(4)　売り場面積

一般用医薬品の売り場面積は「10～29 ㎡」が全体の 37.1%と最も多く。一般用医薬品以外の製品の売り場面積は「50 ㎡以上」、「～9 ㎡」の割合が高くなり、ばらつきが大きい(図 3-7、図 3-8)。

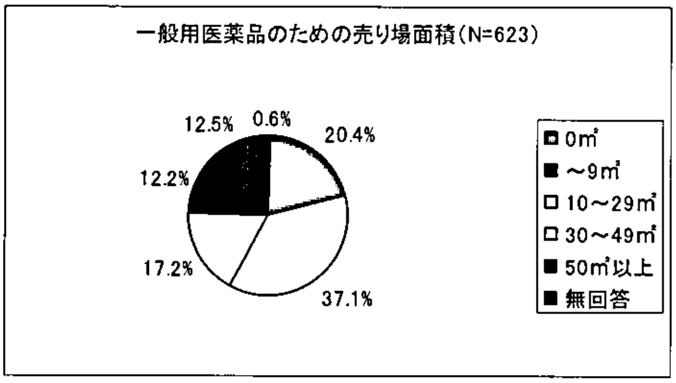

図 3-7　一般用医薬品売り場面積

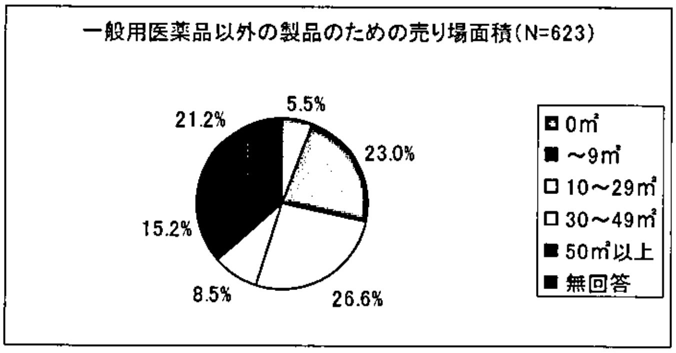

図 3-8　一般用医薬品以外の売り場面積

(5)　営業日

営業日は週 6 日が全体の 56.5%で最も多く、年中無休とする回答も 16.9%見られる (図 3-9)。

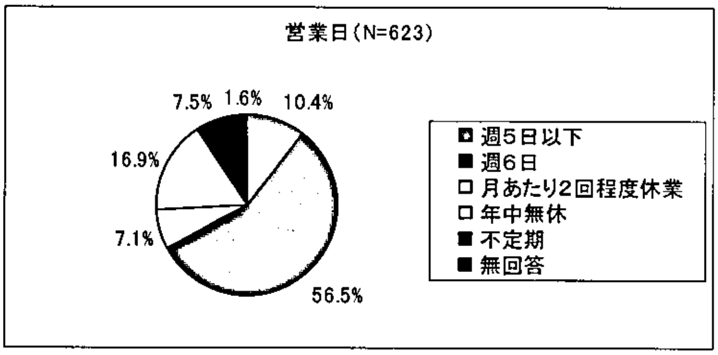

図 3-9　営業日

(6)　営業時間

22 時以降の深夜まで営業している店舗は 50 件で全体の 8.0%である（図 3-10）。一日の平均営業時間は「8 時間～12 時間未満」が全体の 74.2%を占め、回答の中に「24 時間」営業の店舗は存在しなかった（図 3-11）。

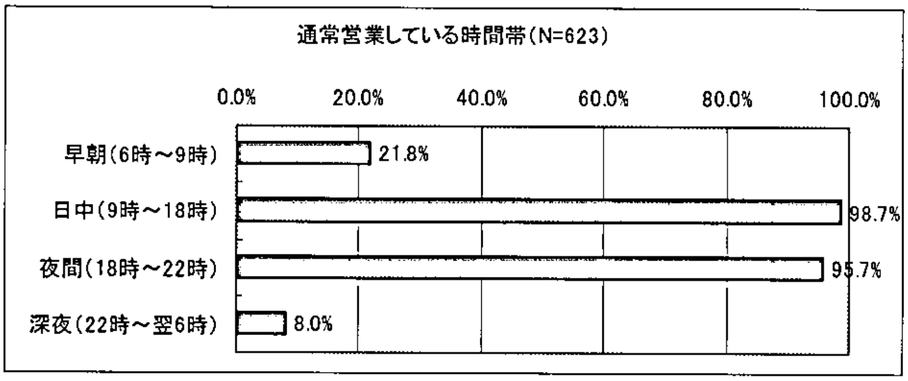

図 3-10　通常営業している時間帯[3]

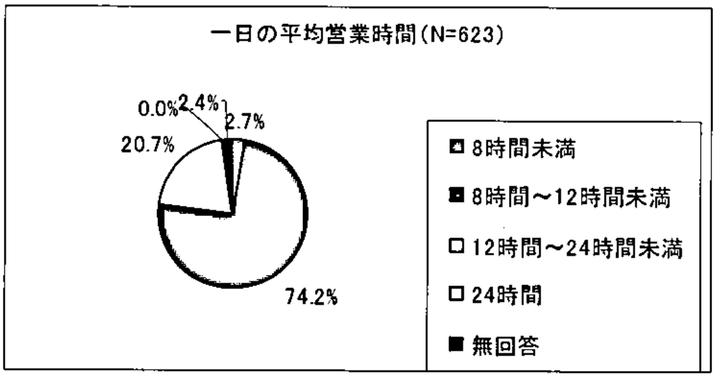

図 3-11　一日の平均営業時間

[3]それぞれの時間帯に営業時間が含まれている件数（30 分でも当該時間帯に営業時間が含まれていれば 1 件とカウントしている）。

(7) 取り扱っている品目の種類と数

一般用医薬品を扱っている店舗のみを集計対象としているため、一般用医薬品は有効回答件数（623件）と一致する。ついで医薬部外品を扱う店舗が多く、化粧品は回答の半数以下である（図 3-12）。品目数は、一般用医薬品で500品目未満が全体の約半数を占めるが、1000品目以上も16.5%ある（図 3-13）。その他、指定医薬品（薬種商販売業を除く）、医薬部外品の取り扱い品目数の状況は図 3-14、図 3-15に示すとおりである。

