

- ・ 回答したグループの中の高齢者の割合は、「店舗で症状や目的を言って勧めてもらおう」、「パッケージや店頭のご案内などを見て自分で選ぶ」、「名前を指定して買う」の順で高い (図 2-65)。

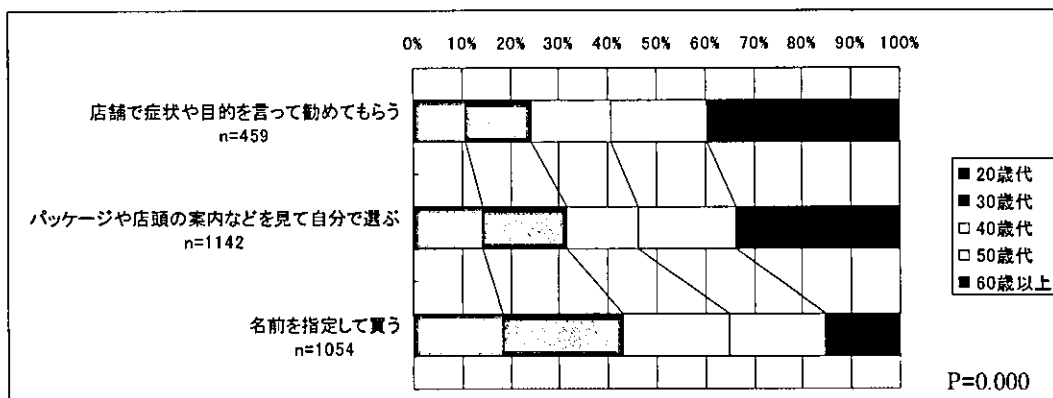


図 2-65 年齢層との関係

- ・ 「パッケージや店頭のご案内などを見て自分で選ぶ」と回答したグループの中の「(購入時に) 必ず説明がある」とした人の割合は、他を回答したグループの中の割合に比べて高い (図 2-66)。

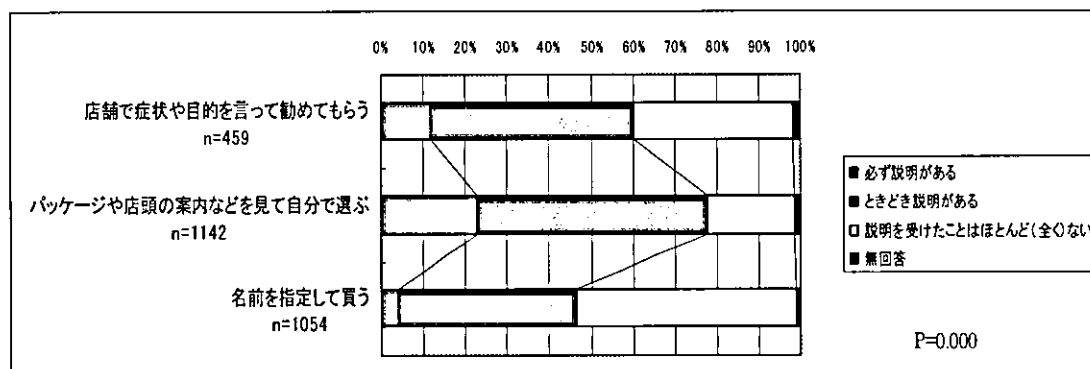


図 2-66 店舗での説明の有無との関係

- ・ 「名前を指定して買う」と回答したグループの中の「(購入時に)説明を必ず受けたい」とした人の割合は、他を回答したグループの中の割合に比べて低く、逆に「説明は必要ない」とした人の割合は高い(図 2-67。ただし、常用する医薬品が決まっているため、このような結果となった可能性も想定される)。

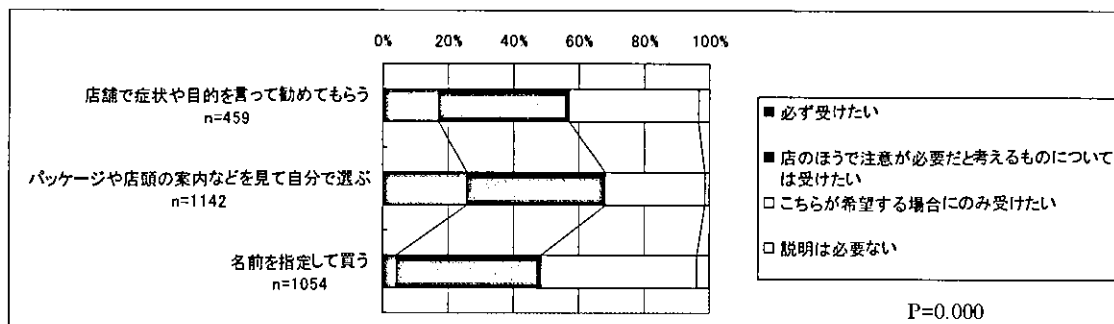


図 2-67 説明の希望との関係

### 2.3.3 副作用経験の有無別の分析

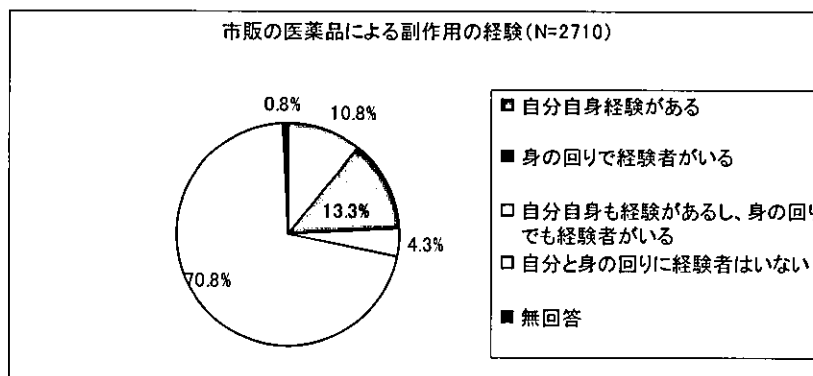


図 2-68 市販の医薬品による副作用の経験 (再掲)

副作用の経験(図 2-68)を「自分自身経験がある」、「身の回りで経験者がいる」、「自分と身の回りに経験者はいない」と分類しなおして、それぞれの回答と他の設問の回答との関係をもてみた結果、医薬品に対する副作用の経験の違いについて以下のような点がとらえられる。

- ・ 「自分と身の回りに経験者はいない」と回答したグループの中の医薬品のリスクに関する3項目の質問に対し「知っていた」とした人の割合は、他を回答したグループの中の割合に比べて低い(図 2-69~図 2-71)。

