

第3回

セルフケア・セルフメディケーション推進に関する有識者検討会

参考人提出資料

2025年5月26日

日本ジェネリック医薬品・バイオシミラー学会 OTC医薬品分科会委員
兼 ホワイトヘルスケア株式会社代表取締役

池本 多賀正

目 次

1. 自己紹介

2. 健保セルフケア・セルメ事業（ホワイトヘルスケア支援）

3. 上記のセルフケア・セルメ事業効果

4. これまでの事業から得られた気づき

5. 提 言

自己紹介

- 1998年 総合商社入社
- 2020年 国際医療福祉大学 保健医療福祉経営学
分野にて医療経営学修士号取得
- 2020年 **ホワイトヘルスケア株式会社創業し保険者支援
同社代表取締役社長**
- 2024年より 国際医療福祉大学 保健医療福祉
経営学分野博士課程
- 2024年より **日本ジェネリック医薬品・バイオシミラー学会
OTC医薬品分科会委員**
- 2024年 厚生労働科学特別研究事業 研究協力者

1. 自己紹介

2. 健保セルフケア・セルメ事業（ホワイトヘルスケア支援）

3. 上記のセルフケア・セルメ事業効果

4. これまでの事業から得られた気づき

5. 提 言

事業開始経緯

コロナ禍における企業従業員等の健康確保を目的として、セルフケア・セルフメディケーション支援事業をホワイトヘルスケア社（以降、WHC）としてもスタート

コロナ禍により顕在化した課題とセルフケア・セルフメディケーションとの関係

医療リソースの逼迫

- コロナ患者の増加により、医療従事者などの医療リソースが逼迫。軽症患者への対応が行き届きにくくなった。

医療アクセスの制限

- 感染拡大防止のための行動制限等により、医療機関（当初は社内診療所）へのアクセスに対するハードルが高まった。

院内感染リスクの増加

- 医療機関を受診することで感染リスクに晒される虞が生じ、通院を控える人が増えた。



セルフケア・セルフメディケーションの重要性・必要性が社会的に認知される契機となった。

WHCのセルフケア・セルフメディケーション支援事業の概要

レセプトデータ分析から行動変容のサポートまで健保および健保加入者のセルフケア・セルフメディケーションの取り組みをワンストップでご支援（令和6年度は60を超える健保を支援）

事業の大まかな流れ

1. レセプトデータ分析

レセプトから優先的に情報提供すべき患者を抽出。併せて、安全性の観点からリスクの大きい患者は除外。



2. 情報提供活動

選択肢としてのスイッチOTCについて情報提供（ポピュレーションアプローチ、ターゲットアプローチ）



3. スイッチOTC医薬品の入手サポート

「健保加入者専用のOTC医薬品入手サイト」や「薬剤師による相談窓口」機能を提供



4. 効果検証

取組実施前後のレセプトデータ等を比較することで、**取組み効果を定量的にある程度見える化**

セルフケア・セルフメディケーション事業の取組み実績

平均年齢が若く、医療費全体に占める軽度な傷病の割合が相対的に大きい**組合健保**から取組みを展開。

	メニュー		組合健保	協会けんぽ
健康 リ テ ラ シ 業	ポピュレーションアプローチ	P26	○ コンテンツ配信、 セミナー開催等	
	OTCの検討情報サポート	P27,28	○ 専用ECサイトにて「お薬の選び方」 「レッドフラグ」機能提供	
	ターゲットアプローチ①（DM送付）	P9,29	○ レセプトから抽出した対象者に 情報提供	○ 同左
	ターゲットアプローチ②（実物送付）	P14	○ レセプトから抽出した対象者にスイ チOTC試行送付(2024年度PoC)	
使用 促 進 事 業	インセンティブ（ヘルスケアポイント）活用	P12	○ 専用ECサイトや提携薬局で利用で きるクーポン(健保負担)の発行	
	医師・薬剤師との連携<オンライン>	P30	○ LINEを活用した 「薬剤師相談窓口」機能提供	
	医師・薬剤師との連携<リアル>	P31	△ 県薬剤師会と連携。健康増進支援 薬局を紹介 (2025年度PoC)	

1. 自己紹介

2. 健保セルフケア・セルメ事業（ホワイトヘルスケア支援）

3. 上記のセルフケア・セルメ事業の効果

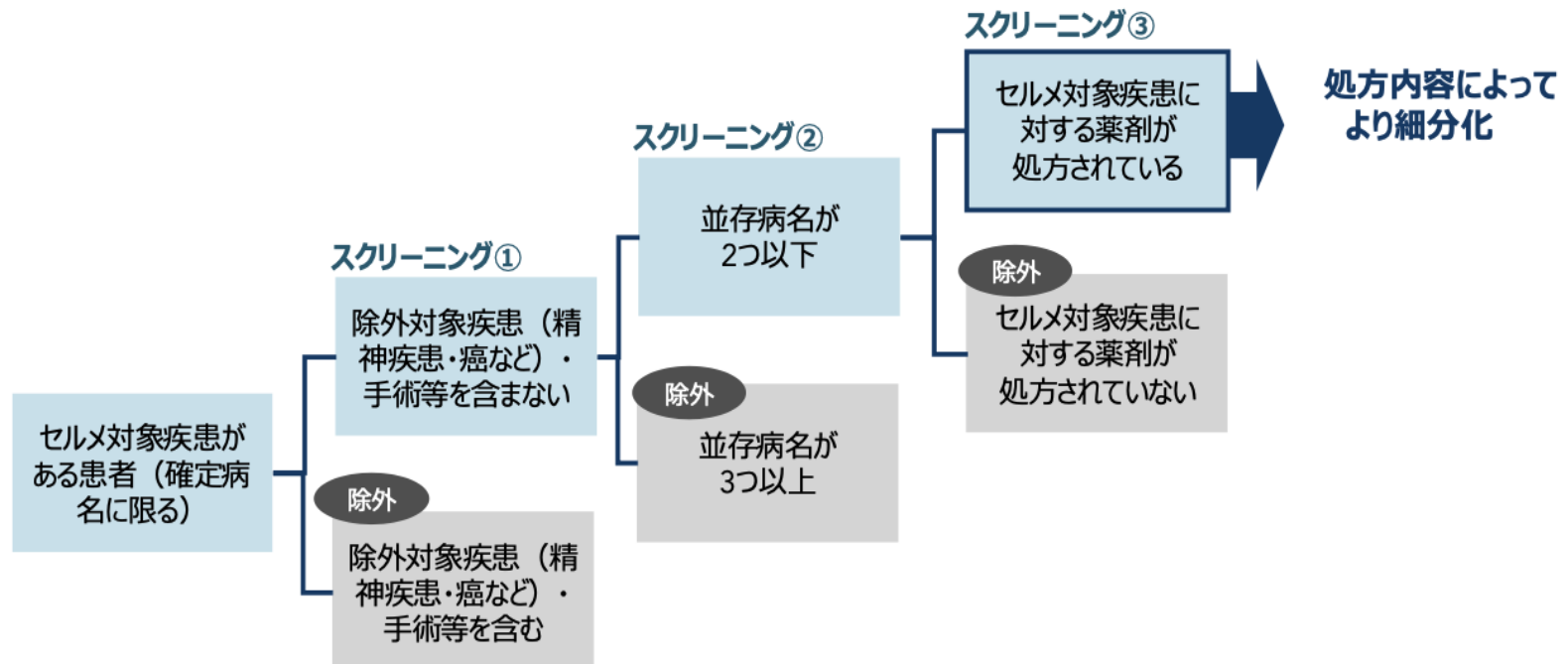
4. これまでの事業から得られた気づき

5. 提 言

セルフケア・セルメ支援事業の効果①（採択されたDM送付事業の概要）

- レセプトデータを基に、花粉症や皮膚疾患等の通院歴のある患者を抽出、医師から処方された医療用医薬品と同一有効成分のスイッチOTCが存在する情報をDMにて通知
- 安全性を重視し、レセプトデータからスイッチOTC医薬品の活用に適さない、また、メリットが小さいと考えられる患者は除外。
- 令和3年度 厚生労働省保険局高齢者医療運営円滑化資金補助金事業（PFS事業）では、三菱商事健保（加入者数 約12千人）をフィールドにして、3.6千人の加入者に通知を送付

