事業名：コラボヘルスで推進するセルフメディケーション推進事業

健保名：三菱商事健康保険組合

エグゼクティブサマリー

背景・課題

- 令和3年度に当健保加入者へ実施した調査によると、セルフメディケーションの普及の障壁として「知識がないため治療法・医薬品を自分で選択することへの不安」が最も大きく、加入者の専門知識に対するアクセスの向上が、セルフメディケーション推進における課題となっていた
- セルフメディケーション推進事業は、働き盛り世代（30~40代）を含む幅広い世代が現在働きながら抱えている健康課題にアプローチする保健事業とも位置付けることができ、従業員の生産性向上・健康経営を推進する事業主においても重要テーマであることが分かった

目的

① 医療機関への対面受診のみに依存しない「セルフメディケーション」を、データ分析に基づいた啓発活動や、薬剤師による介入を通じて普及せしめ、加入者の健康の維持増進と医療費の適正化を同時に実現する保健事業を構築する
② 本事業は、セルフメディケーションの推進により、事業主にとって健康経営・従業員の生産性向上につながる取り組みであることを踏まえ、事業主と関係の深い成果指標の共有を図ることで、事業主を巻き込んだコラボヘルス推進のモデルを作る
③ 複数の健康保険組合による複数年度に亘る共同事業とすることで、介入効果を高めるデータ分析、広報物作成、及び事業主とのコラボヘルスの好事例等を参加健保組合間で共有し、本事業のガイドライン化・モデル化をめざす

事業内容

保健事業

- レセプトの事前分析による医療費の傾向把握
- 事業主とコラボしたOTC医薬品の活用セミナーによる普及活動
- 薬剤師による介入プログラムの実施

PFS事業

- セルフメディケーション対象疾患該当者（花粉症・皮膚疾患・肩こり腰痛患者）に対して個別勧奨通知を送付し、医療機関の受診回数を減少させる様な行動変容を促進する
- 加入者への薬剤師によるオンライン面談指導を実施し、加入者に対してOTC医薬品の適切な活用方法を指導することで、加入者の行動変容を促進する

指標・成果

実施・評価時期

令和4年6月1日から令和7年3月31日まで

目標値・実績値

成果指標①：セルフメディケーション対象疾患の受診患者の減少数
【目標】
令和4年1,500名
【実績】
令和4年度1,849名（医療費適正化額 24,153,490円）達成
令和5年度1,614名（医療費適正化額 23,156,960円）達成
令和6年度1,520名（医療費適正化額 21,216,440円）達成

成果指標②：薬剤師による介入プログラム（オンライン面談指導）参加者数
【目標】
令和4年度300名、令和5年度180名、令和6年度180名
【実績】
令和4年度0名、令和5年度10名、令和6年度0名　　未達成

統括

- 4健保合同事業として複数年に亘って実施したことにより、4健保合計で3年間の医療費適正化額は71百万円を計上し、本事業を**再現性および汎用性の高いモデルとして構築することができた**
- 薬剤師による面談指導については、LINEを介したメッセージによる指導希望者は一定数出現した一方で、オンラインによる対面指導への参加希望者が少なく、**今後の事業展開を検討する上での課題を抽出する機会となった**

１．目的

＜保健事業としての目的＞

【健康保険組合が抱える課題】

重症度の低い患者の医療費

- ✓ 重症度が高い患者（がん等）のみならず、有病者数が多い重症度の低い患者（アレルギー・皮膚疾患・肩こり腰痛等）に係る医療費も一定の比重を占めている。

薬剤給付費の適正化余地

- ✓ 診療行為別の医療費内訳を見ると、重症度の低い患者は、基本料・調剤料の占める割合が高く、医薬品の処方のみを目的とした受診が多いと考えられる。
- ✓ 重症度の低い患者においては、処方される薬剤のうち、スイッチOTC医薬品が存在しているケースが一定数あることが判明した。

【組合員が抱える課題】

40代男性：市販薬よりも処方薬が効き目が強いイメージがあり、通院しているが、病院での待ち時間がストレスになっている。

20代女性：花粉の時期は鼻水が辛いけど、一時期だけだし、通院すると面倒なので服薬せずにずっと我慢している。

50代女性：市販薬は他の薬と飲み合わせが不安。薬の情報をわかりやすく教えてもらえたら自分に合った薬を選択できると思うが、相談する機会がない。

→ 当健保および当健保加入者の課題を同時に解決することを目指し、医療費適正化に繋がるセルフメディケーション（スイッチOTC使用促進）を推進する保健事業を実施

＜PFS事業としての目的＞

❶ 医療費適正化・健康増進をめざしたセルフメディケーション支援の構築

- ✓ 医療機関への対面受診にのみ依存しない「セルフメディケーション」を、データ分析に基づいた啓発活動や薬剤師による介入を通じて普及せしめ、加入者の健康の維持増進と医療費の適正化を実現する保健事業を構築する

❷ 健康経営支援とコラボヘルス推進のための事業主連携

- ✓ セルフメディケーションの推進により、事業主にとって健康経営・従業員の生産性向上につながる取り組みであることを踏まえ、事業主と関係の深い成果指標の共有を図ることで、事業主を巻き込んだコラボヘルス推進のモデルを作る

❸ 共同事業によるモデル化・ガイドライン化の取組

- ✓ 複数の健康保険組合による複数年度に亘る共同事業とすることで、介入効果を高めるデータ分析、広報物作成、及び事業主とのコラボヘルスの好事例等を参加健保間で共有し、本事業のガイドライン化・モデル化をめざす

