

図 3-53 薬剤師または薬種商による構造設備の管理の頻度

(3) 薬剤師又は薬種商による従業員の監督状況

「薬剤師又は薬種商が常時、監督」が63.2%と最も多い。定期的に行っている場合の監督の実施頻度は様々である(図 3-54~図 3-55)。

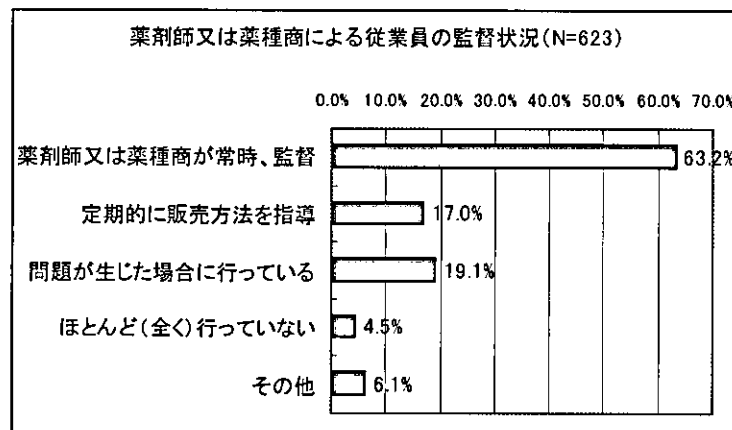


図 3-54 薬剤師または薬種商による従業員の監督状況

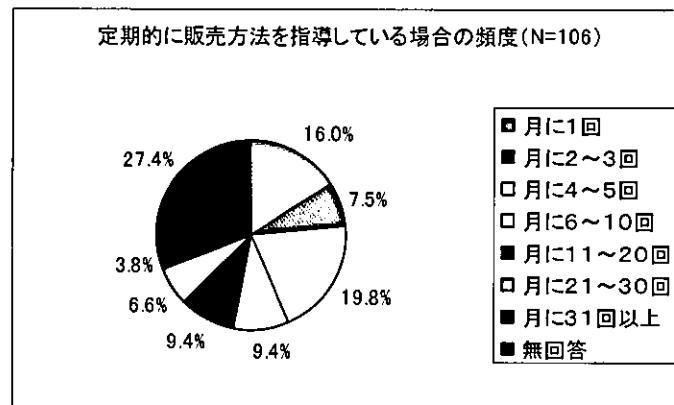


図 3-55 薬剤師または薬種商による従業員の定期的監督の実施頻度

(4) 夜間（22時以降）の市販薬の販売の対応状況

夜間（22時以降）の市販薬の販売の対応は全体の54.1%が「対応していない」と回答しており、一般販売業においては8割以上となっている。一方で、夜間は営業していないものの「夜間に販売できる体制をとっている」と回答した割合も27.0%存在する（図3-56～図3-57）。

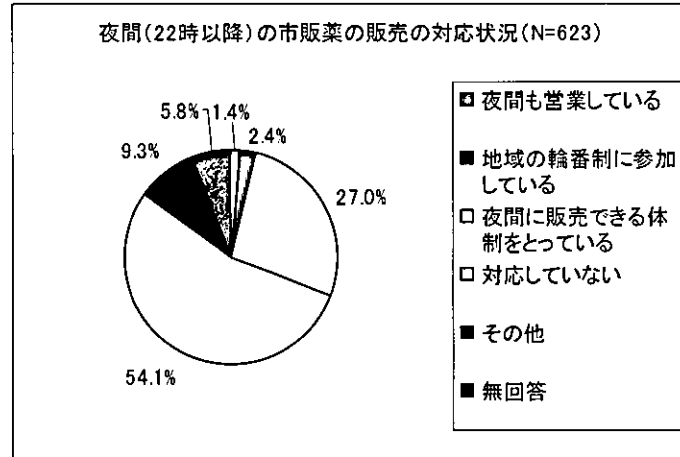


図 3-56 夜間 22 時以降の市販約販売の対応状況

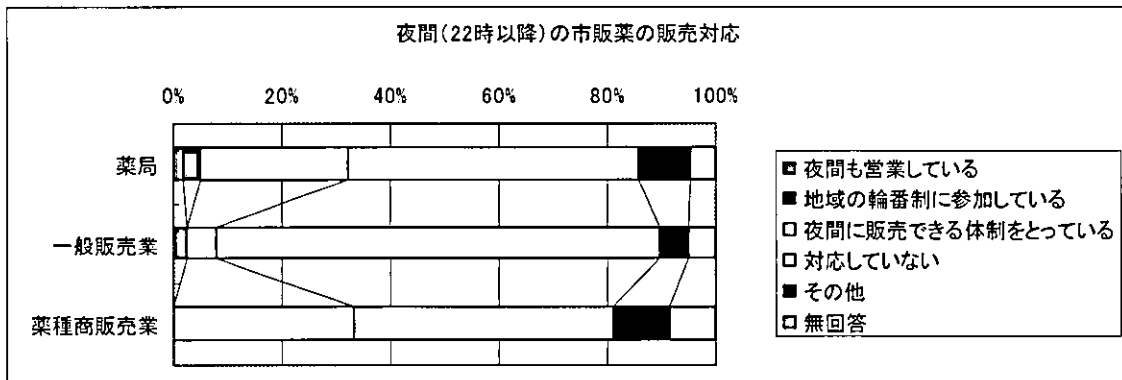


図 3-57 店舗種類別夜間 22 時以降の市販約販売の対応状況

### 3.3. 薬局・一般販売業・薬種商販売業実地調査

#### 3.3.1 調査の目的

郵送方式によるアンケート調査では、実際に医薬品の販売している現場を確認できないことから、陳列の状況や薬剤師の配置などに関しては、建前で回答している可能性も想定される。このため、アンケート調査結果を補足する目的で、実際に医薬品を販売している店舗を訪問し現地でアンケートと同様の調査項目についてヒアリングを行うこととした。

#### 3.3.2 調査の対象と実施方法

薬局薬店名鑑（薬事日報社）の最新版（東日本：2001年、西日本：2000年）を元に、訪問の効率を勘案し鉄道の沿線ごとに対象地域を設定し、周辺に相当数の対象店舗がある駅を選び出して、駅から徒歩圏内にある店舗を全て抽出した（このため、対象店舗はある程度繁華な場所に限定されており、対象店舗の種類別の構成も、全体の構成比率とは異なる）。

抽出した443件の対象店舗に対し、往復はがきで協力の可否について問合せを行い、対応可の回答があったものについて、電話で日時を調整して訪問を行った。実際の訪問は担当者2名で（ヒアリングと記録担当）で行った。