対象者抽出のためのロジック



※上記に加えて、セルフケア・セルフメディケーションの趣旨に鑑み、未成年を除外するといった対応も実施

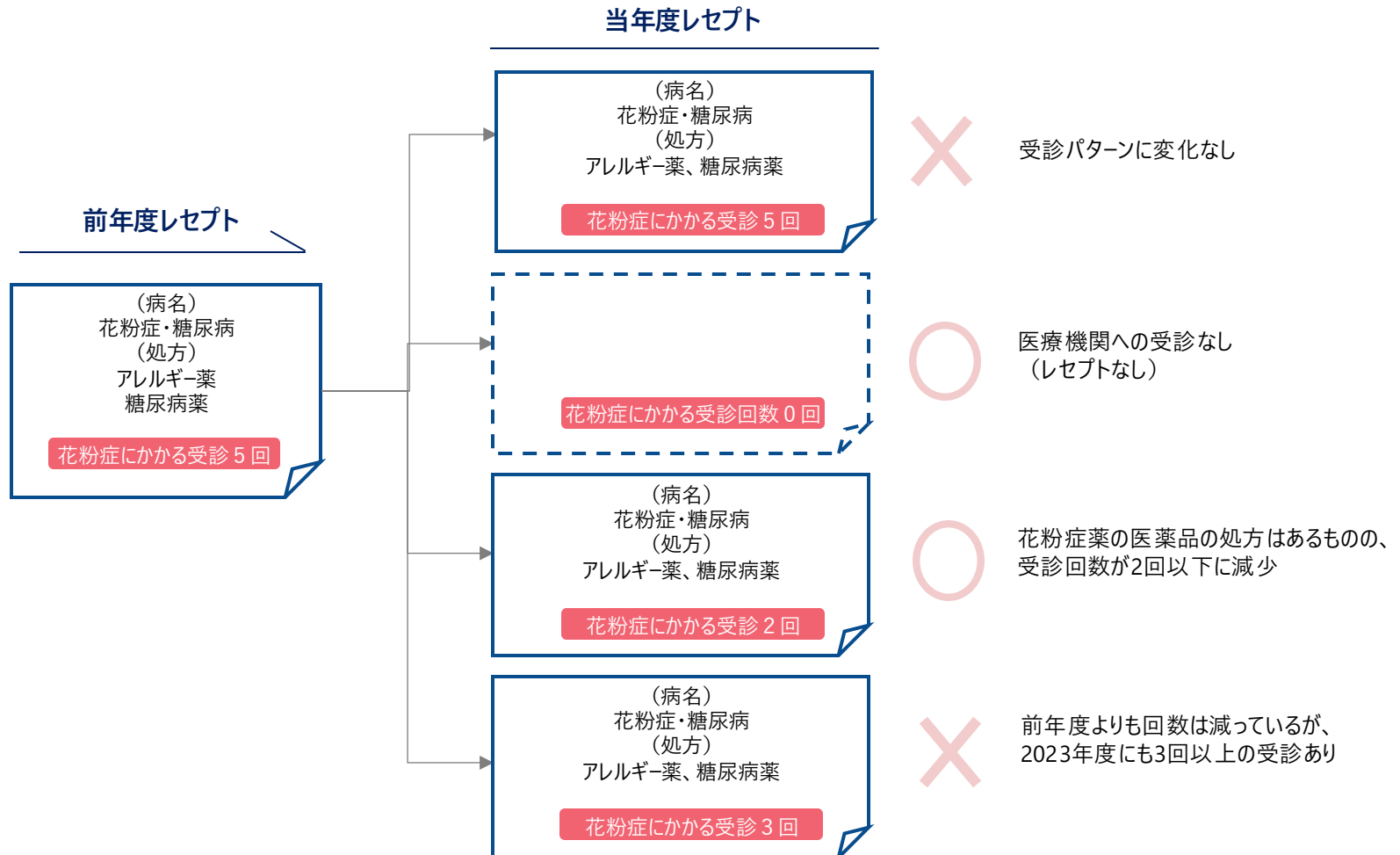
セルフケア・セルメ支援事業の効果①（DM送付事業の概要）

- 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〇回

花粉症等の病名の記載があり、かつ、花粉症に適応のある医薬品が処方されている診療の合計回数

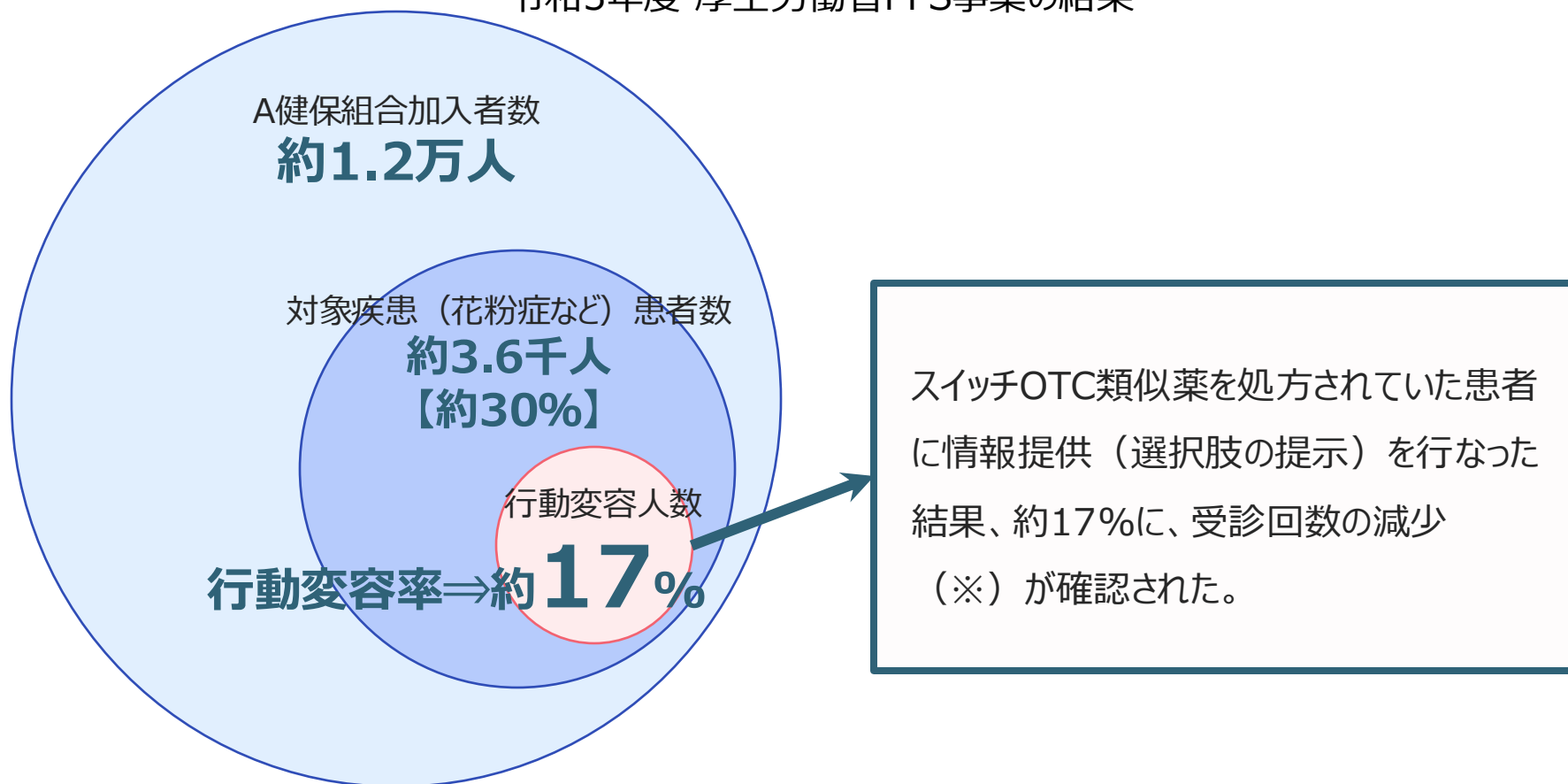


セルフケア・セルメ支援事業の効果①（DM送付事業の効果）

取組みの結果、（前後のレセプト比較で）**DM送付対象者のうち17%に受診回数の減少（p10に先述した定義を“行動変容”と置いた）を確認できた。**

また、ポストコロナ禍、令和4年度以降の取組みでは、送付対象者（p9に先述した対象者・対象除外者基準）の絞り込み等の工夫により、**行動変容率が徐々に上昇している。**

