

# Dgs Journal

ドラッグストア業界特化型『勝つため』の日刊メディア

Web アーカイブ版 <https://dgs-j.net> ※複数人での1アカウント利用、無許可での転送・転載・複製・複製・データ使用は厳禁

## 創刊特別企画 OTC 薬協・杉本雅史会長インタビュー 「販売の実情無視した医薬品販売制度は問題」

長く世の中を混乱に陥れたコロナ禍は図らずも、「自分の健康は自分で守る」というセルフメディケーション推進の機運を高めた。一方ではオーバードーズ問題に際して OTC 医薬品の販売規制を求める声もあり、セルフメディケーションの推進には追い風と逆風が乱れ吹く。このほど日本 OTC 医薬品協会会長の杉本雅史氏＝写真＝（ロート製薬社長）にインタビューし、セルフメディケーションの未来と協会の方針について話を聞いた。（取材と文＝八島 充）

### 現状のセルフメディケーションの認識は？

「自分の健康は自分で守る」、いわゆるセルフメディケーションの推進は当協会の活動の根幹だが、残念ながらその概念が我が国に根付いているとは言い難いのが実情。その理由は、1961年に制度化された国民皆保険という高次元のセーフティーネットにも一因があると考えている。国民皆保険制度は、医療機関へのフリーアクセスが可能で、納得のいく診断を受けるまで、医療機関と担当医を変え続けることができる。費用の一部は国の保険で賄えるため、経済的な負担も最小限で済む。世界に誇るべきこの制度だが、ややもすると「健康はタダで（あるいは安価に）手に入る」と考えてしまい、「自分の健康は自分で守る」という意識が希薄になりがち。これは「日本の常識は世界の非常識」と言われる、最たる例ではないか。

諸外国の医療費は総じて高額で、「健康を害すれば経済的に苦しくなる」ということを、生活者自身がしっかりと理解している。その認識の差が、セルフケア・セルフメディケーションの定着の差となって現れているのかもしれない。

### 意識を変えるには何が必要か？

我が国の医療費は右肩上がり続けており、このままでは財政破綻を起こすと言われている。その警鐘は 20 年前から叫ばれてきたが、一人一人が実感を持てずに、今日までできてしまった。今、その危機



は目前に迫っている。何でもかんでも当たり前のように保険医療を受ける世界から、一步抜け出す必要が生じている。そこで改めてセルフメディケーションを意識していただきたい。病気になる前、あるいは重篤化する前に、OTC 医薬品を用いて早めに手当をすれば、辛い思いをせず、かつ経済的な負担も軽く済む。それが結果的に、国の財政を健全化に導き、有限の医療提供体制が維持される。

昨今、人手不足の解消に AI 技術の活用が注目されているが、医療と介護だけは、AI で補いきれない領域と言われている。2040 年には、医療の担い手不足が深刻化するという予測も、大きな懸念材料。医療を取り巻く環境が厳しさを増す中で、セルフメディケーション推進の機運は、盛り上がってきた。その意味では当協会にも、フォローの風が吹いている。当協会を含む薬業界が創設に尽力してきたセルフメディケーション税制も、これから活用の度合いが高まり、生活者に一層のメリットを感じていただけるようになるかと信じている。

## OTC 医薬品販売制度に関する議論が、セルフメディケーション推進に水を差しているが？



医薬品販売制度の検討会が昨年末に発表した報告書の一部に、OTC 医薬品の販売実態に見合わない内容が見られた。これについて当協会も、セルフメディケーション推進の機運を後退させかねないと危惧しているところだ。報告書では、オーバードーズ（市販薬の過剰摂取）の防止策として、「特定された 6 成分を含む OTC 医薬品を、生活者の手の届かない場所に置くべき」とされていた。現在市販されている OTC 医薬品の中で、特定 6 成分を含む製品は約 1500 品目と、OTC 全体の 10%以上を占める。その 1500 品目を薬局やドラッグストアのバックヤード等に移すとなれば、販売店の日々の負担が大きくなるのは明らかだ。

また、オーバードーズの実態を調べていくと、売買に関わる場所や製品のブランドなども明らかになっていく。当局などと情報を共有しながら、実態を特定して対応を図らなければ、問題の根本解決にはならないと考える。OTC 医薬品を薬局やドラッグストアで購入しているほとんどの方は、セルフメディケーションの意義を理解し、添付文書を読み込み、正しい活用を実践している、ヘルスリテラシーの高い方々だ。対して、オーバードーズで問題ないなっている層は、全体のごく一部と想定される。それを排除するために販売網に一律の網をかけるということは、「行き過ぎである」と言わざるを得ない。

## 「行き過ぎ」の是正を政治に訴える必要もあるのでは？

はい。1つは自民党内に結成された「セルフメディケーション推進議員連盟」との連携だ。衆参合わせて約 60 人が名を連ねる同議連とは、密な情報交換を続けている。先日も議連の総会に参加し、先の検討会の報告書が「行き過ぎだ」と意見を述べさせていただいた。議連の方々も賛同していただき、「応援する」との言葉もいただいた。結局、オーバードーズ問題の本質は、孤独や孤立、世代分断、将来不安などを背景にした社会の問題であり、何故このような社会になったのか、その原因を追究しなければ、解決はない。仮に薬局やドラッグストアで販売を規制しても、新たな方法で入手を企てると予想でき、根本が解決されない限り、この問題はイタチごっこになりかねない。時間はかかるが、こうした議論を粘り強くしていくべきだ。

また今回の件では、日本チェーンドラッグストア協会（JACDS）とも共同歩調の関係にある。すでに

JACDS は、風邪薬の購入客にレジで声掛けして確認をとるなど対応をしている。店舗に勤務する薬剤師、登録販売者、その他スタッフが、OTC 医薬品の適正使用に向けたゲートキーパーの役割を果たしており、今後もその役割に期待している。