対象地域と選定した店舗数、実際の訪問件数は表3-2のとおりである。

表 3-2 実地調査の依頼件数と訪問実施件数

地域	対象駅	依頼状発送件数				訪問実施件数			
		薬局	一般販売業	薬種商販売業	合計	薬局	一般販売業	薬種商販売業	合計
東京（中央線沿線）	八王子、立川、国分寺、三鷹	99	36	15	150	4	1	2	7
神奈川（東海道線沿線）	川崎、横浜、鶴見、東戸塚、戸塚、藤沢	92	52	4	148	7	1	1	9
群馬県（両毛線沿線）	高崎、伊勢崎、桐生	41	6	10	57	4	0	0	4
大阪府北部	江坂、庄内、高槻、茨木	51	31	6	88	0	2	1	3
合計		283	125	35	443	15	4	4	23

3.3.3 実地調査の結果

(1) 回答店舗と回答者の状況

地域別の回答店舗数の内訳は東京と神奈川の件数が多く、大阪を含め大都市圏が 23 件中 20 件（約 87%）を占める（図 3-58）。

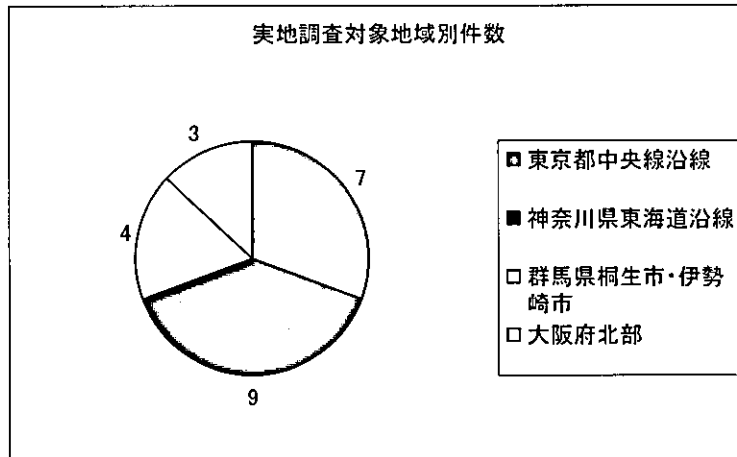


図 3-58 実地調査対象地域別件数

店舗の種類（図 3-59）、回答者（図 3-60）はアンケート結果の内訳と大きな差異はないサンプルが得られた。

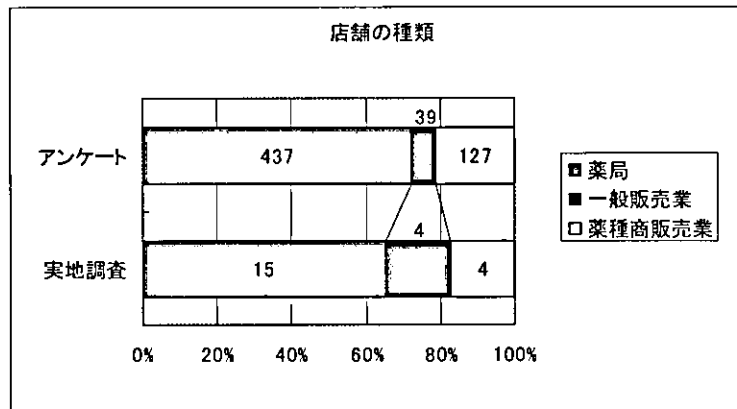


図 3-59 店舗の種類

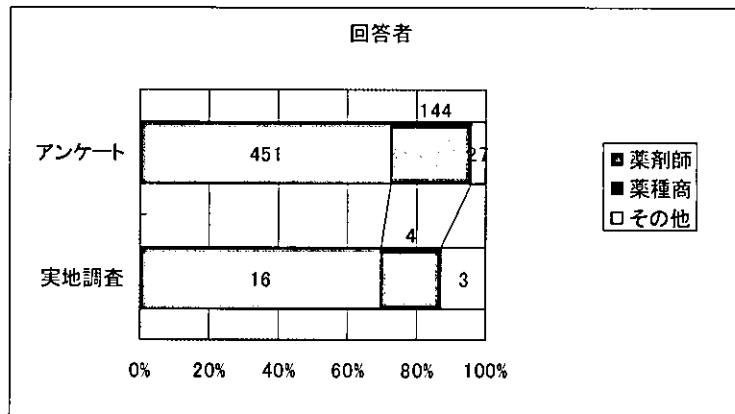


図 3-60 回答者

(2) アンケート回答と実地調査の結果比較

医薬品の陳列方法、医薬部外品の陳列方法、薬剤師（または薬種商）の区別方法、薬剤師（または薬種商）の配置時間割合、説明を行うケースについて、アンケートの結果と実地調査でのヒアリング結果の比較グラフ（それぞれ無回答を除く）を図 3-61から図 3-65に示す。