令和3年度 厚生労働省PFS事業の結果



※受診回数減少とは、p10の事前定義に基づくもの

セルフケア・セルメ支援事業の効果②（インセンティブ配布事業の概要）

- 令和5年度PFS事業として、総合健保 計機健保（加入者数 約61千人）をフィールドにして、前述のDM送付に加えて、以下のヘルスケアポイントにかかる効果測定を実施。
- 市販薬にかかる啓発資材やお薬チェックテスト（全問正解者にヘルスケアポイント付与）を複数回/月で発信し、（ヘルスケアポイントが利用できる）健保専用の市販薬ECサイトへの登録率を行動変容と定義し、検証・測定。（段階的に付与するポイント額を増額し、ポイント額と行動変容の関係性を観察。）

お薬啓発読み物コンテンツ

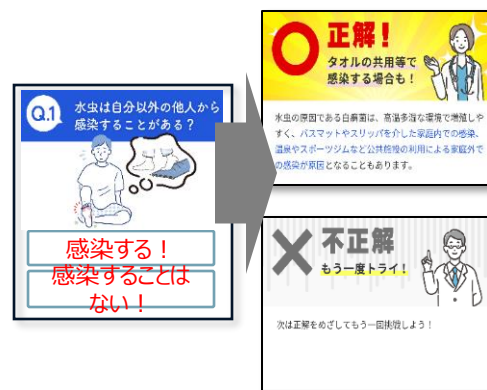


- 季節に即したセルフメディケーション対象疾患に関する疾患知識や、お薬の使い方を「読み物」形式で提供

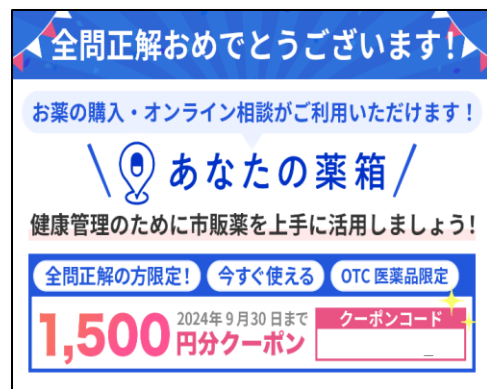


- コンテンツの下段には、OTC医薬品ECサイトである「あなたの薬箱」へのログインの導線を設定

お薬チェックテスト



- 加入者への効果的な訴求に向けて、テスト形式のコンテンツを配信



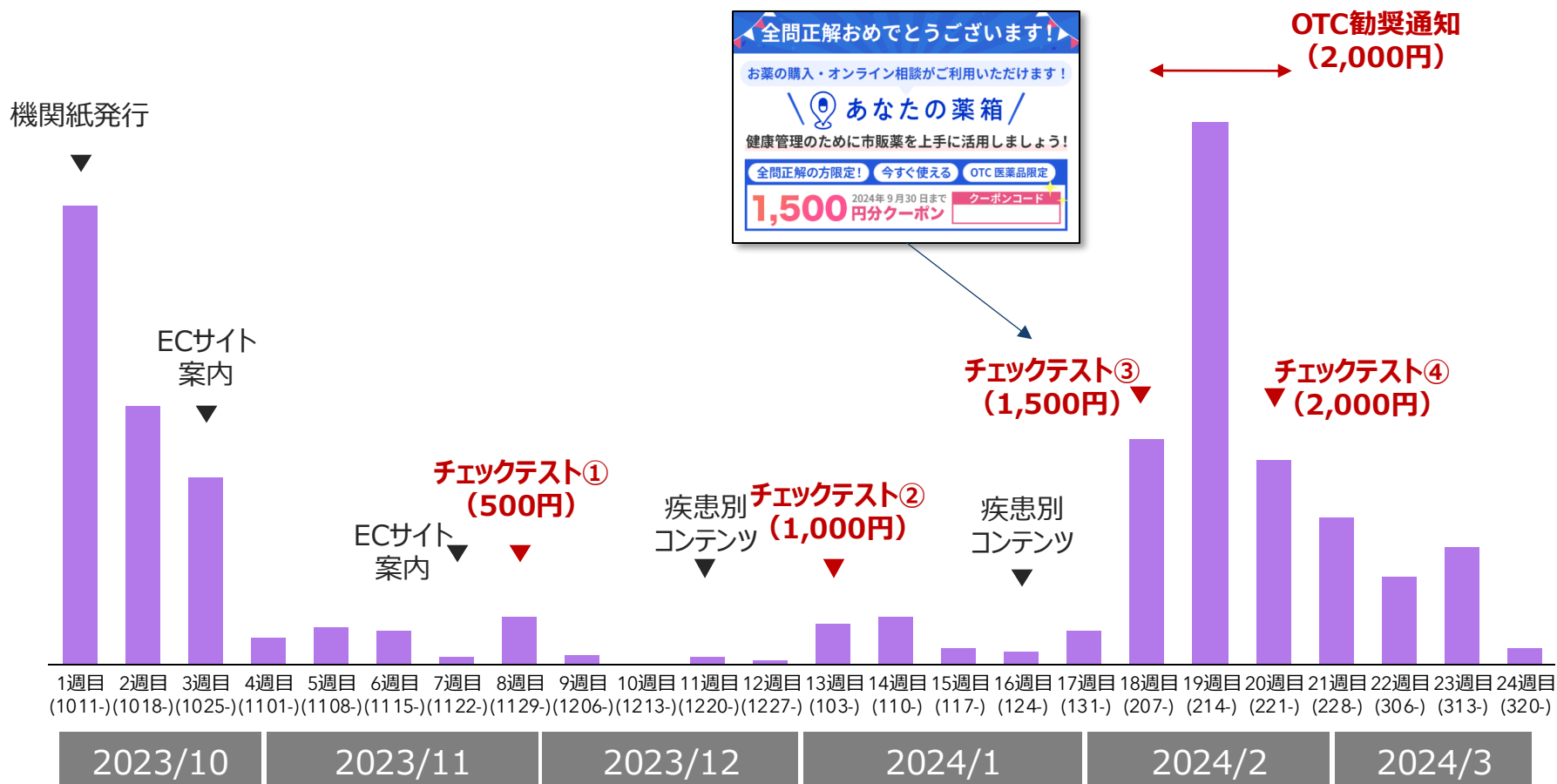
- テスト全問回答者にはクーポンを進呈、OTC医薬品購入のハードルの引き下げ
- 開封率は50%以上と、他コンテンツと比べて高水準を維持

セルフケア・セルメ支援事業の効果②（インセンティブ配布事業の効果）

インセンティブ（ヘルスケアポイント）の付与は、患者の行動変容のきっかけとなることを確認。

特に補助金額が1,000→1,500円となるところで行動変容率が高まるように見える。

2023年度 ECサイト_新規登録者数推移



セルフケア・セルメ支援事業の効果③（“お試しOTC”＝実物送付事業の概要）

- 通院歴のある花粉症患者に対して、医師から処方された医療用医薬品と同一有効成分のOTC医薬品をお試しいただき、その認識や心境の変化について調査を実施。
 - 本取り組みでは、5つの健康保険組合から提供を受けた2023年度(2023年4月～2024年3月)のレセプトデータの情報から取組み対象者を抽出し、健康保険組合の保健事業の一貫として、対象者に対して、**2025/1/27にDM（スイッチOTCを勧奨する内容の手紙）を送付、続けて、2025/1/31から2/3にかけてスイッチOTC医薬品（実物）を送付**した。
 - 5つの健康保険組合の概要および対象者数は以下のとおり。

