オンライン診療 調剤も薬宅配も

ココカラやクオール、5000店整備

ビデオ通話などで医師の診察を受けられるオンライン診療をめぐり、調剤薬局大手が医療機関との連携に動き出している。ココカラファインやクオールホールディングス（HD）などが合計5000店超でシステムを導入する。患者は自宅から診察を受け、そのまま決済や薬の配送を受けられる。新型コロナウイルス下で薬局大手がデジタル対応で競う。

「この薬は3食後に飲んでください」。ココカラファインが運営するヘルスケアセイジョー薬局西小山店（東京・目黒）では、薬剤師がパソコンのビデオ通話で患者に話しかける。服薬の注意点を説明し、その後自宅などに薬を郵送するオンライン服薬指導の様子だ。

アプリ1つで

同店では月に10件ほどオンラインで服薬を指導する。向かいの診療所でオンライン診療を受けた患者が中心で、近くの保育園に通う子供の体調不良についての受診が多い。成瀬美幸店長は「外出が難しくなった保護者などから要望があった」と、新型コロナによる緊急事態宣言中の5月に急きょ導入した。

成瀬店長は「慣れてきた患者や保護者には毎月使う人もおり、便利さが評価されている」と手応えを語る。患者は自宅でスマートフォンを介して診療と薬剤師からの指導を受け、早ければ翌日に薬が宅配される。

ココカラファインは調剤機能を持つ全329店舗で「配送や決済の手続きが使いやすい」として、オンライン診療を手がけるマイシン（東京・千代田）のシステムを活用する。マイシンは全国4500の診療所などにシステムを提供しており、原聖吾代表は「患者は手続きを1つのアプリで完結できるようになる」と話す。

オンライン診療は2018年に公的保険の適用が始まった。糖尿病や高血圧などの慢性疾患に対象を限り、普及は遅れた。

競争、立地よりサービス

新型コロナの感染拡大で、政府は4月、臨時措置として軽症者らのオンライン診療も公的保険の対象に加えた。現在では全国約1万6000の医療機関が保険の活用を厚生労働省に届け出た。

新興がシステム

課題は薬局との連携だ。「患者がオンライン診療を受けた後に、郵送されてきた紙の処方箋を持って薬局に直接出かけることもあった」（マイシン）といい、断絶があった。薬局のオンライン化が進めば、薬剤師がビデオ通話で服薬指導をした後、薬を患者に郵送できるようになる。

政府は初診を含めたオンライン診療の恒久化を検討中だ。制度変更のタイミングで、薬局大手がオンライン診療システムのスタートアップと組む例が目立つ。

クオールHDやアインホールディングスが利用するのは、メドレーなどの薬局向けシステムだ。日本調剤は独自のテレビ会議システムでも対応しながら、メドレーなどのシステムを併用する。メドレーは2000施設以上の薬局に納入し、医療機関とのつなぎ役として存在感を増す。

全国の調剤薬局は18年度末時点で5万9613店ある。オンライン対応の薬局は合計で約5000店と全体の1割弱になる見通しで、利用者の利便性は高まる。

薬局は小売業で最多のコンビニエンスストアより多い。有資格者の確保や店内設計など他業種に比べて参入障壁は高い一方、病院やクリニック周辺の立地で一定の来店客を確保すれば収益が立った。薬は公定価格のため価格競争は働かず、好立地を競ってきた。

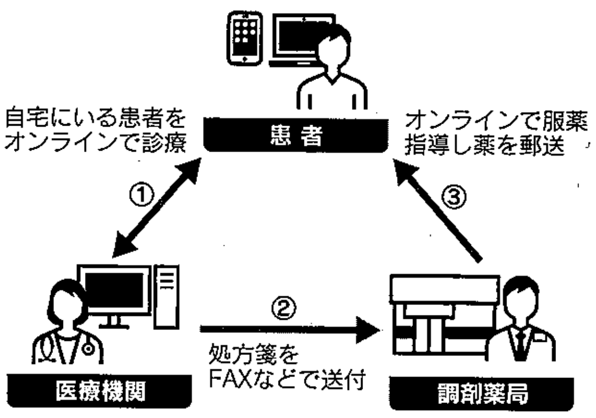
だが自宅で薬をもらう環境が整えば立地よりサービスで競うステージに入る。大手薬局の薬剤師は「デジタル化が進めば、個々の薬剤師の患者に対する理解度やサービスが重視されるようになる」と指摘する。

投資余力のある大手薬局にとってオンライン服薬指導は違いを出す好機だ。立地は多少悪くても「薬剤師の質やプライベートブランド（PB）の健康食品などで価値が見直され、商圏外でも集客できる」（大手関係者）との期待もある。

