

「食前」「食後」「食間」 さて？なんのことでしょうか？

「おやつ」タイム？「スイーツ」タイム？「コーヒー」タイム？

皆さん、病院や医院などで診察を受けた後、ほとんどの方は処方箋を頂いてお薬を近くの調剤薬局で処方していただくことになりますが、手にした薬袋にはこの薬は「食前服用」とか「食後服用」又は時々「食間服用」と書いてありますが、どのようなタイミングで服用されていますか？また正しい服用のタイミングご存じですか？今号ではそのタイミングについてお話ししましょう。

なぜこのようなお話をするかと言いますと、ご自身の服用方法の間違い(勘違い)で期待した効果が出てこないの薬を変えてください、と言って来院される患者さんがみえるからです。もう一度正しい服用の仕方を覚えておいてください。

この服用のタイミングを守ることはお薬の安全性や効果的治療を行うには大変重要なことなのです。この服用のタイミングである「用法」を守らないと、期待通りの効果が得られなくなるばかりか、副作用のリスクが高まり、健康を害する可能性もあるのです。

代表的な「用法」としては、

「食前」は食事前30分程度、「食後」は食事後30分程度、「食直前」、「食直後」はともに5分程度、「食間」は食事の2時間後程度、「就寝前」服用は寝る前の30分以内、とされています。ほぼ薬剤の大半はこの「用法」でしょう。

薬剤には薬の成分が服用後徐々に溶けだすように作られたお薬や、胃ではなく腸で溶けるように特殊なコーティングを施してあるものなどがあります。前者を「徐放錠」、後者を「腸溶錠」と言います。例えば、この薬は大きくて飲みにくいと言って、この薬をすり潰して服用すると薬の成分が一挙に溶け出してしまっても効果が強く出すぎてしまう、反対に期待効果を弱めてしまうことなどがあります。

それでは、最近多くみられるようになってきた「口腔内崩壊錠(OD錠)」ですが、水が無くてもサッと溶けて飲むことができる薬も出現してきております。そして、お薬の飲み忘れ、これも多いですが、気づいた時点で次の服用のタイミングまで間隔があいている場合にはすぐに服用することが大切です。逆に短い場合は飲み忘れ分は服用せず、次のタイミングの時に通常通り服用することです。間隔の目安は、一日3回服用の場合は4時間以上、一日2回服用の場合では6時間以上、一日一回服用する場合では8時間以上として、それぞれ間隔をとることに気を付けてください。

もう一つ、薬袋に赤字で記されたお薬を処方されることもあると思いますが、これは「頓服(トンプク)」と言う薬で、症状があるときに服用するものです。代表的なものに「痛み止め」「解熱剤」「便秘薬」などがあります。

とにかく、お薬の服用に関しては、絶対に「自己判断」で増減や服用拒否などしないようにしてください。薬で困っている方、服用方法で困っている方がおられましたら遠慮なく相談にお越しください。

“慣れているから”は禁物ですよ！



クリニック名古屋ちくさヒルズ
林祐司 院長



財団檜扇会 理事長
林 衆治 先生

医療本広告「野放し」「詐欺に近い」の声 7割超の医師が広告に規制求める

先月9月号にて医療法人財団 檜扇会の「クリニック名古屋ちくさヒルズ」の林祐司院長先生が投稿されておりました「医療界で、今、話題になっている出来事」のお話がありました。

時、同じくして、この種の問題を取り上げたある医療専門コンサル会社の調査結果が先日発表されておりましたので、皆さんの健康本の購入や購買の判断基準の参考になればと、この調査結果の概要を紹介させていただきます。

調査会社では、計1236人(勤務医：929人 / 開業医：307人)の先生方からご回答を頂いた内容です。新聞広告などで医学的根拠の乏しい治療方法を推奨する医療健康本が掲載されるケースが後を絶たないことから、医療に関する書籍の広告について、表現に問題があると感じたことがあるかどうか医師に聞いたところ、8割近い医師が「ある」と回答、また、7割以上の医師が「規制が必要だ」と回答し、「野放し状態」「詐欺に近い」「医療機関の広告と同等の規制を」といった意見が寄せられていました。

Q 医療に関する書籍の新聞広告で、表現に問題があると感じたことはありますか？との質問に、開業医の78.5%、勤務医の76.0%が「ある」と回答しています。

Q 「医療に関する書籍のネット広告で、表現に問題があると感じたことはありますか？」との質問には、開業医の78.5%、勤務医の77.3%が「ある」と回答し、新聞の広告とほぼ同じ結果でした。

Q 「書籍の広告について、何らかの規制が必要だと思いますか？」との質問では、開業医の71.7%、勤務医の70.9%が「規制が必要だ」と回答し、7割を超す医師が書籍の広告について何らかの規制が必要だとする結果となっていました。

「あり得ない表記」「広告だけでも影響は大きい」 例えばある意見では、
「真偽不明の売り込みの表現が目につく。センセーショナルな表現が目立つようにしているのだろうが、思わず苦笑してしまう。」【勤務医】
「野放し状態で規制が必要。」【勤務医】
「表題でいかにも引きこまれそうな書籍があるので危険だと思う。素人は想定外に知識がないことを知るべき。無知な素人をだますような記載はやめてほしい。」【勤務医】
「必ずしも科学的に裏付けられていないものが極めて多いと感じる。医師が執筆したものでも、個人的見解などをもとにしているものがあり、医学界において一般的に承認されているものではない内容を、あたかも革新的で効果があるように謳うことは「詐欺」に近いものだと思う。【開業医】
そんな中で、具体的な規制案も意見として出ていました。
「一般的にはテレビCMでは“個人の感想ですと小さく出すように、この書籍は、臨床試験を経たものでなく、個々の著者のデータや、場合によっては主観による内容を含む、といった内容が明記されるべきだと思う。玉石混交で、すべてが悪徳というわけではない。」【勤務医】

私たち両クリニックでは、患者様の「かかりつけ医」として、このような素人では判断できない事項に関しては、自己責任では済まされないことから、皆様に寄り添い最適な医療提案に心がけています。

健康の知恵袋



今号でも又お薬のお話、大変勉強になりました。今度いつか「**薬疹**」についてお話を聞かせていただくとありがたいのですが、よろしくお願いします。

広報紙 「医療法人檜扇会クリニック通信」
発行 医療法人財団檜扇会 クリニック名古屋ちくさヒルズ
〒464-0858 名古屋市千種区千種2-24-2
千種タワーヒルズ1F

ご意見はこちらまで info@clinic-chikusahills.com
編集・発行 医療法人財団檜扇会 クリニック名古屋ちくさヒルズ
編集委員会(原稿責任者 川島和信)

発行日 毎月1日