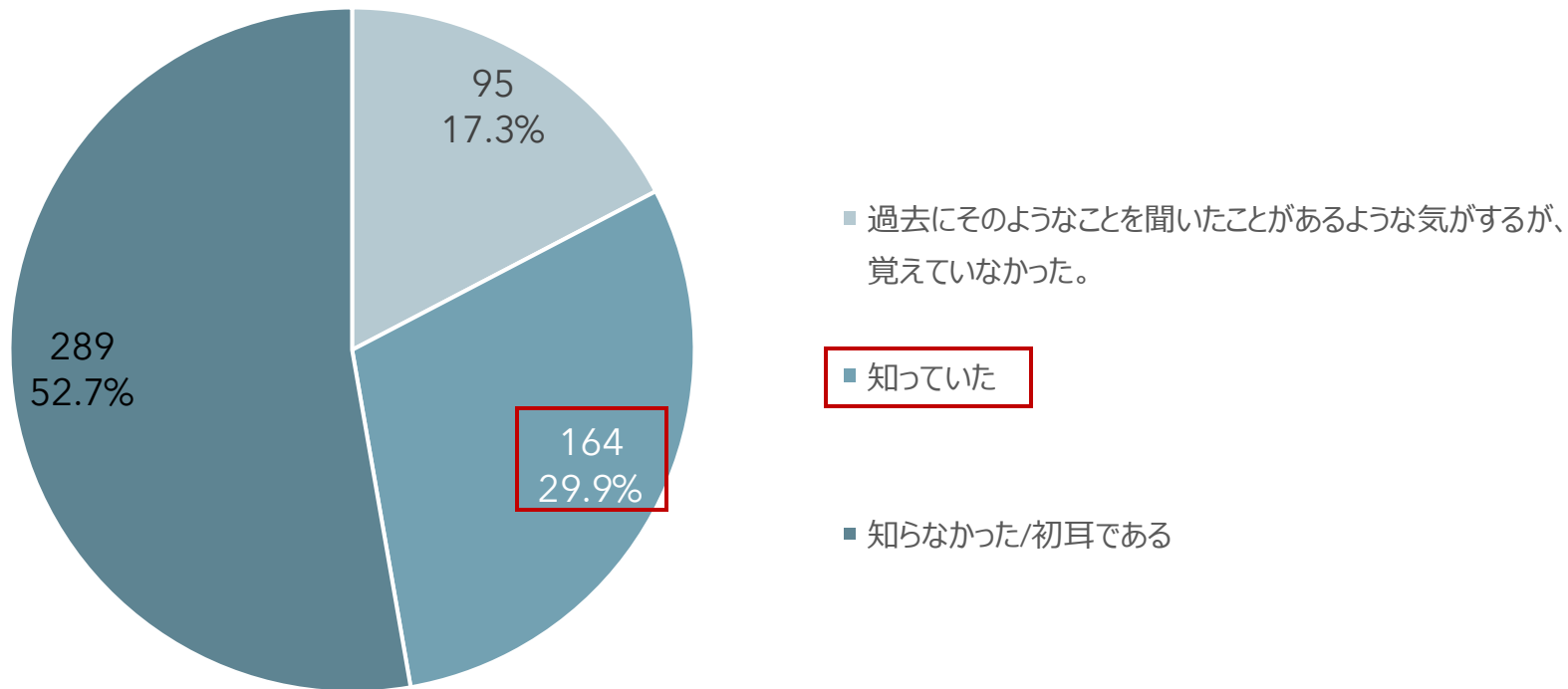
A健保：自動車関連	897名	B健保：自動車関連	413名
C健保：卸関連	285名	D健保：機械関連	335名
E健保：機械関連	221名		
送付対象者合計2,151名			
 - 対象のOTC医薬品の送付数は以下のとおり

エスエス製薬 アレジオン20	477名
大正製薬 クラリチンEX	607名
久光製薬 アレグラFX	1,067名
 - アンケート回答者数は548名（回収率25%）