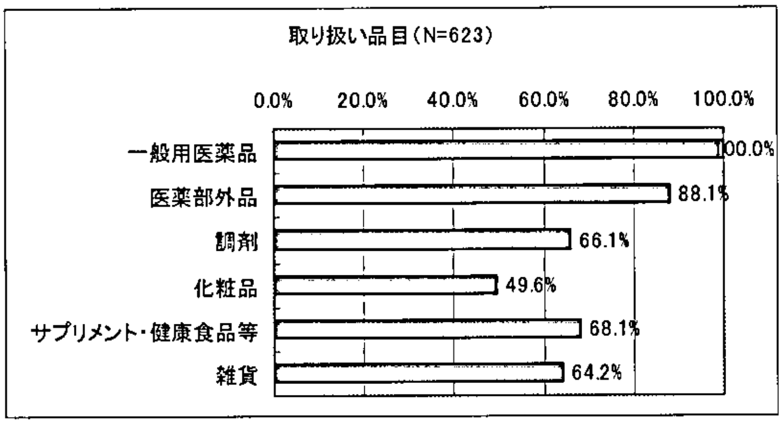

図 3-12 取り扱い品目の状況

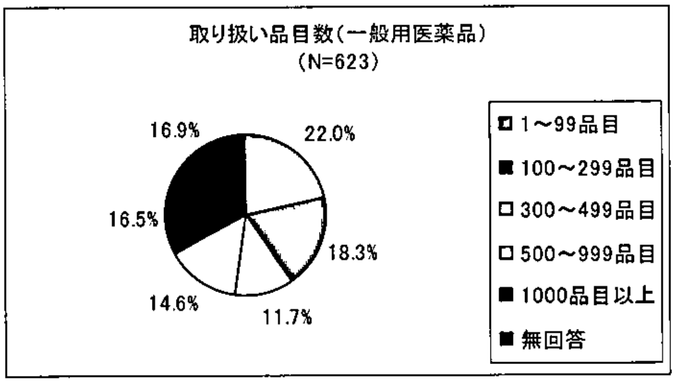

図 3-13 取り扱い品目数（一般用医薬品）

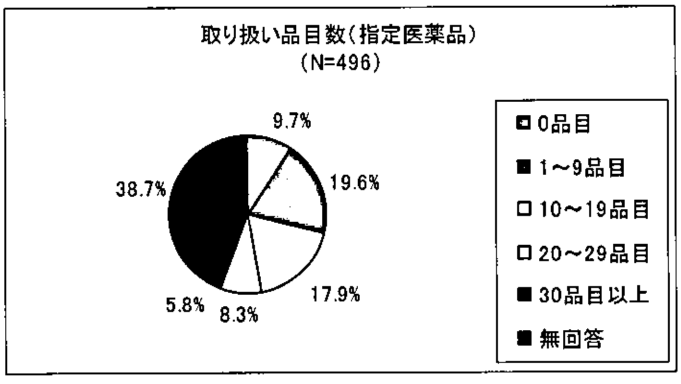

図 3-14 取り扱い品目数（指定医薬品）

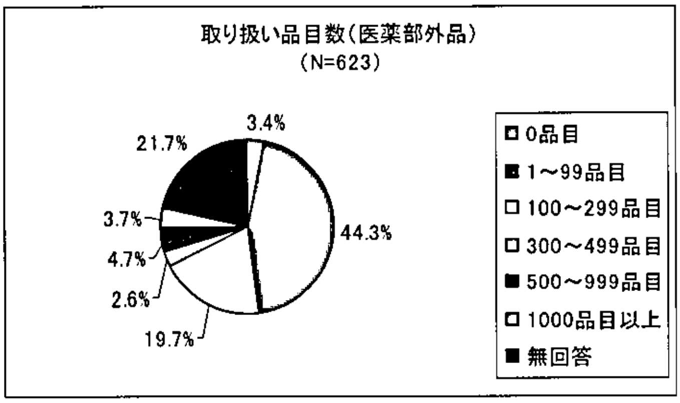

図 3-15 取り扱い品目数（医薬部外品）

3.2.2 回答者自身について

(1) 回答者の専門資格

薬剤師が全体の 72.4%を占め、ついで薬種商が 23.1%となっている。その他は 4%であった（図 3-16)。

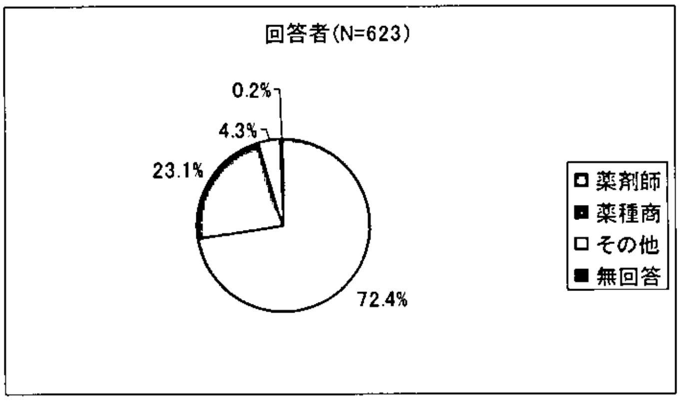

図 3-16 回答者の専門資格

(2)　医薬品販売における回答者の経験年数

薬局、医薬品販売業での経験は 20 年以上が最も多く、（図 3-17、図 3-18）また、現在の店舗での経験年数については、10 年未満と 20 年以上の二つの層に大きく分かれた（図 3-19）。

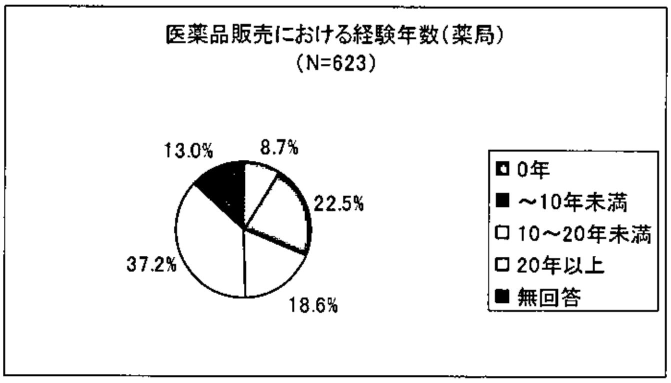

図 3-17　医薬品販売における経験年数（薬局）

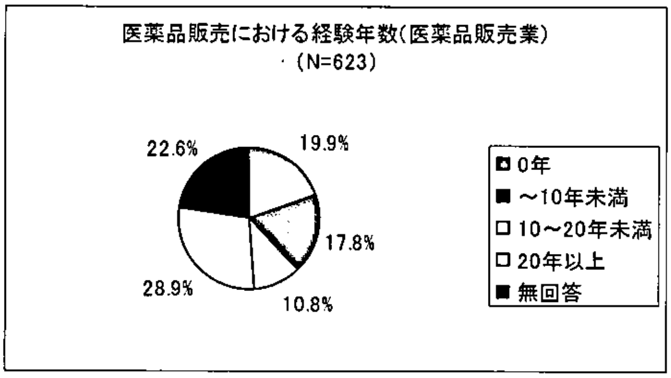

図 3-18　医薬品販売における経験年数（医薬品販売業）

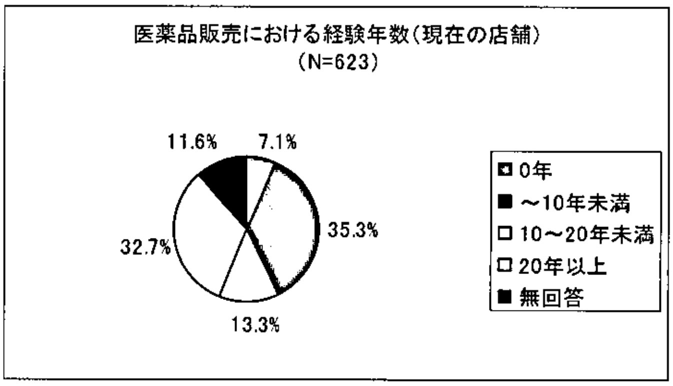

図 3-19　医薬品販売における経験年数（現在の店舗）

3.2.3 販売方法等

(1) 医薬品（その他の商品を除く）の陳列場所

「手に触れられる場所と触れられない場所の両方」と回答した件数が全体の半数弱を占める（図 3-20）。販売業の種類別に見てみると、一般販売業では「手の届かない場所」が少なく薬種商販売業では「直接手にとって見ることが出来る場所」が少ない（図 3-21）。

