

メディアを活用した 薬剤師機能の国民へのアピールの試み

IHI播磨病院診療技術部

部長 西田 英之

●ラジオの特性を改めて考えてみると～医療健康情報はマスメディアから得ている●

本日は月に1、2回出演しているラジオ放送について紹介させていただきます。

医療健康情報を入手する際、医師や薬剤師、看護師といった医療の専門家から直接情報を得ている部分はもちろんあるかもしれませんが、多くの方々はテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネットといったマスメディア経由で手軽に情報を得ていることも多く、それが証拠に健康番組の翌日に、番組で放送された食材がスーパーから無くなってしまいう現象などが聞かれるほどマスメディアの影響は大きいといえます。

では、昔から親しまれているマスメディアの1つ、ラジオの特性はどのようなものがあるのでしょうか。軽快な音楽や面白いトークでリスナーの気をとめるものとイメージされる方も多いかもしれませんが、地域の様々な情報を伝えようという側面も持ち合わせています。代表的なものとしては、時報や交通情報が当てはまると思います。意外にラジオは職場に流されているところも多いと聞きます。また、ドライバーの方々にとって、その地域の交通情報はとても大事な情報です。

●阪神淡路大震災のときにラジオが果たした役割●

阪神淡路大震災当時、ラジオ関西は地震が起きてから15分ほど放送が途絶えた後、6時の時報がスピーカーから鳴ったのを聞いて「放送ができる!」ということに気付いたそうです。社屋は全壊し、余震により粉塵が舞い上がるなか、たった1つだけ生き残ったスタジオから放送が再開されました。放送内容はリスナーからの安否情報、生活情報、人工透析のできる病院などだったそうです。

ラジオの特性の1つは、このように地元をよく知り、地域に密着していることではないでしょうか。放送と地域の人との信頼関係を積み重ねていくことが大切だと思います。普段から、地域に根付いた生活情報や医療健康情報を愉快的聞き物に交えて放送しているのがラジオなのだと思います。

● ミッションは薬剤師のイメージを変えること～毎月最終月曜日午後2時15分●

毎月の最終月曜日午後2時15分。JR神戸駅前であり近畿圏を広くカバーするラジオ関西。この海に見えるスタジオ内に「兵庫県病院薬剤師会提供、健康ウォッチング」とアナウンスが響き渡ります。パーソナリティーの谷五郎さん、アシスタントの山中直子さんと向かい合って番組はスタートします。また、「ばんばひろふみ！ ラジオDEしょー！」（パーソナリティー：ばんばひろふみ氏）が、春夏秋冬それぞれ1回15分、「健康ウォッチング」と合わせて1年に16回の放送をしています。

パーソナリティーとのトークを展開しつつ、その季節に注意すべき疾患の薬物療法や、病院薬剤師業務に関する内容を織り交ぜながら、わかりやすく解説するよう心掛けています。出演後の反響も上々であり、「ラジオ放送を聴いて受診した」と病院窓口で言う患者様もいて、手応えを感じているのと同時にラジオという媒体を改めて見直す機会にもなっています。

● 「病院に薬剤師っているの？」●

1996年4月から2006年9月までの間、兵庫県薬剤師会がラジオ関西の番組「薬と健康」を提供し薬剤師広報活動を行っていました。この番組が終了したことを受け、それまで何度も出演をしており、ラジオ関西のスタッフともいい関係が築けていましたので、2007年10月から兵庫県病院薬剤師会がスポンサー提供し新たな形としてかわりを持つことになりました。それまでと違って、あらかじめ録音したものを放送するのではなく、生放送によるパーソナリティーとの軽快なやりとりにより、病院薬剤師をより身近な存在に感じてもらえたらと思い、神戸大学病院・平井みどり薬剤部長と生放送を続けています。

根底にあるものは、「病院での薬剤師の仕事を一般市民に知ってほしい」という思いです。8年前の最初の番組で、パーソナリティーから「病院に薬剤師っているの？」と質問されました。確かに医薬分業が定着してきましたので入院でもしない限り、一般の方々が病院薬剤師と接する機会はほとんどありません。ラジオ放送に病院薬剤師自らが出演し、薬の話題などをわかりやすく解説して病院薬剤師の認知度を高めることで、「薬剤師のイメージを変えたい」と思っています。もちろん「薬の使い方を正しく知っていただく」ということが基本です。

● 「ざっくばらん」コミュニケーション～かみ砕いて話すのが鉄則●

番組で取り上げるテーマは様々で、最近のテーマを見ても、認知症、禁煙、水虫、不眠症、アレルギー、災害と薬、新薬の紹介など幅広いものを取り上げています。そして「専門用語は極力使わず、わかりやすい言葉で伝えること」を鉄則としています。情報が誤った形となって伝わってしまうのが怖いので、様々な知識を把握したうえで自分の中で消化し、小学生でもわかるようにかみ砕いて伝えるように工夫しています。台本を事前にQ&A形式でまとめるのですが、その作業は大変です。番組では簡単に話しているようでも実は、様々な下調べをしています。でも、新鮮味を保つため打ち合わせは行わず、番組はほぼア

ドリブで進行しています。パーソナリティーの興味に沿って質問が投げかけられますが、15分と時間は限られており、生放送なので待ったなしの状態です。話が脱線したり、全然違う方向から質問が来たりもします。当然、持っている知識を総動員して対応することになり、治療費のことについてはもちろん、一般常識も広く知っておかないといけないなど感じています。そして話が受けなければスタッフの反応を見ながら他の話題に転じる機転も必要です。生放送に穴を開けられないプレッシャーもあり、喉の調子にも気を使いますがこのスタイルが合っていると思っています。

●東日本大震災時に現地からの中継放送●

東日本大震災では、兵庫県からも多くの薬剤師が支援活動を行いました。私自身、支援活動から帰ってきた2011年3月28日の放送を皮切りに4月にかけて現地からの中継という形で活動している薬剤師が電話出演し、南三陸町の被災状況と救護所での活動状況のレポートを含め5回放送を行いました。

●薬剤師にもこの活動を広く知っていただきたい●

一般の方々だけでなく、同じ薬剤師にもこれらの活動を知っていただき広報する意味について考えてほしいと思っています。

「民間ラジオ放送を用いた病院薬剤師業務広報活動～一般市民への浸透を目指して～」という演題で、平成20年に開催された第18回日本医療薬学会年会にてメディアを利用した広報の有用性について発表をさせていただきました。

また、薬系新聞や雑誌、メーカー作成の情報誌などの取材にも積極的に応じることで、ラジオを活用した広報活動の旬なところをお伝えできるように努力しています。

●メディアと薬剤師にスポットを当てたコミュニティー（交流会・研究会）を●

ラジオに出演をし始めて約20年になろうとしています。実のところ雰囲気の良い番組にするには、日ごろからパーソナリティーはじめ全スタッフとも良好なコミュニケーションがなければうまくいくものではありません。それには自分を曝け出してその世界に飛び込んでいかなければ、なかなか本気あるいは本物であることを認めてもらえません。リスナーからの質問が来ることがありますが、これも同じく「ちょっとこの人に聞いてみようか」と思ってもらえるようにならないと質問はいただけません。服薬指導の成否がコミュニケーション能力に左右されるのと同じことだと思います。

リスナーを交えたメディアと薬剤師にスポットを当てた交流会などを開催して、病院薬剤師をより身近に感じていただけるよう、そしていま、見直されているラジオというメディアを活用して薬剤師職能を今後もアピールしていきたいと思っています。