## 田辺薬局株式会社

# 健康イベントを利用した薬局栄養士の認知度向上への影響と需要調査



〇岩澤里奈、上原明里、川村麻美、呉玲雅、佐伯香織、成田桃菜、 小林佑里子、生田聡子、岡田知子、武田康紀

#### 背景

地域住民に薬局の栄養士の存在を認知してもらうことで、 気軽に栄養士にアクセスできる環境を作り、健康増進・ 疾病予防の食生活への関心を持たせることが重要である。 しかし薬局栄養士の存在は一般に認知されていない。そ こで我々が行っている健康イベント(以下、イベント) が認知度向上に活かせるか検討が必要と考えた。さらに、 来局者の特性にあわせたニーズを明確にしたものはなく、 詳細な調査が求められている。

### 目的

現状のイベントが薬局栄養士の認知度の向上に寄与する かを調査し、さらに利用者のニーズを知る。

#### 方法

調査期間:2019年2~5月

調査対象:薬局利用者でアンケートに関する了承を得た方

対象店舗:栄養士が常勤で所属する5店舗(A,B,C,D,E店)

調査項目:年齢、性別、職業、来局目的、<u>栄養士の認知・需要有無</u>、健康意 識、<u>栄養士への要望</u>、イベント希望日程、健康情報源、<u>子育て関連</u>、<u>食事関連</u>

## 事前アンケート

調査スケジュール:

•2-3月実施 •各店100例目標 •ポスター、アンケート

で栄養士をアピール

#### 健康イベント •3-4月実施 •白衣の色(ピンク)、 名札等で栄養士の存在

•5月実施 •各店100例目標 •ポスター、アンケート で栄養士をアピール

事後アンケート

解析:①栄養士の認知度・需要のイベント前後での変化:  $\chi^2$ 検定 ②栄養士のニーズ:記述統計

をアピール

※D店を除く

#### イベントの実施内容

A店:骨の健康測定会(1回)、血管年齢測定会(1回)

B店:血管年齡測定会(1回)、5月病対策 (1回)

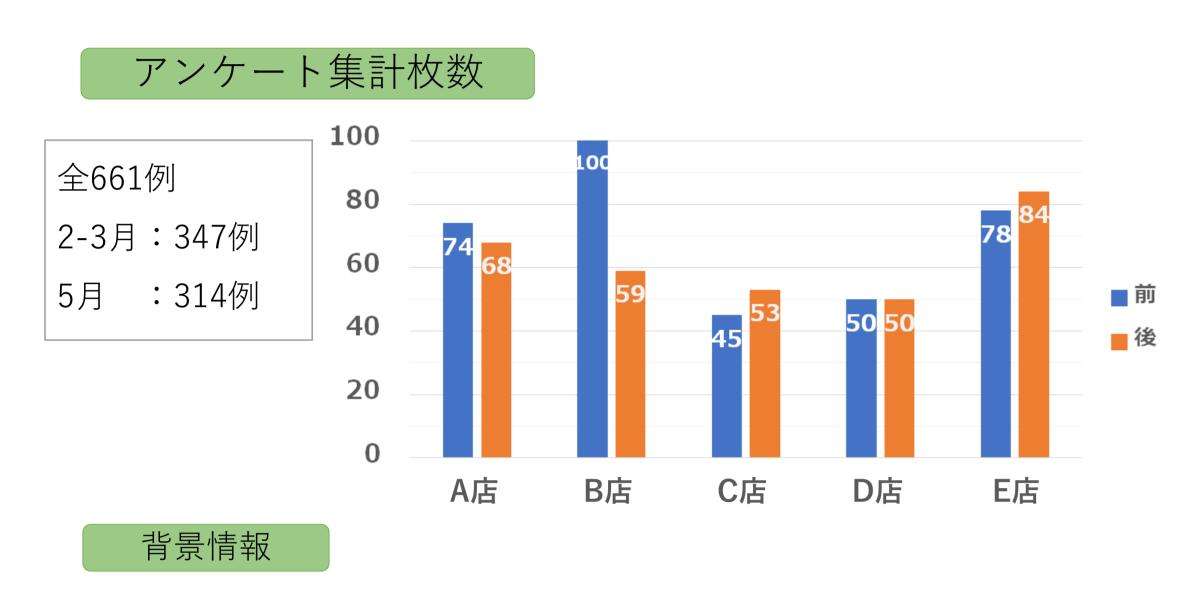
(1回)、握力測定会 (2回) C店:栄養相談会

E店:テルミール・マイサイズ試食試飲会 (4回) 食事バランスガイドを用いた栄養相談会(2回)

