

「電子処方箋から始まる医療DX」 2040年問題を見据えたデータの蓄積と連携へ

P-Press

2022年12月号
発行：GREEN TOMATO

少子高齢化が進む日本では、2040年を展望した政策課題が掲げられている。人口動態推計によれば、高齢者は高止まり後、漸減する一方、現役世代の人口は急減していくという局面に対して、多様な就労・社会参加、健康寿命の延伸、医療・福祉サービス改革の3つの柱が挙げられる。医療ニーズの変化では、在宅患者数が多い地域で増加することが見込まれ、オンラインの活用が進むことは明らかだ。

10月12日に、医療DX推進本部（本部長＝岸田首相）の第1回会議が開催されたが、導入が進むオンライン資格確認や、来年1月に運用開始となる電子処方箋はまさに医療DX推進の重要なポイントであり、厚生労働省電子処方箋サービス推進室の伊藤建室長は「電子処方箋から始まる医療DX」と銘打って、普及拡大に向けた取り組みを進めている。



厚生労働省
電子処方箋サービス推進室・
伊藤建室長

医療サービスの生産性を上げるために

さまざまな業界でDXが進んでいる一方、医療の世界では、安全性を第一に考慮しなければならないこともあって、これまでは「対面」が重視され、デジタル化が遅れていた。ところが、このコロナを契機にオンライン活用の必要性が説かれ、導入が進められている。

データ連携が進まないと次回の感染症に対処できない、というのが当面の取り

組みである。だが、本来の医療DX推進の目的はコロナ対策ではない。

医療DXをなぜ進めなければならないのか。伊藤室長は「それは、2040年の世界を見ている」という。

人口動態推計によれば、2040年頃を境に、65歳以上は高止まりして漸減していく。一方、現役世代は急速に減っていく。従来の社会保障のように現役世代

が高齢者を担っていくという局面が変化する。

[👉 次頁につづく](#)

Contents-Page

個性が光る地域薬局	4-5
富士薬局	
スポーツファーマシストの可能性広がる	6
薬樹薬局	
行動変容につながるウェルネスアプリ	7
SPEC	
初の企業CM、俳優の林遣都さん起用	8
EM システムズ	
SDGs動画教材、学校関係者等に好評	9
大塚食品	

「電子処方箋から始まるDX」 2040年問題を見据えたデータの蓄積と連携

「現役世代が急速に減っていくということ、医療事業者も減っていくということです。より少ない人員で、高齢者をみていくためには介護も含めてしっかり連携していく必要があります。また、医療サービスの生産性を上げるためにはデジタル化が不可欠だということです。もう1つは、在宅患者数が2040年にかけて急速に増えていくということ。従来は病院に行き、薬を薬局でという構図が変わってくる。ニーズに合致した医療供給体制に変えていかなければなりません。在宅ではオンラインが有効です。自宅に居ながらにして医療サービスが受けられるようなしくみ、環境整備が非常に重要だと言えます」

オンライン資格確認も現在のところ、端末は病院と薬局だけにしか設置されていないが、伊藤室長によれば、自宅に居ながらにして本人確認ができる仕組みを準備しているところだという。自宅に居ながらにしてマイナンバーカードをスマホ等にかざし、医療者や介護事業者がデータ連携できる環境が構築されようとしている。

電子処方箋を皮切りに医療DX推進へ

医療DX推進本部の第1回会議が10月12日に開催された。その中で加藤厚労相は

「収集した保健医療データを匿名化し、二次利用することで医薬品産業やヘルスケア産業の振興につなげていきたい」と述べている。

オンライン資格確認のプラットフォームを利用して進められる電子処方箋は、いわば患者と医療関係者の中でのデータ連携。これを一次利用とするなら、二次利用として創薬や、新しい治療法にもデータを活用していこうとの目論見がある。

「電子処方箋の運用を皮切りに、いろいろな取り組みを打ち出していきます」と語る伊藤室長は「電子処方箋から始まる医療DX」をスローガンに事業を進めている。

導入が広まれば広まるほどメリット高まる

電子処方箋では、処方箋の電子化が目的ではなく、データを蓄積することに大きな意味があるという。リアルタイムで医療機関や薬局が処方情報や調剤情報を見る際、より多くのデータが蓄積されていることで、重複投薬と併用禁忌の自動チェックがより有効に作用する。また、患者自身はマイナポータルで健康や予防にしっかり取り組むことができる。