セルフケア・セルメ支援事業の効果③（“お試しOTC”での気付き）

- 処方された医療用医薬品と同一有効成分であることの理解度は30%に留まる

Q今回お手元に届いた市販薬は、以前あなたが病院または診療所から処方された医薬品と「同一有効成分」のお薬であることをご存じでしたか？（回答数548）



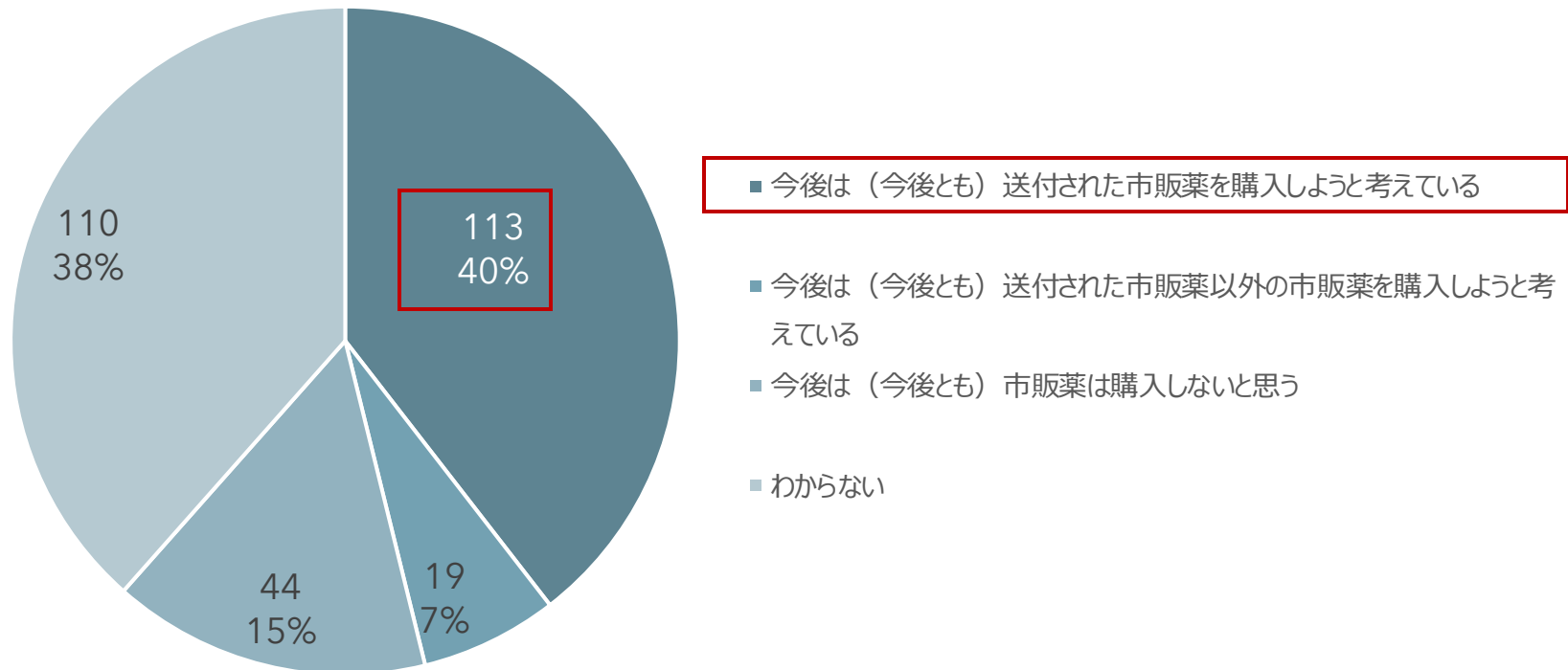
スイッチOTC医薬品に対する理解促進が十分ではない実態

セルフケア・セルメ支援事業の効果③（“お試しOTC”の効果）

- ・ 実物送付により、DMだけでは OTC購入を検討しなかった層の40%がOTCの購入を検討

Q. 今回の市販薬の送付を受けて、あなたの考えに最も近いものをご回答ください。(回答数: 286)

※DM通知による啓発だけでは「市販薬の購入を検討していなかった」「わからない」と回答した286名が対象



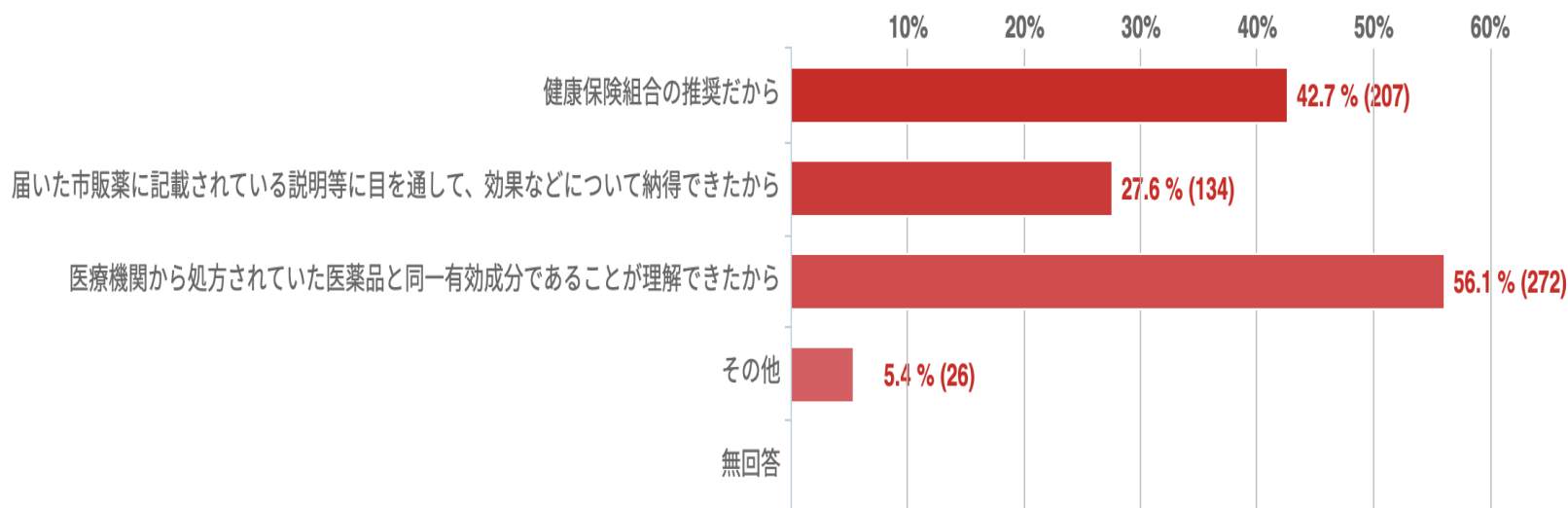
実物送付の結果、スイッチOTCの活用が促進できる

セルフケア・セルメ支援事業の効果③（“お試しOTC”での気付き）

送付された市販薬を試用する理由は、

- ・「同一有効成分であることを理解したから」が56%と過半を占める
- ・次いで「健康保険組合の推奨だから」が42%

Q今回お送りした市販薬を使ってみようと思った理由について、あなたの考えに近いものをご回答ください。
(回答数: 485)【複数回答】

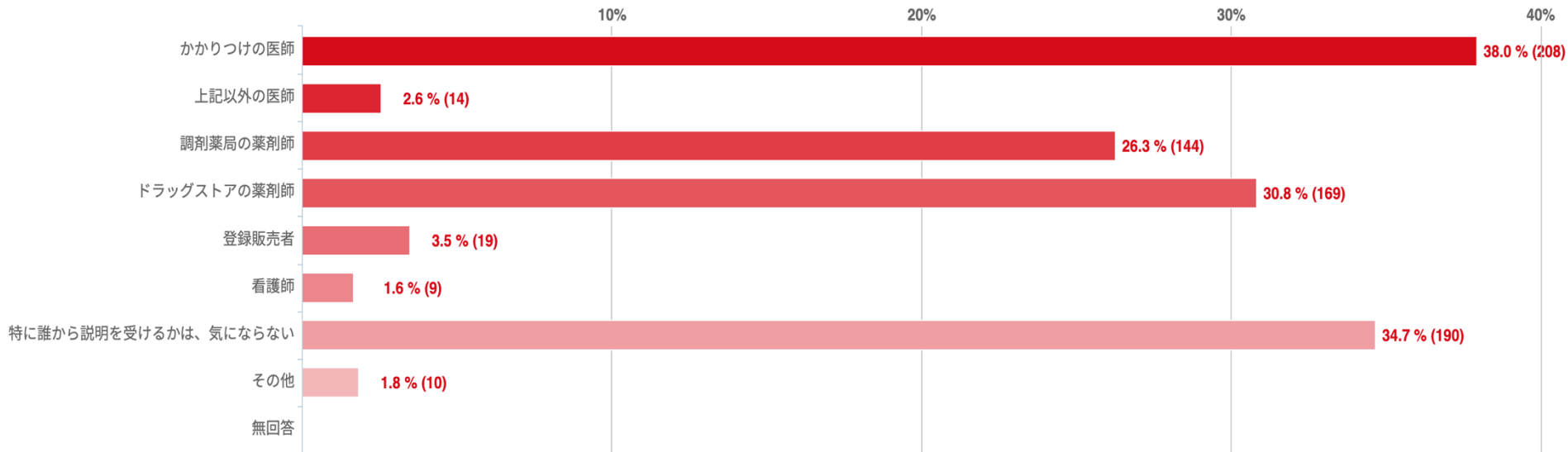


信頼のある「健康保険組合から」「同一有効成分であるとの情報」を
届けることが行動変容の動機となる

セルフケア・セルメ支援事業の効果③（“お試しOTC”での気付き）

- ・ スイッチOTCについて相談したい相手は、かかりつけ医師38%、
ドラッグストア薬剤師31%、薬局薬剤師26%

Q.市販薬（スイッチOTC）の情報について誰による説明・解説および、誰との相談を希望しますか？（回答数：548）【複数回答】



医師・薬剤師との連携がセルフメディケーション推進/スイッチOTCの鍵となりうる

1. 自己紹介

2. 健保セルフケア・セルメ事業（ホワイトヘルスケア支援）

3. 上記のセルフケア・セルメ事業効果

4. これまでの事業から得られた気づき

5. 提 言

これまでの事業から得られた気づき

- 保険者を通じたセルフケア・セルメ事業（＝**選択肢のひとつとしてOTCを紹介する事業**）は、一定の成果（行動変容率17%、トラブル無し）を挙げており、取組み意義が小さくない

【行動変容の鍵】

- 医療用医薬品とスイッチOTC医薬品の同一成分・同一含量の情報伝えること
- 患者インセンティブ（ヘルスケアポイント）をうまく活用すること
- 保険者に留まらない医療従事者と一緒になった取組みに更に大きな可能性がある