2．事業内容

【事業内容】
花粉症・皮膚疾患・肩こり腰痛を対象疾患として、対象疾患の患者をセルフメディケーション対象者として以下の事業を実施した。

❶ セルフメディケーション普及啓発活動

- ✓ セルフメディケーションやスイッチOTC活用方法に関する普及啓発活動（冊子配布、セミナー開催等）を実施

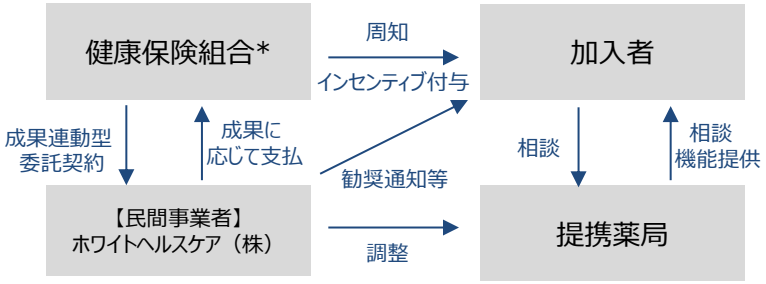
❷ データを活用した「セルフメディケーション推進の個別勧奨通知」

- ✓ レセプトデータを活用して、スイッチOTC医薬品の活用可能性がある加入者を、産業医のアドバイスを得ながら抽出
- ✓ 対象者に対して、セルフメディケーションの取組み方や、実践した場合の医療費負担の削減効果を個別で通知

❸ セルフメディケーション実践支援

- ✓ 薬の選び方や不安に関して相談できる、組合専属のかかりつけ薬剤師への相談窓口の設置
- ✓ スイッチOTC医薬品のオンライン購入サイト提供、及び同サイトで使用できるヘルスケアポイントの提供

【事業実施体制】



健康保険組合
- ✓ 加入者への周知・広報
- ✓ 事業主への協力要請等

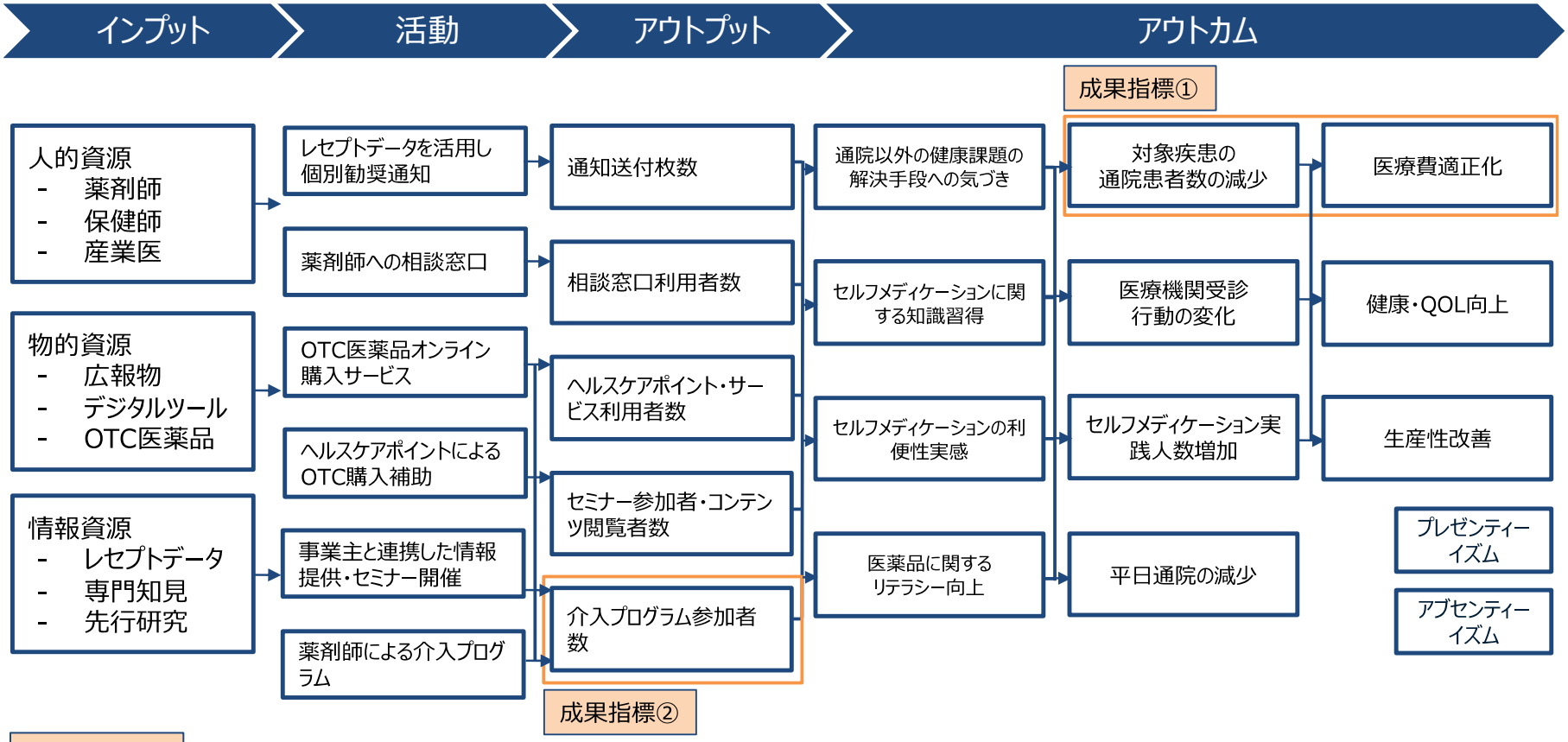
委託業者
- ✓ レセプトデータ分析・効果検証
- ✓ ECサイト・相談窓口運営
- ✓ 個別勧奨通知のデザイン作成等

提携薬局
- ✓ スイッチOTC医薬品の発送
- ✓ お薬の選び方の相談対応

*健康保険組合は、三菱商事健康保険組合・ダイヤ連合健康保険組合・iDA健康保険組合・内田洋行健康保険組合の４健保にて実施

3．PFS事業の支払条件・ロジックモデル

【ロジックモデル】



成果指標①

指標名：セルフメディケーション対象疾患に係る受診患者数の減少数
指標定義：セルフメディケーション対象疾患に起因して医療機関の受診を行う患者の減少数を成果指標とする。