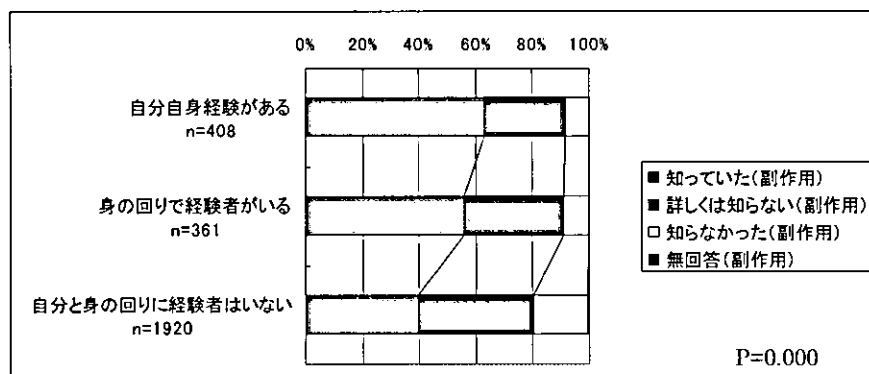


図 2-69 医薬品のリスクに関する知識(市販薬による副作用)との関係

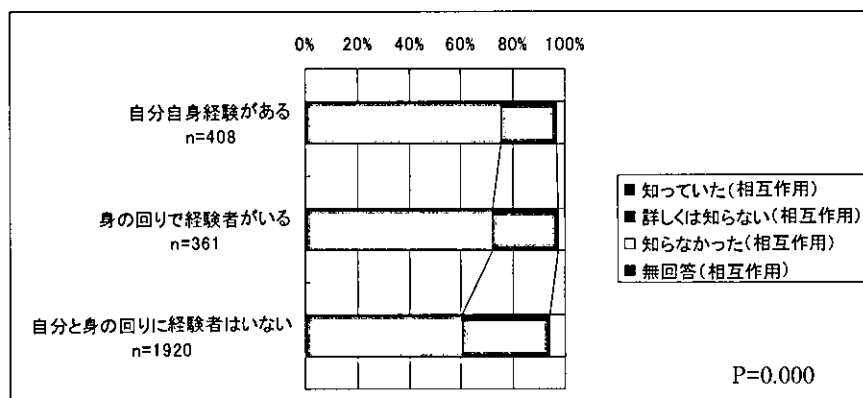


図 2-70 医薬品のリスクに関する知識(相互作用)との関係

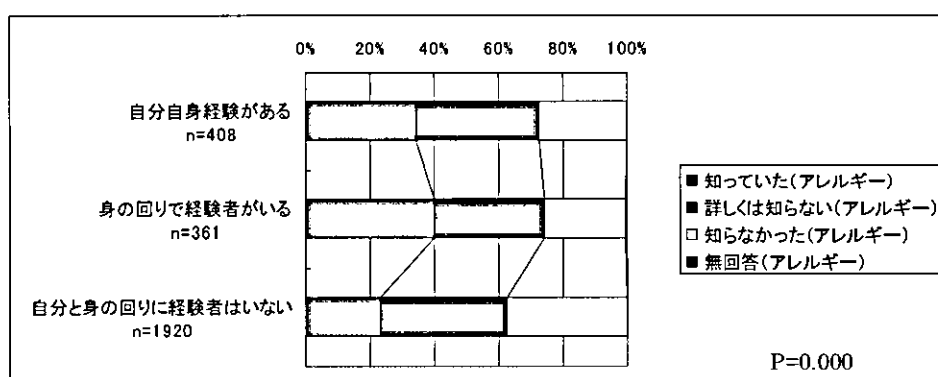


図 2-71 医薬品のリスクに関する知識(アレルギーの関連性)との関係

- 回答したグループの中の市販薬が医師の処方する医薬品に比べてリスクが少ないと思っている人の割合は、「自分と身の回りに経験者はいない」、「身の回りで経験者がいる」、「自分自身経験がある」の順で高い（図 2-72）。

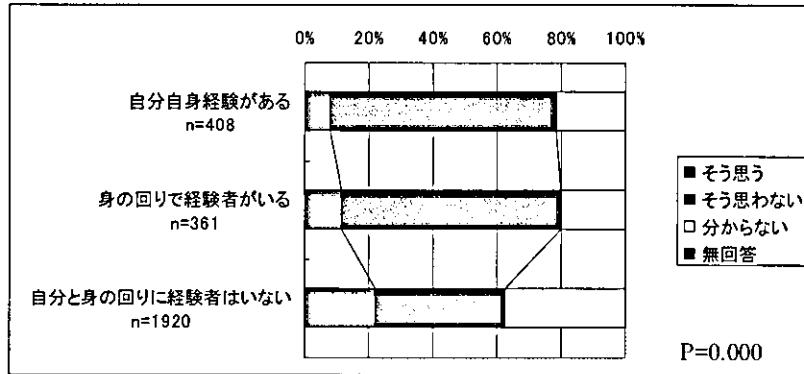


図 2-72 市販薬の認識（医師の処方する医薬品に比べ危険がないと思う）との関係

- 「自分と身の回りに経験者はいない」と回答したグループの中の「(購入時に) 説明を必ず受けたい」とした人の割合は、他を回答したグループの中の割合に比べて低い（図 2-73）。

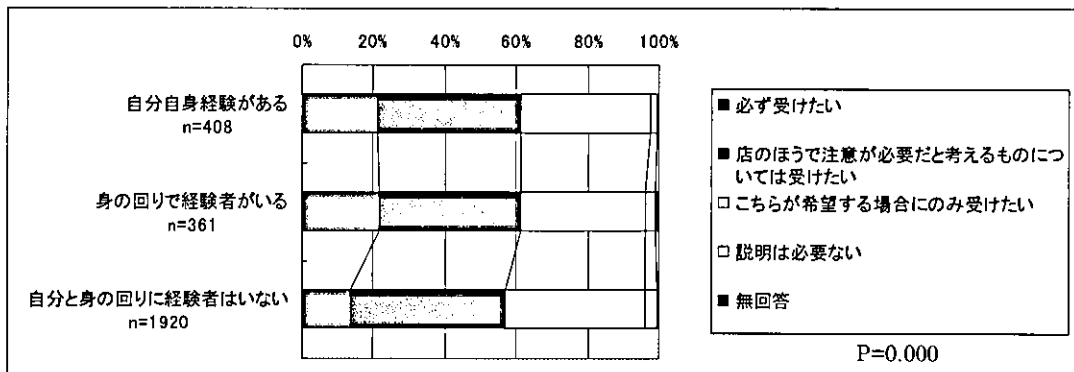


図 2-73 説明の希望との関係

- ・ 「自分と身の回りに経験者はいない」と回答したグループの中の添付文書の副作用を「ほとんど(全く)読まない」とした人の割合は、他を回答したグループの中の割合に比べて高い(図 2-74)。

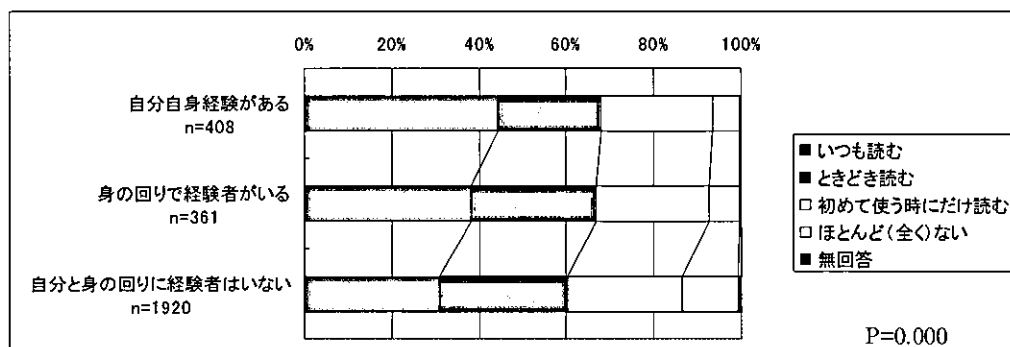


図 2-74 添付文書の副作用に関する記述を読む頻度との関係

### 2.3.4 市販薬に対する意識別の分析

図 2-75は市販薬についてのリスクに対する意識をとらえる設問に関する集計結果(「そう思う」の場合にリスクの意識がないことを表す)である。

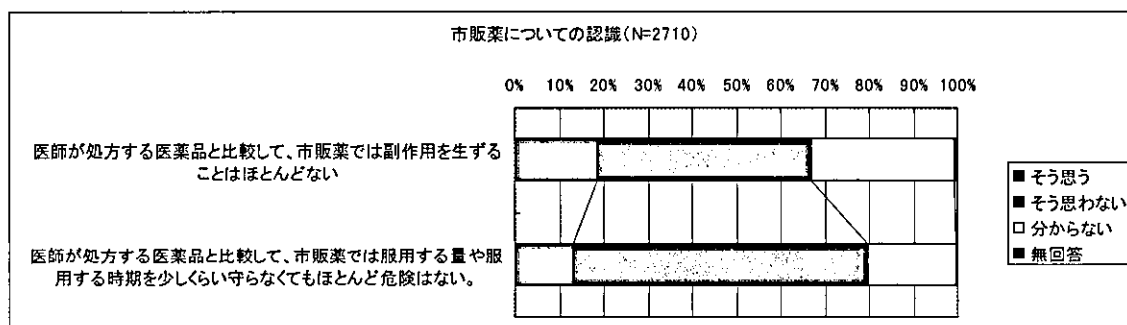


図 2-75 市販薬に関する注意事項などについて(再掲)

図 2-76は 2 つの設問について、「そう思う」(リスクがないと思う)とする回答者の関係を図示したものであるが、2 項目ともにそう思うと答えている回答者は 119 人(4.4%) 見られる。