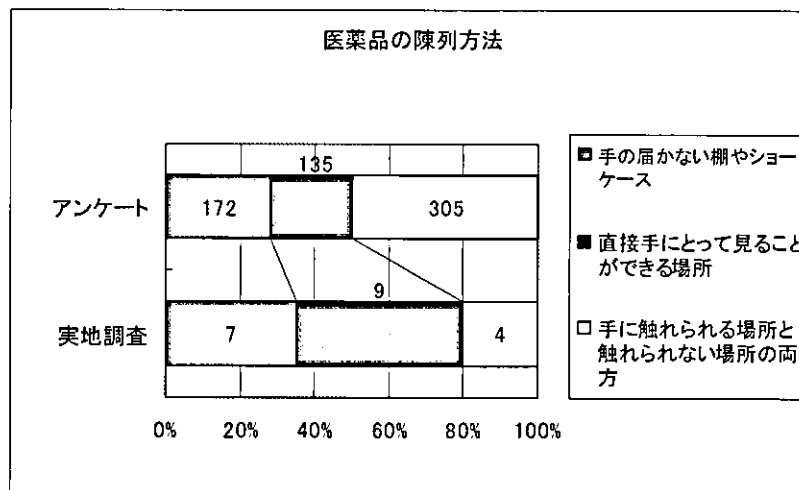


図 3-61 医薬品の陳列方法

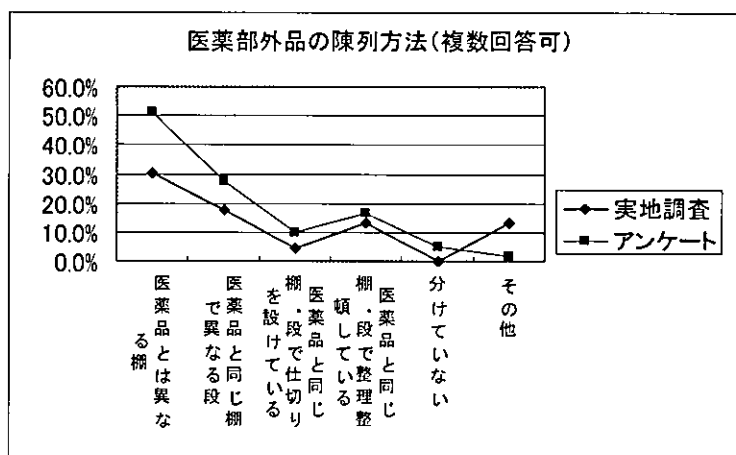


図 3-62 医薬部外品の陳列方法

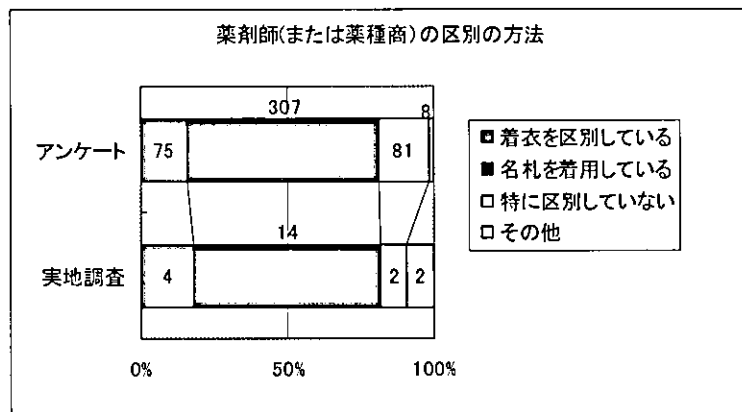


図 3-63 薬剤師 (または薬種商) の区別の方法

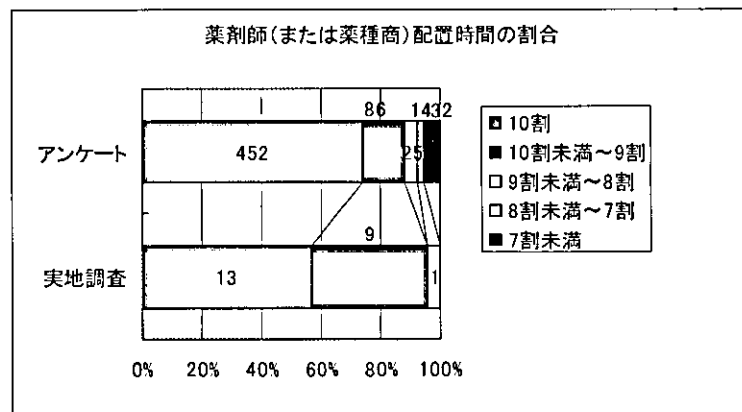


図 3-64 薬剤師 (または薬種商) の配置時間割合

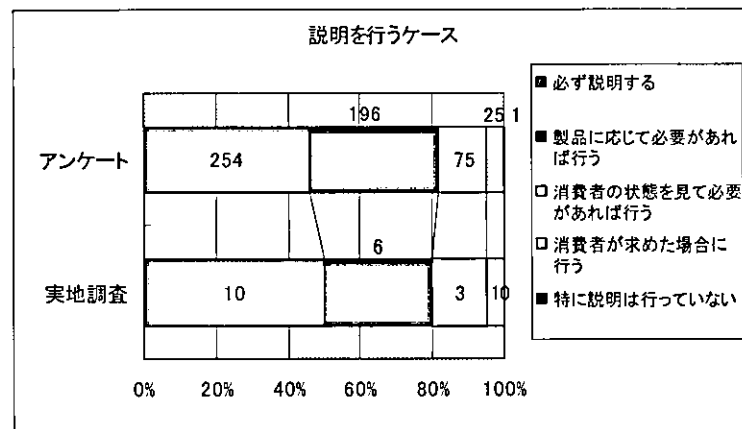


図 3-65 説明を行うケース

薬剤師（または薬種商）の区別の方法、説明を行うケースについては、アンケート結果と比較的近い結果が得られたのに対し、医薬品の陳列方法、医薬部外品の陳列方法、薬剤師（または薬種商）の配置時間割合については、やや結果に違いが見られ、アンケート調査のほうが、直接手にとって見ることができる場所に陳列しているとする比率が低く、また、薬剤師（または薬種商）の配置時間が長い。

実地調査での医薬品、医薬部外品の陳列方法に関しては、実際に店舗での陳列状況を確認しながらヒアリングを行っているため、少なくとも対象店舗の実態を表しているものである。

アンケートではやや建前での回答が含まれていた可能性も想定される。

薬剤師（または薬種商）の配置時間については、不在の時間については、必ず携帯電話で連絡可能にしているとする補足説明をした店舗が2件あった。アンケートでは、こうした代替的方法で専門家が対応する時間がある程度含めて配置時間として回答している可能性も想定される。

3.4. 配置販売業アンケートの集計結果

3.4.1 営業状況等

(1) 所在地域

中部からの回答が32.8%と最も多い(図 3-66)。

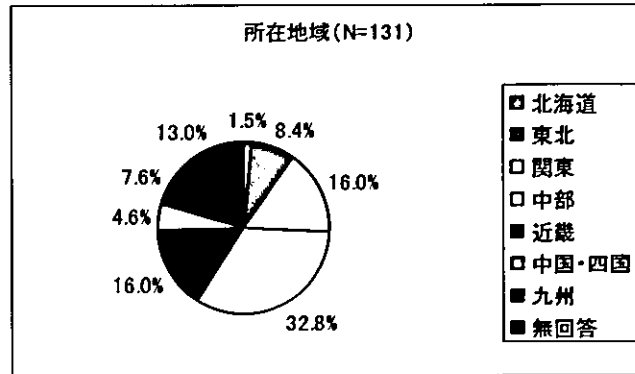


図 3-66 販売業者の所在地域

(2) 販売規模

一月あたり配置販売品目売上(代金回収)額は「50~99万円」の層が25.2%と最も多いが、「500万円以上」も13.0%存在する(図 3-67)。一月あたり医薬部外品売上高は「1~49万円」が42.7%で最も多い(図 3-67)。その他の製品の売上高は「1~49万円」が19.8%と最も多く、「0万円」も15.3%存在する(図 3-68)。

