



代表取締役社長 増子治樹氏

本年4月に社長に就任。ICTを積極的に推進し、患者とのコミュニケーションの他、薬剤師のサポートやリクルートにも利用。さらに、全国の調剤薬局でデッドストックとなってしまう医薬品のマッチングを行うシステムの提供など、革新的なサービスを次々と打ち出している。



患者とコミュニケーションを取るために「LINE」を利用。薬を飲む時間のお知らせや、健康相談もLINEを通じて可能。さらに、あらかじめ処方箋を送付して、来店時の待ち時間をなくすなど、ICTを駆使している。

ICTによる患者とのコミュニケーションと、健康相談拠点という新しい調剤薬局の形。



company profile_02

イントロン株式会社

埼玉県/調剤薬局

<https://intron.co.jp/>



8月に松戸にオープンしたばかりの最新店舗。インテリアにもこだわり、居心地の良い待合室を設置。大型モニターによる健康情報の提供の他、プライバシーに配慮した個室相談室も用意。気軽に健康相談が可能となっている。100台の大型駐車場も用意するなど、患者のことを第一に考えた店づくりが特徴だ。

厚生労働省によると、2016年度の国民医療費は42兆1381億円。なかでも、65歳以上の高齢者医療費は25兆円を超えるまでになった。人口減少期に入った日本では、今後高齢化社会が進むことから、医療費の増加は確実視されている。そのような環境下で、ICTを利用した革新的な取り組みで患者に寄り添い、さらに「健康相談拠点」への進化を目指す調剤薬局がある。健康社会づくりに挑む同社の事業に迫る。

調剤薬局に求められる役割の見直しを決断

「イントロン」とは、DNAに含まれる領域のことで、様々な物質をつなぎ、新しい遺伝子をつくりだす役割があるとされている。

この名を冠する調剤薬局チェーンが「イントロン」株式会社。代表取締役社長の増子治樹氏は語る。

「当社は1993年に創業しました。埼玉県を中心に、現在43店舗の調剤薬局を運営しています。イントロンの名の通り、患者さまと、医師、地域をつなぐ存在でありたいと思っています」

当時は、医薬分業が進みつつある時代。1997年に厚生省が37

のモデル国立病院に対して完全分業を指示したことで、ますますその流れが加速していた。「俗に、門前薬局といわれるように、調剤薬局が乱立し、まさに陣取り合戦のような状態になっていきました」

実際、当時は調剤薬局にとって非常にいい時代だったそうである。病院の隣など好立地に店舗さえすれば、必ずといっていいほど収益が上がった。

しかし、同時に高齢化社会が進み、医療費や使用される医薬品が増加。国民皆保険制度の将来が危ぶまれるようになってきた。

「そのため厚生省は、年々、調剤薬局に対する報酬制度の見直しを行うようになりました。薬価の引き下げや、調剤報酬額が引き下げられ、調剤薬局の乱立による競争の激化など、病院の門前に建てれば収益を確保できるという環境ではなくなっていました」

実際、2018年の厚生労働省調査では、調剤薬局は全国で5万9000店舗を超え、コンビニエンスストア約5万8000店舗とほぼ同数となっている。

「医薬分業率は72%を超え、業界自体の成長率も落ち着き、ただ出店すればいいという時代から、より患者さまと向き合う経営が必要となってきました」

そのため、ICTを患者だけでなく、薬剤師のためにも積極的に利用している。たとえば、店頭で薬剤師が処方箋をスキャンすると、その症状に合った健康情報が店内のモニターに表示され、医療や薬の知識、毎日の健康管理の習慣が身につくアドバイスなどが提供される。さらに、患者の相談に乗りながら、PCなどの端末を叩いていくと、最適なOTCやサブリの情報、健康アドバイスを薬剤師に提供される仕組みだ。

これは薬剤師の対人業務をやりやすくすると同時に、安心して働ける環境づくりの一端でもある。まさに、薬剤師にも「選ばれた」ためのシステムである。

「イントロン健康圏というのをつくるのが使命です。薬を提供するだけでなく、健康増進のお手伝いを行い、店舗から、地域、全国、世界へ、そしてIT空間にも展開し、健康長寿社会を実現したいと考えています」

一般的に、調剤薬局に対しては、ただ薬をもらう場所という認識が多いかもしれない。しかし、同社が推進する「健康相談の拠点」というイメージが広がれば、患者サイドの意識が変わり、そして、国民の健康維持に大きく寄与していくだろう。

「営が必要となってきました」

同氏は早くから、このような出店ありきの業界に大きな違和感を覚えると同時に、国民皆保険制度の将来も危ぶんでいた。

「現在、調剤薬局の市場規模は7兆円を超える大型マーケットですが、少子化や人口減少に伴い、ますます高齢者の比率が高まることから、医療費は確実に増大し、国の財政を圧迫していきま

ICTを駆使した患者に選ばれる薬局づくり

同氏は、調剤薬局に求められる役割を見直した結果、まず「患者に選ばれる調剤薬局」にならないと考

「最も大切なのは、患者さまへ

のフォローです。そのために、ICTを積極的利用することにしま

した。SNSのLINEで患者さまとつながり、たとえば薬を飲む時間になると、お薬を飲みましたか？ などのコミュニケーションを行っています。また、LINEを通じて、お薬に対する相談や健康相談なども実現しています。さらに、LINEで処方箋を送っていただければ、お薬の準備ができましたとお知らせすることなく来店していただけるようになっています」

また、ICTの利用では、電子お薬手帳サービスや、患者の薬の履歴管理も行っている。

「処方される薬との重複利用による悪影響など、様々な薬の飲み合わせや、体質に合ったアドバイスを行っています。薬歴（処方箋）をクラウドに保存することで、災害時に他の地域や医療機関での

対応も可能となっています」

同氏の取り組みの根底にあるのは「医師の書いた処方箋をもとに薬を出して説明するだけでは不十分」ということである。ICTの推進と合わせて、調剤薬局の店頭でも「対人業務」にもっと力を入れた「かかりつけ薬剤師」という存在にならなければいけないと考えているのだ。

「患者さまに健康のお悩みがあるとしても、何科を受診したらいいかわからないことってありますよね。そのような時に、薬剤師が専門性を発揮して、健康のお悩みに最適な近隣の病院をご紹介したり、OTCと呼ばれる要指導医薬品やサプリを販売して、セルフメディケーションなどの健康増進サポートを行っています」

患者からの健康相談を通じて、予防や未病の手伝いを行うことで、健康を維持して欲しい。そ

してその結果、患者が医療機関を受診する手間や時間を省くことができれば、最終的には国民医療費の増加を抑制できる。それが同氏の目標である。

その取り組みのため、居心地のいい店内環境づくりにも積極的だ。清潔で明るいインテリアに加え、店内にアートを飾り、患者の緊張を和らげると共に快適性を実現。患者が気軽に来店でき、薬剤師に相談しやすい雰囲気をつくりだしている。

「かかりつけ薬剤師という取り組みや、イントロンが身近な健康相談拠点であるということ、広く知っていただきたいです。当社は薬を出すだけでなく、健康に関する相談を積極的に行っていますので、医師にかかる前にも気軽に来ていただきたいです」

かかりつけ薬剤師による地域の健康相談拠点へ

同社の経営理念は「選ばれる調剤薬局」である。患者に選ばれるのはもちろん、薬剤師、従業員、医師、公的機関、薬品メーカー、地域など、様々なステークホルダーに選ばれる調剤薬局になることが重要と考えている。