

表54 近隣で購入可能な場合に店で購入する理由(前問で「お店に行って購入する」と回答した者)

	購入あり		購入なし		計	
	人数	%	人数	%	人数	%
専門家に症状を相談して購入したい	13	81.3	14	82.4	27	81.8
安心感がある	7	43.8	13	76.5	20	60.6
実物を見て購入できるのがよい	3	18.8	9	52.9	12	36.4
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	3	17.6	3	9.1
インターネット・電話等による販売では郵送料が掛かる	2	12.5	0	0.0	2	6.1
その他	0	0.0	2	11.8	2	6.1
計	16	100.0	17	100.0	33	100.0

(複数回答)

表55 近隣で購入可能な場合でも郵便等販売で購入する理由
(前々問で「インターネット・電話等による販売を利用する」と回答した者)

	購入あり		購入なし		計	
	人数	%	人数	%	人数	%
身体・健康上の理由でお店まで行けない	6	31.6	2	66.7	8	36.4
忙しくてお店まで行けない	7	36.8	1	33.3	8	36.4
お店まで行くのがめんどろ	4	21.1	2	66.7	6	27.3
人に直接会わずに買える	2	10.5	0	0.0	2	9.1
重い物でも届けてもらえる	1	5.3	1	33.3	2	9.1
価格が安い	0	0.0	2	66.7	2	9.1
その他	0	0.0	0	0.0	0	0.0
無回答	2	10.5	0	0.0	2	9.1
計	19	100.0	3	100.0	22	100.0

$p=0.0175$

(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

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 講師

研究要旨 本研究は、対面方式とインターネット方式によるそれぞれの販売方法の特徴に応じて、一般用医薬品を適正に使用するための情報提供等のあり方について検討することを目的とした。調査協力者に、対面方式とインターネット方式のどちらかの方式で、第1類医薬品であるガスター10、ロキソニンSのいずれかを購入させた。その後、調査協力者に対して、予め定められた項目について個別に聞き取り調査を行った。本研究によって、対面方式とインターネット方式の双方による医薬品の販売方法について、その特徴と課題を提示することができた。

A. 研究目的

平成21年6月に改正薬事法が全面施行され、インターネットを含む郵便等販売は、厚生労働省令により原則として禁止された（第3類医薬品を除く）。この規制をめぐる、インターネット販売業者などからは規制に反対する意見が出され、また、消費者団体や薬害被害者団体などからはインターネットによる医薬品の販売を禁止する意見が出されている。このような背景のもと、最高裁判所により、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であるとは認められないという判決が下された（平成25年1月11日付）。この判決を受け、厚生労働省では、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、安全の確保された郵便等販売の

しくみを検討している。

これまで、郵便等販売に係る調査としては、「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、経過措置の利用実態調査、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購入履歴の把握が難しいことなどから、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。

本研究の目的は、対面販売とインターネ

ット販売とを比較しその優劣を評価することではなく、それぞれの販売方法の特徴に応じて、一般用医薬品を適正に使用するための情報提供等のあり方について検討することである。昨年度に行ったパイロット調査の結果を踏まえ、本研究では、情報提供回数による理解度よりも、対面販売やインターネット販売において求められる医薬品に関する情報提供方法による理解度について特に焦点をあて検討する。

B. 研究方法

調査協力者に、実際に店舗に行き医薬品を購入する方式（以下、対面方式とする）とインターネットで医薬品を購入する方式（以下、インターネット方式とする）のどちらかの方式で、第1類医薬品であるガスター10、ロキソニンSのいずれかを購入させた。その後、調査協力者に対して、予め定められた項目について個別に聞き取り調査を行い、回答を集計した。

対面方式：

調査地域を都市部と地方都市に大別し、都市部として東京都23区、地方都市として高知県高知市を選定し本調査を行った。いずれの都市においても日本薬剤師会から5店舗の薬局の推薦を受けた。調査協力者が医薬品を購入する際は、薬剤師に医薬品名を述べて購入するのではなく、予め設定したシナリオをもとに薬剤師へ症状を訴えて医薬品を購入させた。調査協力者が専門家の勧めに従い、予め指定された医薬品以外の医薬品（第2類医薬品、第3類医薬品）を購入した場合は、指定された医薬品を購