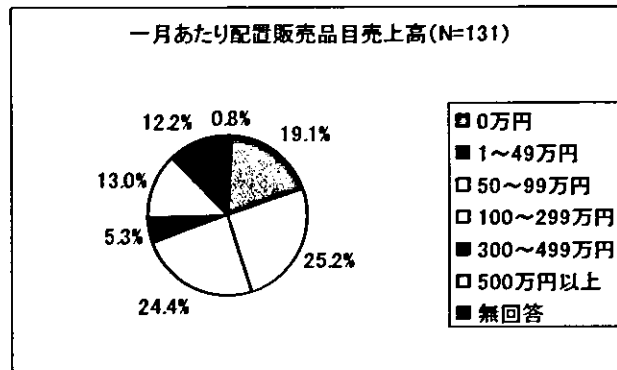


図 3-67 一月あたり配置販売品目売上高



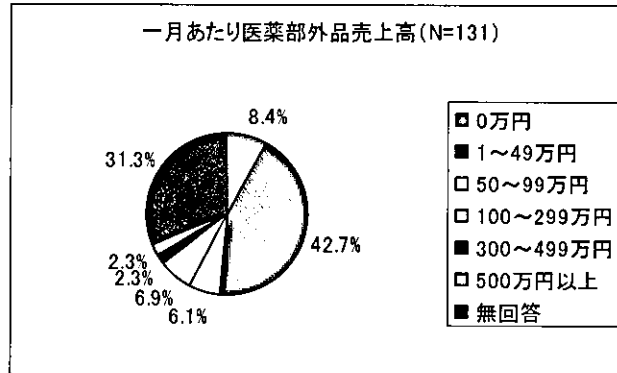


図 3-68 一月あたり医薬部外品売上高

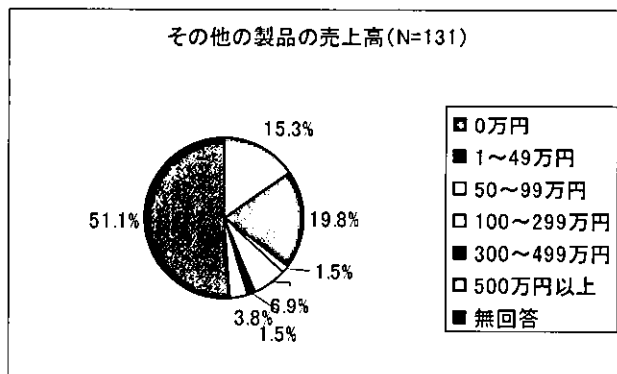


図 3-69 一月あたりその他製品売上高

(3) 許可を受けている都道府県数

「1県」が37%で最も多いが「5県以上」も5%存在する(図 3-70)。

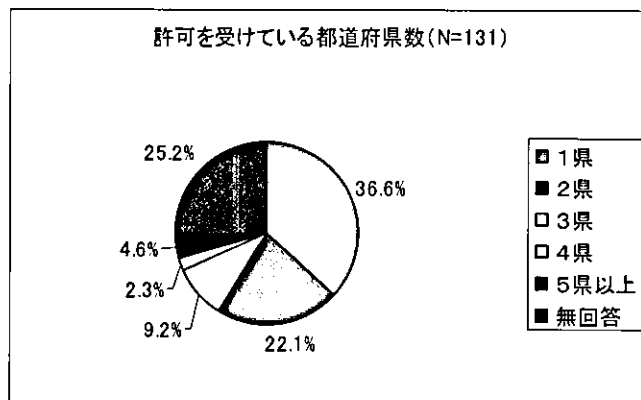


図 3-70 許可を受けている都道府県

(4) 顧客数(配置先の家庭の数)

顧客数は「1000~4999」が28.2%で最も多い(図 3-71)。平均的な訪問頻度は「年に2回程度」が最も多く45.9%、次いで「年に3回程度」が19.1%となっている(図 3-72)。

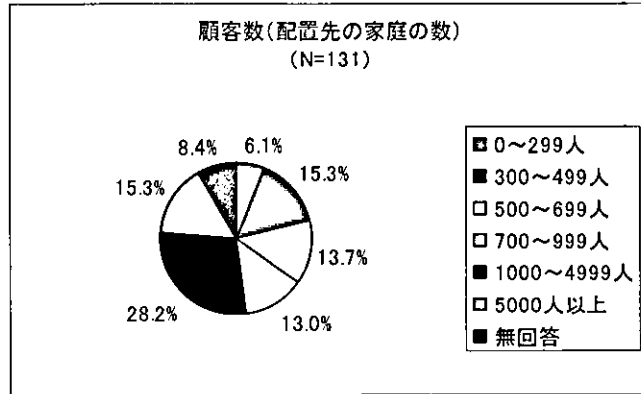


図 3-71 配置先顧客数

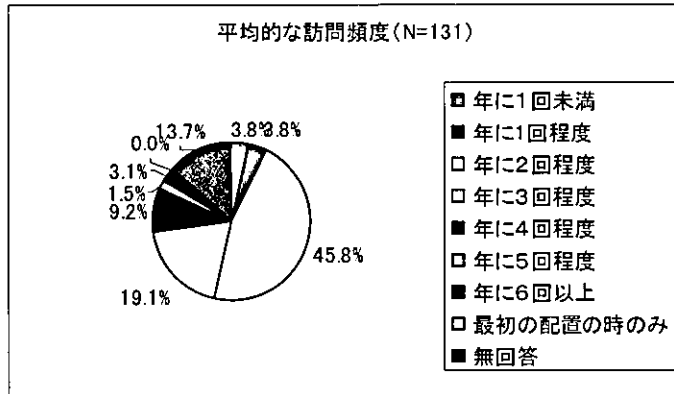


図 3-72 平均訪問頻度

(5) 取り扱い品目の種類と数

取り扱い品目は「配置販売品目」の他に「医薬部外品」、「サプリメント・健康食品等」を扱っている回答者がそれぞれ 61.8%、58.8%と多く、化粧品などは少ない(図 3-73)。配置販売品目の取り扱い品目数は「10~29 品目」から「100 品目以上」までの間に幅広く分布している(図 3-74)。医薬部外品の取り扱い品目数は「10~29 品目」が 48.1%で最も多い(図 3-75)。

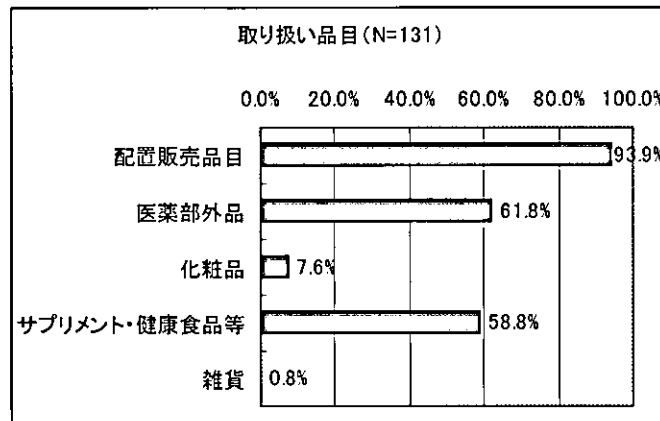


図 3-73 取り扱い品目

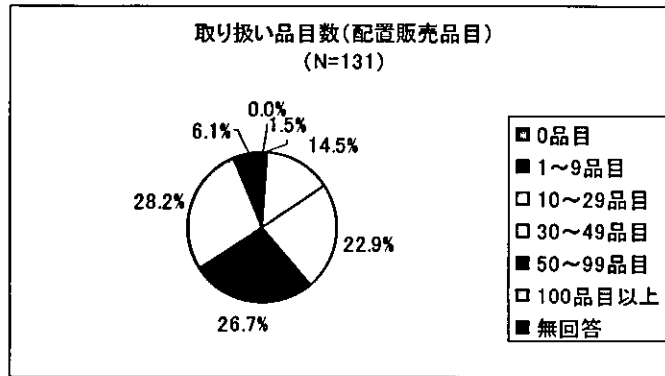


図 3-74 取り扱い品目数(配置販売品目)

