

LINE で患者とつながり 利便性も向上

MEDIKLECT (東京)

調剤現場でのデジタルトランスフォーメーション (DX) の1つの形と言えるのが、無料通信アプリ、LINE の活用だ。今や日常生活に広く浸透しているこのアプリを、どのように利用するのか——。薬剤師専門キャリア開発支援などを手掛ける MEDIKLECT (東京) は、薬局向けの LINE 処方箋送信・業務効率化システム「MediLinkX」(メディリンクス) を開発し、処方箋の事前受付や待ち時間の短縮による患者の利便性向上を提案している。運営する調剤薬局に今年3月に導入した友愛メディカル (千葉県) を訪ねた。

既存患者の継続来局促進 必要でも「一歩踏み出せず」

友愛メディカルは1988年の会社設立以来、千葉県松戸市を中心に千葉、東京、埼玉、茨城、長野の5都県に調剤薬局33店舗を展開している。同社の労務部長・総務次長で薬剤師の紅谷 歩氏によると、理念に掲げる「患者本位の医療」に基づき、着席しての服薬指導や在宅での服薬指導などに当初から取り組んできた。調剤周りのシステムでも、自動分包機から監査、電子薬歴などを早期から導入してきた。

だが、集患対策として新規患者獲得に向けたサービスは利用していたものの、既存患者に継続して来局してもらう施策については

「適切なツールを探していたものの、決めあぐねていた」と、開発推進部長で薬剤師の竹田 祥氏は振り返る。LINE が薬局業務に活用できることは認識していたが、公式アカウント作成の経験がなく、費用対効果などを考慮すると一歩踏み出せなかったという。

コストを抑えて導入可能 患者はアプリのDL 不要

そうした中、人材面で MEDIKLECT とやり取りをするうちに、MediLinkX の存在を知った。「患者さんとしっかりつながり、なおかつ利便性の向上につながるサービスで、まさに私たちが求めていたものと感じ、導入を検討し始めた」(竹田氏)。

他社サービスを含めて比較検討したところ、月額3000円以下とコストを抑えて導入できるという点が決め手になったという。

「説明で最も印象的だったのは、LINE は患者さんが日常的に使用しているツールなので、患者さんと簡単につながる。また、LINE を活用するシステムでも、アカウント登録が必要だったり、専用アプリをダウンロード (DL) したりするものと違って、患者さん側のハードルが低いのが利点だ。ベンダーのシステムを介さず、患者さんと直接やり取りができ、直感的で分かりやすいことも魅力だった」(竹田氏)



友愛メディカル
労務部長 / 総務次長 薬剤師 紅谷 歩氏 (左)
開発推進部長 薬剤師 竹田 祥氏 (右)

既存患者の利便性向上によって、受付処方箋枚数が増える。さらに、近隣医療機関以外の処方箋や、既存患者の家族の処方箋も応需する——。そんな期待を描いていた。

患者から「便利」と好評 ピーク時間の分散にも

LINE による処方箋画像の送信は、患者側だけでなく、調剤する薬局側にもメリットがある。患者が来局する前に処方箋内容が分かることで、在庫がない医薬品や、昨今であれば軟膏容器の不足に対応する余裕が生まれるからだ。つまり、事前に処方内容が分かることで準備や患者とのやり取りが来局前にできることや、来局のピーク時間の分散効果もある。結果的には、それらも患者の待ち時間短縮につながるという利便性の好循環につながる。

一方で、導入への不安もあった。薬局側が LINE 公式アカウントの設定や管理画面の操作に慣れるま

では、「画面のどこを見ればよいのか、自分は今、何をしているのかが分からないときがあった」(竹田氏)。しかし、最近是比较的スムーズに運用できているという。

現時点で、店舗ごとの MediLinkX 利用状況を左右するのは、患者の年齢層のようだ。竹田氏によると、高齢者が多い店舗では「スマートフォンを持っていない」「LINE を使っていない」などの理由で利用が進まない感触があるという。

これに対して、子育て世代の30～40代には好評。特に、小児科の処方箋が多い店舗では、具合が悪い子どもと店舗内や自家用車内で待機する必要はなく、LINE で処方箋を送信して帰宅し、後で薬を取りに来るといったように活用されている。

実際に、病院の門前にあるA店では4月から6月にかけて月平均150件の受付があり、面分業のB店でも月平均130件と、いずれも1日5～6件がコンスタントにLINE 経由で来ている計算だ。

MediLinkX で処方箋を受け付けると、薬局の固定電話に「LINE 受付」と表示して着信がある。処方箋画像はPDF ファイルとしてメールに添付されてくるのでそれを確認し、印刷している。

患者への周知は、チラシと声かけが中心。3月の導入以降の来店時に一度は声をかけるようにし、ポスター掲示、ホームページ、Google マップでの案内も実施し

図表① 導入約6カ月後の実績

A 店舗 (立地：病院前の門前)	
LINE 登録数	396人
月間 LINE 処方箋送信数	155件
月間処方箋応需数に対する LINE での受付率	約4%

B 店舗 (立地：医療機関の近隣エリア)	
LINE 登録数	352人
月間 LINE 処方箋送信数	149件
月間処方箋応需数に対する LINE での受付率	約6%

ている。ただし、ホームページや Google マップからの流入はほとんどなく、直接の声かけが最も効果的だという。

「確かに、現場の薬剤師の負担は増えるが、患者さんから『便利ですね』と喜んでいただいき、一度使って慣れた方は継続して利用していただいている。そのような反応があれば、店舗スタッフもやりがいがある」(竹田氏)

一斉に導入で 「社の姿勢」示す

ベンダーと一緒に作りながら導入に当たって数店舗でトライアルを行うことも検討したが、一度に全店舗で導入することで、会社として勢いをつける方を選択した。竹田氏は「準備期間が短く、現場の戸惑いはあったが、全社で推進することを決断した。現場に負担を押し付けることなく、同時にスピード感を持って進めるという、両立の難しさがあった」と振り返る。

基本のマニュアルを作成して配布し、それ以外の部分は各店舗の運用に任せている。LINE で受付後の患者への返信用として、本部が8種類程度の定型文を作成し、それ以外は店舗ごとに判断して作成するようにした。

定型文は「お薬の用意ができました」「調剤に時間がかかります」「薬の在庫が不足しています」「確認したいことがあるのでお電話ください」「画像が不鮮明なため、再

送信をお願いします」といった内容だ。

導入初期には、2枚続きの処方箋の1枚目の画像しか保存されない、あるいは1枚目しか送れない、などの問題があったが、MEDIKLECT 側と1つひとつやり取りを重ね、修正を進めた。例えば、患者が処方箋の送信完了を確認できず、不安が残る点について、現在では受付完了メッセージが自動返信される仕組みになった。そのあたりは、電子薬歴や監査システムなどを「(ベンダーと)一緒に作り上げていく」(紅谷氏)という友愛メディカルの社風とマッチしたのかもしれない。

「総合的に見ると、導入して良かったと評価しており、患者さんの利便性向上と既存患者の囲い込み効果を実感している。今後もユーザーの声を反映した機能向上を期待している」と竹田氏。将来的には、LINE による処方箋送信と薬歴システムとの連携、処方箋画像の自動読み取り・入力機能なども期待しているという。一方で、LINE を介した患者からの相談については、現時点では個別に各店舗で対応するのが困難だという課題もある。

竹田氏は、「今後もベンダーとの密な連携により、より良いサービスの実現を目指していきたい。各店舗の状況やカラーに合わせた適切なツールを選択して導入していく予定だ」と話した。