入したものとして集計した。

インターネット方式：

調査協力者が医薬品を購入する際は、予め設定したシナリオをもとに、指定された医薬品を購入させた。ネットモール内店舗型1社、単独ネット店舗型2社の計3社のウェブサイトを用いた。

調査協力者は、対面方式、インターネット方式ともに、20-30代の男女各5名、40-50代の男女各5名、60代以上の男女各5名の計30名とした。ただし、高知県の対面販売でのみ、20-30代の男女各6名の調査協力者が得られたため32名の協力を得た。これらの調査協力者は、民間の調査員派遣会社に調査パネルとして登録している者であった。この調査パネルに対して本研究の調査協力を依頼し、調査協力の意思がある者の中からガスター10とロキソニンSの服用歴のある者を除いた上で、希望する医薬品購入の方式（対面方式かインターネット方式か）を尋ね、それぞれの方式において必要な調査協力者数を確保した。

調査項目

昨年度実施したパイロット調査では、理解度として重要なのは、どういった場合に専門家にアクセスすべきであるか、どういった人の服用は控えるべきであるかなどの情報であり、聞き取り内容に工夫が求められることを示した。この考察を踏まえ、本調査では、対面方式、インターネット方式ともに、購入を検討する医薬品に関して以下の項目について説明の有無を調査した。

1. 当該医薬品の効能や効果について（説

明があった場合、当該医薬品の効能や効果について記憶の有無を確認した)

2. 当該医薬品を使用できない場合について

3. 当該医薬品を使用する際に、同時に服用(摂取)してはならない医薬品や健康食品について

4. 現在患っている疾病、既往、アレルギー歴についての確認

5. 当該医薬品を使用後、医療機関の受診が必要となる状況等についての説明

6. 当該医薬品の特性による具体的な注意事項についての説明

なお、インターネット方式で用いた全てのウェブサイトにおいて、上記6項目は記載があることを確認した。

C. 研究結果

調査協力者の基本的属性(居住地域、性、年齢分布)を表1に示す。対面方式とインターネット方式との間で、調査協力者の基本的属性に違いはみられなかった。対面方式で購入した医薬品別にこれらを見ると、ガスター10を購入した者には女、60歳以上の者が多く(それぞれ57%、37%)、ロキソニンSを購入した者には男、20-39歳の者が多かった(56%、38%)。インターネット方式で購入した医薬品別にこれら基本的属性をみると、ガスター10を購入したものには女、20-39歳の者が多く(67%、40%)、ロキソニンSを購入した者には男、40-59歳と60歳以上の者が多かった(67%、どちらの年齢層も37%)。なお、対面方式でガスター10を購入した者30人中6人、同じくロキソニンSを購入した者32人中3人が

指定された医薬品以外の医薬品を購入した。

医薬品の購入方式と基本的属性別に、当該医薬品の効能や効果について説明がなかった者の割合を表2に示す。対面方式では18%、インターネット方式では48%の者が効果や効能についての説明がなかったと回答した。また、対面方式では明らかな地域差はみられなかったが、インターネット方式では東京都で40%、高知県で57%の者が説明がなかったと回答した。性別では、対面方式、インターネット方式ともに男のほうがその割合が大きかった(それぞれ26%、57%)。年齢別では、対面方式では20-39歳(23%)、インターネット方式では40-59歳(60%)で割合が最も大きかった。

当該医薬品を使用できない場合について説明がなかった者の割合を表3に示す。対面方式では76%、インターネット方式では55%の者が使用できない場合についての説明がなかったと回答した。また、対面方式では東京都で90%、インターネット方式では高知県で63%の者が説明がなかったと回答した。また、明らかな性差はみられなかったが、対面方式では特に60歳以上の95%、インターネット方式では40-59歳と60歳以上の60%の者が説明がなかったと回答した。

同時に服用(摂取)できない物について説明がなかった者の割合を表4に示す。対面方式では50%、インターネット方式では80%の者がこの説明がなかったと回答した。また、対面方式では東京都で60%、インターネット方式では東京都と高知県ともに80%の者が説明がなかったと回答した。また、明らかな性差はみられなかったが、対面方式では特に60歳以上の75%、インターネット方式でも同様に60歳以上の90%