調剤薬局大手がオンライン服薬指導に対応する

社名	主な取り組み
ココカラファイン	マイシンのシステムを調剤機能のある329店に導入
日本調剤	自社システムとメドレーのシステムを669店で導入
クオールHD	メドレーのシステムを約800店で導入
アインHD	テレビ会議システムなどを全1088店に導入
クラフト	メドレーのシステムを全624店で導入

オンライン診療を完結させるには薬局との連携が欠かせない


自宅にいる患者をオンラインで診療
患者
オンラインで服薬指導し薬を郵送
①
③
②
処方箋をFAXなどで送付
医療機関
調剤薬局

マイシンのシステムでは服薬の注意点をビデオ通話で指導し、そのまま薬の配送手続きを行える

中小薬局、費用負担重く

調剤薬局大手でオンライン対応が進む一方、薬局の7割が個人経営とされる。中小薬局では数十万円にもなるシステム導入の費用負担は重い。オンラインは対面と比べ調剤報酬が下がる場合もある。コロナ下の今は「感染症対策の交付金を活用する薬局も多い」（マイシン）が、将来の導入拡大には費用の問題が残り大きな経営課題だ。

お薬手帳アプリ大手のホッペ（東京・港）はこうした中小薬局を開拓する。4800店が加盟する基盤を生かし、アプリに服薬指導の機能を加えた。井上智喜事業部長は「店舗で患者を待つだけでなく、デジタル化で患者との接点を増やしたい薬局が増えている」と話す。アプリの利用者数は15万人を超える。

診療から服薬指導までオンライン上で完結できれば患者の負担は減り、医療の生産性は上がる。政府が検討するオンライン診療の恒久化をにらみながら、新サービスの競争が本格化する。

（新田栄作、池下祐磨）

アイスタイル、アリババと連携

化粧品 中国に直接輸出

中小ブランド参入、手軽に

口コミサイト「@コスメ」を運営するアイスタイルは、中国ネット通販最大手アリババ集団と組み、日本の化粧品ブランドの中国への直接輸出を始める。一般的な越境電子商取引（EC）と比べ在庫の管理がしやすく、少量でも輸出できる。コストや手間をかけられない中小規模のブランドでも手軽に中国への参入をできるようになる。

両社の共同プロジェクトとして、12月中旬にも越境ECサイト「天猫国際（Tモール・グローバル）」に@コスメ専用の販売ページを開設する。取り扱う商品は日本国内のアリババの倉庫から直接中国の客に届ける。

一般的な越境ECでは中国の保税区にある倉庫で商品を管理するが、一度納品すると客が購入しない限り簡単に倉庫から出せないなど管理が難しかった。同プロジェクトでは日本国内の倉庫で管理することで在庫調整が容易になり、少量でも輸出できる。輸送コストや関税などはアリババとアイスタイルで負担する。今後1年間で300ブランドの参加を予定する。

日本の化粧品業界は新型コロナウイルス下で中国などからの訪日客が減り苦戦が続く。中国では日本の化粧品の人気は根強く、中国国内の需要を取り込む。

日経広告賞の贈賞式

ヤフーが大賞受賞

第69回日経広告賞（2020年）の贈賞式が8日、東京都港区のグランドプリンスホテル新高輪の国際館パミールで開かれ、ヤフーに大賞が贈られた。審査対象となった1万385点の中から62作品が受賞した。

ヤフーの作品は「あの日を忘れない。」をメインコピーにしたシリーズ広告。東日本大震災が起きた日と同じ3月11日から5日間連続で掲載した。地震発生後の情報提供や危機・災害に絡む同社のサービスなどを紹介し、予測不能な状況への備えを訴えた。

審査委員長の小林保彦氏は「最終回で『みんなでがんばろう』とコピーを変え、未来を向く点に好感が持てる。ヤフーの社会的使命と、務めを果たす決意を感じた」と評した。ヤフーの川辺健太郎社長は「震災を風化させないため、毎年3・11で特集に取り組んできた。今年は広告効果もあり、検索を使った支援活動への参加者が増えた」とした上で、「日本は防災大国にならないといけない。IT（情報技術）を使って日本の防災をアップデートしたい」と述べた。