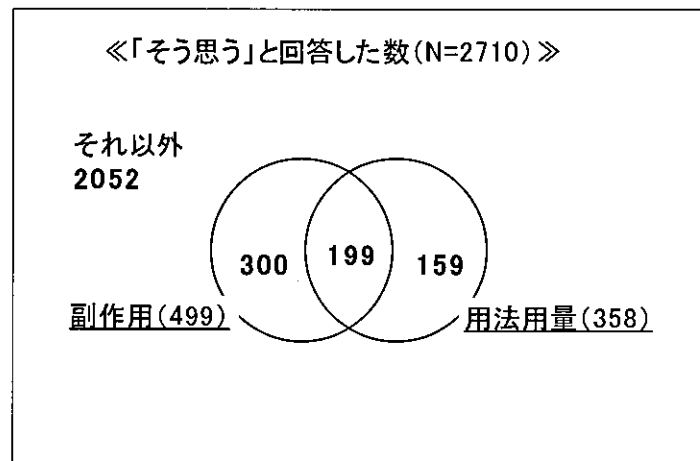


図 2-76 市販薬についてのリスク認識についての質問に対する回答数

これら 2つの質問それぞれに対する回答と他の設問の回答との関係を見てみた。この結果から市販薬のリスク認識について以下のような点がとらえられる。

- ・ 2つの質問ともに「分からない」と回答したグループの中の 60歳以上の割合は、他を回答したグループの中の割合に比べて高い (図 2-77～図 2-78)。

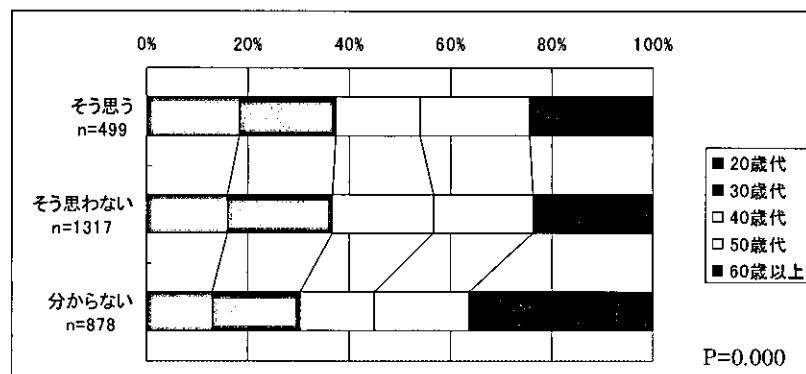


図 2-77 市販薬の副作用についての意識と年齢層の関係

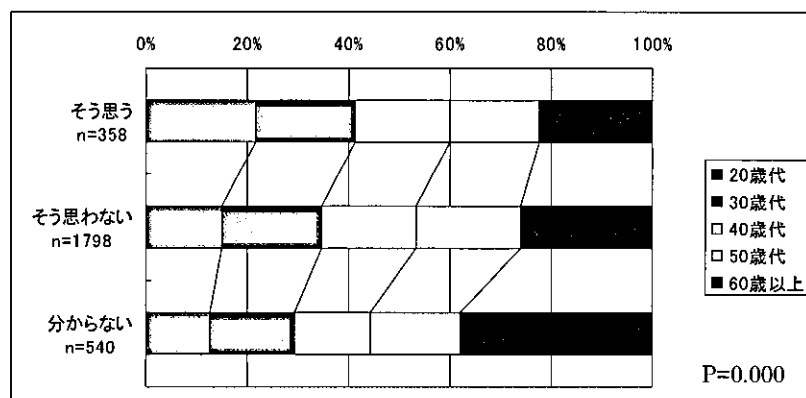


図 2-78 市販薬の用量用法遵守の意識と年齢層の関係

- ・ 回答したグループの中の外箱、添付文書の副作用を「ほとんど（全く）読まない」とした人の割合は、「そう思う」あるいは「分からない」と回答したグループの方が、「そう思わない」と回答したグループより高い（図 2-79～図 2-82）。

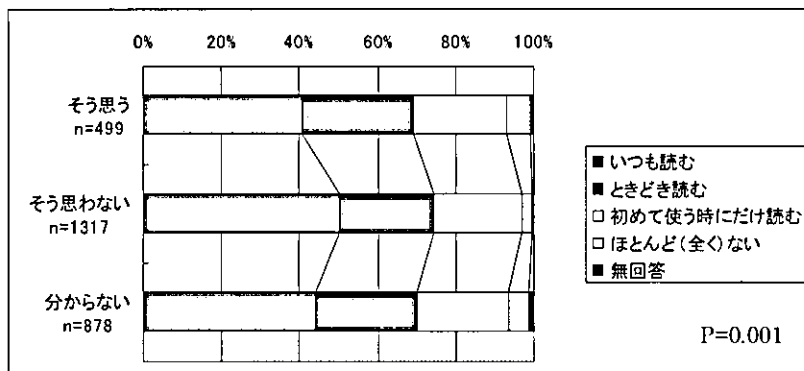


図 2-79 市販薬の副作用についての意識と外箱を読む頻度の関係

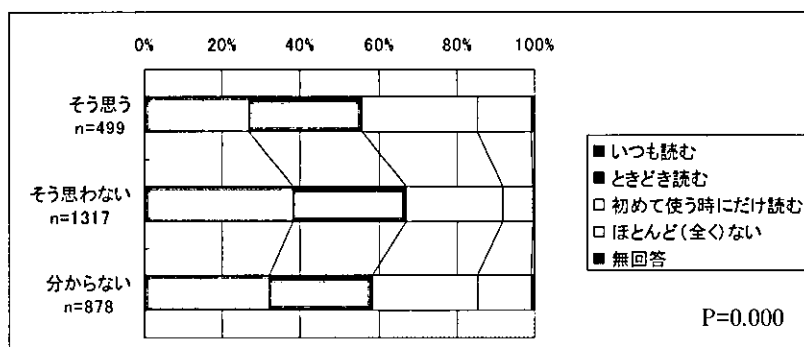


図 2-80 市販薬の副作用についての意識と添付文書の副作用についての記述を読む頻度の関係

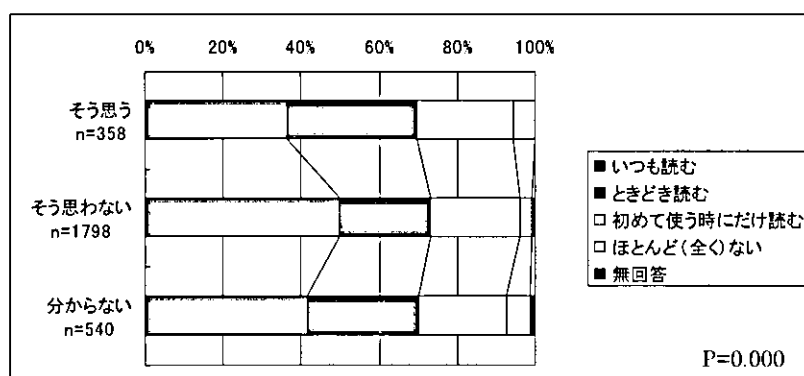


図 2-81 市販薬の用量用法遵守の意識と外箱を読む頻度の関係

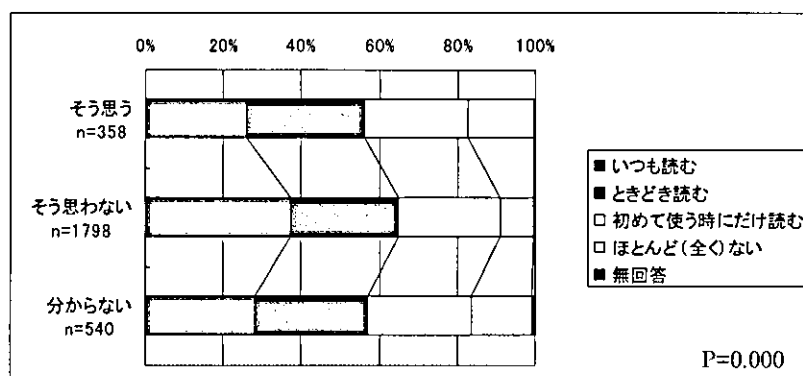


図 2-82 市販薬の用量用法遵守の意識と添付文書の副作用に関する記述を読む頻度の関係

### 2.3.5 販売店に求める要望点別分析

医薬品を販売する店舗が備えているべき点（図 2-83。複数選択可）のうち説明に関する項目で回答の多かった「気軽に質問・相談ができる」、「薬の説明が十分でわかりやすい」と利便性に関する項目で回答の多かった「品揃えが豊富である」および「価格が安い」を選択した人が他の設問にどう回答しているかを見てみた結果として、以下のような点がとらえられる。