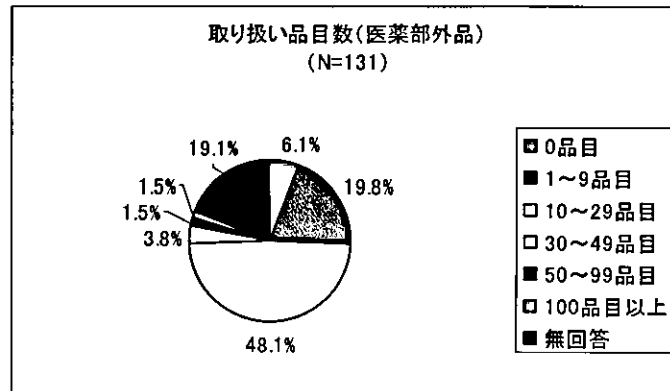


図 3-75 取り扱い品目数(医薬部外品)

3.4.2 回答者自身について

(1) 回答者の位置付け

「配置薬販売業者」が84.0%で最も多いが「その他」も9.9%存在する（図 3-76）。

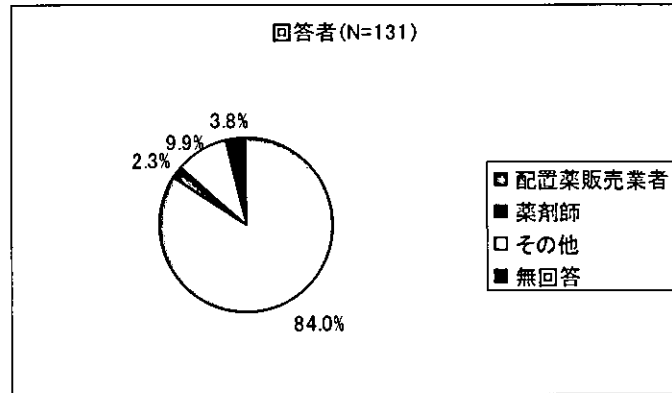


図 3-76 回答者の位置付け

(2) 医薬品販売における経験年数

薬局での経験年数は無回答が非常に多く、経験があるのはわずかである（図 3-77）。薬局以外の店舗販売の経験も同様に無回答が多数を占める（図 3-78）。配置薬販売業での経験は30年以上が全体の3分の2を占め、50年以上も3分の1見られる（図 3-79）。

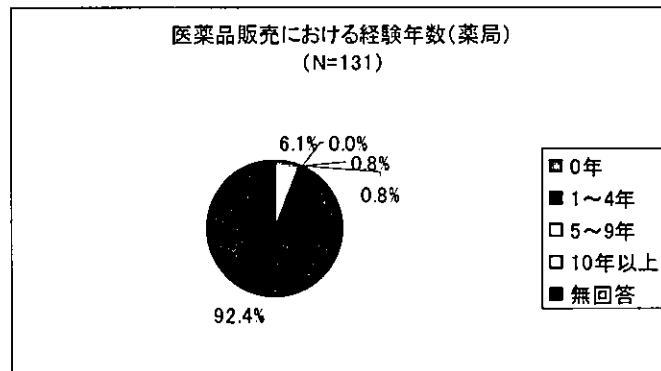


図 3-77 医薬品販売の経験年数（薬局）

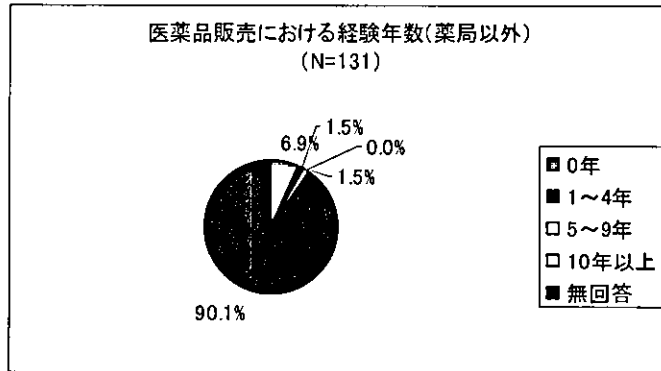


図 3-78 医薬品販売の経験年数 (薬局以外)

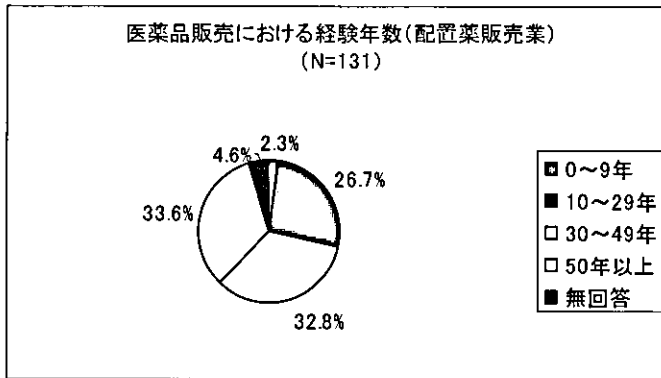


図 3-79 医薬品販売の経験年数 (配置販売業)

