

 あなたの調剤薬局

医療機関開拓ガイド

医師への具体的なアプローチ方法

良好な関係を継続するための活動内容

服薬情報提供書の自動作成（あなたの調剤薬局による）



医療機関開拓ガイドを ダウンロードいただきありがとうございます。

「門前クリニックの患者が減っている」
「新しい病院からの処方箋は受け取るが、その後が続かない」
など多くの薬局様の悩みに、
あなたの調剤薬局の具体的な活用事例をご紹介します。



医療機関開拓のために

case
01

エリアマーケティング

case
02

医療機関との関係強化の方法

case
03

医療機関への事前アプローチ

case
04

服薬情報提供の実施

case
05

その他の医療機関へのアプローチ

case
01

エリアマーケティング

①調剤薬局、診療所、病院のマッピング

1キロ（500m）商圏内の競合となる調剤薬局、処方箋を発生する診療所及び病院を地図上にマッピングします。「Open Data Japan」などの検索サイトが便利です。

②商圏分析

行政などのホームページや総務省統計局提供の地域分析ツール「JSTAT MAP」（無料）などで当該地域における人口動態を把握。人口の内訳（男女比・年齢層）年収、昼夜の活動パターンなど、その地域に住む人口の詳細なデータを割り出します。特に高齢者や子どもの多い地域の把握します。

③処方箋枚数の算出からエアポケット探索

商圏内の医療機関より発生する処方箋枚数を推計と既存の調剤薬局が処方している処方箋枚数を医療機能情報から算出し、医療機関の周囲に競合店舗の空白地域（エアポケット）を明確化します。

④ターゲット選定

ターゲットとする医療機関を特定、そこから徒歩圏内だけでなく、公共交通機関や自家用車を使って通院する患者の住む住宅地まで商圏を広げることで、病院帰りの患者を顧客に取り込むことが可能となります。

⑤その他医療機関ピックアップ

エリア内における施設、例えば有料老人ホーム、グループホーム、特別養護老人ホームなどのピックアップも同時に行います。

case
02

医療機関との関係強化の方法

①服薬情報提供によるアプローチ

関係づくりのきっかけとして、服薬情報提供書によるアプローチは効果的です。しかしながら、後述の事前アプローチにも記載の通り、関係づくりのための準備がポイントとなります。

②医療機関への患者様ご紹介

薬局での相談の際に、患者様の症状などに対して適切な医療機関の紹介によって、新たな関係づくりのきっかけとなります。

医療機関への事前アプローチ

服薬情報等提供料を算定するために必要な、トレーシングレポートによる情報提供を行う上で重要なのが、医師・医療機関の理解です。日頃やり取りのない薬局からいきなりトレーシングレポートが送られてきても、医師は困惑するだけです。

診療所の場合には、「**薬局で知り得た患者情報があった際に、患者情報を共有したいのですが**」と**事前に提案**することが大切です。

病院の場合には、薬剤部が窓口となって薬局からのトレーシングレポートを集約し、医師に伝えていることが多いので、薬剤部の薬剤師に患者の状況を伝えた上で、「**医師に患者情報を伝えたいので、トレーシングレポートを送付してもよろしいでしょうか**」と尋ねると連絡がスムーズになります。

地域の勉強会などで日頃から医師との情報共有を行い、日頃から顔の見える関係を築いておくことで、さまざまな連絡がスムーズになります。

また、下記のような医療機関の周辺マップなどを提供することで、ホームページや院内掲示などを承諾されれば効果的と言えます。

当クリニック周辺の調剤薬局



服薬情報提供の実施

■健康相談のやり取りからトレーシングレポートを作る

◆飲み合せの相談 → 併用確認を実施

「相談内容」と「対応内容」などをトレーシングレポートで、医療機関へ情報提供を実施

◆体調変化の相談

➤ 薬局の対応で解決した場合

「相談内容」と「対応内容」などをトレーシングレポートで、医療機関へ情報提供を実施

➤ 至急で医療機関へ連絡が必要な場合

疑義照会を実施

■服薬フォローのやり取りからトレーシングレポートを作る

◆飲み忘れ・残薬があると回答があった → 個別フォローを実施

➤ 飲み忘れ・残薬の詳細を確認できた場合

「回答内容」と「残っている薬剤・量」や「飲み忘れの理由・対策」などをトレーシングレポートで、医療機関へ情報提供を実施

◆体調で気になることがあると回答があった → 個別フォローを実施

➤ 薬局の対応で解決した場合

「回答内容」と「個別フォローで得た情報」などをトレーシングレポートで、医療機関へ情報提供を実施

➤ 至急で医療機関へ連絡が必要な場合

疑義照会を実施

◆副作用があると回答があった → 個別フォローを実施

➤ 薬局の対応で解決した場合

「回答内容」と「個別フォローで得た情報(原因の可能性のある薬剤や対応)」などをトレーシングレポートで、医療機関へ情報提供を実施

➤ 至急で医療機関へ連絡が必要な場合

疑義照会を実施



～TOPIX～

情報提供の方法がFAXかメールかは事前確認しましょう。メールなどでのやり取りをするうえでDMARCなどのセキュリティが保全されていることは医療機関にとっても重要なポイントとなります。