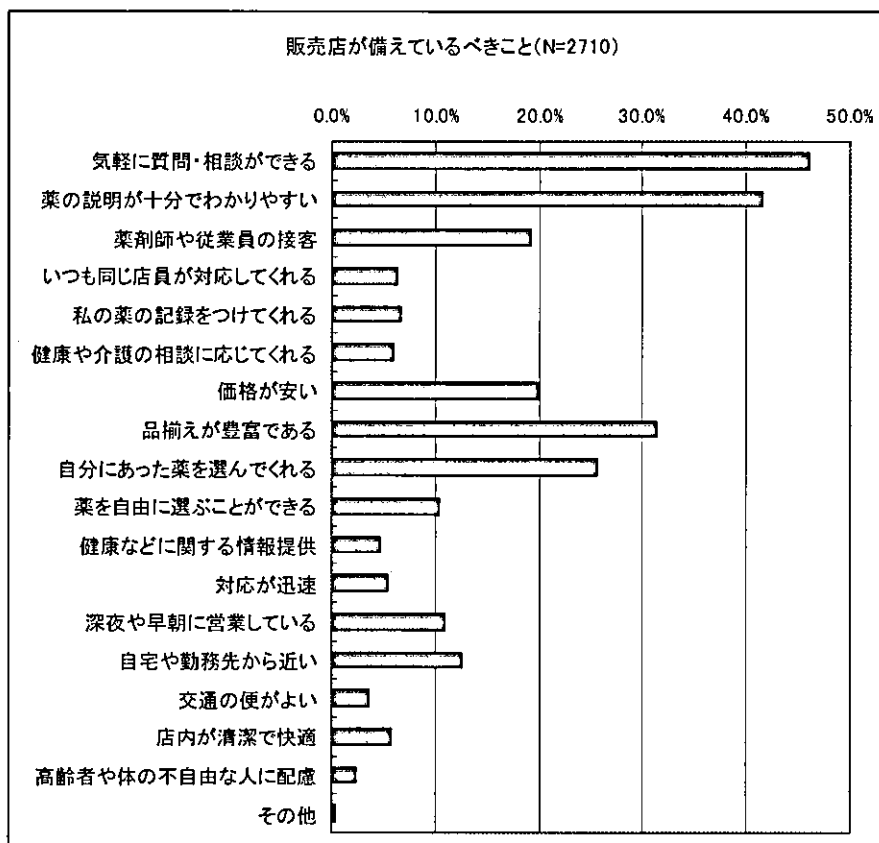


図 2-83 医薬品の販売店舗が備えているべき点



- ・ 「名前を指定して買う」とした人の割合は、「価格が安い」、「品揃えが豊富である」を店舗が備えているべき点としてあげたグループで高い（図 2-84）。

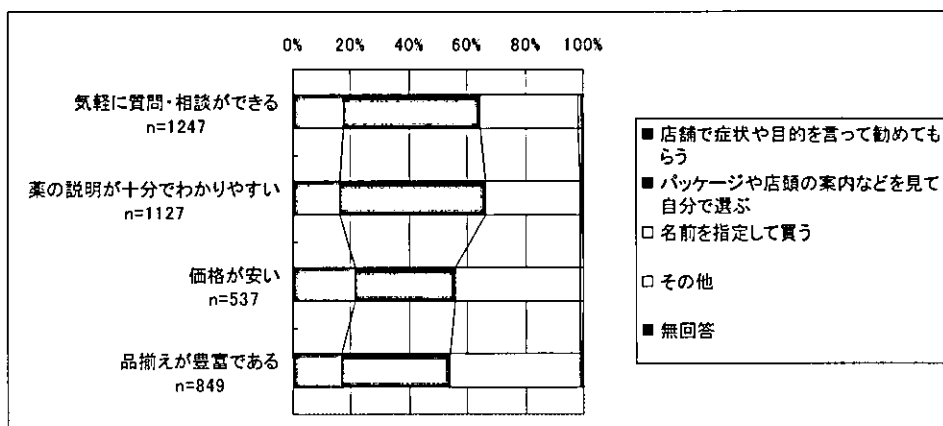


図 2-84 市販薬の主な買い方との関係

- ・ 市販薬のリスクの認識についての質問について、市販薬では副作用がほとんどないと思う、市販薬では用量用法を少しくらい守らなくても危険がないと思うと回答した人の割合は、「価格が安い」、を店舗が備えているべき点としてあげたグループで高い（図 2-89～図 2-86）。

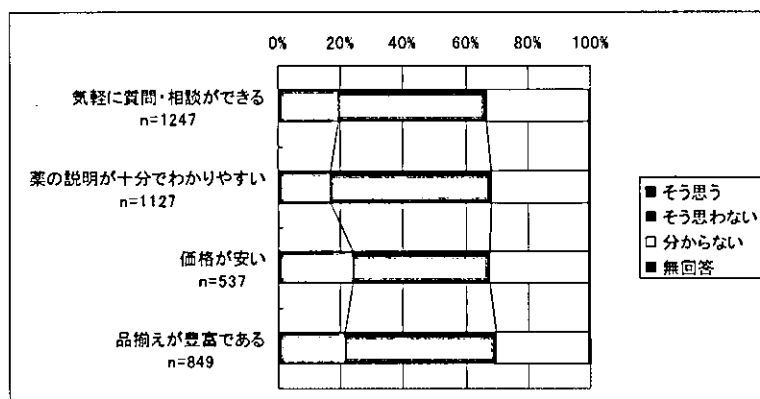


図 2-85 市販薬の副作用の認識（副作用はほとんどないと思う）の認識との関係

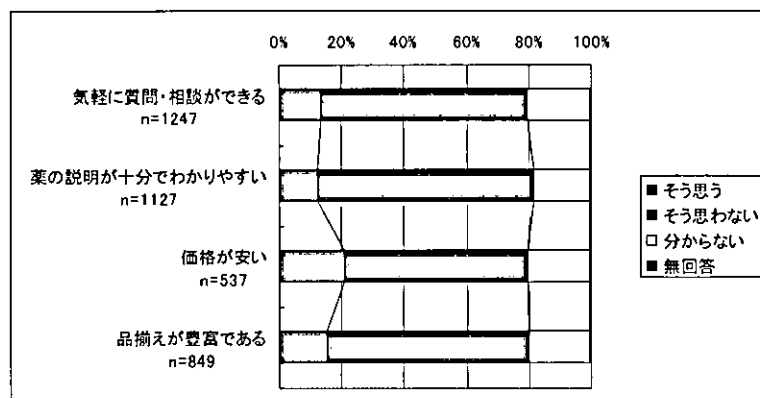


図 2-86 市販薬の用量用法の認識（少しくらい守らなくても危険はないと思う）との関係

2.3.6 外箱・添付文書を読む頻度別の分析

(1) 外箱・添付文書を読む頻度別の分析

外箱・添付文書の副作用に関する記述を読む頻度（図 2-87）と他の設問の回答との関係について以下のような点がとらえられる。

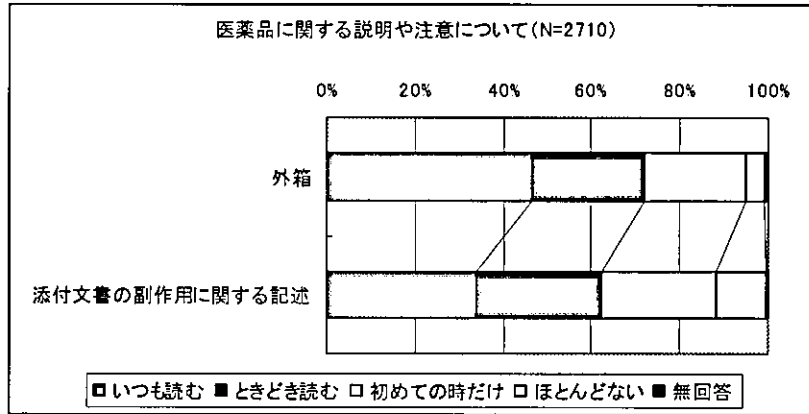


図 2-87 外箱・添付文書を読む頻度（再掲）

- 外箱、添付文書の副作用を「いつも読む」と回答したグループで、市販薬を使用する際に注意すべき項目について「知っていた」とする割合が高く、「ほとんど（全く）読まない」と回答したグループでは、「知らなかった」とする割合が高い（図 2-88～図 2-93）。

