



作成日	薬剤名	検査方法	検査回数	結果	検査担当者	検査結果
2009/10/20	パロチンゼン	目視	10	合格	山本	10/20~10/20 12/1.6
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.2
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.5
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.1
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.4
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.9
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.0
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.1
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.9
2009/10/20	パロチンゼン	目視	11	合格	山本	10/20~10/20 12/1.2
2009/10/20	パロチンゼン	目視	19	合格	山本	10/20~10/20 12/1.7
2009/10/20	パロチンゼン	目視	15	合格	山本	10/20~10/20 12/1.8
2009/10/20	パロチンゼン	目視	16	合格	山本	10/20~10/20 12/1.0

H 年 M 月 D 日		毎日検数表							検町店
項目	検数	1	2	3	4	5	6	7	
検査項目									
検査結果									
検査担当者									



ヨソに差を付けるウチの委員会活動

活発な取り組みと着実な成果を見せる調剤薬局

調剤薬局にあるさまざまな委員会。だが、中にはあまり活発に活動していなかったり、休眠状態だったりするところも見受けられる。どのような分野でも、お互いを合わせ、知恵を出し合うことで、今よりもっと充実したものを作り上げることができる委員会活動。ここでは活発な活動を繰り広げ、着実に成果も上げている調剤薬局の委員会にスポットを当て、その取り組みを追った。

文・写真 星 光洋

スキルアップ委員会

社員全員がいずれかの委員会に所属し、活発な委員会活動を繰り広げている調剤薬局のアルバ(兵庫県)。同社の「スキルアップ委員会」は知識のレベルアップを目的に、今から2年ほど前に発足した。現在20数人の従業員がこの委員会に参加している。

「服薬指導上達シート」と「SOAPチェックシート」

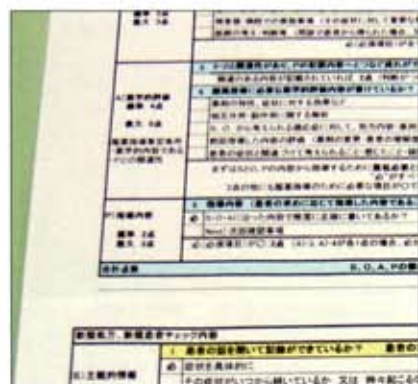
同委員会ではこれまでさまざまなものを作成してきた。各種マニュアルのほか、「服薬指導上達シート」や「SOAPチェックシート」「基本テスト」などがその代表例だ。

「服薬指導上達シート」はテーマご

とに、「指導項目」「指導内容のパターン」「問いかけの言葉」などを列挙したもの。新人などに与え、服薬指導の参考にしてもらうことで、指導の質を一段と高めるのが狙いだ。

テーマは「風邪」「ビタミン」「内科」「胃症状」など約20種類に上る。「問いかけの言葉」の欄には「食後に胃のもたれが起こることがありますか?」など、患者に問いかける場面で実際に使える言葉をそのまま収載している。

一方、「SOAPチェックシート」はSOAP形式の書き方に慣れることを目的に作成した。チェック項目に沿って、実際の薬歴を照らし合わせ



「SOAPチェックシート」(アルバ)

ていくもので、同委員会は昨年、「新規処方」と「継続処方」の2種類のシートを用意した。

チェック項目ごとに薬歴を「○」「×」で診断し、すべて「○」なら15点満点となる。同社では10点が1つの目安としている。5人が同時にチェックできるこのシートは各店舗で定期的実施している「SOAP検討会」で使用しており、チェック後は全員でディスカッションを行っている。

全店統一の「基本テスト」

一方、「基本テスト」は全店統一で月1~2回の頻度で実施。さまざまな薬に関する問題を出題している。従来は各種マニュアルに記載した内容を中心に出题していたが、これが一通り終わったため、次のステップとして、薬に着目。1年半ほど前、全店共通の薬を対象とした今の形に切り替えた。

このテストは毎回A4サイズ1枚で、薬の分類や規格、最大投与量、作用や副作用の特徴などに関する問題を取り上げている。現在までに糖尿病やうつ病、緑内障、痛風などの薬を取り上げた。

このほか、同委員会では「保険知

識テスト」も作成しており、このテストには事務のほか、新人や中途採用の薬剤師も臨んでいる。

ポケットサイズのカード

同社の薬局の調剤室には小児用薬の各瓶に1枚のカードが下がっている。ポケットサイズの紙に小児科の薬品名、一般名、力価、1日用量、注意事項、特徴・味などを記し、ラミネート加工を施したものだ。スキルアップ委員会はこのカードにもかかわっている。

同委員会ではドラッグインフォメーションをデータベース化しており、毎月1回、更新している。現在蓄積している約220品目の薬のうち、123品目は小児科の薬。各店舗ではこのデータベースに取められている情報を適宜引き出し、必要な小児用薬のカードを作成しているのだ。

調剤過誤対策委員会

ブリスクリプション エルム&バーム(宮城県)の「調剤過誤対策委員会」は医療事故につながる恐れのある調剤過誤の発生を低減するために設置された。「リスクマネジメントマニュアル」や「調剤業務指針」の作成、「インシデント・ヒヤリハット報告書」や「クレーム・アクシデント報告書」の集計・分析、各種過誤対策の提言などに取り組んでいる。