成果指標②

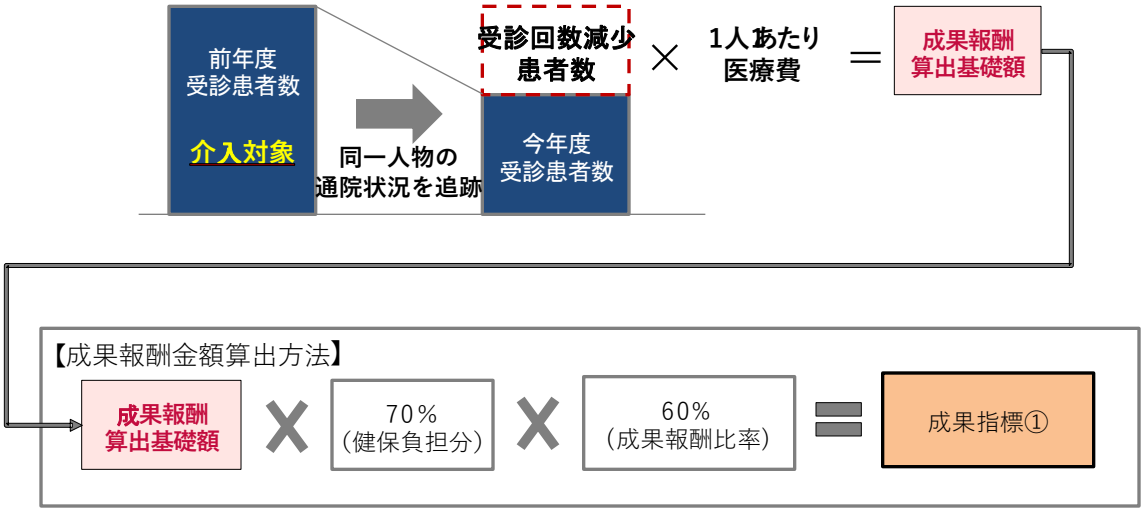
指標名：薬剤師介入プログラム（オンライン面談指導）参加者数
指標定義：本事業の実施期間中（2022年6月～2024年12月）のプログラム参加者数

3．PFS事業の支払条件・ロジックモデル

【支払条件】

成果指標①

支払条件：



受診回数減少患者数：　　目標値 1,500名　　上限値 2,300名

成果指標②

支払条件：

プログラム参加者数 × **7,500円（単価）** ＝ **成果指標②**

プログラム参加者数：　　目標値　　上限値

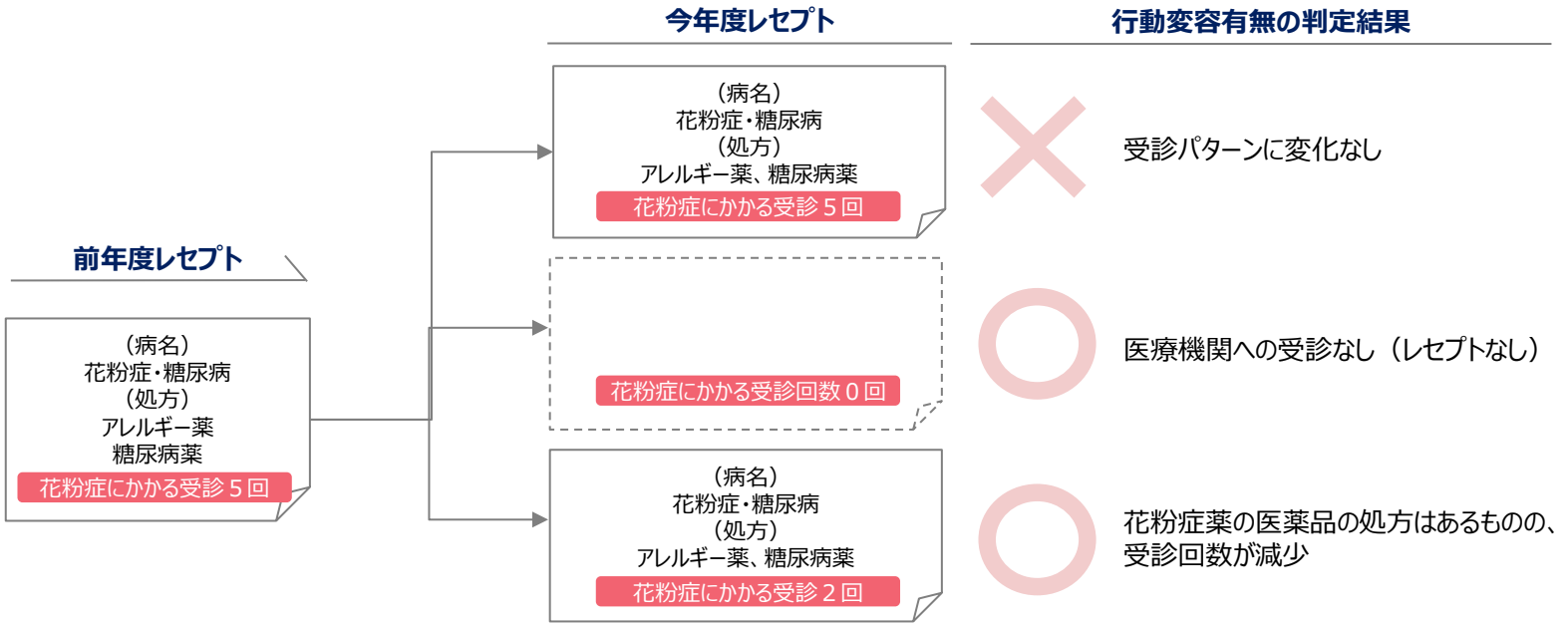
R4年度300名、R5年度180名、R6年度180名　　R4年度440名、R5年度220名、R6年度220名

