

問4 薬の副作用について、患者さんはどのような意識をお持ちだと思いますか。

これまでの医薬品販売などの経験を踏まえて、次のA～Gそれぞれにつき、あなたのお考えに最も近い番号に○をお付けください。

		そう思う	そう思えばどちらかと	どちらかとそう思わない	そう思わない
A	患者さんは、副作用が出るのは特異体質の人だけで自分は大丈夫だと思っている	①	②	③	④
B	患者さんは、人によって又は病気の状況によって副作用は出ると思っている	①	②	③	④
C	患者さんは、たくさんの種類や量の薬を飲むと副作用は出ると思っている	①	②	③	④
D	患者さんは、薬はその病気にだけ作用する訳ではないので、ある程度の副作用は仕方ないと思っている	①	②	③	④
E	患者さんは、重篤な病気に使う薬の場合は、ある程度の副作用は仕方ないと思っている	①	②	③	④
F	患者さんは、病気を治すためなら、ある程度の副作用は仕方ないと思っている	①	②	③	④
G	患者さんは、副作用はあってはならないと思っている	①	②	③	④

問5 一般用医薬品のインターネットなどによる販売について、次のA～Jそれぞれにつき、あなたのお考えに最も近い番号に○をお付けください。

		そう思う	そう思えばどちらかと	どちらかとそう思わない	そう思わない
A	購入者の状態（顔色などの身体状況）がわからないため、適切な医薬品を選択する機会が失われ、安全性や有効性が確保できない	①	②	③	④
B	医薬品の安易な購入や、大量購入による中毒などの危険性が増す	①	②	③	④
C	医療機関への受診が必要な際も、薬剤師など専門家から購入者へのアドバイスの機会がなくなってしまう	①	②	③	④
D	副作用や飲み合わせなどについて疑問があった際に相談できない	①	②	③	④
E	結果として、違法ドラッグや偽薬（にせ薬）が広まるなどのリスクが高くなる	①	②	③	④
F	医薬品を購入する利便性が高まる一方、危険も伴うが、自己責任であり認めても問題ない	①	②	③	④
G	お店での対面販売と同様に、適切な医薬品の選択や安全性を確保できる	①	②	③	④
H	離島やへき地などでの利便性が高まる	①	②	③	④
I	足が不自由などの理由で、買い物に行けない方々の利便性が高まる	①	②	③	④
J	販売履歴のデータ収集・蓄積が容易なので、適切な販売を行うための仕組みとして有用である	①	②	③	④

問6 一般用医薬品のインターネットなどによる販売に関して、ご意見がありましたら、ご自由にご記入ください。

問7 一般用医薬品をインターネットなどにより販売する場合、リスクの度合いにより、どんな方法で説明をすると安全であると思いますか。  
次のA～Cそれぞれにつき、あなたのお考えに最も近い番号に○をお付けください。

	リスクの分類	説明方法	安全と考える	概ね安全と考える	やや危険がある	危険である
A	リスクが高い医薬品	直接対面し説明	①	②	③	④
		テレビ電話で説明	①	②	③	④
		電話で説明	①	②	③	④
		インターネットの記載	①	②	③	④
B	リスクが中程度の医薬品	直接対面し説明	①	②	③	④
		テレビ電話で説明	①	②	③	④
		電話で説明	①	②	③	④
		インターネットの記載	①	②	③	④
C	リスクが低い医薬品	直接対面し説明	①	②	③	④
		テレビ電話で説明	①	②	③	④
		電話で説明	①	②	③	④
		インターネットの記載	①	②	③	④

問8 それでは、初回は対面で販売し、継続利用で症状の安定している患者さんに対してインターネットなどにより販売する場合はどうですか。  
次のA～Cそれぞれにつき、あなたのお考えに最も近い番号に○をお付けください。

	リスクの分類	説明方法	安全と考える	概ね安全と考える	やや危険がある	危険である
A	初回は対面で販売したリスクが高い医薬品	直接対面し説明	①	②	③	④
		テレビ電話で説明	①	②	③	④
		電話で説明	①	②	③	④
		インターネットの記載	①	②	③	④
B	初回は対面で販売したリスクが中程度の医薬品	直接対面し説明	①	②	③	④
		テレビ電話で説明	①	②	③	④
		電話で説明	①	②	③	④
		インターネットの記載	①	②	③	④
C	初回は対面で販売したリスクが低い医薬品	直接対面し説明	①	②	③	④
		テレビ電話で説明	①	②	③	④
		電話で説明	①	②	③	④
		インターネットの記載	①	②	③	④