「データを蓄積するためには電子処方箋を導入していただかなければなりません。2025年までにすべての医療機関、薬局で

電子処方箋の導入が閣議決定されています。来年1月からスタートしますから、2年ほどで100%の導入を目指したいという流れであり、導入が広まれば広まるほど、メリットが高まっていくしくみになっています」

電子処方箋の導入に向けて、医療機関やクリニック、薬局のメリットについて力を入れて説明してきたという伊藤室長。ただ、処方箋の発行枚数が少ない医療機関、たとえば歯科などではメリットを理解してもらうのが難しかったという。

10月の説明会では、歯科と関係のなさそうな全身疾患の薬でも治療に影響を与えることがあること、ほかの診療科で何を服用しているかということが重要な情報になること、つまり医療の質の向上につながるという内容で理解が深まった様子。

これまでは患者への聞き取りから情報を得てきたものを、データに基づいてより正しい治療が行えることで、たとえば処方箋枚数が少なくとも、メリットがある。

伊藤室長は、「ほかの診療科の情報が重要だという気づきが、今回の電子処方箋の重要なポイントです」と強調した。

「電子処方箋から始まる医療DX」 2040年問題を見据えたデータの蓄積と連携

(参考)

伊藤室長が関わってきた、電子処方箋の運用に向けてのシステム運用面、予算面、法律面に関する主な事項は以下の通り。

10/31から全国4地域、17施設の医療機関・薬局でモデル事業開始

※先駆けて10/2に住民説明会

10/17 第2回説明会（第1回は7/25）

医療機関、薬局向けに進捗状況の説明

12月に3回目が予定されている

経済対策では、10/28経済対策の策定

電子処方箋の予算、HPKIカードの普及予算 56億円計上

11/8、補正予算として閣議決定

11月、電子処方箋関連法の施工のための

政令と省令のパブリックコメントが公表

それを踏まえて2023年1月から運用開始

コロナ禍で得た団結力、結束力、チーム力

自分たちらしさでお客さんを喜ばせたい、笑顔にしたい

東京・多摩エリアに3店舗を展開する富士薬局は個性あふれる薬局だ。折り紙検定の資格を持ったスタッフのシーズンごとの飾りつけや、手作りポップとともに並ぶ多様な商品。約10坪程度の小さな店舗内は、来局者に喜びを与えたい、ワクワクさせたい、ときめきを与えたいというスタッフの想いがいっぱい詰まった空間でもある。

立地は恵まれた環境ではないものの

富士薬局本店（東京都福生市）は広さ約10坪程度。処方箋枚数は1日40～50枚。薬剤師2名、事務1名と小さな薬局だ。立地的には最寄りの拝島駅から徒歩約10分。行き交う人もまばらで、恵まれた環境とは言えない。

店舗の入口には、クリスマスのイルミネーションライトや、小さなサンタが梯子を上っているデコレーションが目を引く。店舗内に入ると、まず家を模した大きな箱があり、クリスマスリーフが掛けられている。扉を開けて中をのぞくと、小さな子どもが入れるくらいの空間があり、実際、親が薬の説明を受けている間、その中で遊ぶ子もいるという。手のひらサイズのバッグ

や小物などの折り紙が、プレゼント用にストックされている。

店舗内のところどころに折り紙や手作りの装飾品があって、一つ一つ見ていると時間を忘れるほどだ。

「折り紙検定の資格を持った事務のスタッフがいて、シーズンごとに作品を飾っています」と安島邦雄代表（株式会社フジドラッグ）。スタッフ一人ひとりが考えながら行動し、その自主性に任せているというのが経営方針でもある。商品の演出も、またLINEやインスタグラムを使っての処方箋受付や情報発信なども、スタッフが自ら考えて取り組んでいることだという。

富士薬局は昭和45年、安島代表の祖父の代に拝島駅前での開業が始まりだ。当時は洋服から日用品、駄菓子なども扱うスタイルだったが、大きなドラッグストアが近隣に進出するに従い、調剤にシフト。本店は平成20年に、拝島駅から徒歩約10分の今の場所（福生市熊川）に移転した。