３．PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標①

取組み年度の前後を比較し、対象疾患カテゴリ（花粉症・湿疹・関節炎等）による医療機関の受診回数が減少した場合を「行動変容あり」として定義。

＜花粉症の場合の例＞ 花粉症にかかる受診○回　花粉症等の病名の記載があり、かつ、花粉症等に適応のある医薬品が処方されている診療の合計回数



3．PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標①

対象となる疾患カテゴリの患者の最もミニマムな診療行為のレセプトのみを抽出。
当該レセプトの平均医療費を1人あたり医療費として使用。

＜1人あたり医療費の算出方法＞

<u>傷病名に関するスクリーニング</u>

① 傷病名が対象疾患のみ：対象疾患以外での受診を排除する
- 花粉症、アレルギー性鼻炎、アレルギー性結膜炎、乾皮症、湿疹、肩こり、腰痛、神経痛 など

② 診療内容：”医薬品の処方のみ”の受診を抽出する
- 処置や検査、手術などが行われていない

③ 1レセプトあたりの受診回数：受診1回あたりの医療費を抽出する
- 受診回数が1回のみ

④ 対象年齢を制限：通知対象者の属性と揃える(小児管理料などを除外する)
- 20歳以上の患者のみ

＋

<u>処方内容に関するスクリーニング</u>

⑤ 対象疾患の処方のみ：対象疾患以外の医薬品が処方されている場合を除外する

＜対象医薬品のみの場合＞ ➡算出対象とする
対象疾患に関する医薬品のみが処方されているもの 例）アレグラ（内服）＋パタノール（点眼）など

＜対象医薬品以外を含む場合＞➡算出対象としない
処方内容に関わらず、すべての処方薬を含むもの 例）アレグラ（内服）＋レバミピド（健胃剤）など

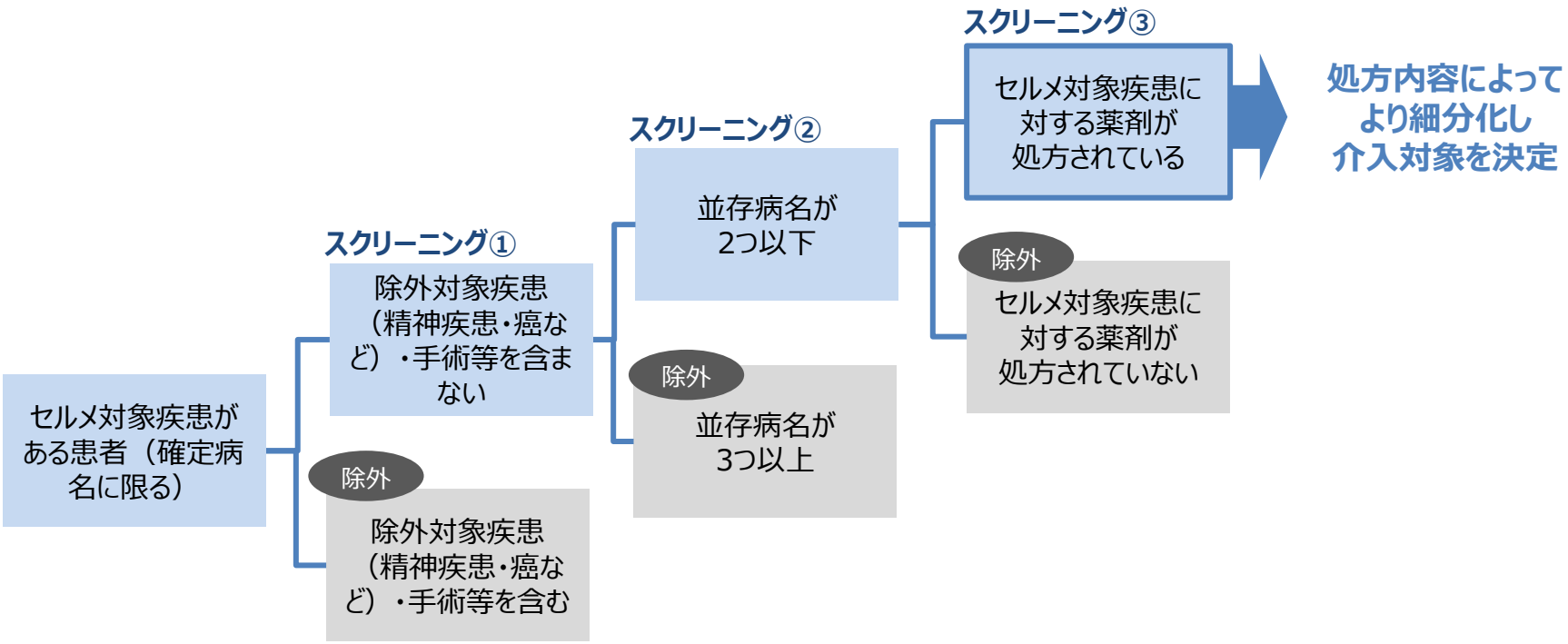
3．PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標①

レセプトデータに対し、下記スクリーニングロジックによりスイッチOTC医薬品の活用に適する考えられる患者を抽出。

セルフメディケーション（自分で自分の健康を管理する）の定義を考慮し、対象は20歳以上の加入者様の医科外来及び調剤レセプトを対象とする。

対象者抽出のためのロジック

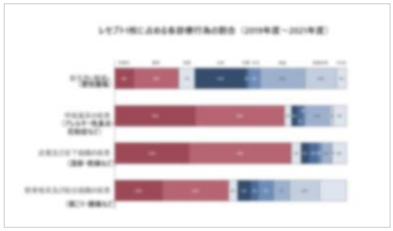


４．主な活動報告

取組❶ 事前分析による医療費の傾向把握

過去のレセプトデータをもとに、参加健保ごとに過去のトレンドや医療費の傾向を分析。**分析結果をもとに本取組の対象となる疾患群を特定・医療費適正化効果の概算額を算出**した。