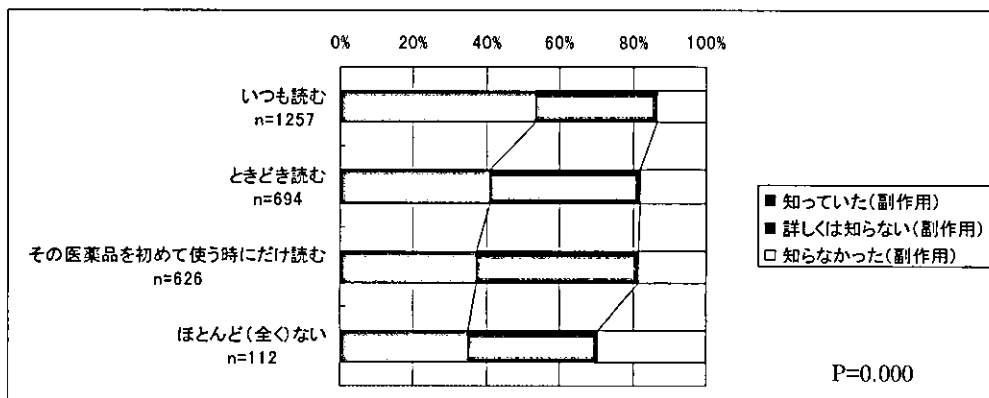


図 2-88 外箱を読む頻度と医薬品のリスクに関する知識（市販薬による副作用）との関係

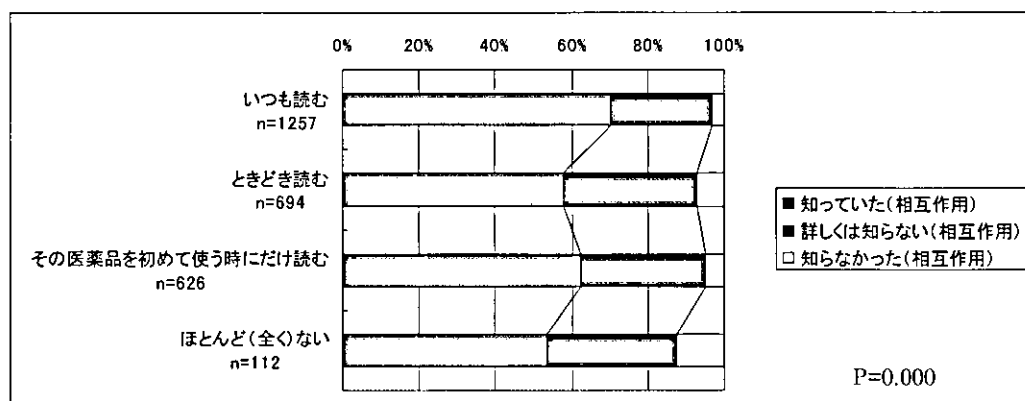


図 2-89 外箱を読む頻度と医薬品のリスクに関する知識（市販薬の相互作用）との関係

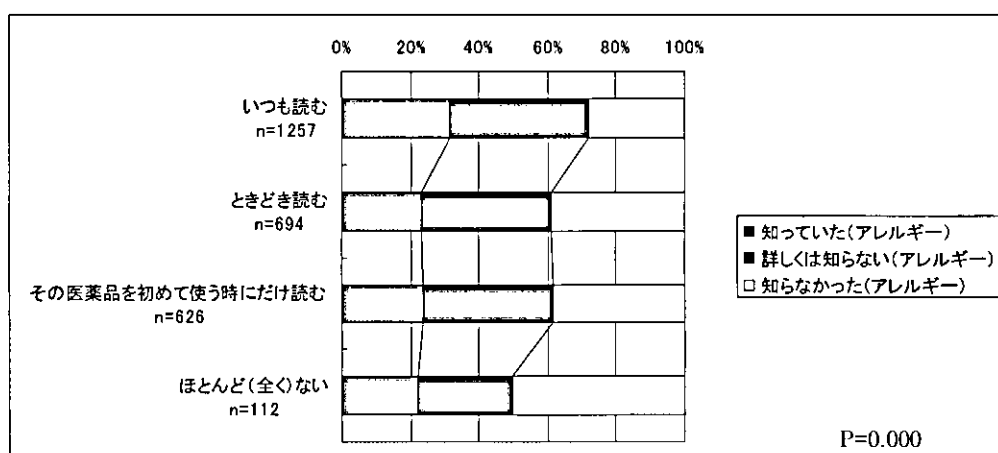


図 2-90 外箱を読む頻度と医薬品のリスクに関する知識（アレルギーの関連性）との関係

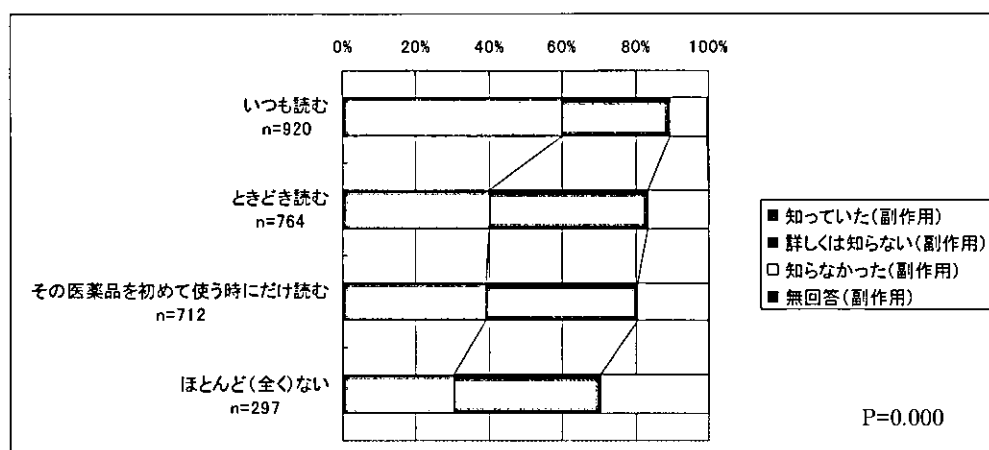


図 2-91 添付文書の副作用の記述を読む頻度と医薬品のリスクに関する知識（市販薬による副作用）との関係

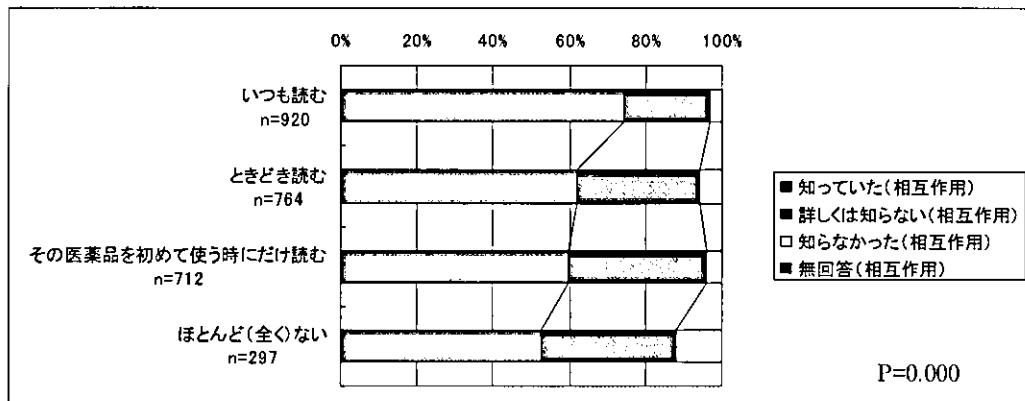


図 2-92 添付文書の副作用の記述を読む頻度と医薬品のリスクに関する知識 (市販薬の相互作用) との関係

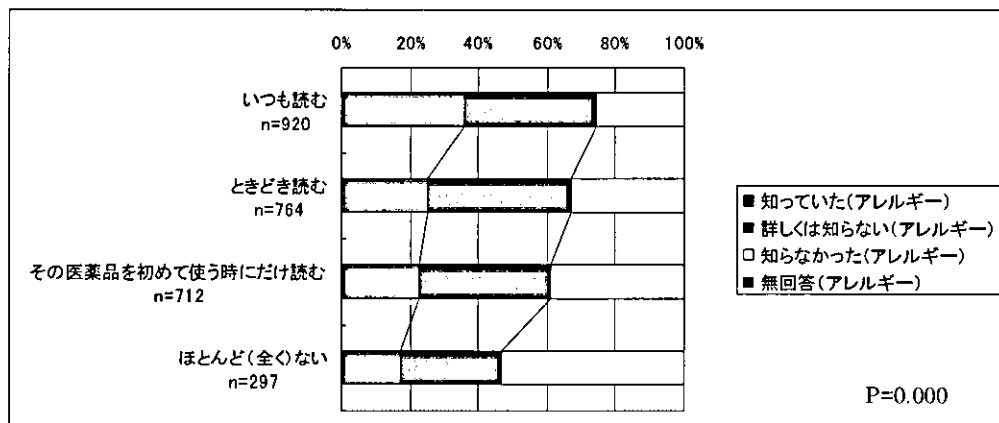


図 2-93 添付文書の副作用の記述を読む頻度と医薬品のリスクに関する知識 (アレルギーの関連性) との関係