👉 次頁につづく



【上】子どもが中に入っている遊べる部屋。
【下】準備中のサンタクロース

コロナ禍で得た団結力、結束力、チーム力 自分たちらしさでお客様を喜ばせたい、笑顔にしたい 富士薬局

地域に根ざした薬局として顔なじみが8-9割というなかで、経営的には調剤報酬改定、薬価改定の影響で処方箋だけの収益は下火になると懸念。3代目である安島代表は、クラスAネットワークが主催するイベントなどに参加して、ほかの薬局の取り組みにも刺激を受けながら、挑戦を続ける。

「近隣の若い層のお客様を取り込みたい」という思いもディスプレイやSNSでの情報発信に力を入れるきっかけになり、そこに才能や個性のあるスタッフが揃っていたことで形になっているという

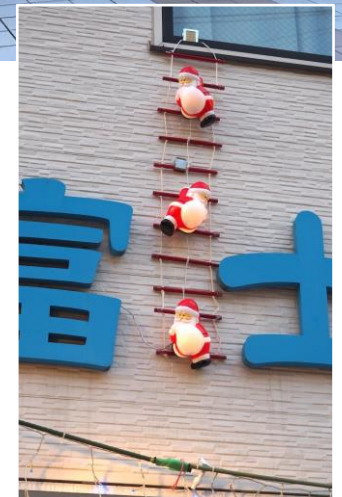
10月のクラスAコンベンションで登壇発表した安島代表。コロナ禍では、薬や疾患の知識だけでは解決できないような悩みが多く寄せられたという。そこで薬局として自分たちは何ができるのだろう、やるべきことは何だろうとスタッフと話し合った。

「自分たちらしさ、富士薬局らしさでお客様を喜ばせたい、笑顔にしたい。この答えに行き着くまでには多くの時間を費やしましたが、その時間は有意義なものでした」（安島代表）。コミュニケーションが活性化し、課題を解決するための目標ができ、その目標に共に進んでいく同志になることができたと言う。

そうした新たな団結力、結束力、チーム力が、これまで、祖父母の代から培ってきた地域との関係性、信頼性をより密にし、新たに若い層のファンを増やしていく原動力になっているにちがいない。



店舗内の至るところにある折り紙や、シーズンごとの飾りつけを見ているだけで楽しい



女性アスリートの健康管理、働く女性にも展開

“薬樹の星” 古川美紀さん

スポーツファーマシストの最大の役割は「選手を禁止薬物から守ること」。薬樹薬局では現在、27人のスポーツファーマシストが活躍している。その中でも、禁止薬物によるドーピング問題だけでなく、女性アスリートにおける女性特有の「月経」に関する正しい情報を発信し、さらに、女性アスリートのヘルスケア管理の知見を社会で働く女性の健康サポートにも役立てているのが、“薬樹の星”古川美紀さんだ。

アスリートに最高のパフォーマンスを

禁止薬物は医薬品ばかりでなく、アスリートに身近なサプリメントやプロテインにも混入しているケースが少なくない。漢方薬の葛根湯にも入っていて、競技中は飲めないという。

「禁止薬物だけでなく、眠気を誘う成分などもチェックして、アスリートに最高のパフォーマンスを発揮していただくのがスポーツファーマシストの役目です」

アスリート自身に知識や自覚がある場合は、薬局で自ら薬剤師に相談してくれるが、自発的な行動もなく、普段着で来局した場合など、体格や服装から「アスリートの方ですか？」と声をかけるのも大切なことだという。

古川さんがスポーツファーマシストになった理由は、二人のお子さんがスポーツをしており、将来役に立つだろうと思ったからだという。子どものころから、ドーピング問題に関心を持ち、気をつける習慣を身につけておくことは大切だ。

女性特有の健康問題の相談にも応じる

古川さんは21年に、女子サッカー・なでしこリーグの「大和シルフィード」のサポートスタッフに就任し、健康サポートパートナーとして活躍中だ。

ドーピング問題だけでなく、女性特有の「月経」についても相談に応じたり、正しい情報を発信したりしている。

「基礎体温を測ったり、痛み止め、低用量ピルを服用したり、女性アスリートが試合でパフォーマンスを発揮するための健康管理は、働く女性が仕事をする上でも参考になります。仕事を休んだり、寝込んだりすれば、本人ばかりでなく、周りもツライ思いをします。また生理痛などの女性特有の悩みは、男性の理解も大事であり、セミナー等でお話させていただいています」

更年期の悩みでも、スポーツファーマシストとしての知見は役に立つと言う。

「サプリメントやホルモン補充療法など

打つ手はあります。自分が楽になれば、家族も、周囲も楽になる。女性自身が知識を身につけることで対処方法を選ぶことができ、チャレンジできることが増えると思います」と古川さん。