問9 あなたは、一般用医薬品をインターネットなどにより販売を行いたいと思いますか。

- ① 販売したいと思う
- ② 場合によっては販売したいと思う
- ③ あまり販売したくない
- ④ 販売したいとは思わない
- ⑤ 何とも言えない・わからない

<ご協力ありがとうございました>

厚生労働科学研究費補助金（医薬品・医療機器等レギュラトリーサイエンス総合研究事業）  
分担研究報告書

郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査

研究分担者 延原 弘章 埼玉県立大学教授

**研究要旨** 一般用医薬品の郵便等販売についての必要性和郵便等販売を認める場合の条件の検討を行うための基礎資料を提供することを目的として、鹿児島県において郵便等販売を行っている薬局等 14 店を通じて、その顧客 82 人を対象とした郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査を行った。その結果、多くの者は電話による漢方薬の購入者であり、近隣の薬局等では入手困難であるために郵便等販売を利用して。ただし、一般的な物品のインターネット等を用いた通信販売とは異なり、多くの場合、薬局等と購入者の間には面識があり、電話でのやり取りも行われているなど、ある程度の信頼関係が構築されている様子が見受けられた。ただし、本調査の回答者は、わが国における一般用医薬品の郵便等販売の利用者一般を代表するものではないことに留意する必要がある。

A. 研究目的

「薬事法の一部を改正する法律」（以下「改正薬事法」）が平成 21 年 6 月に施行された。これにより、薬局開設者および店舗販売業者（以下、薬局等）によるインターネットを含む郵便等販売は、ビタミン剤など比較的低リスクの低い第 3 類医薬品を除き原則として禁止された。これに対して、インターネット販売業者や漢方薬・伝統薬業者などからは、当該規制に反対する意見が出されたが、全国消費者団体連絡会など消費者団体や薬害被害団体などは、安全性の観点から第 3 類医薬品を含めた全面禁止を求めている。

このように、一般用医薬品（以下、医薬品）の郵便等販売については様々な議論はあるものの、肝心の医薬品の購入者のニーズや実態、特に郵便等販売利用者の状況は十分に明らかとなっていないとは言い難い状況である。そこで本研究では、医薬品の郵便等販売についての必要性和郵便等販売を認める場合の条件の検討を行うための基礎資料を提供することを目的として、郵便等販

利用者の意識と実態等に関する調査を行った。

B. 研究方法

調査を企画した平成 24 年度時点において、郵便等販売は第 3 類医薬品を除き原則として禁止されており、第 2 類医薬品および薬局製造販売医薬品については、経過措置として薬局等の存在しない離島の居住者と継続使用者に対して認められているだけである。そのため、調査は郵便等販売等を実施している薬局等を通じて、その顧客に行うこととした。

具体的には、鹿児島県において郵便等販売を行っている薬局等 24 店舗に対して調査協力を依頼し、同意の得られた 14 店舗を通じて、第 2 類医薬品または薬局製造販売医薬品を郵便等販売により購入している者のうち、各店舗が調査協力可能と回答した 82 人を対象に調査を実施した。

主な調査項目は、店舗における医薬品購入の状況、郵便等販売による医薬品購入の実態、郵便等販売を利用する理由、副作用の状況および対処の方法、医薬品に関する情報の入手方法、郵便等販

売利用の満足度等である。

#### (倫理面への配慮)

調査対象者には調査目的、調査への協力は任意であること、調査に協力しないことによる不利益はないこと、調査は無記名で行うため個人情報収集しないこと、調査結果は統計処理するため調査結果から個人が特定されることはないこと等を文書により説明した。また、個人情報保護のため、調査票の発送は薬局等に依頼し、対象者の住所、氏名等の個人情報の収集はしなかった。

なお、本研究にあたって、埼玉県立大学倫理委員会の承認を受けた。

### C. 研究結果

#### (1) 回収数および回収率

調査対象者 82 人のうち 63 人から回答があり、回収率は 76.8%であった。

#### (2) 回答者の基本属性

回答者の性別は女性が約 7 割で (表 1)、年齢分布はやや高めに偏っており、60 歳以上で半数を超えていた (表 2)。また、3 分の 2 程度の者が日常的に医薬品を服用していたが、無回答の者もかなりみられた (表 3)。

なお、各薬局等には調査票の発送時に、対象者が購入している医薬品の種類 (薬局製造販売医薬品と第 2 類医薬品) と購入資格 (継続利用者と離島居住者) について、あらかじめ調査票に記入してもらったが、回答者の多くは第 2 類医薬品の購入者であり (表 4)、継続利用者として購入していた (表 5)。

