式会社 代表取締役Co-CEO 石島 知
株式会社グッドサイクルシステム 代表取締役 遠藤 朝朗	シミックヘルスケア・インスティテュート株式会社	日本OTC医薬品協会 会長 上原 明	

個人会員 8名

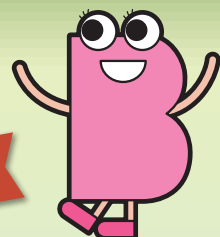
特定会員 179社



マンガでわかるバイオ医薬品

～がん治療薬編～

公開!



先進医療製品適正使用推進委員会は、患者さんおよび一般の方向けの啓発資料「マンガでわかるバイオ医薬品～がん治療薬編～」PDF版を今年6月、協議会ウェブサイトにて公開しました。

バイオ医薬品とは、微生物や動物細胞を用いて製造された医薬品で、タンパク質を有効成分とします。近年、さまざまな作用メカニズムを有するバイオ医薬品が登場し、がんや自己免疫疾患などの多くの疾患の治療に使われています。今年度新たに公開した啓発資料で

は、これからがん治療を始める患者さんや、患者さんのご家族、身近にがん患者さんがいらっしゃる方々にまず知っていただきたいバイオ医薬品の情報を、マンガやイラストを多く取り入れ、Q&A形式で読みやすくまとめました。

- 1 バイオ医薬品ってどんなもの?
- 2 がん治療に用いられるバイオ医薬品とは?
- 3 バイオ医薬品の特徴はなんだろう?
- 4 バイオ医薬品が高額な理由は? バイオシミラーってなに?
- 5 バイオ医薬品に特徴的な副作用はあるの?

監修 国立医薬品食品衛生研究所 生物薬品部 石井 明子氏
杏林大学医学部付属病院 薬剤部 若林 進氏

https://www.rad-ar.or.jp/bio/index_ippan



啓発資料作成の背景

当委員会では、前身のバイオ医薬品適正使用推進委員会の時代からバイオ医薬品の啓発のための各種取組みを進めており、これまで以下の啓発資料を作成、公開してきました。

これらの啓発資料は多くの媒体や団体で取り上げていただいています。

しかしながら、バイオ医薬品が関連する疾患領域は非常に幅広いため、疾患別の啓発資料を作成したほうが、

読み手により身近に感じて頂けると考え、この度第一弾としてがん治療薬にフォーカスした啓発資料を作成しました。内容を検討するにあたっては、日々進歩するがん治療薬について最新の情報をお伝えするため、アドバイザーの先生方にもご意見を頂きつつ、近年普及が進む免疫チェックポイント阻害薬や抗体薬物複合体など、がん治療薬の最新トレンドを盛り込みました。

当協議会バイオ医薬品キャラクターの「バイオくん」、「バイオちゃん」による対話形式のマンガを取り入れるなど、これまで作成してきた啓発資料以上に親しみやすさ、分かりやすさを考慮して作成しました。また、認定NPO法人キャンサーネットジャパンにもヒアリングを行い、患者さんのニーズに応える内容としています。

これだけは知っておきたいバイオ医薬品 (医療関係者向け)



バイオ医薬品ってどんなもの? (患者さん・一般の方向け)



患者さん・一般の方向け教育、研修用啓発資料 (パワーポイント版)



関連した啓発活動

当委員会では、啓発資料の作成に加え、公益財団法人日本薬剤師研修センターと協同してeラーニングコンテンツ「薬剤師が知っておきたいバイオ医薬品の基礎知識」を作成しました。薬剤師研修センターのビデオ・オン・デ

マンド (VOD) 研修として研修認定薬剤師制度「集合研修」の単位も取得できます。

講師は啓発資料のご監修もいただいている石井 明子先生および若林 進先生です。

https://www.jpec.or.jp/kenshu/jyukou/kenshunintei_e-learning_bio

今後の啓発活動

委員会としてのこれまでの活動は、主に医療関係者、あるいは患者さん・一般の方を対象としていましたが、薬学教育現場においてバイオ医薬品に

関する正しい知識を習得することの重要性を考え、薬学部の学生に向けた新たな教育コンテンツの作成に取り組んでいます。

PICK UP Topics

直近数カ月間に作成された資料の一部をご紹介します

ぜひ活用ください!