- 外箱、添付文書の副作用を「いつも読む」と回答したグループで、「自分自身(副作用の)経験」があるとする割合が高く、「ほとんど(全く)読まない」と回答したグループでは「自分と身の回りに経験者はいない」とする割合が高い (図 2-94)。

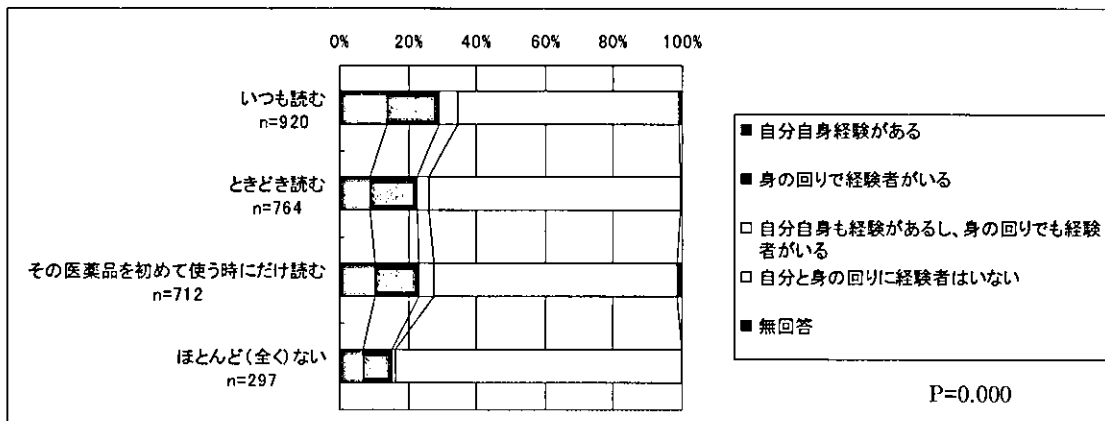


図 2-94 添付文書の副作用の記述を読む頻度と副作用の経験の関係

2.3.7 消費者に対する説明と店舗特性

図 2-95、図 2-96は説明がされる頻度についての集計とその店舗種類別（消費者アンケートの回答者が店舗の種類として選択した種別）に集計したグラフの再掲である。

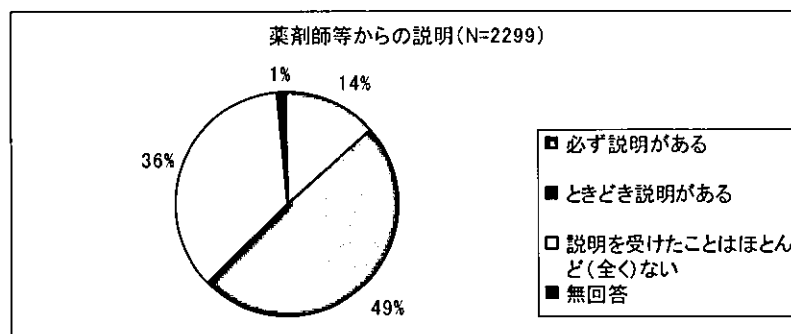


図 2-95 薬剤師等からの説明の頻度（再掲）

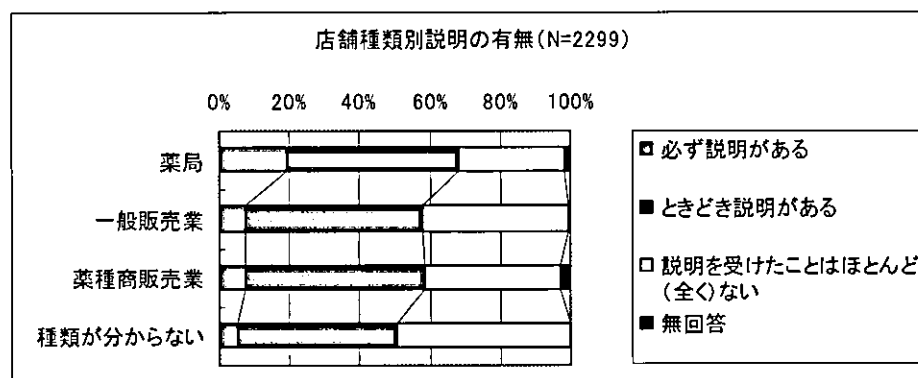


図 2-96 店舗種類別説明の頻度（再掲）

この結果からは、薬局において必ず説明があるとする回答の比率が高くなっているが、これまでのアンケート結果の集計からは、回答者が購入している店舗の種類についてあまりよく認識していないか、誤った認識をもっている可能性が想定された。

以下では、店舗からの説明の頻度と説明が行われる条件について、回答者が答えている購入店舗の種類にかえて、いくつかの消費者のとらえている店舗の特性との関連について分析した。