#### (3) 医薬品以外の郵便等販売の利用状況

過去 1 年間において、医薬品で言うところの郵便等販売、すなわち通信販売により医薬品以外の物品を購入したことのある者は、回答者のおよそ 6 割であった (表 6)。利用した経験のある通信販売の方法としては、雑誌・カタログとインターネットによるものが多く、ともに半数近くに及んだ (表 7)。購入した物品は衣料品が最も多く、半数の者が挙げていたが、他にも様々な物品が挙げ

られており、通信販売の利用品目は広範囲に及んでいた (表 8)。

#### (4) 近隣の薬局等の状況

回答者の大部分は、住居の近隣に薬局等があると回答していた (表 9)。

#### (5) 郵便等販売を行っている薬局等の状況

回答者が郵便等販売により医薬品を購入している、本調査の依頼を行った薬局等 (以下、この薬局等) についての質問を行った。

この薬局等の認知経路としては、家族・親族や友人・知人が多く見られ、身近な人からの紹介が大部分を占めていたが、実際の店舗をたまたま見かけたという回答も 2 割近くみられた (表 10)。

また、この薬局までの往復にかかる時間は 2 時間以上が最も多く、1 時間以上 2 時間未満と合わせると、回答者の 3 分の 2 程度で、実際に店舗まで行くことは困難な状況がみられた (表 12)。一方、実際に店舗へは 9 割以上の者が行った経験があった (表 12)。

#### (6) 店舗における医薬品の購入状況

この薬局等に限らない過去 1 年以内の実際の店舗における医薬品の購入経験については、9 割近くがあると回答していた (表 13)。

また、初めて購入する医薬品については、必ず店舗まで行くものが 3 分の 1 であり、行くことの方が多くと回答したもので含めるとほとんどの場合が店頭まで行くという結果であった。(表 14)。

必ず店舗に行くと回答した者以外の者について、店舗まで行かずに購入する場合の医薬品に関する情報の確認手段をたずねたところ、その薬局等に問い合わせをするという者がおよそ 7 割であった (表 15)。

#### (7) 医薬品に関する問い合わせ

この薬局等で購入した医薬品について、店舗を訪問することなく、電話やメールでの問い合わせをした経験のある者は 9 割近くに上り (表 16)、その問い合わせのほとんどは電話によるものであった (表 17)。また、それらの問い合わせに対

しては、すべて当日中または翌日までに回答があり（表 18）、回答者の大部分は薬剤師または登録販売員であったが、問い合わせた側が回答者の資格について意識していな場合も若干みられた（表 19）。

#### （8）郵便等販売による医薬品の購入状況

この薬局等で購入している医薬品として最も多かったのが、薬局で自分用に調剤してもらう漢方の内服薬や外用薬で、次いでビタミン剤、その他の市販されている漢方薬が挙げられており、漢方薬を挙げるものがかなりみられた（表 20）。

また、郵便等販売を利用する理由としては、お店までの交通の便が悪い・近隣にお店がない、ほしい薬が近隣のお店で売っていない、身体・健康上の理由でお店まで行けないなど、実際の店舗まで出向くことが困難であることを理由に挙げる者が多くみられた（表 21）。

この薬局等に対する注文方法としては、大部分が電話であり（表 22）、ほぼ毎月のように購入している者がおよそ半数であった（表 23）。

#### （9）副作用等の状況

郵便等販売で購入した医薬品による副作用等を含む体調への影響（以下、副作用等）の経験のあるものは 1 人だけで（表 24）、その時はその医薬品を購入した薬局等に電話で相談をしていた。

副作用等の経験のない者については、副作用等の起こった場合を仮定して、相談先や相談方法をたずねたところ、購入した薬局等を挙げる者がおよそ 8 割（表 25）で、電話で相談する者が 9 割近くに上った（表 26）。

#### （10）郵便等販売の利用意向

この薬局等から医薬品を郵便等販売により購入していることについては、大部分の者が満足しており、不満を持っているものはみられなかった（表 27）。しかし、この薬局等が近隣にあった場合は店舗で購入するつもりである者が半数以上おり（表 28）、その大部分は専門家に症状を相談して購入したいと考えていた（表 29）。

一方、この薬局等の店舗が近隣にあっても郵便

等販売を利用すると回答している者も約 3 割みられ、その理由として最も多かったのは身体・健康上の理由であったが、忙しくてお店まで行けないやお店まで行くのがめんどうを挙げる者もかなりみられた（表 30）。

## D. 考察

### （1）調査対象地域および対象者

本調査の実施に際し、第 2 類医薬品および薬局製造販売医薬品の購入に郵便等販売を利用してある程度存在し、離島利用者についても調査できることを念頭において、鹿児島県を対象とすることとした。