の者が説明がなかったと回答した。

現在の疾病や既往の把握がなされなかった者の割合を表 5 に示す。対面方式では 36%、インターネット方式では 63%の者がそのような話はなかったと回答した。また、対面方式では東京都で 43%がなかったと回答したが、インターネット方式では明らかな地域差はみられなかった。また、対面方式では女の 52%、インターネット方式では男の 73%がなかったと回答した。対面方式、インターネット方式のどちらも 60 歳以上でその割合が最も大きく、それぞれ 50%と 75%の者がなかったと回答した。

医療機関の受診が必要な場合について説明がなかった者の割合を表 6 に示す。対面方式では 53%、インターネット方式では 78%の者が受診が必要な場合についての説明がなかったと回答した。また、対面方式、インターネット方式のどちらも、東京都でその割合が大きく、それぞれ 67%と 83%の者が説明がなかったと回答した。また、明らかな性差はみられなかったが、対面方式、インターネット方式のどちらも 60 歳以上でその割合が最も大きく、それぞれ 60%と 85%の者が説明がなかったと回答した。

当該医薬品の特性による注意について説明がなかった者の割合を表 7 に示す。対面方式では 65%、インターネット方式では 68%の者が注意についての説明がなかったと回答した。また、対面方式では明らかな地域差はみられなかったが、インターネット方式では東京都の 73%の者が説明がなかったと回答した。さらに、対面方式では明らかな性差はみられなかったが、インターネット方式では、男の 73%が説明がなかったと回答した。対面方式では 20・39 歳の

77%が説明がなかったと回答したが、インターネット方式では 60 歳以上の 80%が説明がなかったと回答した。

それぞれの説明等を受けた者のうち、その内容を記憶していた者の割合を表 8 に示した。ほぼ全ての項目について、対面方式のほうがインターネット方式よりも説明された内容を記憶に留めていた。

D. 考察

本研究によって、調査協力者の人数は限られているものの、対面方式、インターネット方式双方による医薬品購入について、それぞれが持つ特徴とそれぞれに求められる情報提供の方法に関する示唆を得ることができた。

対面方式による医薬品の販売では、専門家が説明した内容について、購入者がその内容を理解し、記憶しているという傾向がみられた。また、併用時の注意など特記すべき事項の薬剤師による説明の強弱により理解度が高い傾向があり、さらに、薬剤師との会話によって、より適切な他の医薬品を進めるなどの臨機応変な対応が取られていることがわかった。これは、リスクの高い医薬品の販売において、非常に重要であり、今後、セルフメディケーションの推進に当たっては、薬剤師による適切な対応が求められる。特に、ガスター 10 について、患者からの状況の聞き取りにより、より適切な薬理作用が異なる医薬品を推薦しているなど、対面による効果が明らかとなった。

しかしながら、対面方式による医薬品の購入では、薬剤師から購入者に対して提供される情報は標準化されておらず、当該医薬品を使用できない場合、同時に服用（摂

取)できない物、医療機関の受診が必要な場合、当該医薬品の特性による注意についての説明がなかった者が半数以上みられた。これらの情報は、市販薬を用いて自らの健康を管理する上で欠くことのできない情報であり、特に重要なものと考えられる。一方で、当該医薬品の効能や効果についてはよく情報提供されていた。また、現在の疾病や既往の把握が比較的よくなされており、薬剤師と購入者間のコミュニケーションが重要な役割を果たしているものと思われる。ただし、薬剤師が購入者に対してそれらの情報を把握するかどうかには、地域差、性差、購入者の年齢による差がみられた。医薬品(特に、健康被害が生じるリスクの高い第1類医薬品)を購入する際には、医薬品の外箱等に記載のある効能・効果や用法・用量といった単純な情報だけではなく、飲み合わせなどの服用が適さない場合や医療機関の受診が必要となる場合、副作用発生時の対応等、より専門性の高い情報も重要であると考えられる。担当する薬剤師によって購入者に提供される情報に大きな差異が生じ得ることは、昨年度行ったパイロット調査においても指摘されていた。本研究では、上記の専門性の高い情報が購入者へ提供されていたのは約半数程度であり、パイロット調査と一貫した結果が得られた。また、担当する薬剤師のコミュニケーション能力によっては、購入者の状態把握が充分にはなされず、適切な医薬品の購入が促されないことも懸念される。以上のことから、対面方式による医薬品の販売においては、薬剤師によって提供される情報と、薬剤師による購入者の状態把握能力の標準化を図ることが課題としてあげられるものと