(1) 説明の頻度と店舗特性との関係

消費者側から見た利用する店舗での説明の頻度と他の店舗特性の関連について示したものが図 2-97～図 2-100である。

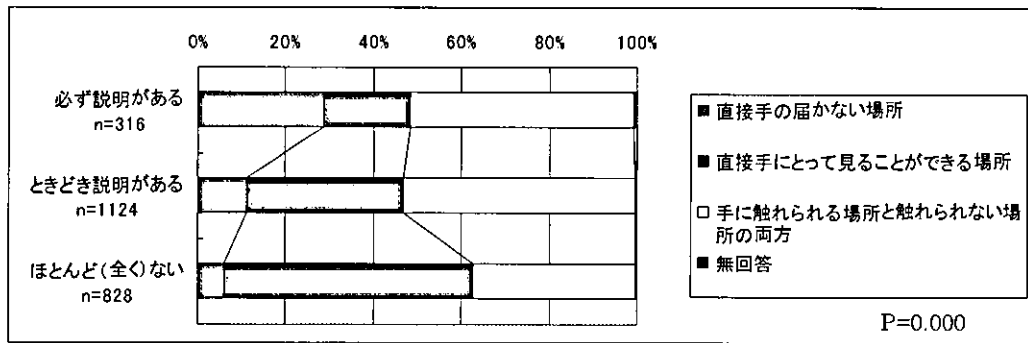


図 2-97 説明の頻度別陳列方法

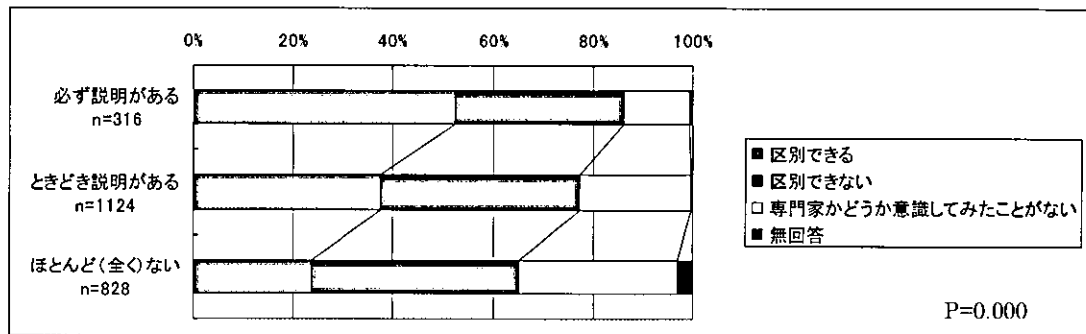


図 2-98 説明の頻度別専門家の区別の可否

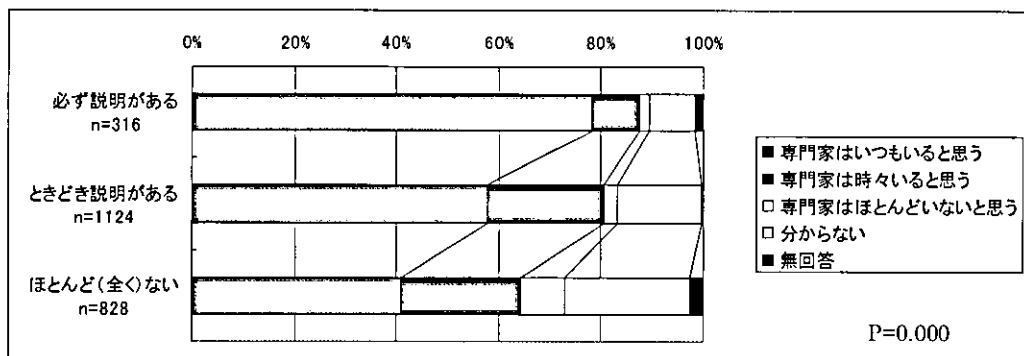


図 2-99 説明の頻度別店舗への専門家の常駐に関する認識

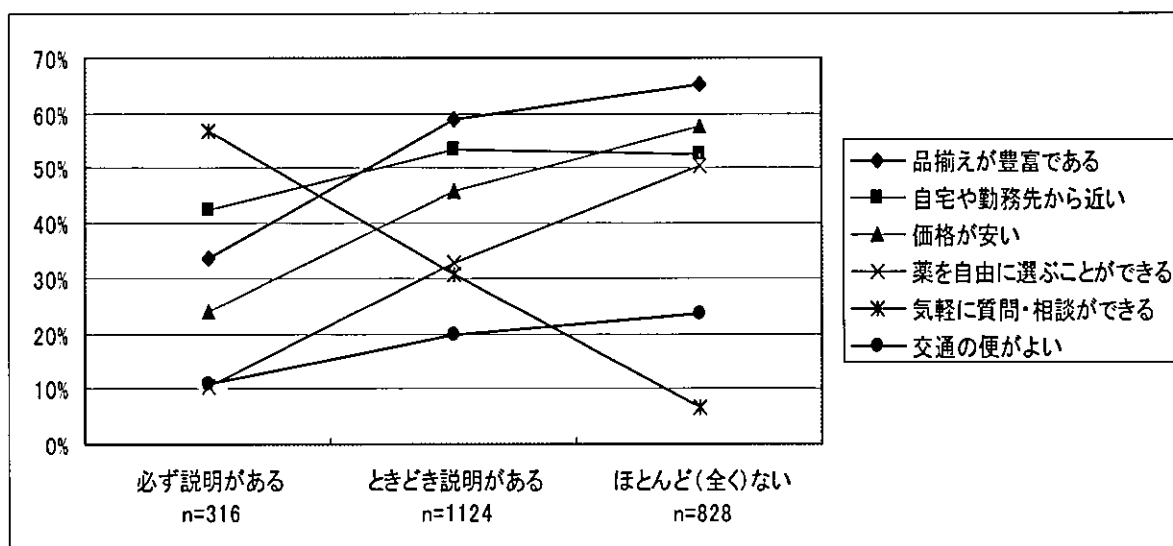


図 2-100 説明の頻度別店舗の選択理由（上位 6 位以内）

ほとんど（全く）説明がない店舗では、医薬品を直接手の届く場所に陳列している割合が高く、専門家が区別できる割合が低く、専門家がいつもいると思われる割合が低かった。また、ほとんど(全く)説明がないとする店舗を利用している消費者は、品揃えや利便性を店舗の選択理由に挙げている人が多いのに対し、必ず説明がある店舗を利用している消費者は、気軽に質問や相談ができることを選択理由としてあげた人が多かった。

(2) 説明がされる条件と購入する店舗特性

時々説明がある場合に、どのような条件で説明があるかという設問（複数回答可）の回答と他の店舗特性の関連について示したものが図 2-101～図 2-103である。

従業員によって説明があつたりなかつたりする店舗では、医薬品を直接手の届く場所に陳列している割合が高く、専門家が区別できる割合が低く、専門家がいつもいると思われる割合が低かった。