鹿児島県の保有する資料等から、500 名程度の郵便等販売利用者への調査が可能であると想定されたが、実際に薬局等の協力を得られたのは 82 人に過ぎず、回収率は比較的高かったものの、63 人の回答しか得ることができなかった。

また、本調査は郵便等販売利用者を無作為抽出したものではないため、結果にはかなりの偏りのあることが予想されるが、これまではインターネットによる医薬品の購入者や離島居住者についての調査しかないため、郵便等販売利用者全般についての調査としては、意義のあるものと言えよう。

### （2）郵便等販売の利用形態

本調査の回答者は、医薬品以外の物品についても通信販売を利用しており、衣料品を中心に様々なものを購入していた。しかし、医薬品の購入方法のほとんどが電話で且つ薬局と購入者の間に面識があるのに対して、一般的な物品では、インターネットの利用がかなりみられていた。店舗まで出向くことなく商品を購入するという同様の郵便等販売の購入形態であっても、医薬品と一般の物品では、購入者の意識がかなり異なるのではないかと推察された。

### （3）郵便等販売の利用状況

郵便等販売で購入している医薬品については、薬局で自分用に調剤してもらう漢方の内服薬や外用薬を挙げた回答が最も多くみられた。一方、

薬局等からの情報では、回答者の多くは第2類医薬品の購入者であり、本人との回答との間に相違がみられた。一般の購入者にとっては、市販の漢方薬と区別がついていない可能性が考えられるが、いずれにせよ郵便等販売によって購入されている医薬品としては、漢方薬が非常に大きな割合を占めていた。

本調査の回答者の一般的な特徴としては、近隣に薬局等はあるものの、近隣では入所困難な医薬品(主として漢方薬)を身近な人間から紹介され、たまに店舗まで出向くことはあるものの、通常は電話による注文で、定期的に購入していた。また、購入した医薬品について、気軽に電話を使って問い合わせをしているようであり、薬局等の側も概ね適切に対応し、特に目立った副作用もなく、回答者のほぼ満足している様子が見られた。ただし、半数程度の者は、店舗が近隣にあるのであれば直接行って、専門家に症状を相談しながら購入したいと考えていた。

一方、この薬局等が近隣にあっても郵便等販売を利用したいと回答したもののうち、身体・健康上の理由でお店まで行けないと回答しているものがかなりおり、このような立場の人たちへの配慮の必要性が感じられた。

郵便等販売と言っても、一般的な物品の通信販売とは異なり、薬局等と購入者との間には面識があり、日頃から電話でやり取りをするなどによりある程度の信頼関係もあるように思われ、大きなトラブルもないようであった。

ただし、本調査は調査協力の得られた鹿児島県内の薬局等を通じて行っているため、そもそも薬局等と購入者の間で、ある程度信頼関係の構築されている者に調査依頼が行われている可能性がある。また、回答者に漢方薬の購入者が多いが、協力薬局等の偏りを反映している可能性も考えられ、大手のインターネット通販の顧客に対して調査を行った場合は、かなり異なる結果が得られる可能性も考えられる。

また、医薬品による問題は、ごく一部の例外的

な出来事により重大な結果を生じる可能性がある点にも留意する必要がある。

## E. 結論

本調査においては、郵便等販売で購入されている医薬品の多くは漢方薬であり、郵便等販売と行っても、薬局等と購入者の間に面識がないわけではなく、日頃から電話でのやりとりもあり、一般的な物品のインターネットによる通信販売とは異なる関係が構築されている様子が見られた。また、郵便等販売による大きな問題もみられず、購入者はおおむね満足している様子が見られた。

ただし、本調査の回答者が、わが国における医薬品の郵便等販売の利用者を代表するものと考えすることは困難であることに留意する必要がある。

## F. 研究発表

### 1. 論文発表

なし

### 2. 学会発表

なし

## G. 知的財産権の出願・登録状況

なし

表1 回答者の性別

性別	人	%
男性	17	27.0
女性	45	71.4
無回答	1	1.6
合計	63	100.0

表2 回答者の年齢

年齢	人	%
20～29歳	2	3.2
30～39歳	7	11.1
40～49歳	9	14.3
50～59歳	12	19.0
60～69歳	16	25.4
70歳以上	17	27.0
合計	63	100.0

表3 日常的に服用している医薬品の有無(処方薬を含む)

常用医薬品	人	%
ある	41	65.1
ない	11	17.5
無回答	11	17.5
合計	63	100.0

表4 販売区分(1)

医薬品の種類	人	%
薬局製造販売医薬品	15	23.8
第2類医薬品	54	85.7
無回答	4	6.3
合計	63	100.0

(複数回答)

表5 販売区分(2)