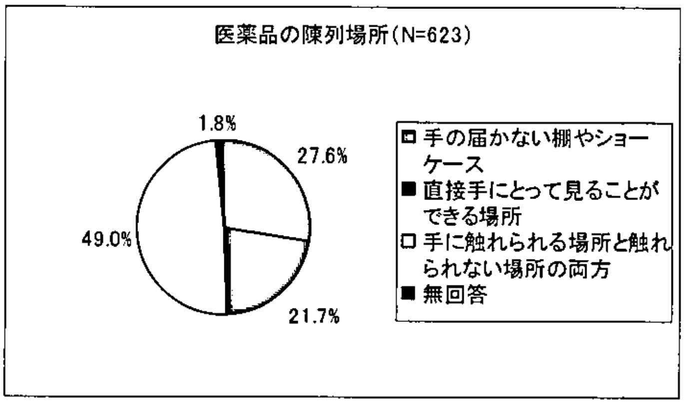

図 3-20 医薬品の陳列場所

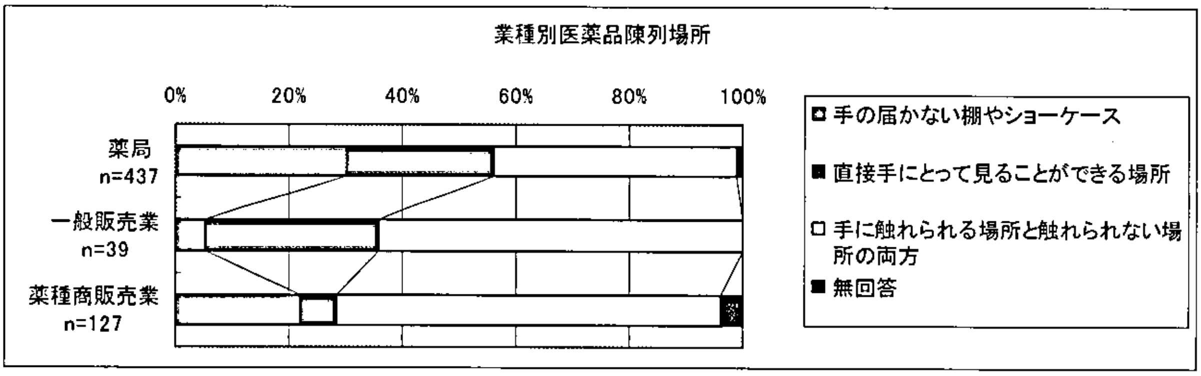

図 3-21 業種別医薬品の陳列場所

(2) 医薬部外品・健康食品の陳列方法

医薬部外品や健康食品を「医薬品とは異なる棚」に分けて販売している店舗は全体の半数強であった。何らかの形で整理しているところが多いが、「分けていない」と回答した店舗（法令上問題はあるが）も 32（5.1%）件存在した（図 3-22）。店舗種類別に見てみると、「医薬品とは異なる棚」と回答した店舗の割合は薬局が最も低い（図 3-23）。

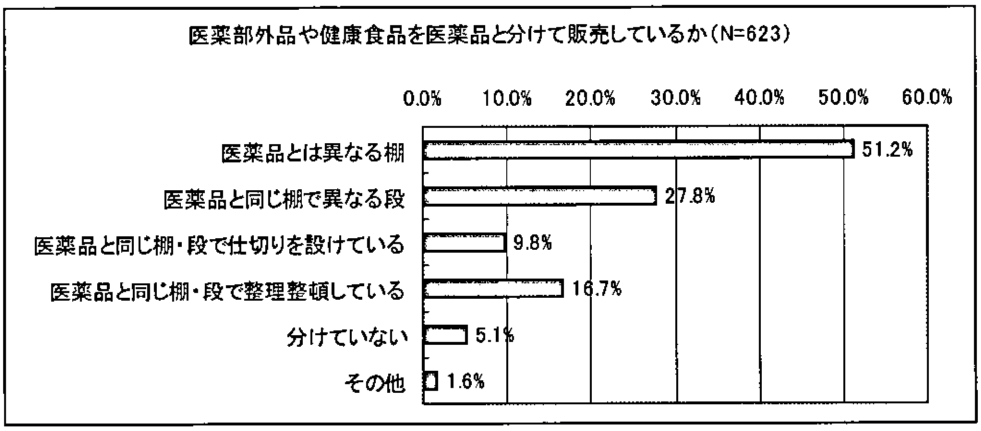

図 3-22 医薬部外品・健康食品の陳列方法

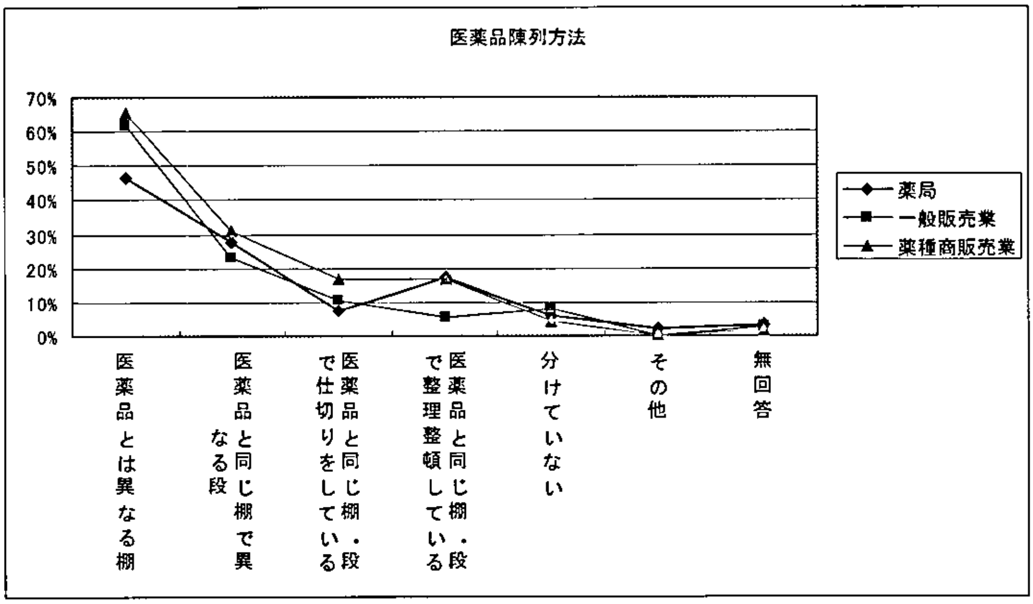

図 3-23 店舗の種類別医薬部外品・健康食品の陳列方法

(3) 一般用医薬品のカタログ販売とインターネット販売

一般用医薬品のカタログ販売・インターネット販売はともに「行っていない」が全体の98%程度であり「行っている」とする回答はカタログ販売で7件（1.1%)、インターネット販売で6件（1.0%）であった。(図 3-24～図 3-26)。