日経広告賞大賞以外の主な賞や各媒体の最高賞は次の通り。

▽日経広告賞最優秀賞＝セイコーホールディングス、大日本除虫菊▽同部門最優秀賞＝日本アイ・ビー・エム、クボタ、伊藤忠商事、日本貨物鉄道、三井住友信託銀行、そごう・西武、バカラパシフィック、キッコーマン、積水ハウス、宝島社、ニチレキ▽アニバーサリー部門最優秀賞＝名古屋鉄道▽SDGs部門最優秀賞＝日本ガイシ▽日経マガジンスタイル部門最優秀賞＝CHAMPAGNE LAURENT－PERRIER▽日経AR広告特別賞＝東海旅客鉄道▽日経・FTグローバル特別賞＝三井物産▽ニッポン応援2020特別賞＝サイボウズ▽日経産業新聞広告賞大賞＝パナソニック▽日経

告賞大賞＝中央酪

▽日経ヴェリタス

大賞＝SMBC日

▽日経電子版広告

＝ユニクロ▽日経

ンス広告賞大賞＝

備

＝全ての受賞企

詳細をウェブサイ

ttps://adweb.ni

co.jp/paper/aw

tml/index.html）

載

年末年始「家で過ごす」6割

民間調査、19年比28ポイント増 初詣・帰省は大幅減

調査会社のクロス・マーケティングが実施した新型コロナウイルスに関する消費者調査によると、年末年始（2020〜21年）の予定について「出かけず家で過ごす」と答えた人が64%で最多だった。昨年の年末年始の過ごし方と比べると28ポイント増えた。新型コロナの感染再拡大で、年末年始は「巣ごもり」して過ごす人が増えそうだ。

同社は「新型コロナウイルス生活影響度調査」として、3月から新型コロナによる消費者行動の変化を1週間〜1カ月おきに調査している。今回は13回目の調査で、11月20〜22日にネットで2500人に実施した。新型コロナ感染拡大の第3波の到来を受け、守りの意識が強まっていることが浮き彫りになった。

年末年始の過ごし方について、「初詣」や「帰省」「忘年会・新年会」を選んだ人の割合は大幅に減少した。「初詣」は昨年と比べて21ポイント減の15%となり、「帰省」は同9ポイント減の13%だった。「友人知人との忘年会・新年会」は同18ポイント減で4%だった。

政府は観光需要喚起策の「Go To トラベル」を実施しているが、年末年始の予定では居住している都道府県外への国内旅行は6%で同7ポイント減、都道府県内の国内旅行は8ポイント減の同6%だった。

直近1週間の不安度を「非常に不安」から「全く不安はない」の7段階に分けて聞いたところ、不安度が高い3項目を選んだのは合計で50%だった。新型コロナの感染が拡大していた7月中旬の調査（48%）以来の高さだった。

新社長

◇ETSホールデ

ス

加藤　慎章氏（か

のり

00年

年）

院修

部電

社。17年ソネディッ

ジャパン　ヴァイス

デント。20年ETS

ディングス営業本部

知県出身。46歳

（12月23日就任。三

長は取締役相談役に）

◇東京建物不動産

福居　賢悟氏（ふ

けん

年（昭

横国

卒、東

物入

年取締役、19年取締

執行役員。長崎県出

歳

（21年1月1日就任。

正巳社長は会長に）

◇MSD

カイル・タトル氏

（平

カナダ

イー

卒。98

メル

社、14年スイス法人社

16年日本やアジアのオ

ロジー（腫瘍学）ビジ

のシニアバイスプレジ

ト。カナダ出身。52歳

（21年1月1日就任。

ー・ウェストハイゼン

は米メルクのグローバ

オンコロジー・ビジネ

プレジデントに）

お断り

「事業承継

休みました。

・会社人事・

（役職名のないのは部長職。機構改革を日経産業新聞に）

情報・通信

電通

（2021年1月1日、MDはマネージング・ディレクター、G

第1BP局GM、入江大輔

泰道顕司▽第2BP局GM

寿彦▽第4BP局GM、梅

▽第5BP局MD、第5B

M村沢信人▽同局GM、吉

▽第6BP局GM、八木陽介

篠宮信哉▽同（トランスフ

ーション・プロデュース局

鍋島靖樹▽第8BP局GM

陽子▽同、安孫子潤也▽第

新型コロナウイルスの流行が長期化するなか、すぐ入居できる完成済みの分譲マンションが売れている。東京建物などで

首都圏 コロナ禍、ニーズ変化

は「テレワークが可能な

広さの部屋にすぐ入居で

見つつすぐに入居できる完成在庫を選んだ」。

不動産経済研究所（東京・新宿）によると、首都圏の10月末時点の完成

いる形だ。

中古物件情報サービスのハウスマート（東京・中央）では10月、親が30代の家族が千葉県内の中