「リスクマネジメントマニュアル」と「調剤業務指針」

リスクマネジメントマニュアル(A4サイズ、32ページ)は「医療安全管理指針」を含めたもの。医療事

故防止のためのポイントや医療事故防止体制、インシデント・アクシデント発生時の対応マニュアルなどについて触れている。

一方、調剤業務指針(A4サイズ、116ページ)は「医薬品の安全使用のための業務手順書」を含んでおり、ここでは処方せんの受付から調剤、監査、服薬指導、会計に至るまで、さまざまな場面の注意事項などを網羅している。

「報告書記載の手引き」も作成

同委員会は情報の収集にも熱心。独自に作成した「インシデント・ヒヤリハット報告書」にはミスの内容、種類、原因、対象となった医薬品、患者の状況などを記せる欄を用意した。発生した場合は随時、報告書を書き、定期便で委員会に送る。収集した事例は集計・分析した上で全店舗にフィードバックする。

一方、「クレーム・アクシデント報告書」には経緯と内容の詳細、対象となった医薬品、医師との対応・状況、患者の状況などを記入できるようになっており、発生した場合は即、ファクスで委員会と社長に送信する。

これら報告書に関しては「報告書



「散剤液剤確認カード」(ブリスクリプション エルム&バーム)

記載の手引き」も作成した。記載時の注意事項などをQ&A形式でまとめ、全店舗に配布している。

さまざまな過誤防止策

委員会ではさまざまな過誤防止策も講じた。散剤・液剤の容器や棚には薬品名、用法・用量、禁忌などを記した「散剤液剤確認カード」を取り付け、調剤時の監査に活用している。調剤室には薬剤充填時のミスを防ぐための「薬剤充填表」も用意。薬剤を充填する際には必ず使用するようになっている。

使用頻度の高い散剤・液剤に関しては「散剤液剤監査ラベル」も作成した。これはクリアファイルを切り分けて、それぞれに薬品名を記したものの。ラベルには薬瓶のキャップの色など、それぞれのイメージカラーをあしらっている。このラベルは各薬瓶の近くに置いており、監査の際に役立っている。

散剤やシロップ剤など調剤後の監査が困難な薬剤に関しては「薬剤秤量確認表」が効果を発揮する。

このほか、予製剤作成ミスを防止するための「予製剤確認表」も作成した。この表には作成日、薬剤名、1回当たりの秤量、分包数、回数(分包機を動かした回数)、予製全量などを記載できる欄を設けた。

同委員会は過誤防止のための研修にも意欲的。毎春行われる新人研修の中でも時間を割いて教育している。このほか、同委員会ではグループウェアを使って、「調剤過誤対策委員会通信」という媒体を発信。調剤過誤防止につながるさまざまな情報を流している。

マナー・コミュニケーション委員会

宮城県を地盤とするトミザワ薬局(仙台市)には複数の委員会がある。その中で異彩を放っているのが「マナー・コミュニケーション委員会」だ。

この委員会は2004年に発足した。目的はコミュニケーションスキルのレベルアップや仲間意識の向上だ。薬剤師3人・事務2人の計5人で構成しており、これまで「マナー・コミュニケーションスキルアップ研修会」の開催や情報紙「マナコミ通信」の発行、患者に不快感を与えないようにするためのルールである「身だしなみルール」の作成などに取り組んできた。

マナー・コミュニケーションスキルアップ研修会

「マナー・コミュニケーションスキルアップ研修会」は年間約6回の頻度で実施しており、現在までに22回も開催した。毎回、ウェル・ケア研究所の後藤恵子氏を講師に招き、2時間ほどかけて講演やロールプレイングを行っている。

過去に取り上げたテーマは「メンタルヘルス」「患者心理を考える」「傾聴」など。中には「未来志向型コーチング」「アサーションを学ぶ」といったテーマも見受けられる。研修会には毎回40人前後の社員が出席しており、参加者からの反応も良好。年1回はアンケートで参加者のニーズを拾い上げ、その後の研修に生かしている。

同委員会の「マナコミ通信」は06年から発行を開始した。約2カ月に1回の頻度で作成し、全店舗に毎回、



「マナコミ通信」(トミザワ薬局)

メールで配信している。

「マナコミ通信」を発行

紙面には前回行った研修会の内容や独自に集めたマナー・コミュニケーションに関する知識などを掲載。1月号では「クレーム対応としてのコミュニケーションとは?」と題し、コミュニケーションのコツを伝授している。

紙面に掲載する内容は委員会のメンバー全員で検討。執筆は毎号、輪番で1人が担当する。

「マナコミ通信」には各店舗のスタッフや周辺情報などを紹介するコーナーも収載している。これは各店舗の従業員が一堂に集まったとき、お互い親近感を持てるようにするためのもの。すでに全17店舗のほとんどの店舗を取り上げている。

「身だしなみルール」も作成

一方、「身だしなみルール」は06年に作成。服装や髪、顔、手、靴、足下などについて、それぞれ独自のルールを設定している。「服装」の項目ではイヤリングやペンダントなどのアクセサリー、香水などを身に付けないようにすると規定。「手」