【分析結果イメージ】



取組❷ 対象者の抽出・個別勧奨通知の送付

事前分析で特定した疾患群にり患している患者を対象に、**専門家の知見を取り入れながら、スイッチOTC医薬品の活用に適していると思われる加入者を抽出**した。抽出後は、**セルフメディケーション推奨のための個別通知を送付**した。

【通知イメージ】

取組❸ お薬のオンライン購入サイトの設置

スイッチOTCを含む**OTC医薬品が購入できるオンラインサイトを設置**した。
サイト上に、**お薬選びをサポートする機能も実装**し、自分自身に合うお薬選びの大切さの周知・啓発も行った。

【オンライン購入サイトイメージ】

取組❹ セルフメディケーション実践をサポートするための施策の実行

行動変容を後押しするため、取組③のサイトで使用出来る**インセンティブポイントの付与**を併せて行った。さらに、お薬選びに関する不安を解消するため、**専属薬剤師への相談窓口も設置**した。

【LINE相談イメージ】

取組❺ 加入者向けOTC医薬品の活用セミナーの実施

薬剤師によるOTC医薬品を活用した風邪への対処法セミナーを実施。**病院を受診すべき状況やかしこい薬の使い方を解説**。
OTC医薬品の活用、且つ安心・安全な活用方法の普及に寄与した。

【セミナー案内資材イメージ】

取組❻ 薬剤師介入プログラムの実施

セルフメディケーション推進に向け、加入者への**薬剤師によるオンライン面談指導**を実施。加入者毎に異なる悩み・課題の解決と併せて、OTC医薬品の適切な活用方法を指導。

【薬剤師介入プログラム案内イメージ】

４．主な活動報告

取組❼ 共同事業として4健保合同ミーティングの実施

2022年7月15日

【第1回】共同ミーティング

キックオフミーティング

- 本事業の目的の再確認
- 実施内容やスケジュールの目線合わせ

2022年10月24日

【第2回】共同ミーティング

レセプトデータ事前分析結果の報告会

- 五十嵐中先生による講演
  - OTC医薬品/セルフメディケーションの価値
  - PFS事業として本事業へ寄せる期待
- 各健保のレセプト事前分析結果の報告
  - 各健保の医療費傾向の把握
  - 本事業対象範囲の検討
- 現状の取組や課題感の共有・ディスカッション
  - セルフメディケーションに取組む理由
  - 事業推進における悩み　など

2023年1月23日

【第3回】共同ミーティング

加入者向け共同セミナー開催

- 日本OTC医薬品協会理事長 磯部氏より本事業へのメッセージ
- OTC医薬品を活用した皮膚疾患・花粉症対策セミナー
  - 花粉症や皮膚疾患の基礎知識
  - OTC医薬品の選び方・活用方法　など

2023年3月7日

【第4回】共同ミーティング

初年度実施結果の報告会

- 個別勧奨通知の送付結果報告
- オンライン購入サイトの利用状況
- LINE相談への相談内容紹介
  - 処方薬と同じ成分のOTC医薬品の探し方
  - OTC医薬品の飲み合わせ　など
- ベストプラクティスの共有
  - 企業内診療所との取組
  - 事業主との取組　など

2023年9月6日

【第5回】共同ミーティング

22年度取組結果・23年度の取組方針報告会

- 22年度取組結果報告
  - 医療費適正化額サマリー、効果分析結果
  - オンライン購入サイトの利用状況
  - セルフメディケーション啓発・成功事例
- 23年度の取組報告
  - セミナー企画
  - 薬剤師介入プログラム実施方針

2023年10月19日

【第6回】共同ミーティング

加入者向け共同ウェビナー開催

- 薬剤師によるOTC医薬品を活用した風邪への対処法セミナー
  - 病院を受診すべき危険な疾患の見分け方
  - 安心安全な風邪薬の使い方・選び方

2024年4月19日

【第7回】共同ミーティング

23年度取組結果・24年度の取組方針報告会

- 2023年度の振り返り
  - オンライン購入サイト登録・購入者数
  - プロモーションのベストプラクティス共有（bynameでのメール発信、LINE活用　等）
  - 勧奨通知送付枚数
  - 施策結果(セミナー・薬剤師介入プログラム)
- 2024年度の取組方針
  - プロモーション実施方針・施策実施方法
  - 今年度の目標設定

2024年9月20日

【第8回】共同ミーティング

24年度の中間報告会

- 23年度取組結果・24年度の取組方針報告会
  - 医療費適正化額サマリー、効果分析結果
  - オンライン購入サイトの利用状況
  - セルフメディケーション啓発・成功事例
- 24年度の取組方針
  - セミナー企画
  - 今年度の目標進捗確認
  - 組合員への周知施策の工夫共有

2025年5月30日

【第9回】共同ミーティング

24年度の最終報告会

- 2024年度の振り返り
  - 今年度の目標進捗確認
  - オンライン購入サイト登録・購入者数
  - プロモーションのベストプラクティス共有
  - 勧奨通知送付枚数
  - 施策結果(セミナー・薬剤師介入プログラム)
- 2025年度以降の方針
  - 今後の展望等