1. 自己紹介

2. ホワイトヘルスケアのセルフケア・セルメ事業の概要

3. ホワイトヘルスケアのセルフケア・セルメ事業の効果

4. これまでの事業から得られた気づき

5. 提 言

提言1：取組みを行う保険者の段階的拡大

セルフケアの情報を普及・浸透させる取組みを 保険者の枠を超えて拡大すべきではないか
(被用者保険⇒国保・後期高齢者)。

事業種類・目的を踏まえて、段階的拡大するシナリオ（例：下図①⇒②⇒③⇒④）をロードマップに反映されることも、考えられるのではないかと。

医療費全体に占める軽度な傷病の割合が相対的に大きい被用者保険から取組みを拡大
健康リテラシーの情報提供事業を先行的に普及・拡大

メニュー		組合健保	協会けんぽ	国保
健康リテラシー事業	ポピュレーションアプローチ	P● ○ コンテンツ配信、セミナー開催等 ①	○ 同左	③
	OTCの購入サポート	P● ○ 専用ECサイトにて「お薬の選び方」「レッドフラグ」機能提供		
	ターゲットアプローチ①（DM送付）	P● ○ レセプトから抽出した対象者に情報提供		
	ターゲットアプローチ②（実物送付）	P● ○ レセプトから抽出した対象者にOTCを送付（2024年度PoC）		
使用促進事業	インセンティブ（ヘルスカポイント）の活用	P● ○ 専用ECサイトや提携薬局から利用できるクーポン（健保負担）の発行 ②		④
	医師・薬剤師との連携<オンライン>	P● ○ LINEを活用した「薬剤師相談窓口」機能提供		
	医師・薬剤師との連携<リアル>	P● △ 県薬剤師会と連携。健康増進支援薬局を紹介（2025年度PoC）		

提言 2：患者にとって利活用し易い制度・環境の整備

セルフケア並びに医療の選択肢のひとつとして、OTC医薬品が全国的に支持され、利活用されるためのハードル（アクセスや入手コスト等）を下げるための制度・環境をご整備頂けないか。

【例】

患者インセンティブの整備：

組合健保では利活用が進んでいるが、保険者が運営・提供するヘルスケアポイントの制度の一層の明示化・利用促進を図ることで、患者による健康リテラシー習得に向けたインセンティブをより高める。

保険者インセンティブの強化：

セルフケア・セルフメディケーションの健康リテラシー事業に取り組む保険者が一層報われるよう、保険者インセンティブをアップデートする。

例えば、組合健保向けの「総合指標大項目⑤（後発品使用促進）最大16点」の中に含まれるセルメの配点・条件の切り出し[仮称：“セルメの前提となる健康リテラシー普及・スイッチOTC使用促進”など]

常備薬事業の普及・促進：

保険者において長い実績がある一方で、従前ほどに注目をされていない常備薬事業（職域常備薬・家庭常備薬）は、これまでセルフケア浸透・OTCの啓発という観点でも大きな役割を担ってきた。

改めて、常備薬利便性・安全性を再評価・見直し、健保加入者にOTCを身近に感じてもらうのはどうか。

（夜間小児対策や、医師アクセスが悪い地域などでも、一定有効と考えられる。）

提言3：地域の医療従事者との協働

医療の選択肢として、セルフケア・セルフメディケーションの情報を普及・浸透させる取組みも重要。保険者による健康リテラシー事業補完する医療従事者協働やモデル事業を具体化・ご支援頂きたい。

【例】

薬剤師との協働：

薬局に来局した患者に対して、薬剤師が、処方された医療用医薬品とスイッチOTCの同一成分・同一含量についての情報を（**スイッチOTC医薬品の実物**を示しながら）提供する

医師との協働：

かかりつけ医らが、患者の健康相談に応じて、「どのような場合には一層注意して、医療機関に診てもらうべきか（仮に、用いる場合には、スイッチOTCに関わる諸注意）」などの必要情報を提供する

※ 現在、県別単位で薬剤師会らと健保連が連携（協定）することで、組合員のセルフケア理解度を高める事業を企画推進中。[p31ご参照]

※※ 現在、大学とも連携の上、『医療従事者（かかりつけ薬剤師、かかりつけ医）による情報提供による行動変容効果を測る調査研究』を、其々に実施並びに企画中。

Appendix

セルフケア・セルメ事業メニュー：ポピュレーションアプローチ

広く健保加入者を対象とした啓発資材の提供やセミナーの開催を展開

お薬啓発読み物コンテンツ

セミナー開催告知

“知っ得”お薬情報通信

あなたの薬箱でお馴染みの2人が、日常生活で感じるお薬に関する素朴な疑問を解決いたします！

薬子さん 毎日忙しく過ごす中で、お薬に興味を持った薬子（やくこ）さん。賢くお薬を活用するため、日々勉強中！

薬剤師さん 薬子さんを助けてくれるベテラン薬剤師さん。身近な悩み事も親身になって聞いてくれる頼れる存在です。

水虫に効果的な市販薬とは？

最近、水虫のような症状なのですが、対処法を教えてくださいませんか？

もちろんです！暑さと湿気で、男性・女性ともに水虫になる可能性はあります。セルフメディケーションでの対処方法をお伝えしますね。

何かおすすめの市販薬はありますか？

水虫に効果がある市販薬は複数販売されており、病院でもらうお薬と同一有効成分の「スイッチOTC医薬品」もありますよ。

スイッチOTC医薬品の例

スイッチOTC医薬品とは、医師から処方される医療用医薬品のうち、副作用が少なく安全性の高いものをOTC医薬品（＝市販薬）に転用（スイッチ）したものです。

たとえば…

スイッチ！

ブテナフィン塩酸塩

ブテナロックVg

《 健保 主催 オンラインセミナー 》

市販薬を活用した皮膚疾患・花粉症対策

皆さん、これからの時期は毎年花粉症や肌の乾燥を発端とした皮膚疾患でお困りではありませんか？こういった疾患は、早めの対策が大切とされています。今回は市販薬に見識のある著名な薬剤師の先生から市販薬(OTC医薬品)を活用した対策を幅広く解説いただきます。家計に優しい賢いお薬の選び方も併せて解説いただく予定です。是非ご参加ください。

■日時：2023年1月20日(金)13:00～14:00（後日アーカイブ配信あり）

■場所：Zoomによるオンライン配信

■参加費：無料



特別講演



講演者 竹中 孝行氏 一般社団法人日本アレルギー学会 代表理事
アレルギー科 専門医、アレルギー学 専門医、アレルギー学 専門医
アレルギー科 専門医、アレルギー学 専門医、アレルギー学 専門医

講演テーマ 花粉症の薬が保険適用外になる？いつから？健保連の改革案を解説

講演内容は、花粉症の薬が保険適用外になる？いつから？健保連の改革案を解説、花粉症の薬が保険適用外になる？いつから？健保連の改革案を解説、花粉症の薬が保険適用外になる？いつから？健保連の改革案を解説

主な記事執筆歴

- ・ 解熱鎮痛剤(痛み止め)って何が違う？成分・強さから市販薬の種類を徹底比較
- ・ 低価格で同成分？ロキソニンとロキソプロフェン含有市販薬の違い・選び方
- ・ 湿布、花粉症の薬が保険適用外になる？いつから？健保連の改革案を解説
- ・ 痛みが少ない、価格が安いなど自費で血糖自己測定器を購入するときの選ぶポイントとおすすめ

セルフケア・セルメ事業メニュー：OTCの購入サポート（お薬ナビ機能）

年齢や体質、お薬選びで重視したいポイントを選択していくことでおすすめのOTC医薬品（や逆に、おすすめできない通知）が表示される機能。

選び方のポイント

- 熱さましは、なるべく何か一口でも物を食べてから、しっかりとコップ1杯の水で服用してください。
- 熱を下けても、風邪などの感染症が早く治るわけではありません。
- タオルに包んだ保冷剤などで首や脇、ふとももの内側などを冷やすことでも、高熱によるつらさは減らすことができます。

01 薬をご利用になる方の年齢を教えてください。

必須

1歳～2歳

3歳～6歳

7歳～14歳

15歳～

高齢の方

02 妊娠や授乳の状況について教えてください。

必須

複数回答OK

妊娠中、または妊娠の可能性・予定がある

授乳中

どちらも当てはまらない

03 大きな副作用を避けるため、以下の項目に当てはまる場合はチェックをお願いします。

必須

複数回答OK

アスピリン喘息がある

ビリンアレルギーがある

どちらも当てはまらない

04 重視するポイントを教えてください。

必須

複数回答OK

眠くならない

胃に優しい

ノンカフェイン

新型コロナウイルス感染症にも使えます



妊婦中でもOK
・眠くならない
・ノンカフェイン

アセトアミノフェン製剤
TYLENOL
頭痛・発熱に
眠くなる成分は入っていません
胃にやさしい

妊婦や高齢者でも安心のアセトアミノフェン

タイレノール A 10錠

¥806 (税込)