### 3.4.3 配置従事者の状況

#### (1) 配置従事者数

無回答を除くと「1名」という回答が最も多い(図 3-80)。

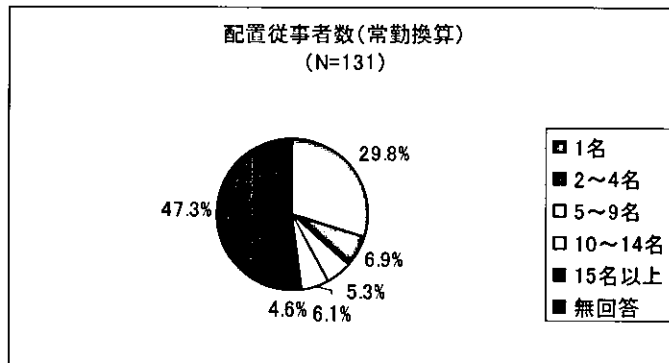


図 3-80 配置従事者数

(2) 配置従業者の身分証明書について

身分証明書を消費者にわかるようにさせているのは35.9%であった(図 3-81)。

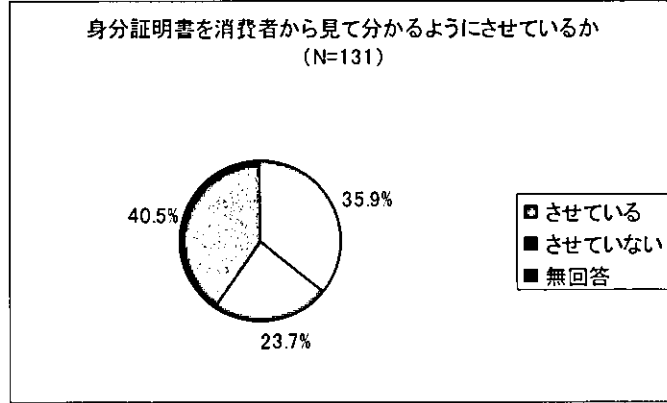


図 3-81 身分証明書を消費者から見て分かるようにしている比率

(3) 配置従業者の教育方法

配置従事者に対する教育方法(自由回答)の回答件数は56件(回答数の43%)であった。

3.4.4 情報提供・相談の状況

(1) 訪問時における医薬品の説明状況

「必ず説明する」が30.5%と最も多い(図 3-82)。販売業の種類別に見ると(薬局・一般販売業・薬種商販売業については再掲)配置薬販売業者の場合、「製品に応じて必要があれば行う」割合が19.1%と他に比べて低い(図 3-83)。

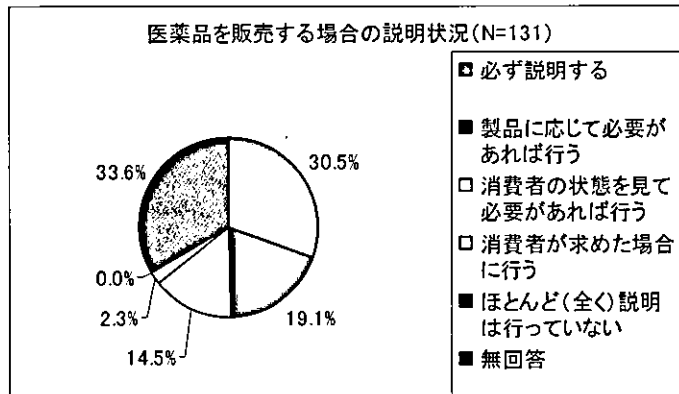


図 3-82 消費者への説明の状況

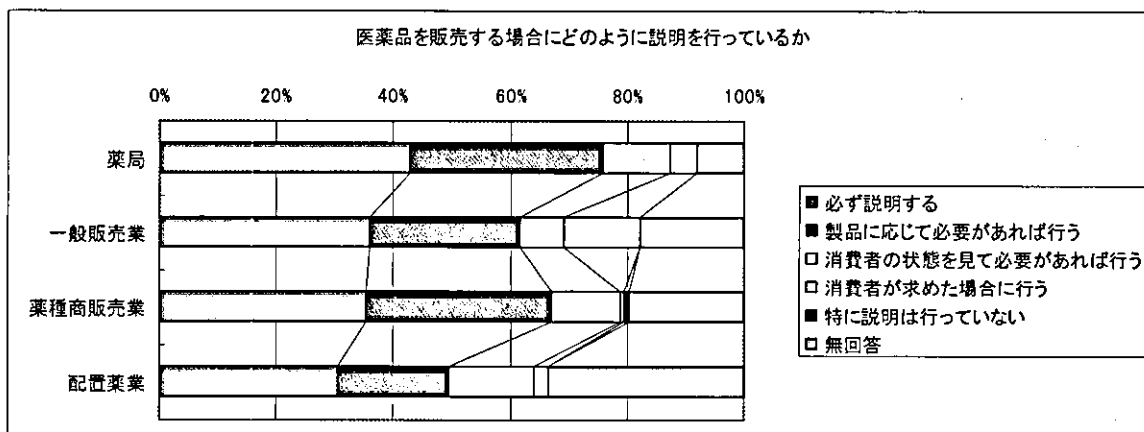


図 3-83 販売業の種類別消費者への説明状況

(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(全家庭に占める説明を行う家庭の割合)が5割以上8割未満とする回答が36.2%で最も多い(図3-84)。

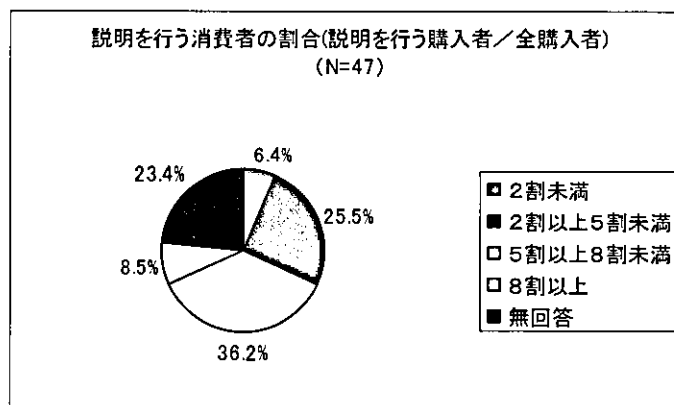


図 3-84 消費者への説明割合

(3) 説明の内容

消費者への説明の内容は効能・効果や用法・用量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1/4~1/2販売業者で行われている(図3-85)。

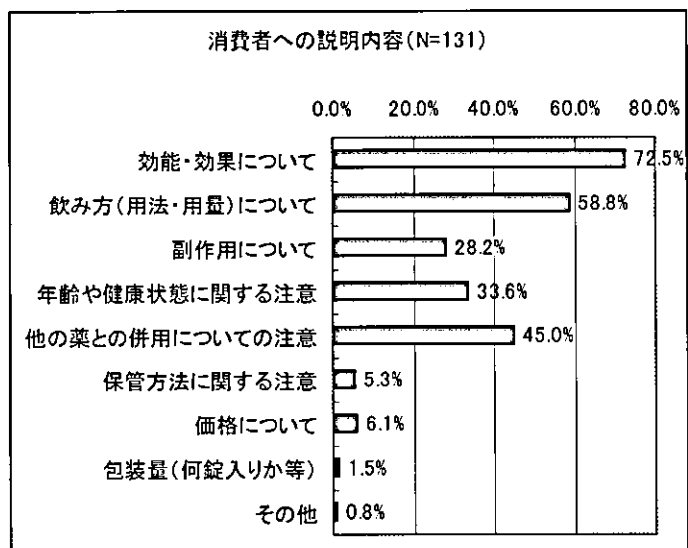


図 3-85 消費者への説明の内容

(4) 記録の作成

84.7%の配置薬販売業者は配置先家庭の消費者の服薬履歴や健康状態について何らかの記録を作成しており、そのうち全ての家庭について行っているのは 24.4%である(図 3-86)。