５．保健事業としての成果と評価

	成果	評価
取組❶ **事前分析による医療費の傾向把握**	• セルメ対象疾患の医療費の内、平均67.7%が診療料・調剤料であることが判明し、"いつもの薬をもらうための受診"が多発していることがわかった • 4健保の医療費分析の結果、20歳以上加入者の15%がセルメ対象患者であることが分かった	• セルフメディケーション推進の必要性を定量的に裏付ける分析結果を得た • 健保横断での分析により、再現性と汎用性の高いエビデンスが得られた
取組❷ **対象者の抽出・個別勧奨通知の送付**	• 令和4年から令和6年の3年間で4健保合計21,182名に個別勧奨通知を発送 • 同3年間で4,983名(23.5%)が上記通知により行動変容を起こし、通知による医療費適正化額は計71百万円	• 複数年度・複数健保での継続実施によって、再現性の高いモデルの基盤を確立することができた • 4健保を横並び比較することにより、行動変容率は20代が最も高いことがわかり若年層ほど需要度が大きいことが分かった
取組❸ **お薬のオンライン購入サイトの設置**	• 「風邪」・「発熱」・「花粉症」等の比較的軽度な症状に対して、サイト上でお薬選びをサポートする機能を充実させ加入者の利便性を高めた • お薬のオンライン購入サイトの登録者は24年度終了時までに4健保合計3,929名となった	• 医療機関に頼らずに薬の相談や入手できる選択肢を提供したことで、医療資源の適正活用に寄与 • 単なる情報提供にとどまらず、行動を具体的に支援する仕組み作りができたことで実践型の保健事業モデルを構築できた
取組❹ **セルフメディケーション実践をサポートするための施策の実行**	• ポイント付与により、OTC医薬品購入に対するモチベーションが高まり、加入者の行動変容に寄与した • ポイント等によるインセンティブの効果は高かったものの、薬剤師相談によるオンライン面談サポートへの希望者が少なく事業としての課題も抽出された	• 加入者の主体的な健康意識を喚起する仕組みとして「自ら選ぶ・使う」という一連の行動を自律的に促す仕組みは、今後の保健事業における重要なモデルとして高い有効性を示した • 一方、働き世代においては、薬剤師とのオンライン面談を希望する者が少ないことも確認できた
取組❺ **加入者向けOTC医薬品の活用セミナーの実施**	• 4健保合計で400名以上の加入者がセミナーを視聴、アンケート回答者の内、約8割の方がOTC医薬品を利用したいと回答した • アーカイブ動画についても、4健保合計で480回の視聴回数を集めた	• 加入者の理解促進と意識醸成に寄与する有効な啓発手段となった • アーカイブ配信を通じた継続的な学習機会の提供により、周知効果を持続し、セルフメディケーション普及に向けた教育基盤を構築できた
取組❻ **薬剤師介入プログラムの実施**	• 健保から加入者への案内が弱かったためか、プログラム参加者は10名と限定的であった • 一方、アンケート回答者の内、全員がOTC医薬品を今後利用したいと回答し積極介入で医療費適正化効果の向上が見込まれることを検証した	• 加入者への案内・情報提供の強化や、対象者の関心を引く導線設計、工夫が必要であった • 参加者数は限定的だった者の、薬剤による個別介入によって参加者全員がOTC医薬品の利用意向を示したことから、プログラムの有効性は確認できた
取組❼ **共同事業として4健保合同ミーティングの実施**	• 令和4年から令和6年までの３年間でオンライン/対面合わせて計9回の合同ミーティングを実施 • 4健保夫々がオンライン購入サイトの登録者数やセルフメディケーション推進に係る目標を設定し、定期的に進捗や取り組み事例を共有することで4健保が互いに切磋琢磨しながら事業を推進した	• 令和3年度に三菱商事健保単体で実施したセルフメディケーションによるPFS事業時に比べ、４健保合同で実施したことにより、介入効果を高めるデータ分析や広報物作成を実現できたことに加え、好事例を共有し合うことで本事業に対する一定のモデル化に成功することができた

6．PFS事業としての成果

成果指標①

レセプト分析の結果を踏まえ、セルフメディケーション対象疾患患者の内、スクリーニングした対象者に対し、個別勧奨通知を送付。行動変容者の目標値1,500名を3年連続で達成。
通知による医療費適正化額は３年間で計71百万円を計上。

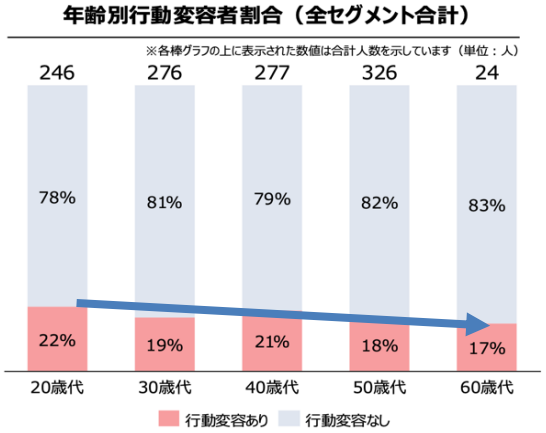
	4健保合計		
	2022年度	2023年度	2024年度
A:個別勧奨通知送付対象者数	12,475人	7,732人	6,296人
B:行動変容判定対象者数	9,594人	6,164人	5,424人
C:行動変容判定対象者率(B/A)	77%	79%	86%
D:行動変容者数	1,849人	1,614人	1,520人
E:行動変容者率(D/B)	**19%**	**26%**	**28%**
F:医療費適正化額（実績ベース）	**24,153,490円**	**25,846,300円**	**21,216,440円**
G:医療費適正化額(健保様負分)(F×0.7)	16,907,443円	18,092,410円	14,851,508円

6．PFS事業としての成果

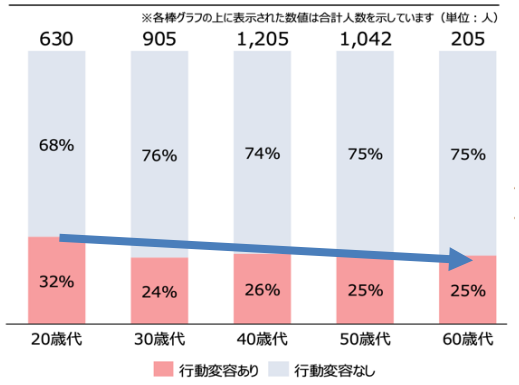
成果指標①

共同事業として4健保を横並びで分析・比較することにより、全体として20代の行動変容率が最も高いことが明らかとなり、若年層ほどセルフメディケーションに対する関心・実践意欲が高いことが示された。