※D店はアンケート実施のみ

開催回数中央値1回 [1-4]

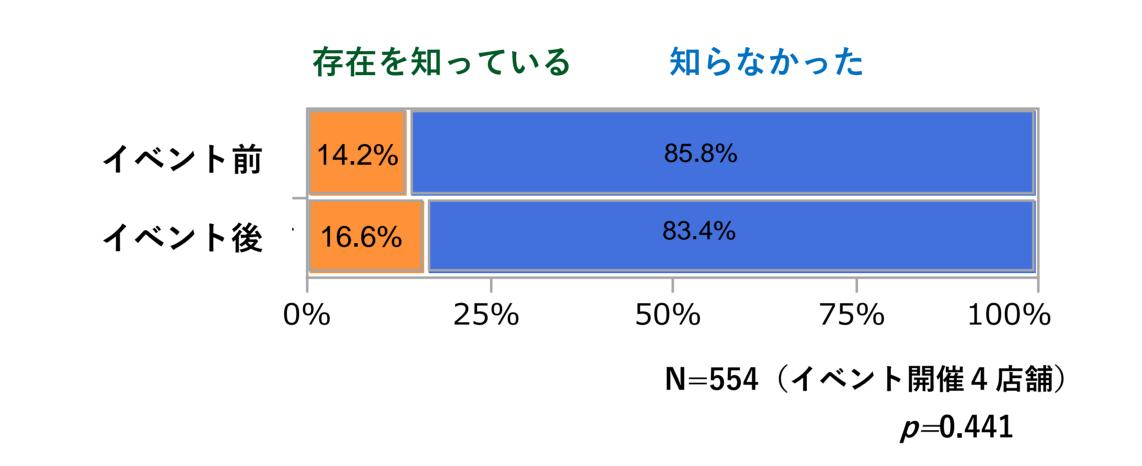
#### 結果



最頻世代50代(21%)、男女比1:3、主婦層43%、会社員・自営業40%

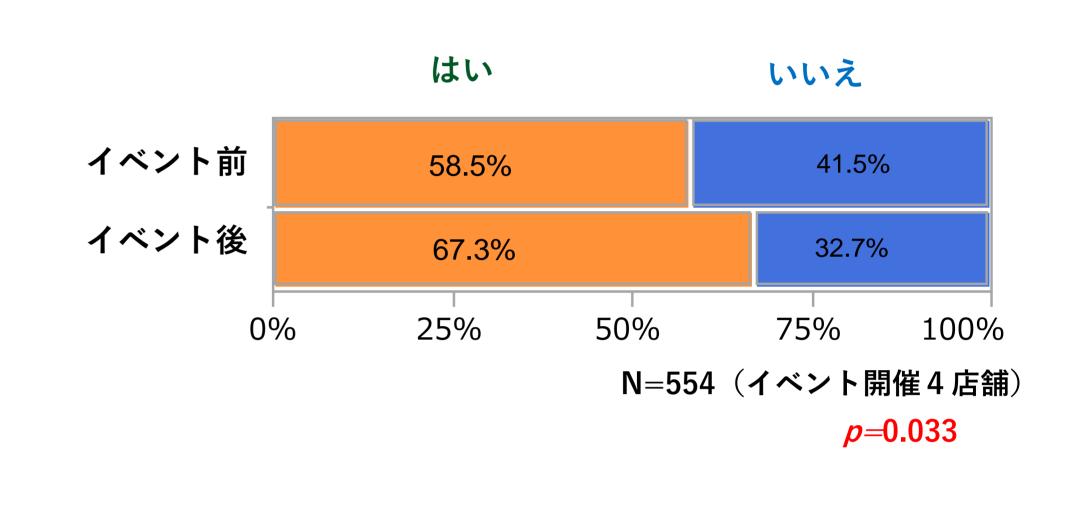
## イベントによる薬局栄養士に対する認知度の変化

「栄養士がいる調剤薬局があることを知っていますか?」

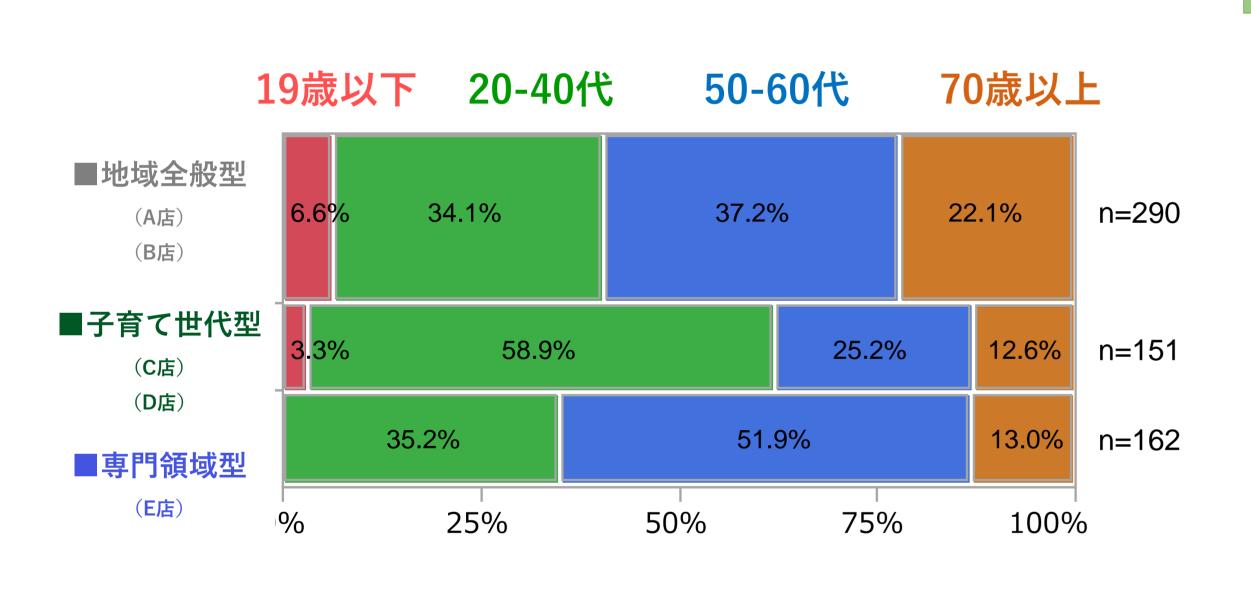


### イベントによる薬局栄養士に対する需要の変化

「栄養士が身近にいたら相談やイベントに参加してみたいですか?」

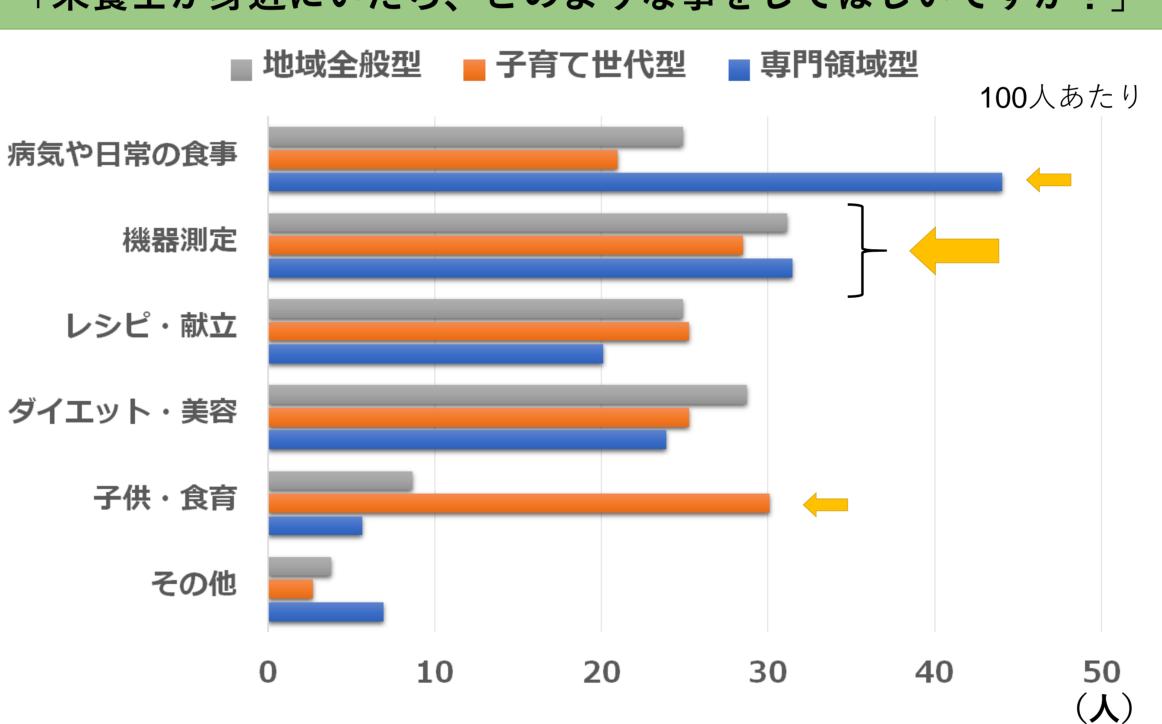


### 年齢層、診療科からの店舗分類

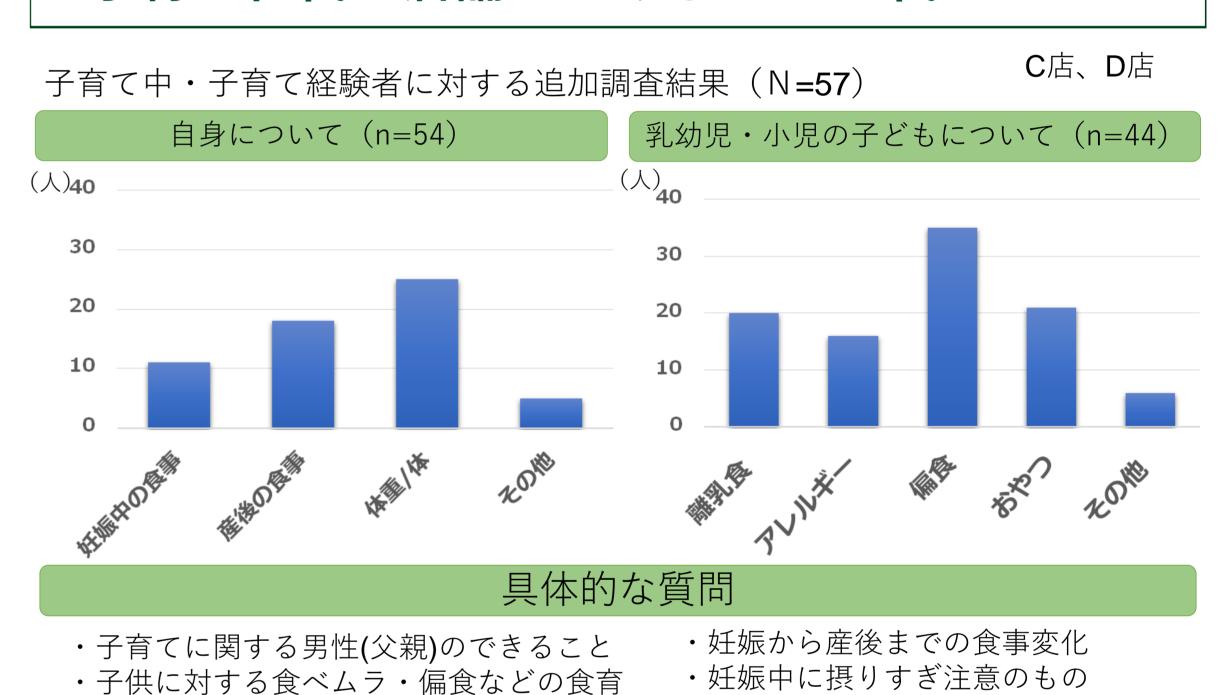


## 各店舗型におけるニーズの割合

#### 「栄養士が身近にいたら、どのような事をしてほしいですか?」



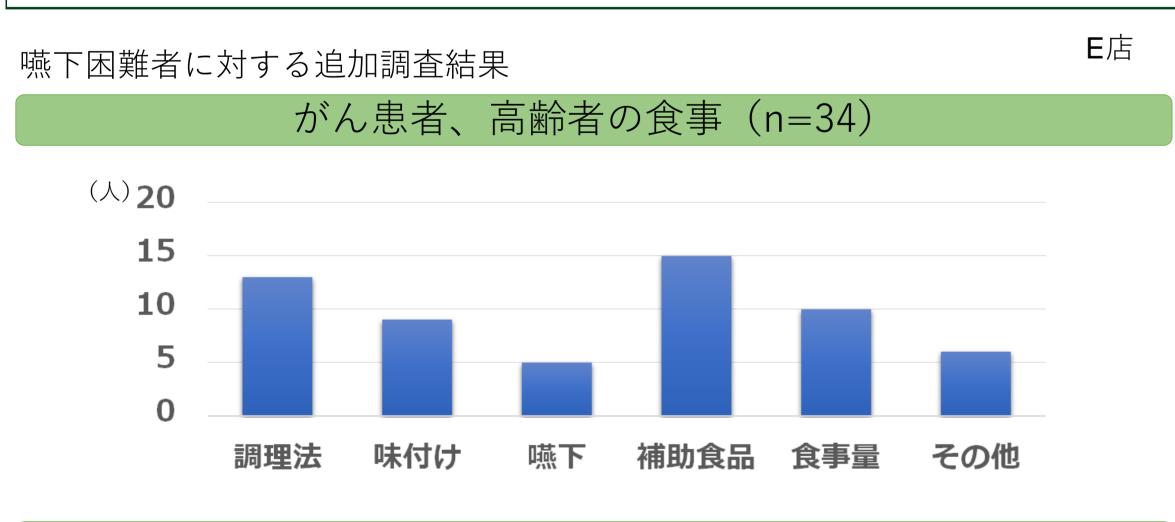