情報はネット等に溢れているが、「正しい情報を発信していきたい」と、スポーツファーマシストの役割と可能性を広げていきたい考えだ。



スポーツファーマシスト・古川美紀さん

[薬樹株式会社 \(yakuju.co.jp\)](http://yakuju.co.jp)

関連サイト：[スポーツファーマシスト \(playtruejapan.org\)](http://playtruejapan.org)

健康年齢、疾病予測 AIが未来の健康を予測

自分では健康な生活を送っていると思っ
ていても、未来の予測は難しい。健康年齢
を数値化し、未来の疾病予測が可能となれ
ば、今の生活習慣を見直し、行動変容につ
ながられるのではないだろうか。

SPEC（本社：東京都千代田区）が提供
するウェルネスアプリ「カラダノミライ」
は健康診断の結果と生活習慣に関する質問
の答えをiPhoneに入力。その入力情報に
対して、150万のビッグデータを基にAIが
未来の健康を予測。10の疾病予測（4年以
内に発生する確率）や健康年齢、健康に関
するアドバイスを得られるというもの。特
にOTCを扱う薬局やドラッグストアでは、
「健康年齢」の数値をもとに、足りない栄
養素を補えるサプリメントの提案や、行動
変容へのアドバイス等、健康サポートの一
環として活用できそうだ。

健康経営やサブリの販促強化に活用

「カラダノミライ」は、150万のビッグ
データを基にAIが未来の健康を予測するも
ので、10の疾病予測（4年以内の発生確
率）や健康年齢を数値化し、健康アドバイ
スも提供される。

導入ケースでは保険会社、健保組合など、
また企業では、社員の健康度合いを経営に

も生かす、いわゆる健康経営として活用さ
れている。また、製薬企業では、不足しが
ちな栄養素に対するOTC、サプリメントの
強化につながっているところもあるという。

先制医療 ドクターの間でも好感

「私どもではITによる先制医療と捉えて
います。（現状の生活習慣から）どんな疾
病に罹りやすいかをAIを使って予測するも
ので、健康管理と医療の間にあるものと言
えます」と、常務取締役、ICT・AIDX先
制医療事業部リエソンの倉持淳一氏。

もちろん医療そのものではなく、「予
防」の領域に入るシステムだが、医師の間
でも理解は高まっているという。

「日本医師会の学会で展示も行っていま
す。中にはネガティブにとらえる先生方も
いらっしゃいますが、理解のある先生も多
く、特に若いドクターは『面白い、クリ
ニックでやってみたい』と関心を持って
いただいています」

健康診断の結果と生活習慣による健康年
齢、10の疾病予測（4年以内の発生確率）。
もちろん予測・確率に過ぎないが、現在の
生活習慣を見直し、行動変容につなげる
きっかけになるのは間違いない。

ウェルネスアプリ「カラダノミライ」
SPEC



ウェルネスアプリ「カラダノミライ」

体重、BMI、血圧、体調など日々のヘル
スデータや健康診断結果を「カラダ日
記」として記録、カラダ日記をもとに未
来の健康予測を行うことができる

[カラダノミライ \(karadakarada.com\)](https://karadakarada.com)

関連アプリ

[カラダからだ \(karadakarada.com\)](https://karadakarada.com)

「デジタルで、日本の医療・介護の現場を支える」

初の企業 TVCM、俳優の林遣都さんを起用

EM システムズ

男女が向かい合う橋の上のシーンが映し出される。男性の方は俳優の林遣都さん。「骨折、やっと治ったよ」と男性。「好き」と女性。そして二人は抱き合うと、WANDSの「愛を叫びたい」がエンドロールに流れる。

新しい映画の告知だろうか。

「でも、ぼくを支えてくれたこの人たちは、誰が支えているんだろう」

デジタルで日本の医療・介護の現場を支えるEMシステムズ（本社：大阪市）の、初の企業TVCMだ。俳優の林遣都さんを起用した「エンドロール」篇で、骨折した主人公の回復を支援した、医療関係者たちがクレジットで流れる。11月27日（日）より全国で放映。

メッセージ（ニュースリリースより）

怪我や病気をした人が無事回復し、元通りの日常生活を送れるようになるまでには、診察する医師や看護師のみならず、リハビリを手助けする理学療法士や、薬の管理・調剤を行う薬剤師、入院中の食事を担う管理栄養士・調理師など、多くの医療従事者