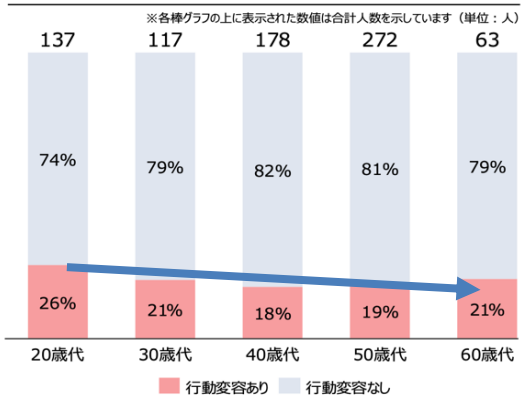
三菱商事健康保険組合



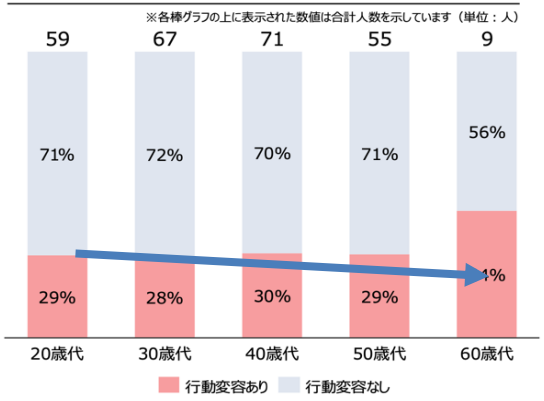
ダイヤ連合健康保険組合



内田洋行健康保険組合



iDA健康保険組合



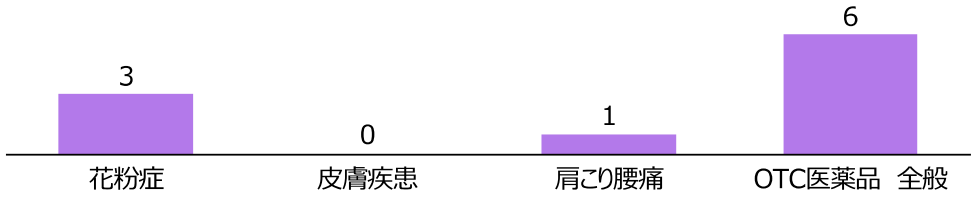
6．PFS事業としての成果

成果指標②

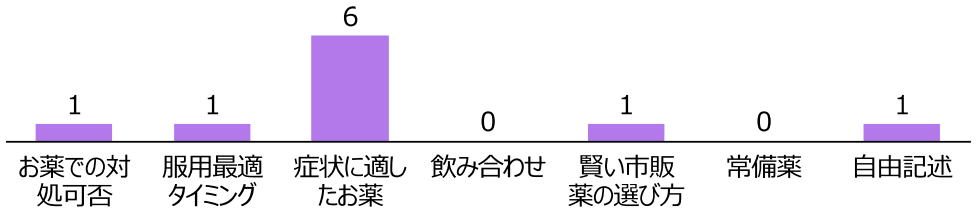
薬剤師によるオンライン面談指導は3年間で10件と参加希望者が少なく、今後の事業展開を検討する上での課題を抽出する機会となった。一方、 未通院患者からの相談ケースが過半を占め、軽度な体の不調は自身で手当するセルフケア行動を支援するモデルケースができ、セルフメディケーション推進に寄与した。

申込時相談内容

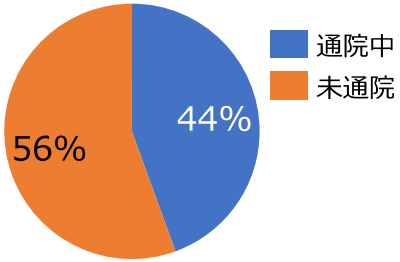
対象疾患



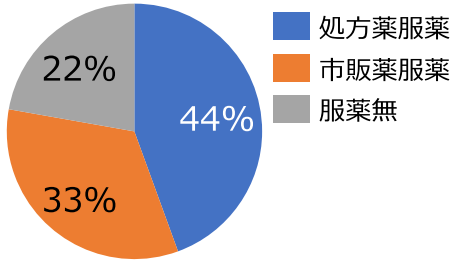
相談テーマ



通院有無



服薬状況



自由記述

サプリメント（ビタミンB、C、E、、CA、Zn）のタイミング。その他皮膚疾患の薬について。
通念を通して、不定期で鼻水がとまらなくなることがあります。
酷くは無いが痰が絡んで咳払いが続いている
低用量ピルを服用しているときの常備薬の選び方に悩んでいます。市販のお薬だと心配になり、症状の軽い時点でも病院に足を運んでしまいます。かかり始めは市販薬で対応できると、お金も時間も節約できていいなと考えています。
肥満対策
総合風邪薬はぼーっとしてしまうので、そうならないクスリを教えていただきたい
花粉時期の目のかゆみ対応のおすすめ薬
慢性胃炎で胃の痛みに悩んでおり、適切な薬の服用の仕方をご助言頂きたいです
健康診断で慢性胃炎と診断されています。胃痛が酷い時は病院で処方してもらっていますが、常備薬として適切な胃薬・胃腸薬を持っておきたいです。
生理痛に効く薬とそうでない薬があるのはなぜか
肩こりが長いこと治らない
種類も価格もピンキリで何が良いかわからない。

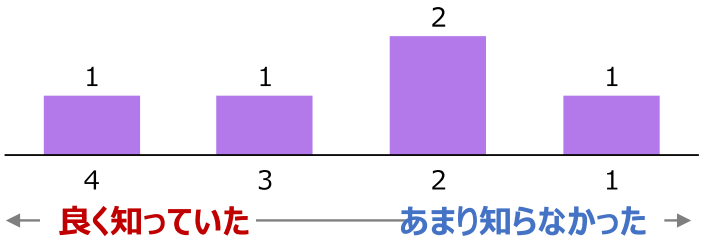
6．PFS事業としての成果

成果指標②

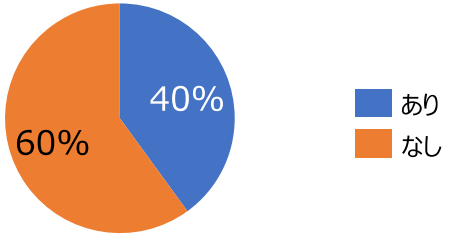
スイッチOTC医薬品の認知や購入経験にはばらつきがあり、未購入者の多くが「情報不足」や「存在認知の欠如」を理由として挙げた。一方で、軽度症状への自己対応意欲は高く、今後の更なるセルフメディケーション推進に向けて啓発・支援の余地が大きいことが分かった。