セルフメディケーション
税 控 除 対象

詳しく見る

マッチした項目

妊婦中でもOK
・眠くならない
・ノンカフェイン

奇校生にも
ハファリンルナJ
生理痛・月経痛
の薬(おたけい)
のききで楽になる
おたけい

7歳から使える"初めての痛み止め"

バファリンルナJ 12錠

¥800 (税込)

第2類医薬品
セルフメディケーション
税 控 除 対象

詳しく見る

マッチした項目

セルフケア・セルメ事業メニュー：OTCの購入サポート（レッドフラグ機能）

気になる症状を選択することで、必要に応じて医療機関への受診をおすすめする機能。



レッドフラグ
チェック

レッドフラグサイン(red flag sign)は、「重篤な疾患を疑うサイン」を意味する言葉です。発熱について当てはまる項目すべてにチェックをし、「結果を見る」ボタンを押してください。

感染症の重症化を疑う症状

☐ 1分間の呼吸が25回より多い、息苦しさをを感じる

☐ 急なめまいを伴っている

☐ ひどい嘔吐が続いている

☐ 水を飲めない

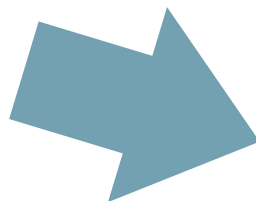
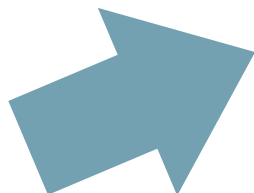
☐ 当てはまらない

結核などの危険な感染症の可能性

☐ 痰に血が混じる咳をしている、体重が急に減っている

☐ 最近、海外旅行から帰ってきた

☐ 当てはまらない





レッドフラグ
チェック

発熱についてのチェック結果です。

医療機関への受診をおすすめします。

注意が必要な症状があります。
かかりつけ医に相談するなど、まずは医療機関への受診をおすすめいたします。





レッドフラグ
チェック

発熱についてのチェック結果です。

OTC医薬品を活用してみませんか？

レッドフラグサインはないようです。
OTC医薬品の活用をご検討ください。

どの薬を選んだらよいかわ迷っている方はお薬ナビでチェックしてみてください。

OTCにスイッチ可能な医療用医薬品が処方されている患者に対して、選択肢としてスイッチOTC医薬品についての情報提供を実施

自分に合った
薬を処方
情報も便利!

3 薬剤師にLINEで気軽に相談してみませんか。

三友厚生医薬株式会社と提携の薬局と薬師が、
LINEアプリへのメッセージをやりとりします。

**病後でもらってる薬と
同じ成分の効ってありますか？**

お薬の成分や用法を薬剤師
に直接聞いてはダメなものか
ら、副作用やOTC医薬品を
ご紹介します。



**仕事中に眠くならない
薬に聞きたいのですが...**

仕事で眠くならない薬を
ご紹介いたします。副作用や
お薬の服用に注意すること、一緒に
ご相談ください。



**別の症状で飲んでいる薬との
飲み合わせが心配です。**

飲み合わせが心配な薬飲いた
まは、飲み合わせや、服用にあ
らって注意することが、薬剤師
に直接聞いていただけます。



処方箋で処方された
お薬に、
LINEで
相談してもいいの？



今すぐLINEの
QRコードを
読み取ろう



よく聞かろう
よく聞かせる

4 忙しいあなたにピッタリ!

15時までには届く
**当日発送
送料無料**

安心だから
まんまる薬局
※ホワイトオンライン



“まんまる薬局のホワイトオンライン”は
三友厚生医薬株式会社にご加入の方
さまのみにご利用いただけます。
病院で処方された薬と同一成分の
OTC医薬品を処方して購入できます。

今なら!

ヘルスケアポイントで
さらにおトクに
購入できます!



会員登録
3000円

三友厚生医薬株式会社加入者専用サイト

<https://mc.self-medic.jp/>

お問い合わせ先 三友厚生株式会社

〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1

お問い合わせ先 三友厚生株式会社

〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1

セルフケア・セルメ事業メニュー：医師・薬剤師との連携<オンライン>

お薬の選び方・飲み方に関する様々な不安や疑問に対して、薬剤師に気軽に相談できる機能を提供。（400以上の相談実績）

（常備薬サイトや広報チラシに「薬剤師へのLINE相談」の案内を掲載）

お薬のお悩みは、薬剤師にLINEで相談

この薬、飲み合わせは大丈夫かしら？
余ってる薬、飲んでもいいのかな？
眠くならない薬にしたいけど分からない。

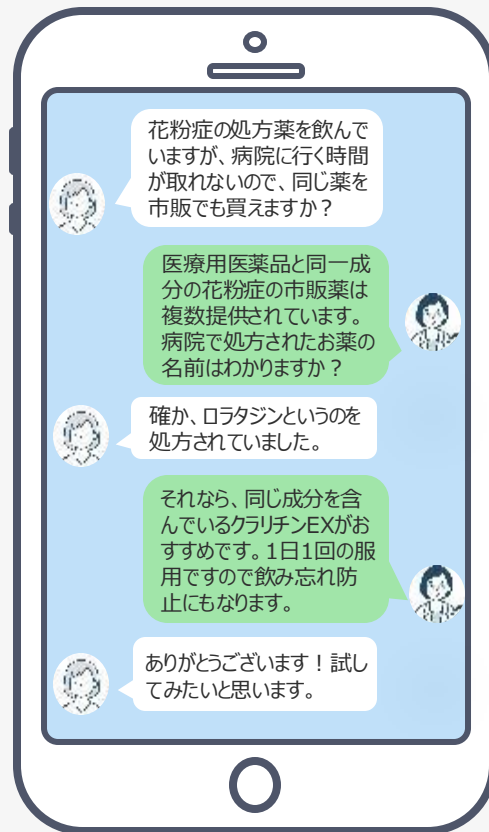
お薬選びや飲み合わせなど、お薬に関する様々な不安に経験豊富な薬剤師が、LINEでていねいにお答えします。
対面だと相談しづらいお悩みも、ぜひお気軽にご利用ください。



LINEのホームからQRコードを読み取って
友だち追加をしてください。



QRコードを読み込んでLINEからアクセス



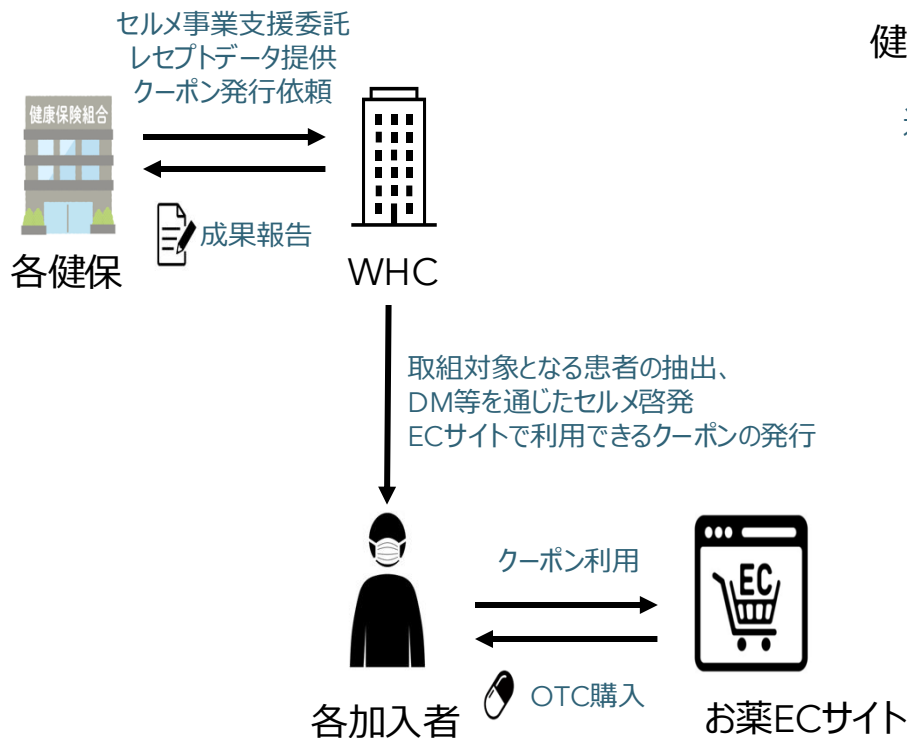
薬剤師への相談例

- ・副作用が気になるので眠気の少ない薬はありませんか？
- ・複数の薬を併用しているので飲み合わせが心配です。
- ・病院のお薬と同じ成分の市販薬はありますか？ etc.