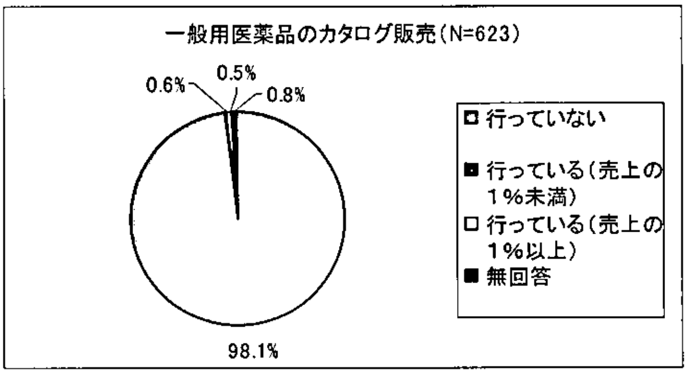

図 3-24 一般用医薬品のカタログ販売の状況

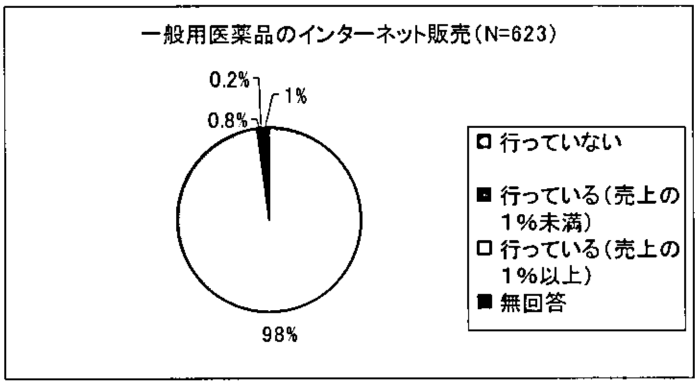

図 3-25 一般用医薬品のインターネット販売の状況

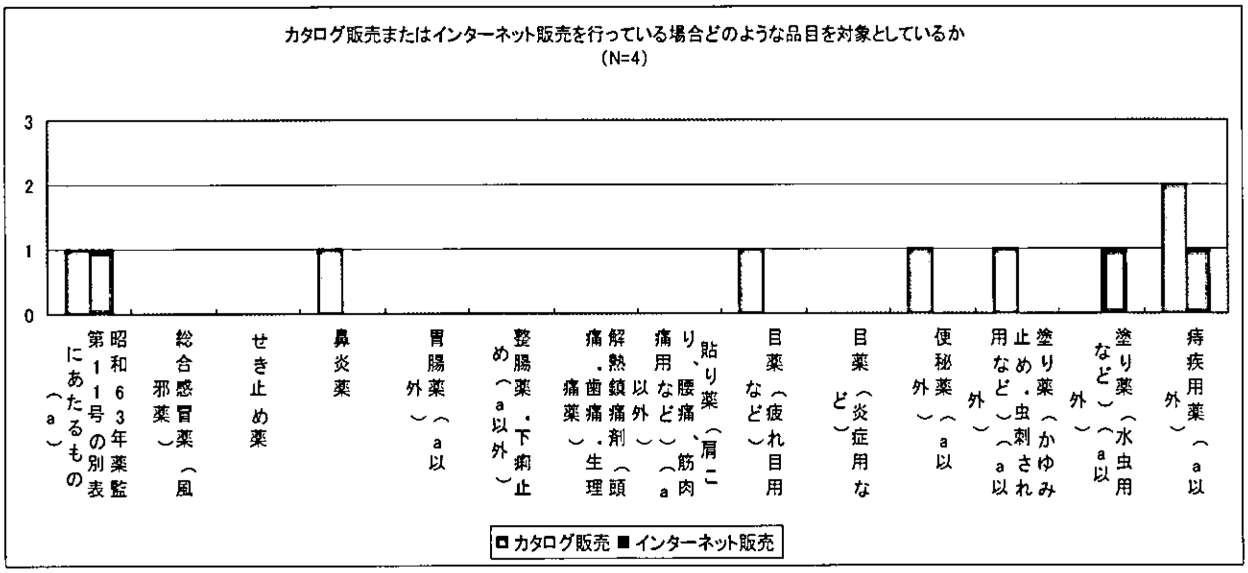

図 3-26 カタログ・インターネット販売の対象品目

3.2.4 店舗の従業員の状況

(1) 店舗の人員配置

勤務従業員数（常勤換算）は全体の 77.2%が 5 名以下であり、常勤の従業員数では全体の 7.9%が 0 名であると回答している（図 3-27、図 3-28)。また、勤務薬剤師数（常勤換算)、常勤の薬剤師数は図 3-29、図 3-30に示すとおりである。

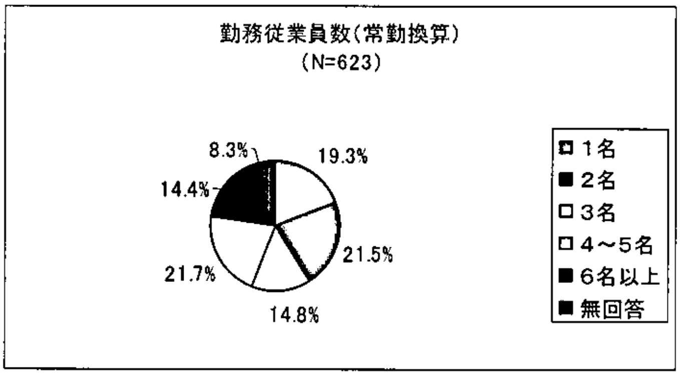

図 3-27 勤務従業員数

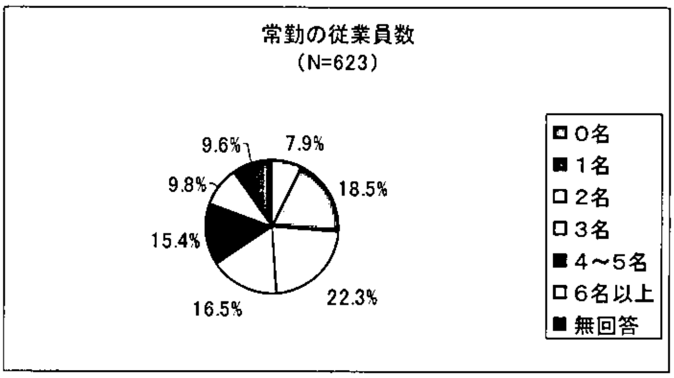

図 3-28 常勤従業員数

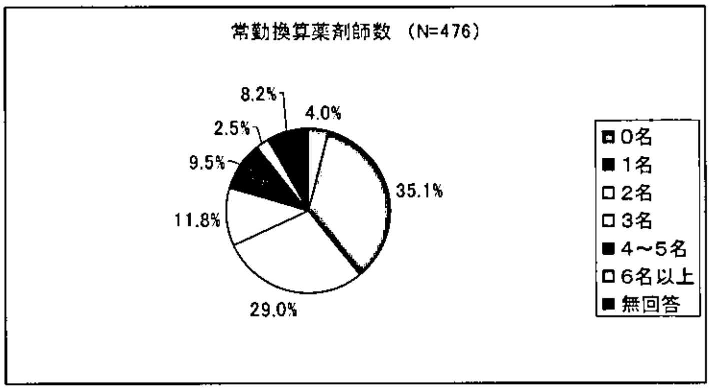

図3-29　常勤換算薬剤師数（薬種商販売業を除く）[4]

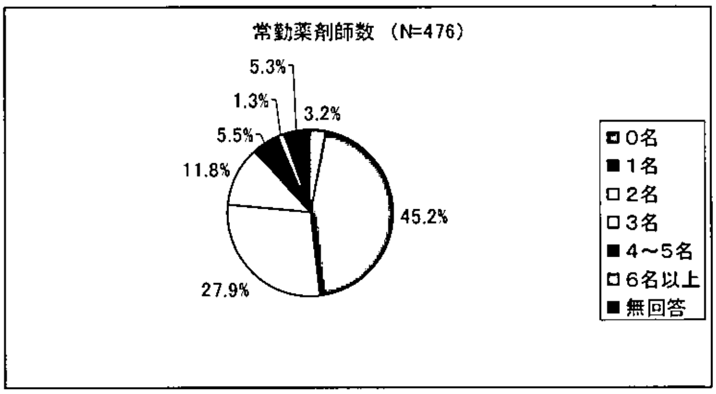

図3-30　常勤薬剤師数（薬種商販売業を除く）

(2)　**専門家と他の従業員との区別方法**

全体の約半数が、名札を着用することによって専門家であることを消費者から見て分かるようにしている（図 3-31）。販売業の種類別に見てみると、薬種商販売業は、「着衣を区別している」割合は他に比べて高い（17.3%）が、着衣なり名札なりで区別している割合は低くなっている（48.8%）（図 3-32）。

[4] この質問では、常勤換算薬剤師数の意味が正確に理解されなかった可能性がある。例えば、薬局・一般販売業で常勤薬剤師が 0 名としている回答が 4.0%（19 件）見られるが、そのうち 15 件は回答者自身が薬剤師であると回答しており、先に従業員数を聞いているため事業主を除いた人数を回答している可能性などが考えられる。