購入資格	人	%
継続利用者	56	88.9
離島居住者	8	12.7
無回答	6	9.5
合計	63	100.0

(複数回答)



表6 過去1年間における医薬品以外の物の郵便等販売による購入経験

購入経験	人数	%
ある	40	63.5
ない	23	36.5
合計	63	100.0

表7 販売方法

販売方法	人数	%
雑誌・カタログ	19	47.5
インターネット	17	42.5
テレビ・ラジオ	10	25.0
その他	10	25.0
合計	40	100.0

(複数回答)

表8 購入品目

購入品目	人数	%
衣料品	20	50.0
健康関連商品(医薬品を除く)	12	30.0
インテリア・日用雑貨	11	27.5
スポーツ・アウトドア用品	10	25.0
家電	8	20.0
食料品	8	20.0
美容関連商品	8	20.0
CD・DVD	6	15.0
子ども・ベビー用品	5	12.5
本	5	12.5
パソコンおよび周辺機器	4	10.0
おもちゃ	2	5.0
その他	4	10.0
合計	40	100.0

(複数回答)

表9 近隣における薬局等の有無

近隣における薬局等	人数	%
ある	55	87.3
ない	8	12.7
合計	63	100.0

表10 購入先の認知方法

購入先の認知方法	人数	%
家族・親族から聞いた	25	39.7
友人・知人から聞いた	21	33.3
実際の店舗をたまたま見かけた	11	17.5
チラシ・ダイレクトメール等	1	1.6
その他	3	4.8
無回答	2	3.2
合計	63	100.0

表11 購入先までの時間(往復)

購入先までの時間(往復)	人数	%
30分未満	10	15.9
30分から1時間未満	12	19.0
1時間以上2時間未満	14	22.2
2時間以上	27	42.9
合計	63	100.0

表12 購入先店舗の訪問経験

購入先店舗の訪問経験	人数	%
行ったことがある	59	93.7
行ったことはない	3	4.8
無回答	1	1.6
合計	63	100.0

表13 過去1年以内の店舗における医薬品購入経験

過去1年以内の店舗における医薬品購入経験	人数	%
購入したことがある	55	87.3
購入したことがない	8	12.7
合計	63	100.0

表14 初めて購入する医薬品の購入方法

店舗への訪問	人数	%
必ず行く	21	33.3
行くことの方が多い	32	50.8
行かないことの方が多い	9	14.3
行かない	1	1.6
合計	63	100.0

表15 店舗で購入しないときの医薬品情報の確認手段

確認手段	人数	%
このお店に問い合わせる	30	71.4
身近な人に聞く	6	14.3
本やインターネットで調べる	3	7.1
特に確認しない	2	4.8
医薬品メーカーに問い合わせる	0	0.0
その他	1	2.4
合計	42	100.0

表16 郵便等販売で購入した医薬品についての問い合わせ経験

問い合わせ経験	人数	%
ある	55	87.3
ない	8	12.7
合計	63	100.0

表17 郵便等販売で購入した医薬品についての問い合わせ方法

問い合わせ方法	人数	%
電話	54	98.2
電子メール(パソコンや携帯メール)	1	1.8
FAX	0	0.0
その他	0	0.0
合計	55	100.0

表18 問い合わせに対する回答までの期間

回答までの期間	人数	%
すぐに(当日～翌日)に回答があった	55	100.0
数日後に回答があった	0	0.0
1週間ほどで回答があった	0	0.0
しばらくたってから回答があった	0	0.0
回答がなかった	0	0.0
合計	55	100.0

表19 問い合わせの回答者

回答者	人数	%
薬剤師または登録販売者だった	52	94.5
自分から意識して確認しなかったのによく分からない	5	9.1
はっきり名乗らない、または、明示されていなかったのだから分からない	1	1.8
専門家でない従業員であった	0	0.0
合計	55	100.0

(複数回答)

表20 郵便等販売で購入経験のある医薬品

医薬品	人数	%
薬局で自分用に調合してもらった漢方の内服薬や外用薬	40	63.5
ビタミン剤	18	28.6
その他市販されている漢方薬	14	22.2
かぜ薬	11	17.5
しっしん・肌荒れの薬	7	11.1
胃腸薬	6	9.5
貼り薬(湿布等)	6	9.5
目薬	4	6.3
アレルギー薬(鼻炎等)	4	6.3
薬局が独自に調合して販売している医薬品(漢方薬以外)	4	6.3
解熱・痛み止め	3	4.8
咳止め	2	3.2
育毛剤	2	3.2
痔の薬	2	3.2
消毒薬	1	1.6
みずむしの薬	1	1.6
その他	3	4.8
無回答	2	3.2
合計	63	100.0

(複数回答)