思われる。

インターネット方式による医薬品の購入では、本調査で調査協力者に対して記載の有無を確認した項目は全て同じ画面を確認し、かつ、記載があったにもかかわらず、協力者の間で説明があった・なかったと意見が分かれていた。このことから、販売者側が重要な情報をウェブサイト上に提供したとしても、購入者が提供されている情報を読み飛ばしてしまう傾向が強いことが伺われる。一方、提供される情報が標準化されているため、当該医薬品を使用できない場合については、購入者に対して対面方式よりも情報提供がなされていた。また、昨年度に行ったパイロット調査の結果ではあるが、情報の提供方法に工夫がみられず、単に添付文書情報をサイト上に掲示しただけではそのすべてを正確に購入者に読まれることは期待できないことが推測された。チェックリスト機能を活用することは、禁忌事項の確認などにおいて一定の効果が期待される工夫の1つであると思われるが、情報を詳細に提供すればするほどその情報量が増えてしまい、結果的に購入者が説明文を読み飛ばしてしまうことや、チェック項目を増やせば増やすほどその内容を読まずに機械的にチェックボックスをクリックすることが懸念される。これらのことを勘案し、チェックリストの項目を絞り、説明文を読まなければチェックできない手法を用いるなどの工夫をすることで、購入者に禁忌事項等の重要な情報をより確実に伝えることができるようになる可能性がある。現在、医薬品を販売するサイトでチェックリストを採用するなどの工夫を行っているところは多くなく、また、自社のサイトで

はチェックリストを採用していても、いわゆるインターネットモールに出店（掲載）しているサイトではチェックリスト機能が不十分になるなど、同一店舗でもサイトの入口が異なると情報の提供方法に差異が生じている場合がある。情報の提供方法によっては、上述のように、購入者が自身の健康管理上必要な情報を読み飛ばしてしまうことを助長してしまうことが懸念される。今後、購入者の読み飛ばしを防ぐ方法を関係者間で検討し、情報提供方法の標準化を推進する等の、インターネット方式による医薬品の適正販売のための検討が早急に求められる。特に健康被害が生じるリスクが高いと考えられる第1類医薬品については、情報の読み飛ばしはそのリスクを増大させる原因にもなり得るものであり、看過できない重要な課題としてあげられると思われる。

高知市と東京都を比較すると、高知の方がより詳細な説明がなされている傾向が見られた。これは、調査客体のコメント欄においても、地方においては、購入者の方に薬局で対面により、普段から相談にのってもらっている信頼している薬局で購入を希望する傾向が見られた。また、対面販売について年代別に説明の差異が見られたが、ネット販売においては年代別の差は見られておらず、販売側の要因によるものと推察できたが、その原因は明確には出来なかった。

今回の調査において、購入者は、特に初めて購入する医薬品については相談でき、アドバイスを得られる対面で購入したいという傾向が確認されたが、価格や利便性に関するコメントも得ており、使い慣れた医

薬品はネットで購入することが増えることが予見された。この点について、特にリスクの高い医薬品のスイッチ化や、今後セルフメディケーションの推進を図るためにも、薬局は、単に求められた医薬品を丁寧に販売するだけではなく、普段から必要な相談を受け、医療用医薬品、健康食品も含めて、一元的に医薬品等の提供を担うというニーズは強く残っており、いわゆるかかりつけ薬局機能を発揮することが求められるものと考えられる。

対面方式、インターネット方式に共通した課題として、購入者に提供される情報の優先順位を医薬品ごとに定め、用語や表現の簡素化や説明方法の効率化を図ることがあげられる。特に、リスクの高い第1類医薬品については、早急に個々の品目の特性を踏まえ、購入者に理解してもらうべき情報の優先順位に基づいた情報提供、服薬指導などの在り方に関する検討が必要である。セルフメディケーションの適切な推進のためにも、薬学関連学会、セルフメディケーション関連学会等の職能団体や学会等において、これらの検討が進められることが期待される。

E. 結論

本研究によって、対面方式とインターネット方式の双方による医薬品の販売方法について、その特徴と課題を提示することができた。また、両方式に共通した課題も抽出することができた。今後、一般用医薬品を適正に使用するための情報提供等のあり方について、調査対象人数を増やす等の改善をはかり、さらに詳細に検討を行う必要がある。