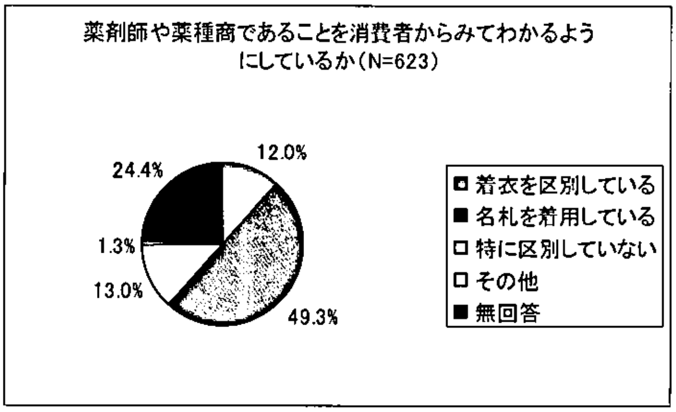

図 3-31　薬剤師・薬種商の区別の方法

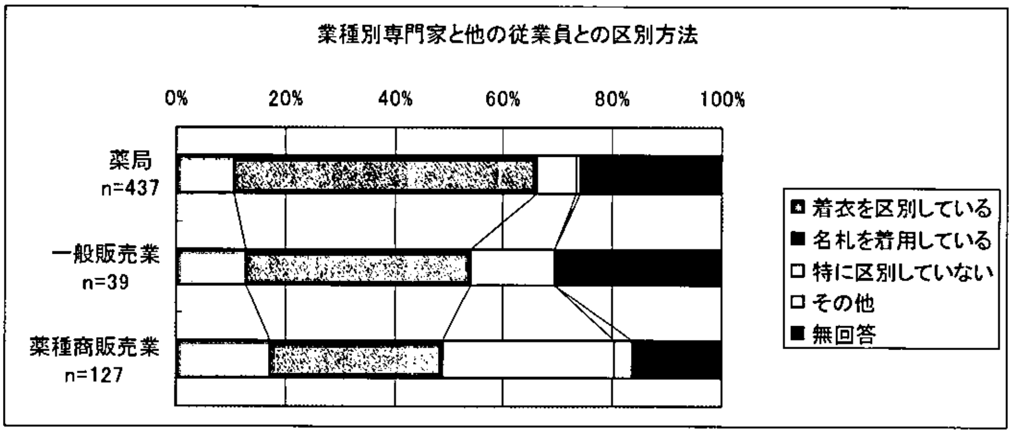

図 3-32　店舗種類別薬剤師・薬種商の区別の方法

(3)　**薬剤師や薬種商および従業員に対する教育方法（自由記入）**

回答件数は 377 件で全体の約 6 割で記入があった。

(4)　**営業時間全体に占める薬剤師又は薬種商の配置時間の割合**

医薬品を販売している営業時間全体に占める薬剤師又は薬種商の配置時間の割合は 10 割が全体の 72.6%と最も多く、8 割未満のケースは 7.4%程度と少ない。店舗種類別に見てみると、一般販売業において 8 割未満のケースは 35.9%になる（図 3-33～図 3-34)。

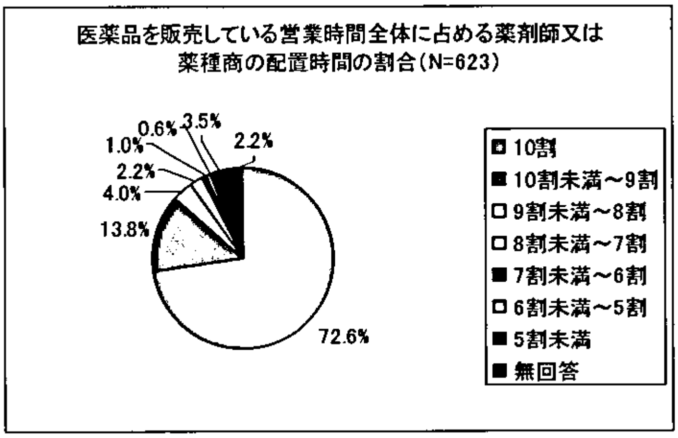

図 3-33 営業時間中の薬剤師または薬種商の配置時間割合

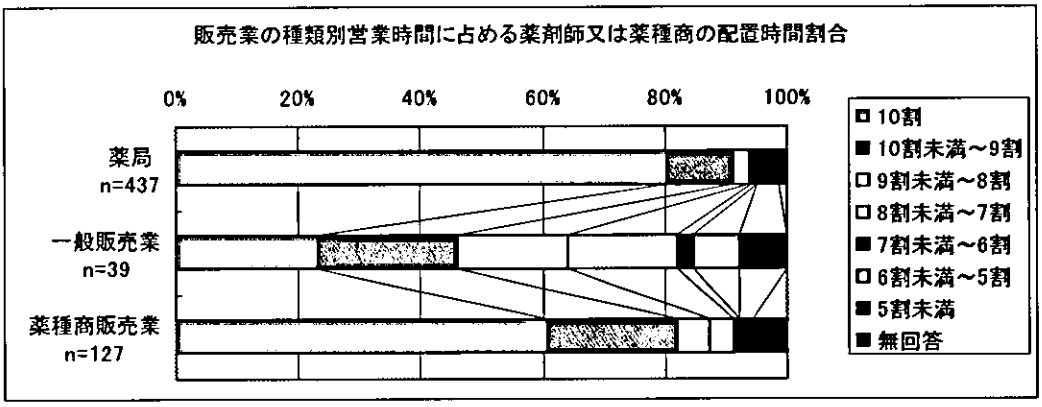

図 3-34 店舗種類別営業時間中の薬剤師または薬種商の配置時間割合

3.2.5 情報提供・相談の状況

(1) 医薬品販売時の説明の状況

医薬品を販売する場合に「必ず説明する」とする割合は全体の 40.8%であり、これを店舗種類別に見ても大きな違いは見られない（図 3-35～図 3-36)。

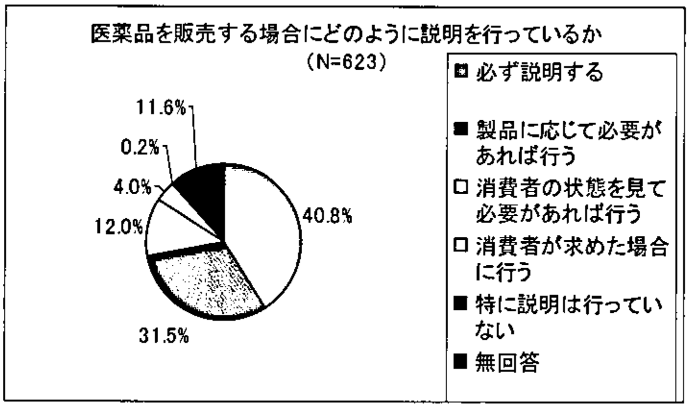

図 3-35 医薬品を販売する場合 [5]

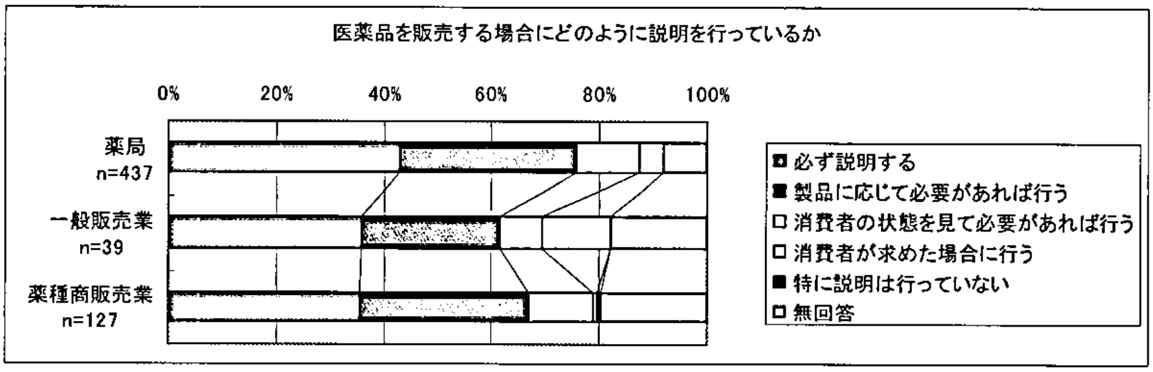

図 3-36 店舗種類別医薬品を説明する場合

(2) 説明を行う消費者の割合

場合によって説明を行う回答者の中では、説明を行う消費者の割合(全購入者にしめる説明を行う購入者数)が 5 割以上 8 割未満とする回答が 41.2%と最も多い（図 3-37)。