くすりのしおり® 活用法リーフレット



女性向けサイト・保護者向けサイトのポスター

日本宝くじ協会の助成を取得!



(一財) 日本宝くじ協会の助成により、オリジナルお薬手帳を作成! 100薬局に100冊ずつ 計10,000冊を無償提供しました。詳しくは下の協議会ホームページで!

協議会ホームページで活動状況を紹介しています



<https://rad-ar.or.jp/blog/>

過去の記事もこちらからご覧いただけます!



漱石とタカヂアスターゼ

小説中に薬の名前を見出だすことがある。

夏目漱石の「吾輩は猫である」にも、以下の有名な一節がある。

「其癖に大飯を食ふ。大飯を食った後でタカヂアスターゼを飲む。飲んだ後で書物をひろげる。」

タカヂアスターゼ(タカヂアスターゼ)とは、高峰譲吉が発見したデンプン分解酵素、消化薬である。作品を発表した1905年(明治38年)当時からその存在は広く知られていたようで、胃潰瘍を患っていた漱石自身も服用したかもしれない。

冒頭の「吾輩は猫である」の一節を象徴として、漱石の作品には、明治知識人の悩みを分かり易い題材で記した内容が多い。「吾輩～」は、猫の目を通しての人間・社会への風刺ともいえるが、漱石の作品の中では難解であると思う。「猫」とは一体何者なのか。漱石自身ともいえるし、世間一般ともいえる。世間一般となると、他者の総体、すなわち「神」であるとも解釈できるのではないか。とはいえ、「猫」は、猫であるともいえる。「吾輩は猫である」は日本近代文学史上の秀作であり、これを読まずして、人生を語れない。

M.Y



一般社団法人くすりの適正使用協議会の現況

(2021年10月末現在)

協議会をささえる会員(五十音順)

●製薬企業会員 23社

旭化成ファーマ株式会社
アステラス製薬株式会社
アストラゼネカ株式会社
アッヴィ合同会社
エーザイ株式会社
大塚製薬株式会社
小野薬品工業株式会社
キッセイ薬品工業株式会社
協和キリン株式会社
興和株式会社
サノフィ株式会社
塩野義製薬株式会社

第一三共株式会社
大正製薬株式会社
大日本住友製薬株式会社
武田薬品工業株式会社
田辺三菱製薬株式会社
中外製薬株式会社
東和薬品株式会社
日本新薬株式会社
ノバルティスファーマ株式会社
マルホ株式会社
Meiji Seika ファルマ株式会社

●賛助会員 6社・1団体

株式会社 EM システムズ
株式会社グッドサイクルシステム
シミック株式会社
シミックヘルスケア・インスティテュート株式会社
日本 OTC 医薬品協会
日本医師会 ORCA 管理機構株式会社
harmo 株式会社

●個人会員 8名

●特定会員 180社

くすりのしおり登録状況

日本語版: 16,698種類(+165)

英語版: 11,279種類(+362)

※カッコ内は4月末からの数値からの変化

会員募集中!

協議会の趣旨にご理解を賜り、新たなパートナーとして参加いただける会員*を随時募集しております。入会の詳細につきましては、下記までお問い合わせください。

※企業、団体、個人を問いません

URL: <https://www.rad-ar.or.jp>

E-mail: ishibashi@rad-ar.or.jp

電話: 03-3663-8891

FAX: 03-3663-8895

RAD-AR Newsは、6月・12月の年2回発行です。バックナンバーは、当協議会ホームページよりご覧頂けます。新規送付を希望の方は、協議会までお問い合わせください。購読料、送料は無料です。

<https://www.rad-ar.or.jp>