なお検討会の報告書は、医薬品の分類を簡略化して生活者にわかりやすくするという内容もあり、全てを否定するものではない。ただ一点、オーバードーズ問題で販売に一律の網をかける規制について、先の議連や JACDS と一緒に、修正を呼びかけていきたいと考えている。OTC 医薬品の大容量品についても様々な意見がありますが、大容量品はファミリーユースに応える製品群であり、オーバードーズ問題だけに焦点を当てるのは見当違いだ。これも実態調査をした上で、議論の俎上に載せるべきだろう。

## ==最新ニュース==

### ロピア運営企業が韓国コスメ・食品専門店をオープン

スーパーマーケットのロピアなどを運営する OIC(オイシー)グループのグループ会社である REACO が、2024 年 6 月 27 日に韓国コスメ & 食品専門店「REACO (リアコ)」を島忠ホームズ 蘇我店 1 階 (千葉県千葉市) にオープンする。

REACO は、韓国カルチャーとともに幅広く韓国コスメと食品をお届けする専門店です。定番からトレンドまで豊富な品揃えで、性別や年齢を問わず、気軽に利用できる。「韓国の文化と恋に落ちるような、心トキメク店舗」を目指す。



### 【キリン】免疫プロジェクトで北海道と連携

キリンホールディングスが、自分自身の体調を守るために重要な「免疫ケア」の啓発活動「げんきな免疫プロジェクト」を、官民連携の啓発プロジェクトとして実施している。今回、北海道 (知事 鈴木直道) に本プロジェクトの活動趣旨への賛同を受け、「免疫ケアと笑いの啓発活動」を 2024 年 6 月 10 日から展開している。

北海道では、北海道健康増進計画「すこやか北海道 21」を策定し、道民の健康寿命の延伸を目指して、生活習慣病の発症・重症化の予防や、健康を支えるための社会環境整備、生活習慣の改善推進につながる啓発活動などを実施している。今回キリンから本プロジェクトを紹介したところ、北海道は、本プロジェクトへの参画が健康にもたらす効果が大きいとして着目している「笑い」の啓発に寄与すると考え、キリンと共同で「免疫ケアと笑いの啓発活動」を展開することになった。

北海道は、道内市町村などへ掲出する「免疫ケア」×「笑い」の啓発ポスターを通じて、道民の健康習慣を応援していく。

また健康寿命の延伸に向けた取組の一つとして、笑いによる健康づくりについて、道民へ普及することを目的に 2016 年 8 月 8 日 (月) に「道民笑いの日」を制定し、健康長寿を促す気運の醸成を図っており、多くの道民が自らの体調管理、健康づくりを実践するきっかけにつなげていく。

## ドラッグストアジャーナルとは？

「ドラッグストアジャーナル」は、2024年7月にローンチしたドラッグストア業界に特化した日刊メディアです。日々進化を遂げるドラッグストア業界。よりビジネスに役立つ情報を、いかに早く入手するかがビジネスに大きな影響を与えます。

競合他社の状況を知りたいドラッグストア企業様、よりドラッグストア業界を理解したい取引メーカー様・卸売業様、ドラッグストア市場に新たに参入したいメーカー様に打ってつけのメディアになります。編集者・記者は「ビジネスに役立つ即戦力の情報」を軸に、日々取材・編集活動を行っています。

平日毎朝6時に最新ニュースを会員の皆様に、紙面PDFをダウンロード可能なURLをメールで送信し、Webアーカイブ版では最新記事だけではなく過去記事も検索可能で、いつでも必要な情報を得ることができます。現在スタートアップキャンペーンを実施しており、購読料が定価よりもお安くなっておりますので、ぜひドラッグストアジャーナルの購読をお願いします！お申し込みは、本書最終ページの申し込み用紙またはQRコードから！

年間購読料（スタートアップキャンペーン中！）

- 1 アカウント = 定価 ~~88,000円（税込）~~ → 79,200円（税込）
- 3 アカウント = 定価 ~~264,000円（税込）~~ → 231,000円（税込）
- 5 アカウント = 定価 ~~440,000円（税込）~~ → 393,000円（税込）
- 10 アカウント = 定価 ~~880,000円（税込）~~ → 720,000円（税込）
- 20 アカウント = 定価 ~~1,760,000円（税込）~~ → 1,210,000円（税込）

それ以上のアカウント数や企業・部署単位でのご購読をご希望の方は、[info@dgs-j.net](mailto:info@dgs-j.net)（担当：佐藤）までお問い合わせください。



### 媒体詳細

☆メディア名：ドラッグストアジャーナル

☆発行・更新頻度：平日毎日（月20～22回、年間記事1,000本以上）

☆記事内容：①最新の業界ニュースとその解説

②決算や人事、行政、店舗情報を中心とした最新の業界ニュース

③経営トップやキーパーソンのインタビュー など

☆配信・更新方法：①登録のメールアドレスへ紙面PDFをダウンロードするURLを送信！

②Webアーカイブ版では最新記事だけではなく過去記事の検索も可能！

☆配信・更新時間：平日毎朝6時

# ドラッグストアジャーナル申込書

申込日 令和 年 月 日

ドラッグストアジャーナルの年間購読に申し込みます。  
メール返送先：info@dgs-j.net（担当：佐藤）

貴社名		メールアドレス	
ご氏名		電話番号	( )
部署名		肩書き	
ご住所	〒		
ご請求書	電子 or 紙	お申し込みアカウント数	

お問い合わせ	
--------	--

## DgS Journal

—ドラッグストアに特化したデイリーニュース—

ヘルスケアワークスデザイン株式会社 佐藤健太

info@dgs-j.net