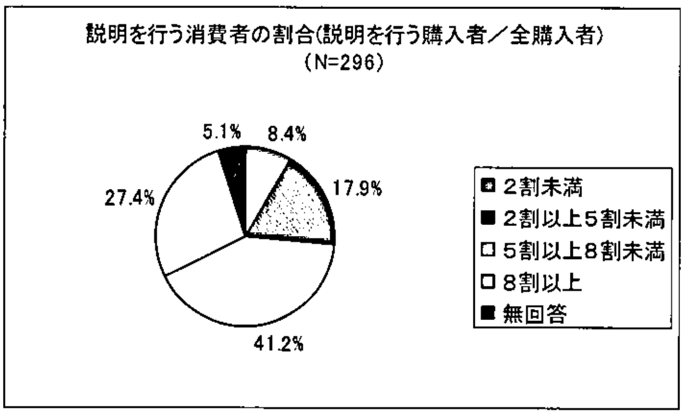

図 3-37 説明を行う消費者の割合

[5] 択一式の選択肢のため複数回答があった場合は無回答扱いとしている（以下 3.2.5 (7)、3.4.4 (1)、3.4.4 (7) について同様）。

(3)　説明を行う担当者

医薬品の説明は 78.1%で、「必ず薬剤師又は薬種商が行う」と回答しているが、居合わせたものが行うという回答も 68 件（10.9%）存在する（図 3-38)。店舗種類別に見ると、一般販売業はその他の店舗と比べて「必ず薬剤師又は薬種商が行う」割合が 48.7%と低く、「主に店員が行い、必要があれば薬剤師又は薬種商が行う」割合が 43.6%と高くなっている（図 3-39)。

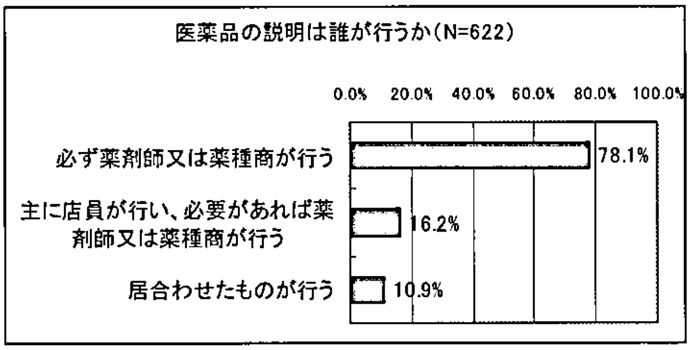

図 3-38　医薬品の説明者

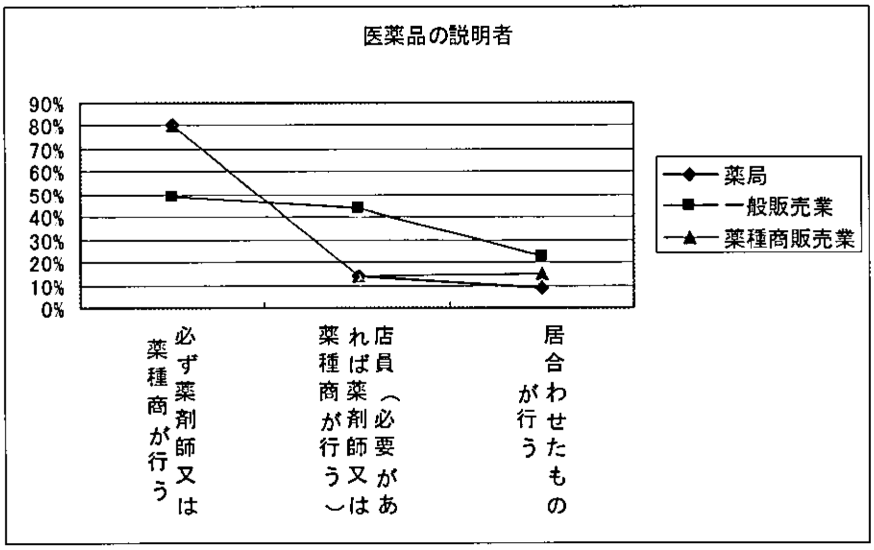

図 3-39　店舗種類別医薬品の説明者

(4) **説明の内容**

消費者への説明の内容は用量・用法や効能・効果についての説明が多い。副作用や注意事項についての説明はおよそ1/2～1/3の店舗で行われている。これを店舗種類別に見ても大きな違いは見られない（図 3-40～図 3-41）。