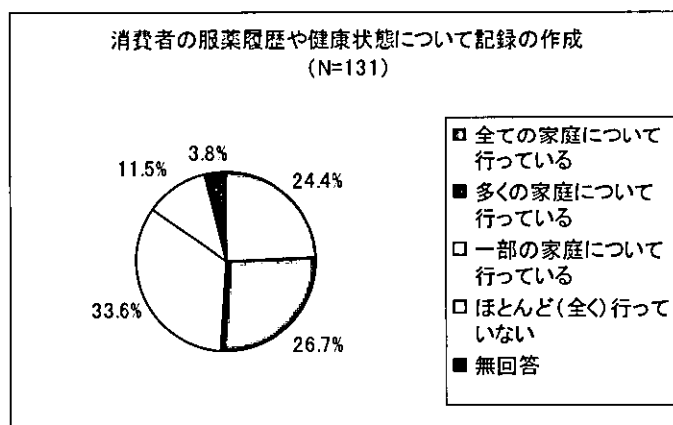


図 3-86 消費者の服薬履歴や健康状態についての記録作成状況



(5) 事後の消費者からの相談頻度

配置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41.2%と多く、  
ついで「月1件～5件」が35.9%を占める（図3-87）。

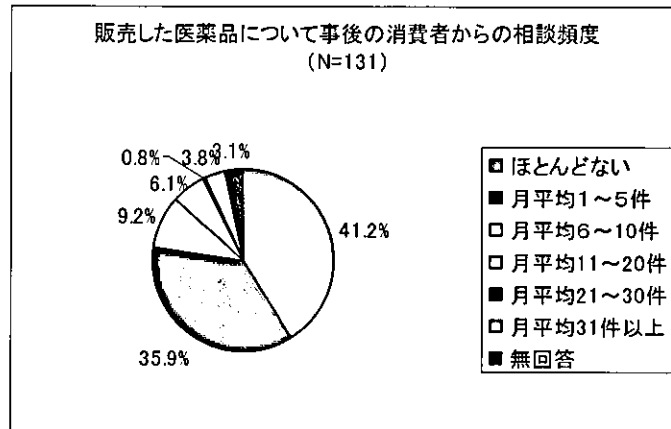


図3-87 販売した医薬品についての消費者からの相談頻度

(6) 事後の消費者からの相談内容

配置した医薬品について事後の消費者からの相談は「配置薬の効き具合について」が40.5%と最も多く、ついで薬の併用（38.9%）や使用上の注意（32.8%）、副作用について（26.7%）などの相談も多い（図3-88）。販売業の種類別に見ると（薬局・一般販売業・薬種商販売業については再掲）、「他の薬との併用について」の割合が38.9%と他に比べて低い（図3-89）。

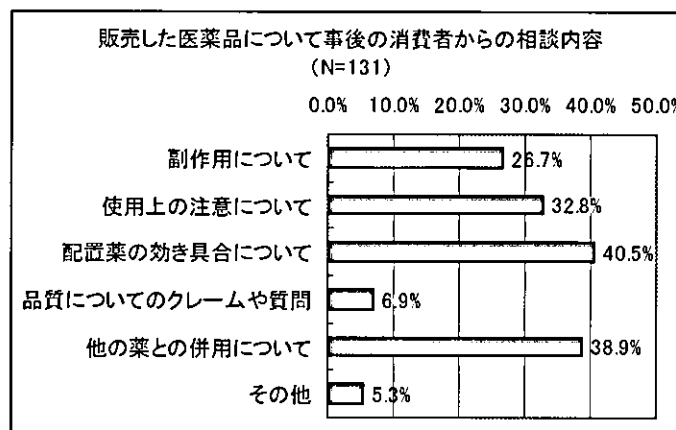


図3-88 販売した医薬品についての消費者からの相談内容

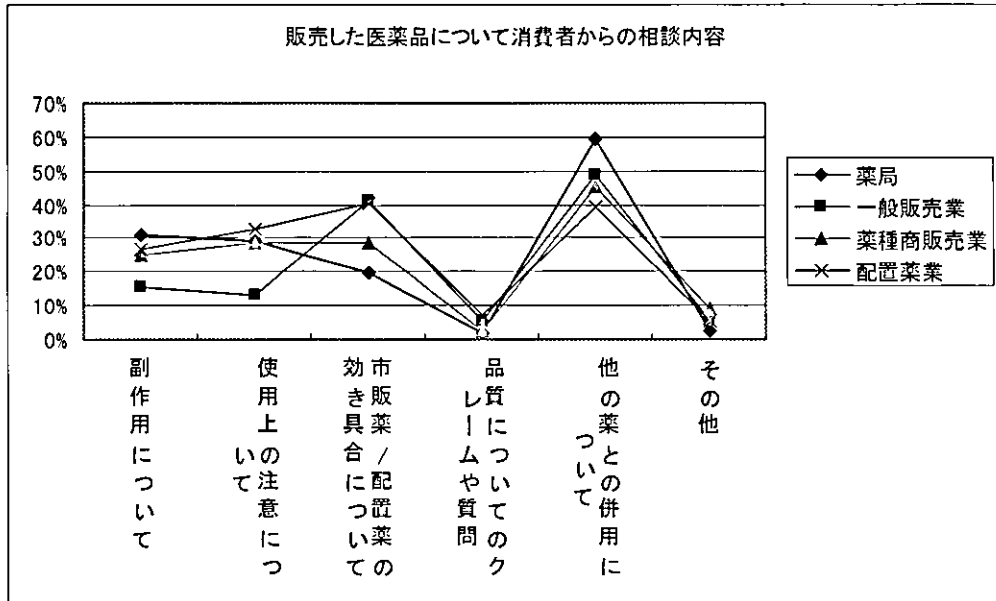


図 3-89 販売業の種類別販売した医薬品についての消費者からの相談内容

(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32.8%と最も多く、次いで「製品に応じて必要があれば行う」が22.9%となっている（図 3-90）。販売業の種類別では（薬局・一般販売業・薬種商販売業については再掲）大きな差は見られない（図 3-91）。