表21 郵便等販売を利用する理由

理由	人	%
お店までの交通の便が悪い・近隣にお店がない	33	52.4
欲しい薬が近隣のお店で売っていない	27	42.9
身体・健康上の理由でお店まで行けない	19	30.2
忙しくてお店まで行けない	14	22.2
お店まで行くのがめんどろ	10	15.9
重いものでも届けてもらえる	10	15.9
人に直接会わずに買える	6	9.5
価格が安い	2	3.2
その他	4	6.3
無回答	2	3.2
合計	63	100.0

(複数回答)

表22 郵便等販売を利用する際の注文方法

注文方法	人数	%
電話	57	90.5
インターネット等(パソコンまたは携帯電話)	2	3.2
FAX	1	1.6
はがきや注文用紙等の書面を送付	0	0.0
友人や家族に頼んで店舗に行ってもらい郵送	0	0.0
その他	0	0.0
無回答	3	4.8
合計	63	100.0

表23 郵便等販売による医薬品購入頻度

購入頻度	人数	%
ほぼ毎月	32	50.8
3か月に1回程度	21	33.3
半年に1回程度	6	9.5
1回だけ	0	0.0
過去1年間には購入していない	0	0.0
無回答	4	6.3
合計	63	100.0

表24 郵便等販売で購入した医薬品による副作用経験

副作用経験	人数	%
ある	1	1.6
ない	61	96.8
無回答	1	1.6
合計	63	100.0

表25 副作用が生じたときの相談先

相談先	人数	%
購入したお店	50	82.0
病院・診療所等	13	21.3
身近な人	2	3.3
身近な薬局	0	0.0
医薬品メーカー	0	0.0
特に何もしない	0	0.0
その他	1	1.6
無回答	2	3.3
合計	61	100.0

(複数回答)

表26 副作用が生じたときの相談方法

相談方法	人数	%
電話	53	86.9
直接行く	9	14.8
インターネット等(パソコンまたは携帯電話)	1	1.6
FAX	0	0.0
はがき等の書面を送付	0	0.0
特に何もしない	0	0.0
その他	0	0.0
無回答	2	3.3
計	61	100.0

(複数回答)

表27 郵便等販売利用の満足度

満足度	人数	%
満足	54	85.7
どちらかといえば満足	6	9.5
どちらかといえば不満	0	0.0
本当は購入したくない	0	0.0
無回答	3	4.8
合計	63	100.0

表28 購入先が近くにあったときの郵便等販売の利用

郵便等販売の利用	人数	%
お店に行って購入する	35	55.6
インターネット・電話等による販売を利用する	21	33.3
購入する医薬品によって決める	5	7.9
その他	2	3.2
合計	63	100.0

表29 店舗が近くなら店舗で購入する理由

理由	人数	%
専門家に症状を相談して購入したい	29	82.9
安心感がある	3	8.6
実物を見て購入できるのがよい	1	2.9
インターネット・電話等による販売では不安がある	0	0.0
インターネット・電話等による販売では郵送代が掛かる	0	0.0
その他	2	5.7
無回答	0	0.0
合計	35	100.0

(複数回答)

表30 店舗が近くでも郵便等販売を利用する理由

理由	人数	%
身体・健康上の理由でお店まで行けない	9	42.9
忙しくてお店まで行けない	9	42.9
お店まで行くのがめんどろ	7	33.3
人に直接会わずに買える	2	9.5
重いものでも届けてもらえる	2	9.5
価格が安い	2	9.5
その他	0	0.0
合計	21	100.0

(複数回答)



厚生労働科学研究費補助金（医薬品・医療機器等レギュラトリーサイエンス総合研究事業）  
分担研究報告書

郵便等販売方法別の情報提供の効果に関する研究（パイロット調査）

研究分担者 中村好一 自治医科大学地域医療学センター公衆衛生学部門 教授

研究分担者 坪井 聡 自治医科大学地域医療学センター公衆衛生学部門 助教

**研究要旨** 店頭販売とインターネット販売における消費者の医薬品に対する理解度を比較する本格調査（次年度）を前に予備調査を実施した。その結果、問題点などが明らかになり、本格調査実施への基礎資料を得ることができた。

#### A. 研究目的

平成 21 年 6 月に改正薬事法が全面施行され、これにより厚生労働省令でインターネットを含む郵便等販売は、ビタミン剤など比較的低リスクの第 3 類医薬品を除き原則として禁止された。これに対して、インターネット販売業者などからは、当該規制に反対する意見が出され、その一方で、全国消費者団体連絡会や薬害被害者団体などからは、安全性の観点からインターネットによる医薬品の販売の禁止が求められている。そのような中、最高裁判所は、平成 25 年 1 月 11 日付で、厚生労働省令で第 1 類・第 2 類医薬品の郵便等販売を一律に禁止していることは薬事法の委任の範囲内と認めることはできないと判断を下した。これを受けて、厚生労働省では、安全の確保された郵便等販売のためのルールを議論するための一般用医薬品のインターネット販売等の新たなルールに関する検討会を設置し、議論が行われてきている。