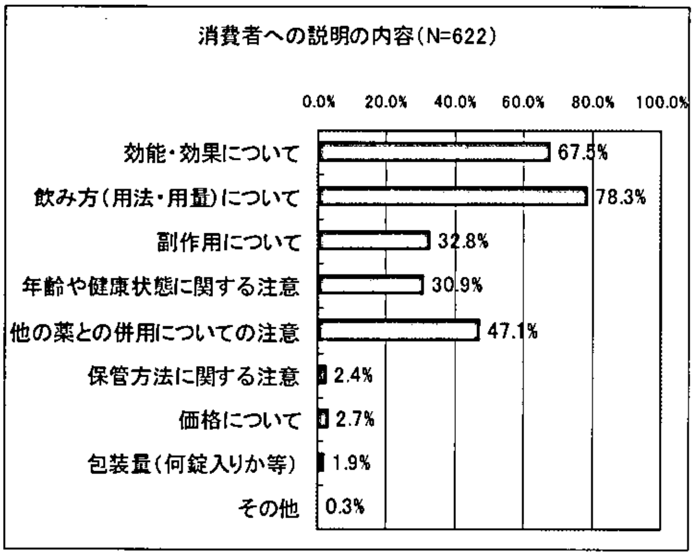

図 3-40 消費者への説明の内容

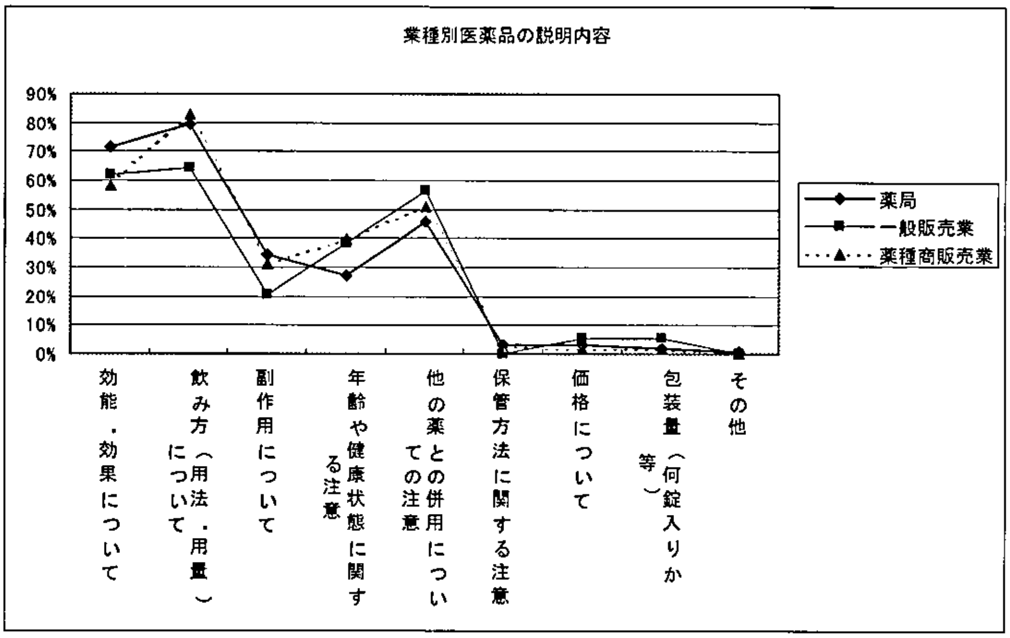

図 3-41 店舗種類別消費者への説明の内容

(5) 事後の消費者からの相談頻度

販売した医薬品について事後の消費者からの相談は「ほとんどない」が 48.0%と最も多く、ついで「月 1 件～5 件」が 38.2%を占める（図 3-42）。

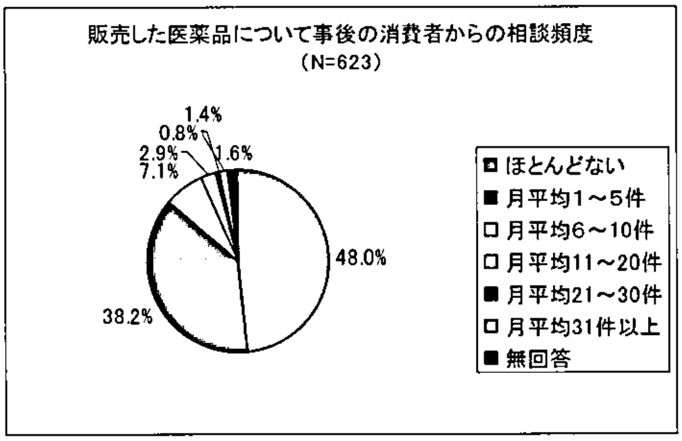

図 3-42 販売した医薬品についての事後の消費者からの相談の頻度

(6) 事後の消費者からの相談内容

販売した医薬品について事後の消費者からの相談は「他の薬との併用について」が 55.4%と最も多い。これを店舗種類別に見ると、一般販売業では他の店舗に比べ「副作用について」、「使用上の注意について」の相談を受けている店舗の割合がそれぞれ 15.4%、12.8%とやや低い（図 3-43～図 3-44）。

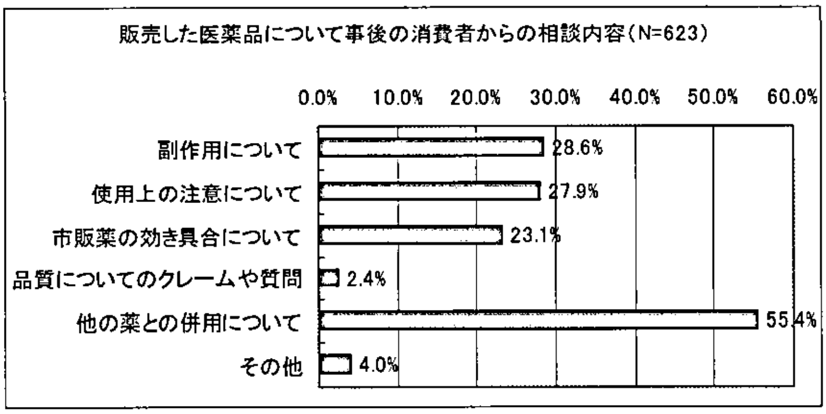

図 3-43 販売した医薬品についての消費者からの相談内容

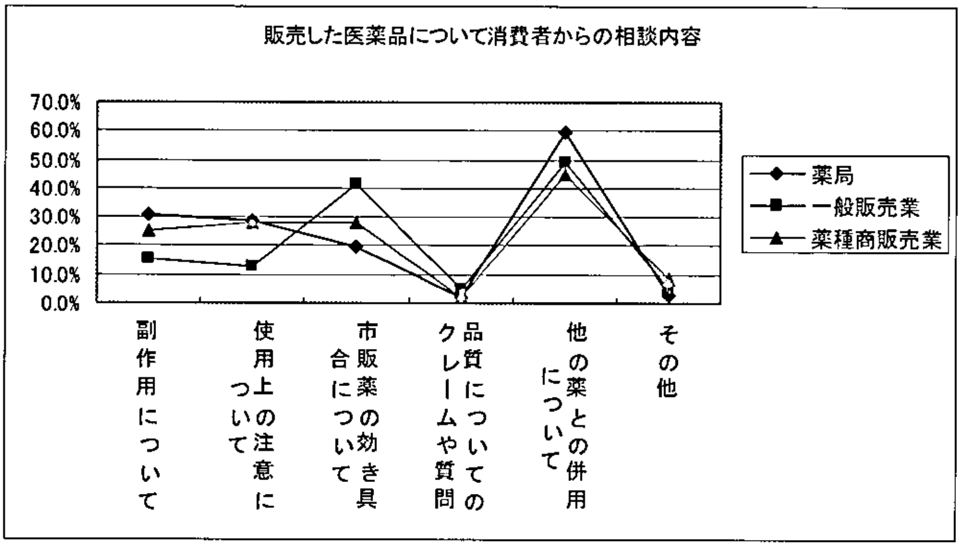

図 3-44 店舗種類別販売した医薬品についての消費者からの相談内容

(7) 消費者への医薬品の説明はどうあるべきか

消費者への医薬品の説明は「必ず説明する」が 42.9%と最も多く、次いで「製品に応じて必要があれば行う」が 26.0%となっている。店舗種類別には、一般販売業において「消費者が求めた場合に行う」を選択した割合が 7.7%と他の店舗と比べて高い（図 3-45～図 3-46)。

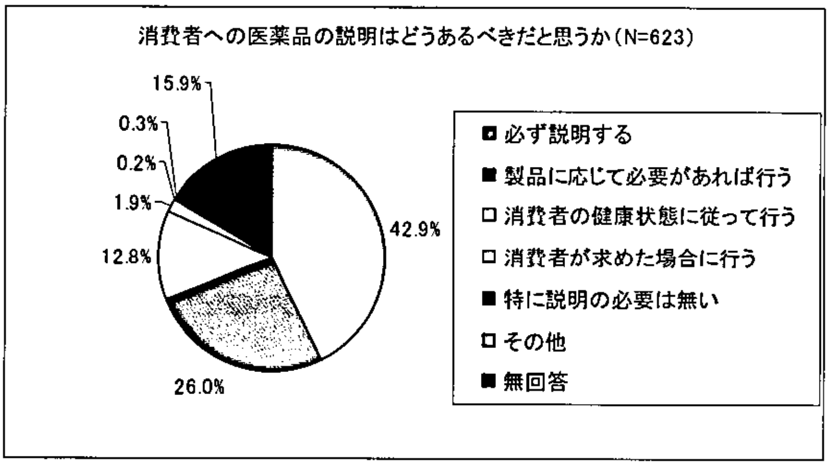

図 3-45 消費者への説明の在り方

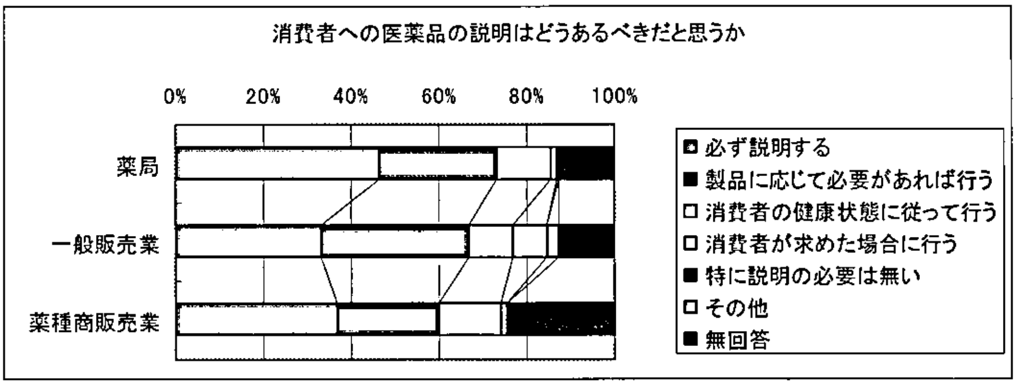

図 3-46　店舗種類別消費者への説明の在り方

(8)　特にどの製品群で説明が必要と考えているか

「製品に応じて必要があれば行う」を選択した回答者（162 件）の内で、総合感冒薬や解熱鎮痛薬を挙げる回答がそれぞれ 85.2%、77.2%と多く、ついで咳止め薬（65.4%）、鼻炎薬（63.0%）などが多く選択されている（図 3-47）。