その他の医療機関へのアプローチ

医師との関係構築ができたうえでさらにその他の医療機関へのアプローチも可能となります。

<対象施設>

- ・有料老人ホーム
- ・グループホーム
- ・特別養護老人ホーム

～キーパーソンを誰にするかで対応が異なります～

- ①医師の場合
- ②施設関係者の場合
- ③ケアマネジャーの場合
- ④医療機関や介護施設のコンサルタントをしている人

①医師の場合

～会った際に聞く内容～

- ・懇意にされている人はいますか？（ケアマネジャー、薬局、施設）
- ・往診している施設はありますか？
- ・往診している人（個人宅）はいますか？
- ・全ての患者から施設に関する相談はありますか？（施設の入居者を探している）

上記をすることで、医師が関連する人からどれだけ信頼されているかを確認します。また、経営がわかる在宅医であるか、それが本人含めて何人いるかを確認します。

その際、薬局側ができることをアピールします。

- ・24時間、日祝日の対応ができる
- ・臨時薬の即対応ができる
- ・調剤過誤がない、過誤が起きない機器を導入している

また、医師が現状つながっている薬局があった場合には、不満がないかを聞きます。（対応が遅い、過誤が多い等）

ニーズがあった場合には、いつごろからやれるかをすり合わせるようにします。

その他の医療機関へのアプローチ

②施設関係者の場合(運営会社への直接営業を含む)

施設を担当する薬局の選定に関わるキーパーソンを探します。

例：施設長か本部営業担当のNo.2が多い（本部長ではないことが多い）

～聞く内容～

- ・ 懇意にされている周りの状況を確認する（医師または医療法人など経営母体、ケアマネージャー、薬局）
- ・ 施設の経営状況（例、居宅介護支援事業所をやっている、有料老人ホーム、グループホームをやっている）
- ・ 施設の薬局の選定方法が聞けたら聞きます（時期、方法）
- ・ 現状で往診している医師がいたら聞き、医師を訪問することも考えます。
- ・ 施設の入居状況→入居者が集まっていなければ集客を考えてあげます。

その際、薬局側ができることをアピールします。

- ・ 24時間、日祝日の対応ができる
- ・ 臨時薬の即対応ができる
- ・ 調剤過誤がない、過誤が起きない機器を導入している
- ・ 薬の管理方法についての提案、他社事例紹介

ニーズがあった場合には、いつごろからやれるかをすり合わせます。

新規開設の施設の場合は、入居者向け説明会などの時期、薬の管理方法、必要な物品を用意します。

③ケアマネージャー（居宅介護支援事業所にいる人）※通称居宅ケアマネ

在宅サービスを受けている患者が施設に入る際にお勧めしているところがあるか聞きます。→その施設へ訪問します。

薬局で居宅療養管理指導の在宅サービスを行っている人が施設へはいる場合に薬局が入る隙が無いか確認します。

ケアマネージャが所属している居宅介護支援事業所で介護施設を運営している場合には②に移行します。

④医療機関や介護施設のコンサルタントしている人

コンサルタントをしている人と繋がる

- ・ 医療機関の場合は、施設で往診していないか
 - ・ 介護施設の場合は、薬局を探していないか
- を聞き、お互いのニーズを合わせてつなげてもらいます。

医療機関開拓に服薬情報提供が ポイントなのは分かったけど、 具体的にどうすればいいのか・・・



「**+** あなたの調剤薬局」は、
ボタン1つで
服薬情報提供書が
作成できます。

デモ等で詳しくお伝えいたしますので
お気軽にお問い合わせください。

利用料金

1 薬局パソコン何台でご利用されても、

月額 **11,000**円(税別)

【無料】オンライン個別相談会開催中



多数の導入事例をもとに多くの成功事例や、
貴局の業務に沿った運営方法をお伝えいたします。

お申込みはこちら →



03-6450-3105



<https://bit.ly/3cn59PD>