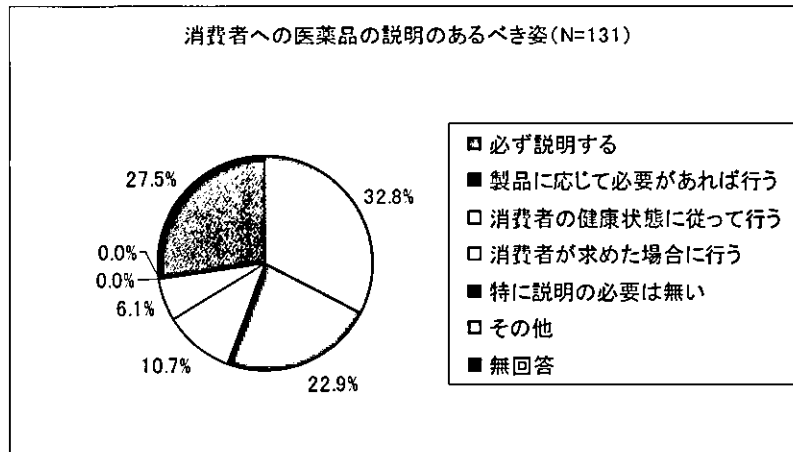


図 3-90 消費者への医薬品の説明の在り方

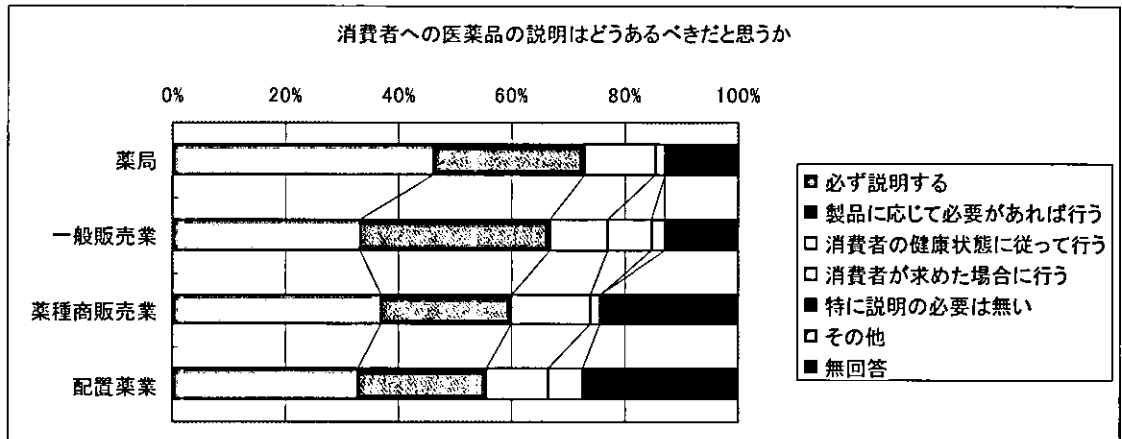


図 3-91 販売業の種類別消費者への医薬品の説明の在り方

(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」を選択した回答者の中では、総合感冒薬や解熱鎮痛剤で説明が必要とする回答がそれぞれ回答者の 83.3%、73.3%と多い (図 3-92)。

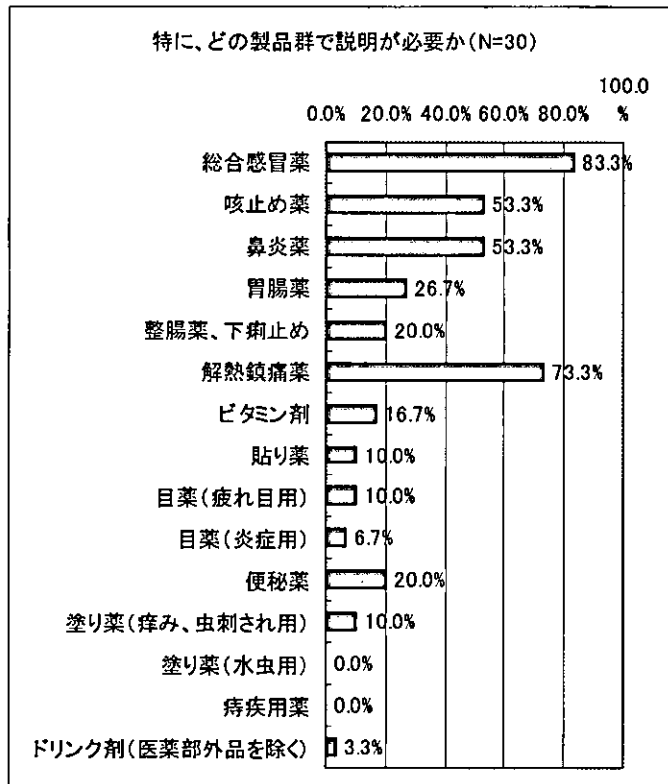


図 3-92 説明を必要とする医薬品

3.4.5 配置員の指導監督の状況

(1) 配置販売業者による配置従事者の監督方法

「配置販売業者が定期的に販売方法などを指導」が 49 件、37.4%と最も多く、その場合の頻度は業者ごとにばらつきが大きい (図 3-93～図 3-94)。

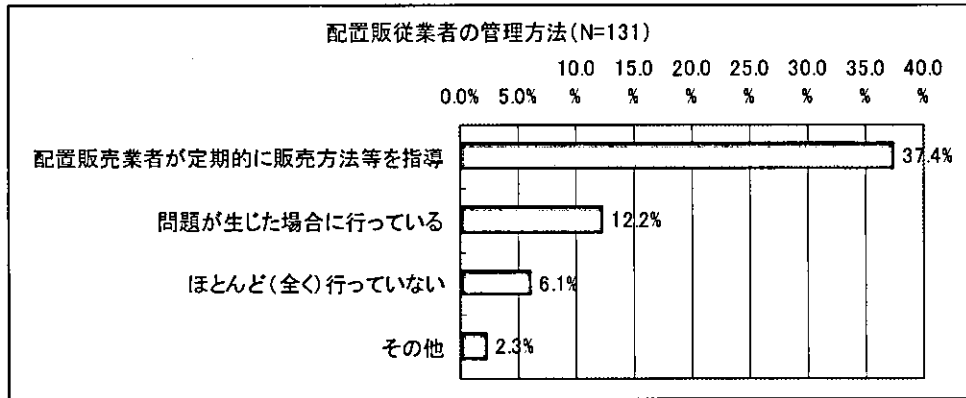


図 3-93 配置販売業者による配置従事者の監督の状況

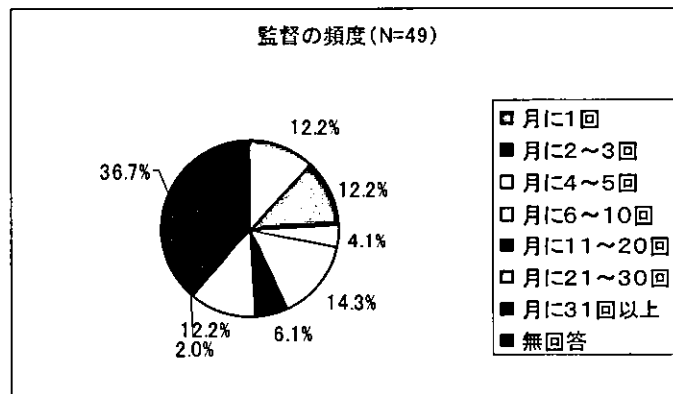


図 3-94 配置販売業者による配置従事者の監督の頻度