の方々の支援が欠かせません。EMシステムズは、ITを通じて、医療・介護現場の業務負荷を減らすシステムやサービスなどを提供し、医療・介護サービスの向上と皆さんの健康を支援する会社です。

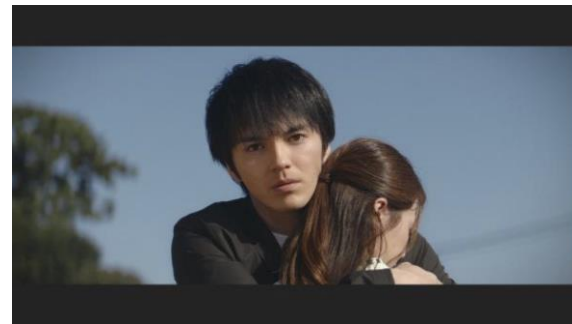
このたび、当社が初めて制作・放映する企業TVCMでは、骨折が完治した主人公の青年（林遣都さん）が、恋人と感動の再会を果たすシーンから始まる、映画のエンドロールをモチーフにしたドラマチックなストーリーを通じて、「デジタルで、日本の医療・介護の現場を支える」というメッセージを表現しました。

骨折の診察や検査、リハビリの場面など、林さんが元気になるまでの道のりを支えてくれた、さまざまな人たちとのやり取りを描写した本CM。林さんの役名に続いて、次々と役職・氏名のクレジットが流れるのは、実際に医療現場で活躍する40人以上の医療・介護関係者の皆さんで、そこからさらに「僕を支えてくれた人たちを支えているのは誰？」という疑問を抱くという展開になっています。

この一連のストーリーには直接・間接を問わず、一人の健康のために実に多くの人たちの助けがあり、当社はこれからもそう

した医療・介護関係者の皆さんを支える存在でありたいという思いが込められています。

また、演出は映画「桐島、部活やめるってよ」「騙し絵の牙」などを手掛けた吉田大八監督が、エンドロールで流れる主題歌は人気ロックバンド「WANDS」が担当しました。映画やドラマで数々の主演を務める林さんとの化学反応によって、本物の映画と見紛うような臨場感が楽しめる新CMにご注目ください。



[CM動画](#)
[「エンドロール」編 \(60秒\) - YouTube](#)

[株式会社EMシステムズ \(emsystems.co.jp\)](https://emsystems.co.jp)

SDGs動画教材 学校関係者や児童にも好評!

「マイサイズ」「マイサイズ いいね! プラス」でおなじみの大塚食品(広報部)から配信される「Otsuka Foods News & Topics」の第8弾。今回のコンテンツは下記の4つ。

- 北海道新麦マルシェに「ジャワティ」が参加
- 「マッチ」新製品 ビタミンアップル好調!
- 「ゼロミート」企業向けフードサービスでも採用拡大!
- SDGs動画教材 学校関係者や児童にも好評!

その中から「SDGs動画教材 学校関係者や児童にも好評!」の内容をピックアップ。

■大塚食品は、学研プラスと共同で『プラントベースフードで学ぶSDGs』の動画教材を制作し、2022年5月から全国の小学校に無償提供を開始しています。「大豆ミート」を題材に、プラントベースフードがSDGsの目標達成に貢献することを楽しく学べる内容となっており、10月までに150校を超える小学校から申し込みがありました。

本教材はSDGsの授業だけでなく、家庭科での食育のテーマや社会科の授業でも活

用されています。学校関係者からは、「身近な環境との関わりや環境に配慮したものの使い方を習うのに良い」と評価をいただいております。実際に授業で動画を見た児童からは、「難しいテーマのSDGsを動画なら楽しく学べる」といった感想もありました。今後は環境をテーマとしたイベントなどで、学校関係者へ向け本教材の案内を続けていく予定です。大塚食品は『ゼロミート』や『スゴイダイズ』など、プラントベースフードを展開する食品メーカーとして、引き続き教育現場に貢献できる活動を行ってまいります。

関連リリース

[20220513-2.pdf \(otsukafoods.co.jp\)](https://www.otsukafoods.co.jp/20220513-2.pdf)

[大塚食品 | OtsukaFoods](https://www.otsukafoods.co.jp/)