これまで、郵便等販売に係る調査としては、例えば、「一般医薬品販売制度定着状況調査」、「適正使用情報提供状況確認事業 - 一般用医薬品の適正使用情報入手状況等調査 - （株式会社三菱総合研究所・2011 年）」などが行われてきた。また、平成 24 年度からは、「一般用医薬品の安全な販売

制度体制の確保に関する研究」として、郵便等販売に対する一般用医薬品購入者と薬剤師の意識調査と、経過措置の利用実態調査が行われてきており、郵便等販売に関する実態やニーズ等の調査が行われている。

しかしながら、郵便等販売の安全性については、一般用医薬品の副作用発生頻度や、その購入の履歴の把握が困難であることなどから、それらを直接的に評価する研究の実施は、困難であり、これまでに行われていない。そこで、本研究では、安全性確保のために必要な医薬品情報の理解度に注目し、一般用医薬品の販売方法別の情報提供の効果等を調べることを目的とした。本研究で明らかにしようとしている消費者が購入する一般医薬品に関する理解度、情報提供の効果については、その調査の方法によっては、対象者への説明の仕方によって、バイアスが大きく混入することが予想される。そのために、平成 24 年度においては、25 年度に本格的な調査を行うための予備的な調査を行い、できる限りバイアスの排除された調査方法の検討のための基礎資料とすることを目的とした。

## B. 研究方法

本調査は、医薬品の販売方法別に使用上の注意等に関する購入者の理解度を明らかにするための調査を平成 25 年早期に開始してその結論を得るため、調査に参加してもらう者の条件、調査項目、調査方法を明らかにするための予備調査と位置付け、得られた結果を基に、平成 25 年度の調査計画を策定する。

具体的には、医薬品購入者が、薬局における対面による購入と郵便等による購入のそれぞれのケースにおいて、その医薬品に関する情報（効能、用法、副作用等）がどの程度理解されているのかについて、少人数の者に実際に医薬品を購入させ、その状況を把握する。また購入を連続することで、医薬品に関する情報の理解の変化を確認するため、約 1 か月の間隔を置いて、同一人物に同様の

購入を再度、行わせた。

### (1) 被験者の構成

被験者は 12 名、そのうち第 1 類医薬品（ロキソニン S、ガスター10）については 8 名、第 2 類医薬品（風邪薬）については 4 名に、各々、薬局における対面による購入とインターネットを利用した購入の 2 グループに分けた。被験者には、本調査が販売方法別の理解度を調査することは知らせずに通常の市場調査として説明し、実際にそれぞれの方法で医薬品を購入させ、購入後の理解度調査を行った。購入した医薬品については、被験者から回収し、廃棄処分した。

なお、第 1 類医薬品の購入者については、被験者の年齢構成が均一になるように、可能な限り配慮した。

合計 【12 名】	第 1 類【8 名】	第 2 類【4 名】
	ロキソニン S、ガスター10	風邪薬
対面購入 【6 名】	<b>【4 名】</b> ①20 代・女（ガスター10） ②30 代・女（ロキソニン S） ③50 代・男（ガスター10） ④50 代・男（ロキソニン S）	<b>【2 名】</b> ⑤30 代・男 ⑥30 代・女
インターネット購入 【6 名】	<b>【4 名】</b> ①20 代・女（ガスター10） ②30 代・男（ロキソニン S） ③40 代・女（ロキソニン S） ④50 代・女（ガスター10）	<b>【2 名】</b> ⑤20 代・女 ⑥30 代・女

### (2) 対面による購入

被験者は第 1 類医薬品（ガスター10 が 2 名、ロキソニン S が 2 名）は 4 名、第 2 類医薬品（風邪薬）は 2 名の計 6 名とし、実際に店舗（薬局）に行き、購入させた。さらに約 1 か月間の間隔を空けたうえで、全員に同一の薬局で同一の方法で再度、購入させた。

調査を行った店舗は、大規模にチェーン展開している店舗 2 店（各 1 名、購入）、小規模な個人経営の薬局 2 店（各 2 名、購入）を対象とした。

#### ① 1 回目の購入

第 1 類医薬品、第 2 類医薬品ともに購入する医薬品を指定して調査を行った。ガスター10 とロキソニン S は当方で指定、風邪薬は当方が作成した風邪薬の製品リストの中から購入者が予め任意で選択したうえで、調査を行った。