### 子育て世代型店舗における20-30代のニーズ



(男性5名も子育て経験者調査対象)

・産後のむくみ改善

### 専門領域型店舗における食事に対するニーズ



#### 具体的な質問

#### 【普段の食事について】

・健康的に太る食事 ・食欲減退時の栄養摂取法 ・治療中の匂いに敏感になる時の食事

#### 【商品について】

- ・ゼロカロリー食品の安全性について
- ・栄養補助食品の味、形のバリエーション ・補助食品やトクホ等の効果や意味

## 考察

今回のイベントでは栄養士の認知度は向上しなかったが 栄養士の需要が高まることが明らかとなった

#### 栄養士の認知度が向上しなかった要因

- ・栄養士として患者のニーズに合ったイベントとなっていない
- ・調査期間が短く十分にプロモーションが浸透していない



取

店舗の特色と患者のニーズに合わせた取り組み

・定期的なニーズ調査

・イベントの定期的・継続的開催、日時の見直し

## 地域全般型店舗への提案

◎来局者分布・需要ともにバランスの良さ ⇒どのような世代にも合わせたイベントが提案できる

#### 提案例

- ①機器測定を用いた体感型のイベント
- ・高齢者、子供に向けた骨測定とスポーツ栄養
- ・体組成計を用いたマンツーマンダイエット指導 ②美容に関するマンツーマンの食事指導
- ③毎日のレシピ・献立
- ・年齢、疾患ごとの1週間レシピ

・リメイク時短レシピ

# 子育て世代型店舗への提案

近隣や門前に小児科があり、子育て世代の方が多い店舗 ⇒子育てに関して『**子ども…偏食/保護者…体重・体型**』のニーズが高い。

### 提案例

- ①父・母・子ども参加可能な子供カフェ
- ・自身や子に対する様々な悩みを座談会形式で共有 ②料理教室【離乳食・偏食】
- ・離乳食・偏食を用いた子どものアレンジおやつ
- ・子どもの偏食、おやつ、離乳食、アレルギーに関する
- 情報の共有の場を提供 ③離乳食・おやつ調理や作り置等の情報提供
- ・働く親にも寄り添える提案
- ・レシピ(リーフレット)の配布やネットの活用
- 子どもの食育や妊娠前後の母親のニーズに合わせた 情報の提供

## 専門領域型店舗への提案

がん疾患の患者や家族は他店舗と比べ、嚥下困難や低栄養の患者が多い。 ⇒『補助食品/調理法』に関する需要が高い。

⇒具体的な食生活や商品、一人ひとりに合った内容を求められる。

#### 提案例

- 1個人に合わせた具体的な食事相談
- ・病院との連携栄養指導

指したサポート体制づくり

- ・地方在住の方に向けてインターネットを用いた栄養相談
- ・薬剤師と栄養士による専門性を高めた個別指導
- ②取り扱いのない商品も含めた幅広い知識
- ・一般的に市販されているトクホや機能性表示食品の説明
- ③バリエーション豊富な商品販売、資料の提供 ・栄養補助食品の試食・試飲イベント
- ・特殊な疾患を持つ個々人に合わせた栄養指導商品の充実 ・専門病院門前の特色を生かし専門医療機関連携薬局を目

# 結語

幅広いニーズに対応できる薬局

- ・現状のイベントでは栄養士の認知度は向上しな かったが、栄養士の需要は高まった。
- ・店舗の特色に合わせた調査により店舗タイプの 栄養士ニーズが分かった。
- ・栄養士の需要は潜在的に高い。今後は各店舗ご との来局者の特色を分析し、今回提案したニー ズを取り入れて活動を行うことで、栄養士に対 するニーズを満たすことができると考える。