スイッチOTCへの理解・活用経験

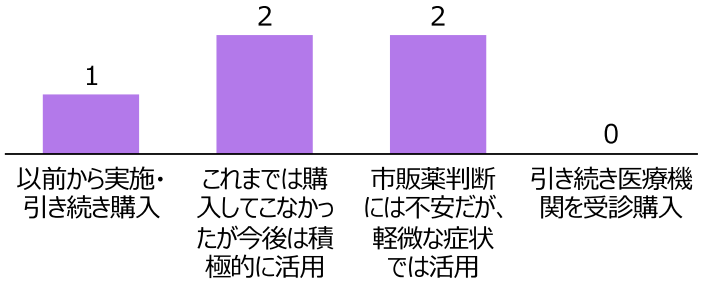
スイッチOTC認知



スイッチOTC購入経験



セルメ実践意欲



購入/非購入理由

血圧を下げる薬で病院からの処方なので、慎重に対応したい。が、本日の面談でジェネッリックの存在を知ったので、これはそうしたい。
色々な成分が入っているため、購入を控えていた
内容がよくわからなかった。
存在を知らなかったため。また自己判断では代替品として購入しづらい。
手軽だから。

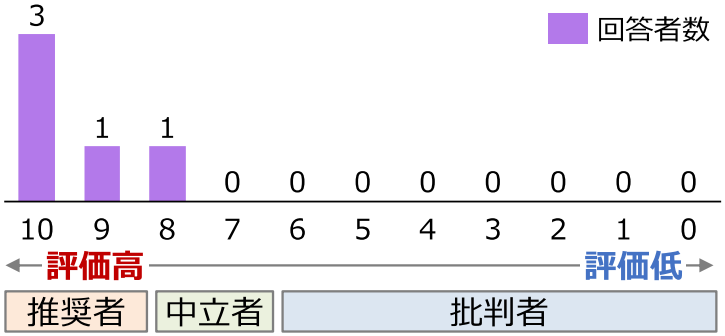
6．PFS事業としての成果

成果指標②

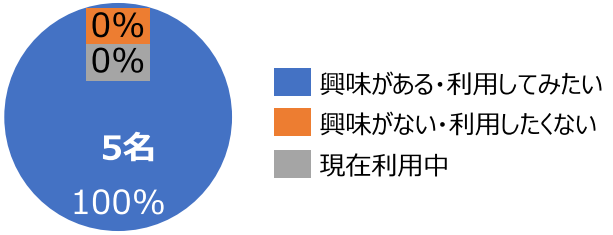
参加者の全員が高い満足度を示し、薬剤師による相談対応の有効性と利用意欲の高さを確認することができた。

オンライン相談の評価

満足度



あな薬LINE相談意欲



満足度理由

ジェネリックの件や質問に対する回答が良かったので。
非常に丁寧にご説明いただき、今後に役立てられる有益な情報を頂けた
スライドなどを活用し丁寧でわかりやすかった。
悩みに対して市販薬で対応できること、病院で処方してもらった方がよいことを切り分けてアドバイスしてもらったので納得できた。
肩こりが原因で病院へ行くという発想がなかったため、驚きと共に学びがあったから。

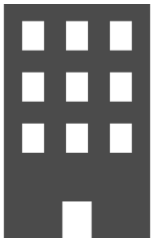
お薬選びが便利になるサービス・メリット

病名に対する、オススメお薬一覧表（効能比較、価格情報含む）があれば便利。
特になし
品名を挙げていただければわかりやすいです。特定の商品名というのはしがらみがあり難しいかもしれませんが・・・
市販薬のパッケージをみると胃薬胃腸薬にたいしてどれも同じように見える。違いがあるなら共通フォーマット等で比べられるようにしてほしい。
市販薬の購入の際、迷ったときに医師や薬剤師の方から即時返信・アドバイスがもらえると大変ありがたい。

7．今後の事業方針

本事業の事業結果を踏まえ、今後の事業運営方針を以下の通り実施する。

コラボヘルスの更なる推進



- 事業主を通した保健事業の発信は**即時的且つ大きな効果創出**が可能
- 事業主と関係の深い目標設定及び検証には課題を残した事を踏まえ、改めて、**事業主としても与しやすいテーマ・取組スキームを設計し**、事業主とのコラボを強化する

セルフメディケーション通知対象疾患の拡大

- 本事業において、レセプト分析に基づく個別介入は3疾患*で実施
  （*：花粉症、肌荒れ、肩こり腰痛）
- 今後は、**セルメディケーション推進対象と成り得る疾患を広くターゲット**として設定、個別介入を実施予定
- 対象疾患の拡大により、広くセルフメディケーションを啓発・推進していく

ユーザー会の組成・実施

- 意見交換・ナレッジ共有は事業推進効果が高いことが分かった
- よって、本事業の健保を中心とした**ユーザー会を組成**
- セルフメディケーション推進の実施手法・運用ノウハウの共有も含め、**保健事業を広く意見交換する場**として定期的に実施予定

薬剤師へ相談がしやすい仕組み作り

- LINE薬剤師相談をより利用しやすくなる仕組み・環境を設計
- 薬剤師相談の利用促進に向けて、**プッシュ型で告知・発信**
- また、リアル店舗での薬剤師相談も紹介、**オンライン/オフラインの両面で相談体制を構築**