#### ② 2 回目の購入

第 1 類医薬品については 1 回目と同様の購入方法とした。

第 2 類医薬品については「自分が使用する薬を

購入する」ことを念頭に、購入する風邪薬の選択 ③想定シナリオ

を被験者に委ねることとした。

医薬品購入時における想定問答を以下のとお

何れも「初めての購入」を前提として調査を行 ーり作成した。

った。

	風邪薬(2類)	風邪薬(2類)	鎮痛(1類)	胃痛(1類)
(販売可能)	薬剤師	薬剤師	薬剤師	薬剤師
	登録販売者	登録販売者		
有効成分 服用方法	アセトアミノフェン入	イブプロフェン入 15歳以上		頓服
対象となる商品名	パブロンSゴールド (微粒、錠)	パブロンエース AX 錠	ロキソニン S	ガスター10
	新ルル A ゴールド DX (細粒、錠)	ルルアタック EX		
		エスタックイブフ アイン		
(想定質問)				
注文方法	被験者が任意に選 択可 (自由に選ぶ、 薬剤師の勧めに従 う)	被験者が任意に選 択可 (自由に選ぶ、 薬剤師の勧めに従 う)	ロキソニンを下さ い (指名買い)	ガスター10 を下さ い (指名買い)
訴える症状	昨日から 37 度くら いの熱がある 頭痛もする (のどが痛い) (鼻水が出る) (鼻づまり)	昨日から 37 度くら いの熱がある 頭痛もする (のどが痛い) (鼻水が出る) (鼻づまり)	腰痛が激しい 生理痛が激しい 歯痛が激しい (頭痛が激しい = 片頭痛ではない)	胃痛が激しい  ※飲みすぎ、食べ すぎではない
使用者について (年 齢の確認)	家族が使います (成 人、または子ども)	家族が使います (成 人)	家族が使います (成 人)	家族が使います (成 人)
家族全員で使用す るか	家族全員で使えた ほうが良い	自分だけ効けば良 い	-----	-----
過去の使用歴	初めてです	初めてです	初めてです	初めてです
当該医薬品の選択 理由	例:CM で良く見る。 ×以前にも使った	例:CM で良く見る。 ×以前にも使った	例:CM で良く見る。 強い薬が欲しい。× 以前にも使った	例:CM で良く見る。 強い薬が欲しい。× 以前にも使った
他に服用中の薬の 有無	使っていません(他 の風邪薬との併用 不可)	使っていません(他 の風邪薬との併用 不可)	使っていません(他 の鎮痛薬との併用 不可)	使っていません (他の胃腸薬との併 用不可)
血圧、心臓、アレルギー の薬は使用してい ますか	----- (杉花粉は可)	----- (杉花粉は可)	使用していない (杉花粉は可)	使用していない (杉花粉は可)
妊娠について	していない	していない	していない	していない
他の薬を勧められ た場合	可能な限り断る	可能な限り断る	可能な限り断る	可能な限り断る

### (3) ネットによる購入

被験者は6名で、そのうち第1類医薬品（ガスター10が2名、ロキソニンSが2名）は4名、第2類医薬品（風邪薬）は2名として、インターネット経由で購入してもらった。さらに約1か月間の間隔を空けたうえで、全員に同一の製品を、当方が指定する方法でインターネット上の店舗から購入させた。

#### ① 1回目の購入

第1類医薬品、第2類医薬品ともに購入する医薬品を指定して調査を行った。ガスター10とロキソニンSは当方で指定、風邪薬は当方が作成した風邪薬の製品リストの中から購入者が予め任意で選択したうえで、調査を行った。

購入するインターネット上の店舗は、1名（第1類医薬品・ガスター10）がA店からの購入、残る5名はB店からの購入とした。A店はホームページの購入手続きにおける確認項目が少ない店舗、B店は確認項目が多い店舗である。

#### ② 2回目の購入

第1類医薬品については、ロキソニンSはB店（購入時確認項目が多い店舗）以外で被験者がインターネット上の店舗を探したうえで購入させることとし、ガスター10は1回目と同様の店舗（購入時確認項目が多い店舗、または少ない店舗）で購入させることとした。

第2類医薬品は、1回目と同様の購入方法とした。

#### (4) インタビュー項目

購入後の被験者へのインタビュー項目は以下の通りとした。なお、同一の被験者が2回にわたり医薬品を購入することから、本調査が購入する医薬品の情報（効能、用法、副作用等）に関する理解度調査であると認識されないようにするために、質問項目には購入時の店舗内の印象等、調査目的以外の項目に関する質問も盛り込んだ。