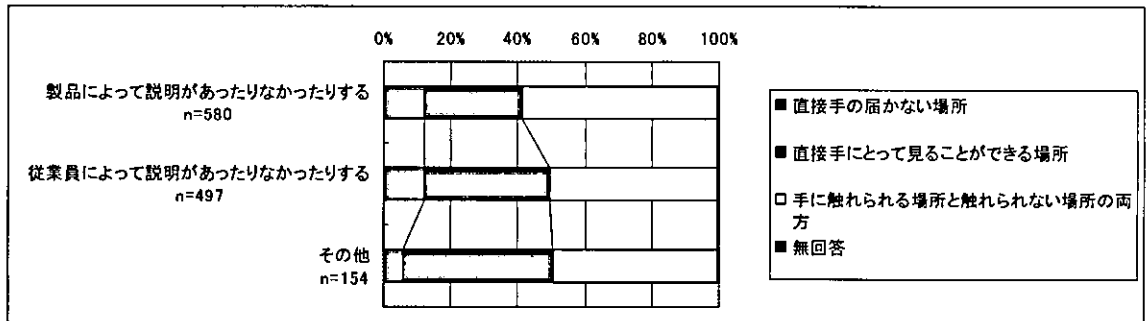


図 2-101 説明がある条件別陳列方法

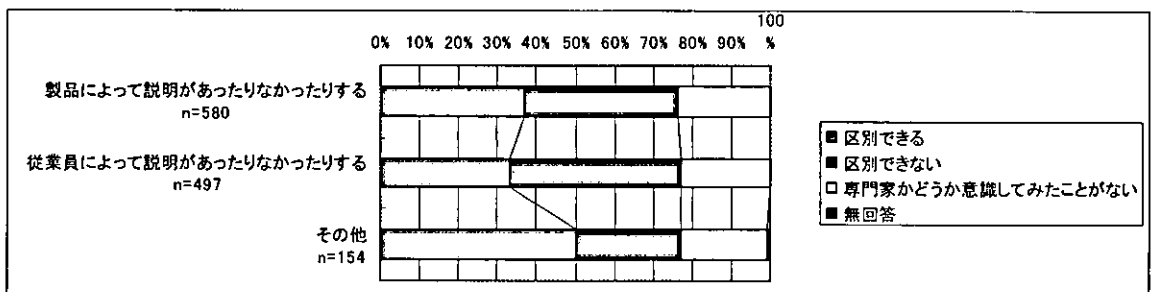


図 2-102 説明がある条件別専門化の区別の可否

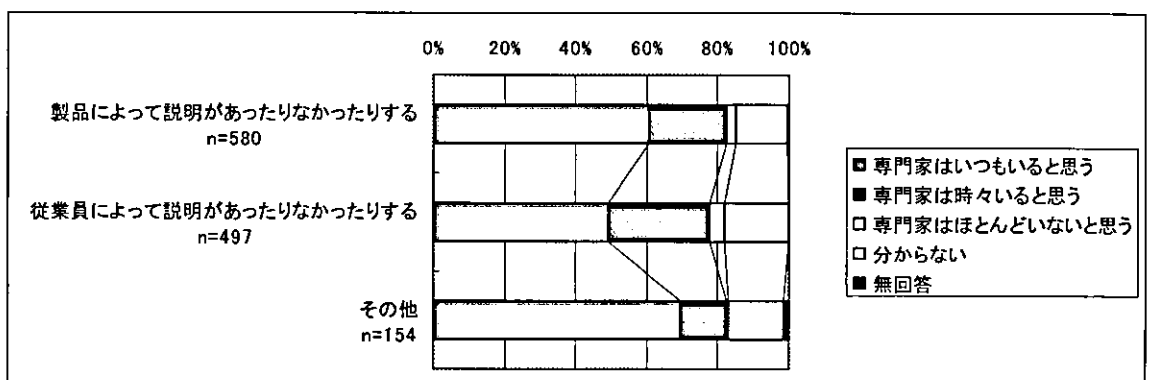


図 2-103 説明がある条件別専門化の常駐についての認識



### 第3章 薬局・一般販売業・薬種商販売業・配置薬販売業調査

---

---

### 3. 薬局・一般販売業・薬種商販売業・配置販売業調査

#### 3.1. アンケート調査の概要

##### 3.1.1 目的

薬局、一般販売業、薬種商販売業、配置販売業における、一般用医薬品販売の消費者への説明等に関して実態を把握する。

##### 3.1.2 アンケート対象と実施方法

薬局、一般販売業、薬種商販売業、配置販売業の名簿からそれぞれ所在地に偏りが無いように一定の割合で対象を抽出し、郵送にて調査票を送付、回収した。

調査票発送は平成 17 年 1 月 14 日に行い、2 月初めに葉書で再度回答の依頼を発送し、2 月 11 日までに回答があったものを有効回答とした。

表 3-1 アンケート発送件数と回収状況

種類	発送件数	回収数	有効回答数※	有効回答率
薬局	2500	490	437	17.5%
一般販売業	600	41	39	6.5%
薬種商販売業	700	128	127	18.1%
配置販売業	632	131	131	20.7%
不明		24	20	
合計	4432	814	754	17.0%

※ 一般用医薬品を取り扱い品目として選択していない回答は集計から除外した。

#### 3.2. アンケート集計の結果

##### 3.2.1 店舗の営業状況

###### (1) 薬局又は販売業の種類

もともと母数が多いため薬局が回答の約 7 割を占めており（図 3-1）、全体の回答の集計結果は薬局の傾向に依存する。

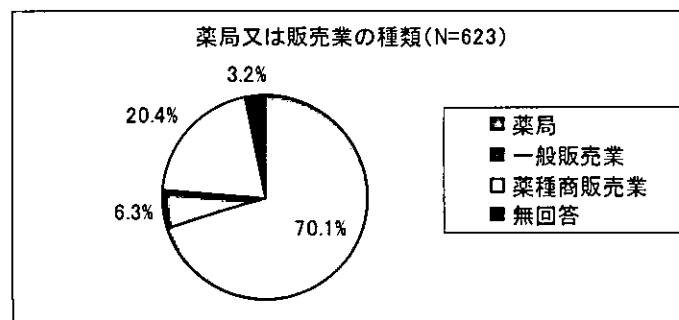


図 3-1 薬局・販売業の内訳

(2) 所在地

回答店舗所在地の地方別内訳は図 3-2の通りである。

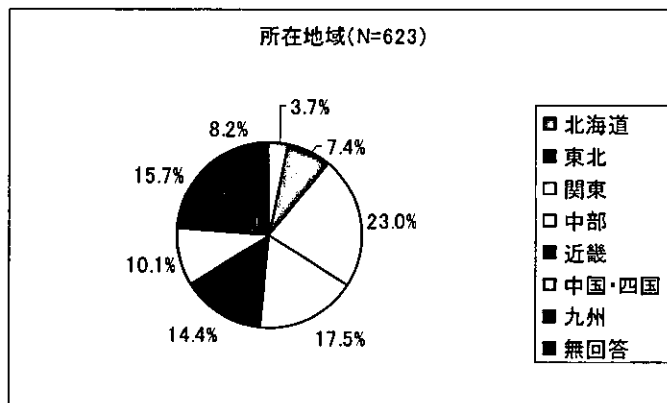


図 3-2 回答店舗の所在地

(3) 販売規模

一月あたり一般用医薬品売上高<sup>2</sup> は、「50 万円未満」の店舗が全体の 44.9%と最も多いが「500 万円以上」と回答した店舗も全体の 4.7%存在する (図 3-3)。一月あたり医薬部外品売上高は、「50 万円未満」が 61.2%に達する (図 3-4)。一月あたり調剤報酬請求額 (薬局のみの内訳) は、「500 万円以上」と回答した店舗が全体の 41.6%と最も多い (図 3-5)。その他の製品の売上高は「0 万円」および「~50 万円未満」の合計で全体の 46.7%を占める (図 3-6)。

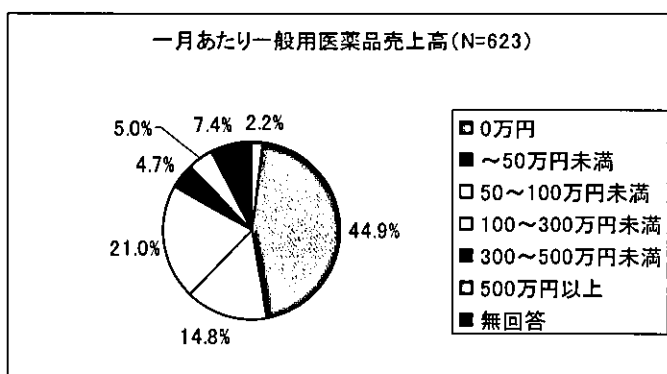


図 3-3 一月あたり一般用医薬品売上高

<sup>2</sup>一般用医薬品の売上高を 0 とした回答が 2.2%見られるが、一般用医薬品の取扱い品目数は記載があったことから、売上金額がわずかであるケースと想定される。

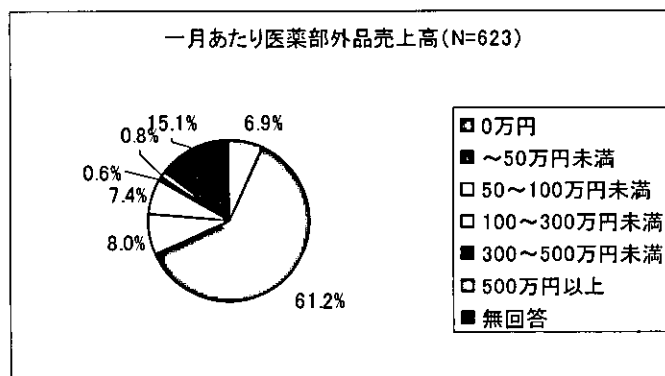


図 3-4 一月あたり医薬部外品売上高

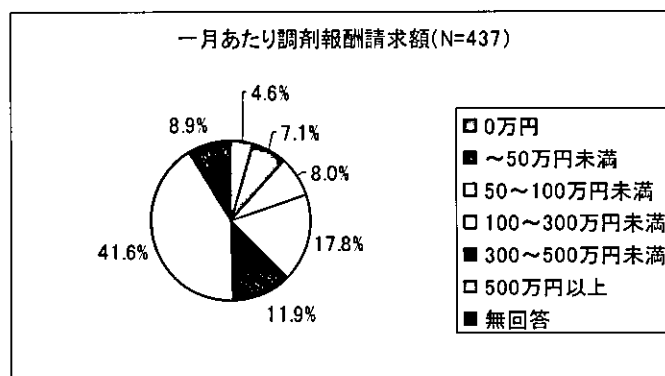


図 3-5 一月あたり調剤報酬売上高

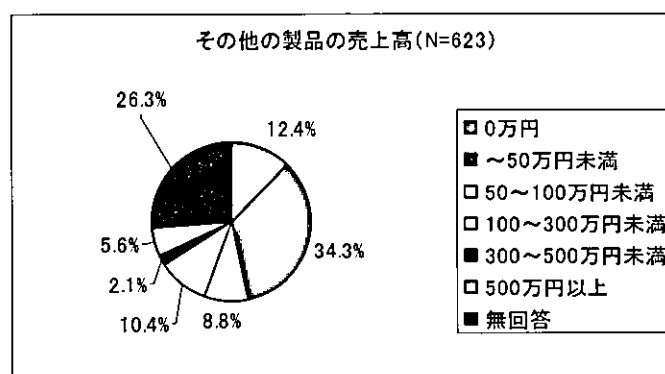


図 3-6 一月あたりその他製品売上高