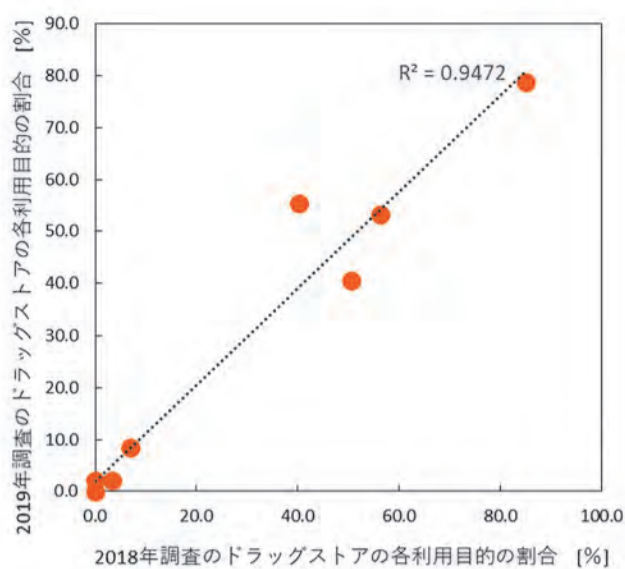


薬局の利用目的の推移



ドラッグストアの利用目的の推移

において薬に関する相談をする学生が増えていることが示唆されます。

さらに、セルフメディケーションやかかりつけ薬局を意識して、薬局やドラッグストアを利用している学生に注目すると、ドラッグストアでOTC医薬品を購入する学生の割合が64.3%と11.1ポイント増となりました。つまり、セルフメディケーションやかかりつけ薬局を意識してい

る学生は、薬局やドラッグストアをより適切に利用しているのではないのでしょうか。

そこで、回答した学生にセルフメディケーションやかかりつけ薬局を推進するためにアイデアを聞いたところ、「テレビで取り上げる」「ネットを利用したPRをする」、といった意見が挙がりました。セルフメディケーションやかかりつけ薬局を浸透させるための

第一歩としてより社会全体の認知度を高める必要があると感じていることがうかがえます。

一方で、学部2年生からは、「大学の授業で取り上げるべき」という意見がありました。薬学部とは言っても2年生までの授業でセルフメディケーションやかかりつけ薬局を取り上げていない大学もあるようです。学部高学年の調査も今後継続的に実施し、大学の

授業を有効的に活用する手法についても考えていきたいと思います。

最後に

今回は、セルフメディケーションおよびかかりつけ薬局の認知度向上を目的とした調査の18年調査および19年調査の結果について、簡単に比較考察を行いました。利用目的や認知度については、大きく変化していない状況が分かりました。一方で、セルフメディケーションやかかりつけ薬局を意識している一部の学生は、意識していない学生より、ドラッグストアを積極的に活用していることが示唆されました。

さらに、認知度向上には、社会的な取り組みだけでなく、薬学部の授業を通じた手法についても着目する必要があると考えられるでしょう。

18年調査および19年調査では、学部低学年の回答者が多かったため、日本薬学生連盟では、学部高学年の調査も行い、大学の講義や実習による意識の変化について考えていきたいと思っています。

統計学の授業でお馴染みかもしれませんが、臨床研究で示された結果（群間差）が、偶然に成立する確率をP値と呼びます。医薬品の臨床試験では、一般的にP値が0.05を下回っていれば、研究結果に示された群間差は偶然生じたものではなく、薬の効果によるものであると判断されます。この状態を“有意差あり”などと表現しますが、P値は臨床的な有効性の有無を判断できる指標ではないことに注意が必要です。

あるサプリメントの風邪予防効果を検証するために比較試験を行ったとしましょう。被験者6人を、サプリメント群3人と、プラセボ群3人にランダムに振り分け、1年間追跡したところ、風邪の発症はサプリメント群で33%（1/3）、プラセボ群で67%（2/3）でした。風邪の発症リスクはサプリメント群で半減する（相対比0.5）という結果です。半減というと大きな効果にも思えますが、「たまたまじゃない？」と指摘されたらどう回



医療法人徳仁会中野病院薬局
青島 周一

これから「薬」の話をしよう

P値は何を意味している？

答すれば良いでしょう。

例えば、プラセボ群に、たまたま風邪予防に関心が高い人が1人紛れていたらどうでしょうか。あるいはサプリメント群に、たまたま風邪を引きやすい人が1人紛れていても同様です。被験者は各群で3人しかいませんので、風邪の発症が1人増減するだけで結果が覆ることも十分にあり得ます。

さて、被験者をサプリメント群300人、プラセボ群300人に増やして同様の比較試験を行ったとします。その結果、風邪の発症はサプリメント群で33%（100/300）、プラセボ群で67%（200/300）でした。被験者が6人の時と全く同じで、サプリメント群で発症リスクが半減するという結果です。

二つの研究を比較してみると、偶然の影響を受ける度合いに違いがあることが

分かります。600人を対象にした研究では、風邪の発症が10人ほど増減しても、結果が覆るほどの影響はありません（110/300対190/300でも相対比は0.37/0.63=0.58）。つまり、被験者数が増加すると、研究結果が受ける偶然の影響度が低下するのです。

以上を踏まえれば、P値が臨床的な有効性の有無を判断できる指標でないことは明らかでしょう。同じ効果の大きさであっても、症例数が少なければ、偶然の影響は大きくなりP値は増加しますし、症例数が多ければ偶然の影響度は小さくなりP値は低下するからです。従って、「有意差なし」＝「効果なし」ではありませんし、たとえ有意差があったとしても、臨床的に意味のある差かどうか、P値は何も教えてくれません。

『薬剤師としての将来を考えよう！』そのためのヒントが詰まっています！



B5判 122頁 定価 1,800円 + 税

大学のキャリア教育にも使える 薬学生・薬剤師のための キャリアデザインブック ver. 2

著 西鶴 智香 株式会社キャリア・ポジション 代表取締役
国家資格キャリアコンサルタント
米国 CCE, inc. 認定 GCDF-japan キャリアカウンセラー

POINT

- ◆キャリアデザインの必要性や考え方を基本から学べる
- ◆自分自身の考えを書き込みながら整理・分析することができるワークシートを多数掲載
- ◆薬剤師の具体的なキャリア実例を紹介

大学や企業で薬剤師のキャリアデザインについて講義してきた著者が、そのノウハウを活かし薬学生が自身の将来を描くためのキャリアデザインの方法やポイントを様々なデータや図表を交えてわかりやすく解説。

〈前版購入者の声〉

- ★自分の将来に関しての**考え方、価値観を変えるきっかけ**になりました。（18歳・女性）
- ★漠然としていた**自分のやりたいことを明確**にして就活に臨むことができました。（22歳・男性）

薬事日報社 書籍のご注文は、オンラインショップ (<http://yakuji-shop.jp/>) または、書籍注文FAX03-3866-8408まで。