大塚食品
Otsuka Foods
News & Topics vol.08より

Otsuka Foods

News & Topics

2022.11.16

vol.08

北海道新麦マルシェにジャワティが参加

NPO法人新麦コレクションが主催する『北海道新麦マルシェ supported by JAVATEA』が、10月22日に札幌市で開催されました。その年に収穫した産きたての日本の小麦「新麦」を味わい、自然の恵みに感謝を捧げるフードイベントで、2015年より東京を中心に毎年秋に開催を続けてきました。今回は初の北海道で開催となり、『シンピノ ジャワティスレート』は、実際に合うテーブルドリンクとして参加しました。

イベントでは北海道の新麦を使ったパンやラーメンなどが提供されましたが、参加者にはジャワティの魅力をお伝えするとともに、実際に料理に合わせて味わっていたきました。出店したシェフは、「原材料が高額なのにジャワティは、食事のじゃまをせず後口に落ちない、余計なものが入っていないのも良い。期待がジャワティに込められてきたのではないかとコメントしています。

『ジャワティ』は、今後は、料理との相性や、後味をすっきりさせ、次のひとくちをおいしく味わえるリセット効果を体験できる機会を提供してまいります。



ジャワティは料理とジャワティの組み合わせです。出店者: 吉村 啓司(新麦マルシェ) 大塚食品(ジャワティ)

ゼロミート 企業向けフードサービスでも採用拡大!

オフィスや各種施設でフードサービスを展開するコンパスグループ・ジャパンは、大塚食品の大豆ミート製品『業務用ゼロミート』をメニューに採用し、企業や団体などの職員食堂の一部で展開しています。

2022年9月から、主に野菜や植物性食品のみを使用したベジメニューとして展開しており、『業務用ゼロミート ハンバーグ』を使用したハンバーグプレートや、『業務用ゼロミート ソーセージタイプ』を食材に使用した豆乳シチューなどが、いずれもランチタイムの早い時間に売れるなど人気を集めています(定食メニュー税込価格: 600~700円)。また10月からは、『業務用ゼロミート ハムタイプ』を使用したサンドイッチも販売開始されました。

コンパスグループ・ジャパンの担当者は、「企業や団体によっては、健康だけでなく環境に對しても意識が高まっている中、おいしさも追求しているゼロミートヘルシーメニューに活用していきたい」と感じており、今後も『業務用ゼロミート』を使用したメニュー提供が予定されています。



ゼロミートを使用したハンバーグプレート

SDGs動画教材 学校関係者や児童にも好評!

大塚食品は、学研プラスと共同で『プラントベースフードで学ぶSDGs』の動画教材を制作し、2022年5月から全国の小学校に無償提供を開始しています。「大豆ミート」を題材に、プラントベースフードがSDGsの目標達成に貢献することを楽しく学べる内容となっており、10月までに150校を超える小学校から申し込みがありました。

本教材はSDGsの授業だけでなく、家庭科での食育のテーマや社会科の授業でも活用されています。学校関係者からは、「身近な環境との関わりや環境に配慮したものの使い方を習うのに良い」と評価をいただいております。実際に授業で動画を見た児童からは、「難しいテーマのSDGsを動画なら楽しく学べる」といった感想もありました。

今後は環境をテーマとしたイベントなどで、学校関係者へ向け本教材の案内を続けていく予定です。大塚食品は『ゼロミート』や『スゴイダイズ』など、プラントベースフードを展開する食品メーカーとして、引き続き教育現場に貢献できる活動を行ってまいります。

関連リリース▶ <https://www.otsukafoods.co.jp/news/20220513-2.pdf>

マッチ新製品 ビタミンアップル好調!

『マッチ』ブランドは、出荷ベースの数量、金額ともに、10月までの累計が前年より2ヶ月上昇しています。特に10月3日に発売した『マッチ ビタミンアップル 500ml ペットボトル』が好調で、ブランド全体の伸びに大きく貢献しています。

今回の新製品は、「アップル」というポピュラーなフレーバーであることや、通常の『マッチ 500ml ペットボトル』に比べビタミンCが2倍あるという特徴も、販売好調につながったと考えられます。

より体感を意識された季節に向けて、店頭を中心にビタミン訴求を続けてまいります。



マッチ ビタミンアップル 500ml ペットボトル

【お問い合わせ先】
大塚食品株式会社 広報部 山崎・藤田・石永
TEL: 03-3219-1666
Email: ofc_pr@otsuka.jp