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

なし

H. 知的財産権の出願・登録状況

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし

表 1. 購入方法と購入した医薬品別、調査協力者の基本的属性

	対面方式		インターネット方式	
	ガスター10 (n=30)	ロキソニン S (n=32)	ガスター10 (n=30)	ロキソニン S (n=30)
地域				
東京都	15 (50%)	15 (47%)	15 (50%)	15 (50%)
高知県	15 (50%)	17 (53%)	15 (50%)	15 (50%)
性				
男	13 (43%)	18 (56%)	10 (33%)	20 (67%)
女	17 (57%)	14 (44%)	20 (67%)	10 (33%)
年齢 (歳)				
20-39	10 (33%)	12 (38%)	12 (40%)	8 (27%)
40-59	9 (30%)	11 (34%)	9 (30%)	11 (37%)
60 以上	11 (37%)	9 (28%)	9 (30%)	11 (37%)

括弧の中には購入方法と購入した医薬品別の人数を分母とした割合を示した。

対面方式におけるガスター10購入予定者 30 名中 6 名は別の医薬品を購入したが、そのままガスター10購入者として扱った。

対面方式におけるロキソニン S 購入予定者 32 名中 3 名は別の医薬品を購入したが、そのままロキソニン S 購入者として扱った。

表 2. 当該医薬品の効能や効果について説明がなかった者

	対面方式	インターネット方式
合計	18%	48%
地域		
東京都	17%	40%
高知県	19%	57%
性		
男	26%	57%
女	10%	40%
年齢(歳)		
20-39	23%	35%
40-59	15%	60%
60 以上	15%	50%

割合(%)は、医薬品の購入方法別の各属性を分母として算出した。

表 3. 当該医薬品を使用できない場合について説明がなかった者

	対面方式	インターネット方式
合計	76%	55%
地域		
東京都	90%	47%
高知県	63%	63%
性		
男	81%	57%
女	71%	53%
年齢(歳)		
20-39	77%	45%
40-59	55%	60%
60 以上	95%	60%

割合(%)は、医薬品の購入方法別の各属性を分母として算出した。

表 4. 同時に服用(摂取)できない物について説明がなかった者

	対面方式	インターネット方式
合計	50%	80%
地域		
東京都	60%	80%
高知県	41%	80%
性		
男	48%	83%
女	55%	77%
年齢(歳)		
20-39	50%	65%
40-59	25%	85%
60 以上	75%	90%

割合(%)は、医薬品の購入方法別の各属性を分母として算出した。

表 5. 現在の疾病や既往の把握がなされなかった者

	対面方式	インターネット方式
合計	36%	63%
地域		
東京都	43%	60%
高知県	28%	67%
性		
男	19%	73%
女	52%	53%
年齢(歳)		
20-39	27%	60%
40-59	30%	55%
60以上	50%	75%

割合(%)は、医薬品の購入方法別の各属性を分母として算出した。

表 6. 医療機関の受診が必要な場合について説明がなかった者

	対面方式	インターネット方式
合計	53%	78%
地域		
東京都	67%	83%
高知県	41%	73%
性		
男	55%	80%
女	52%	77%
年齢(歳)		
20-39	55%	70%
40-59	45%	80%
60以上	60%	85%

割合(%)は、医薬品の購入方法別の各属性を分母として算出した。

表 7. 当該医薬品の特性による注意について説明がなかった者

	対面方式	インターネット方式
合計	65%	68%
地域		
東京都	63%	73%
高知県	66%	63%
性		
男	65%	73%
女	65%	63%
年齢(歳)		
20-39	77%	65%
40-59	40%	60%
60 以上	75%	80%

割合(%)は、医薬品の購入方法別の各属性を分母として算出した。

表 8. 説明の内容別、受けた説明の内容等を記憶していた者

	対面方式	インターネット方式
当該医薬品の効能や効果	80%	84%
当該医薬品を使用できない場合	100%	93%
同時に服用(摂取)できない物	100%	67%
現在の疾病や既往の把握	100%	68%
医療機関の受診が必要な場合	100%	68%
当該医薬品の特性による注意	100%	41%

割合(%)は、項目別に説明等があったと回答した者を分母として算出した。

研究成果の刊行に関する一覧表

書籍

なし

雑誌

なし

研究成果の刊行物・別刷

なし