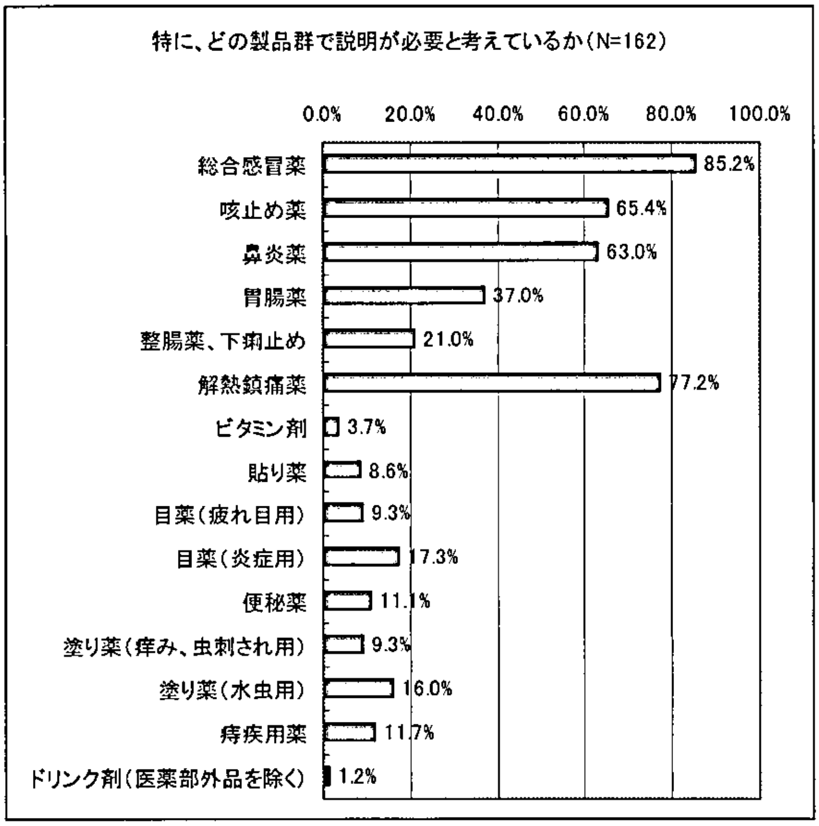

図 3-47　説明が必要と考える製品群

(9)　過去１年間に医師への受診を勧めた経験

全体の 78.3%があると回答している。店舗種類別の差はほとんど見られない（図 3-48～図 3-48)。

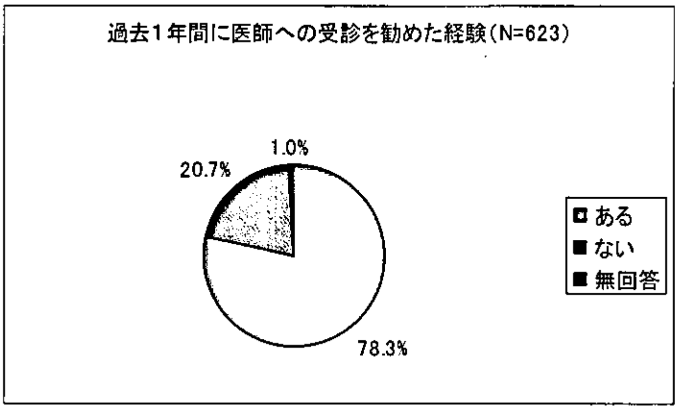

図 3-48　過去一年間に医師への受診を勧めた経験

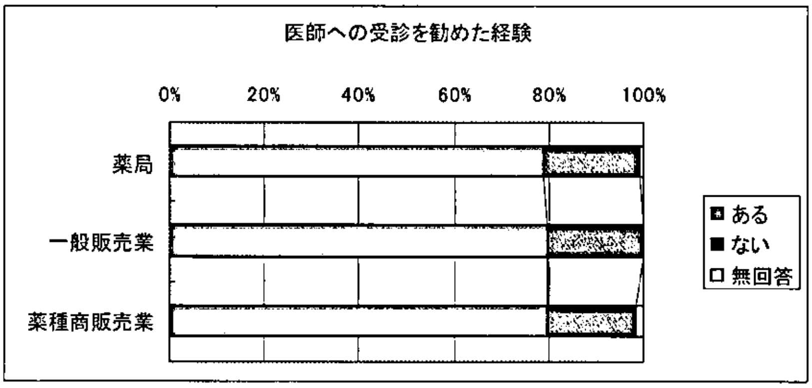

図 3-49　店舗種類別過去一年間に医師への受診を勧めた経験

3.2.6　医薬品等の管理業務の状況

(1)　薬剤師又は薬種商による医薬品の管理状況

「定期的に行っている」とする回答が 67.7%と最も多く、頻度は月に 1 回以下が 37.9%と最も多い（図 3-50～図 3-51)。

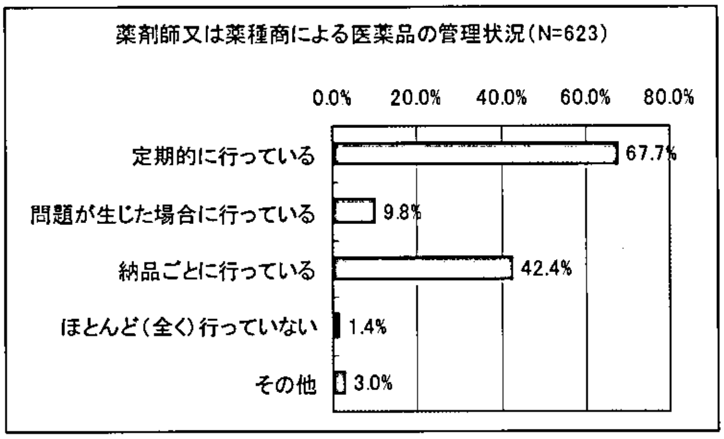

図 3-50 薬剤師または薬種商による医薬品の管理状況

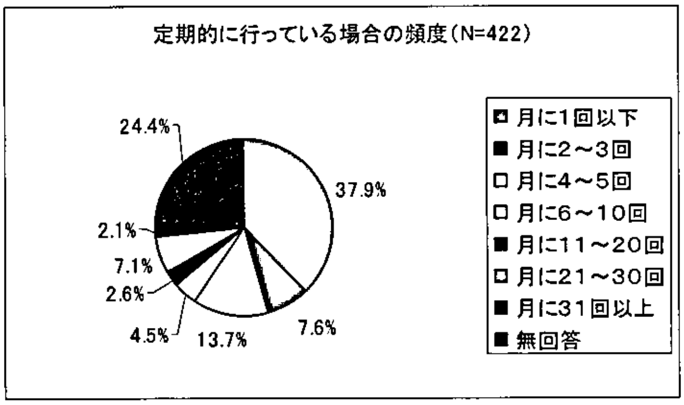

図 3-51 薬剤師または薬種商による医薬品の定期的管理の実施頻度

(2) 薬剤師又は薬種商による構造設備の管理状況

「問題が生じた場合に行っている」が 308 件、49.4%と最も多く、「ほとんど行っていない」も 81 件、13.0%存在する。頻度は、月に 1 回以下が 36.1%と最も多い(図 3-52～図 3-53)。

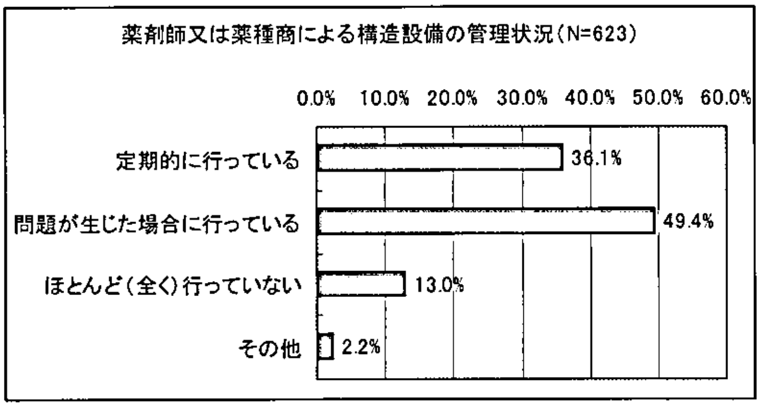

図 3-52 薬剤師または薬種商による構造設備の管理状況