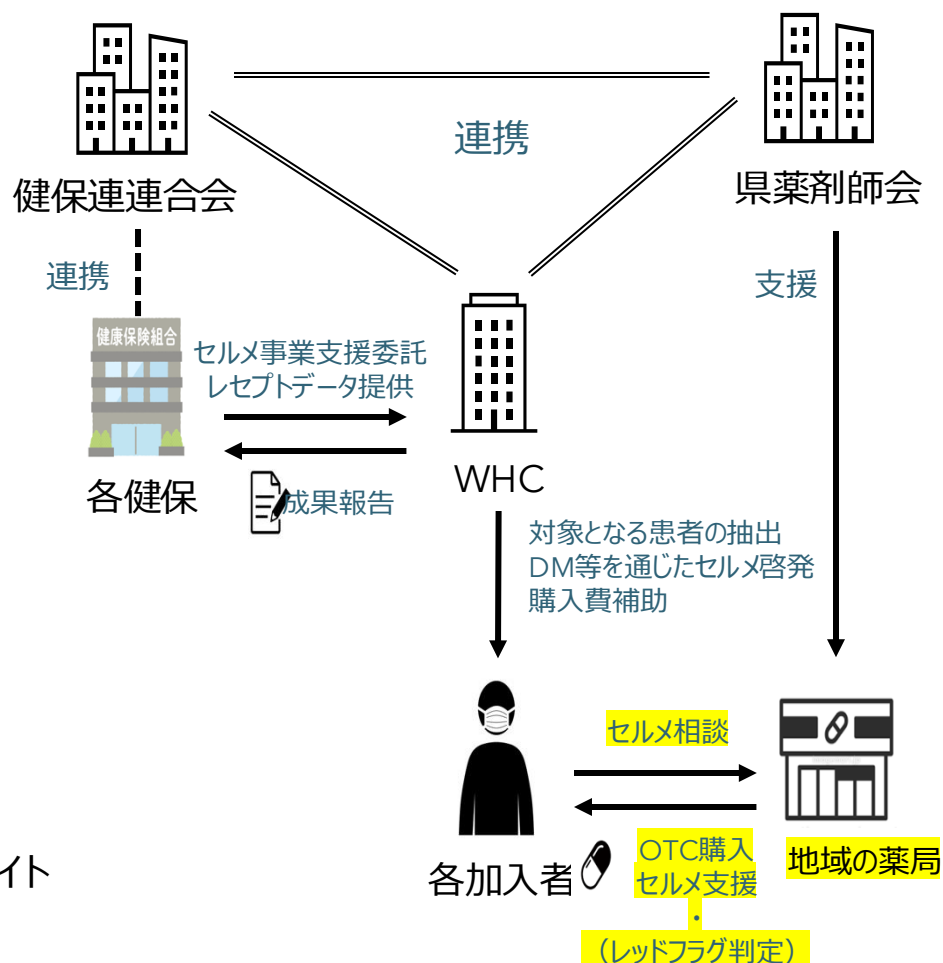
セルフケア・セルメ事業メニュー：医師・薬剤師との連携<リアル>

2025年度、地域の薬剤師会と連携する施策を検討中。

これまで：保険者単独の取り組み



検討中：薬局・薬剤師会と連携した取り組み



(参考) OTC薬の価格水準

医療用医薬品を処方される場合は、診察や調剤にかかるコストが必要となるため、3割負担でもOTC薬より必ずしも安価とは限らない。OTC薬を上手に選択することで入手コスト面でもメリットがあるケースもある。

医療用医薬品を処方された場合とOTC薬を購入した場合の比較

	医療用医薬品を処方された場合					OTC薬を購入した場合
	薬剤費※1	その他の医療費※2	医療費の合計	患者自己負担額 (3割負担)	保険者の負担額	OTC価格※3
花粉症薬 (フェキソフェナジン 60mg 14日分)	420～ 1,400	5,670	6,090～ 7,070	1,830～ 2,142	4,270～ 4,998	565～ 2,075
漢方薬(感冒) (葛根湯(顆粒))※4 4日分)	160～ 240	5,670	5,830～ 5,910	1,755～ 1,776	4,095～ 4,144	657～ 1,980
湿布薬 (ロキソプロフェン50mg 14枚)	170～ 290	5,220	5,390～ 5,510	1,617～ 1,653	3,773～ 3,857	1,730～ 1,737
保湿剤 (ヘパリン類似物質0.3% 50g(1本))	220～ 1,080	5,220	5,440～ 6,300	1,632～ 1,890	3,808～ 4,410	1,134～ 2,494

保険者がヘルスケアポイント(例えば1,000円分)を付与する場合、その分負担は減少する。

※1 複数銘柄がある場合は最も薬価の安いものと最も高いものを記載(薬価は令和2年4月時点のもの)。薬剤費は診療報酬点数として算定した場合の費用を記載。

※2 初診料(288点)、処方箋料(68点)、調剤基本料(42点)、薬剤服用歴管理指導料(57点)、調剤料(処方日数に対応した点数)、後発医薬品調剤体制加算2(22点)を算定したケースで算出。

※3 OTC薬は購入先やメーカーの違い(ブランド品、それ以外)によって価格は大きく異なる。確認できた範囲における最安値からメーカー希望小売価格までの範囲を記載。

※4 葛根湯(顆粒)の場合、OTC薬は医療用医薬品に比べて、1/4～1/3程度成分の含量が少ない場合がある。

参考：OTC医薬品 薬効群別の価格帯別品目数と数量シェア

● 解熱鎮痛剤 スイッチ成分

イブプロフェン、ロキソプロフェンナトリウム水和物、
イソプロピルアンチピリン、アルミノプロフェン

販売価格帯 (円)	平均単価 (円)	販売個数シェア (%)	品目数 (出現ブランド数)
トータル	964	100.0	
0 - 499	448	9.5	93
500 - 999	733	54.0	106
1000 - 1499	1,169	21.8	50
1500 - 1999	1,704	10.9	23
2000 -	2,226	3.8	11

● 解熱鎮痛剤 スイッチ成分以外

販売価格帯 (円)	平均単価 (円)	販売個数シェア (%)	品目数 (出現ブランド数)
トータル	798	100.0	
0 - 499	433	17.8	67
500 - 999	737	63.4	85
1000 - 1499	1,193	15.3	52
1500 - 1999	1,748	2.4	28
2000 -	2,665	1.1	18

● 内服アレルギー用薬

販売価格帯 (円)	平均単価 (円)	販売個数シェア (%)	品目数 (出現ブランド数)
トータル	1,275	100.0	
0 - 499	431	0.3	16
500 - 999	849	45.4	25
1000 - 1499	1,275	36.8	25
1500 - 1999	1,686	13.0	9
2000 -	4,433	4.5	3

データソース： インテージSRI+

集 計 期 間： 2023/4 - 2024/3

業 態： ドラッグストア・スーパーマーケット・

ホームセンター・コンビニエンスストア計（EC除く）

エ リ ア： 全国

*品目数は、同販売価格帯でデータ発生があった「ブランド」数をカウント