

201328043B

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

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

平成24年度～25年度 総合研究報告書

研究代表者 三浦 宜彦

平成26（2014）年 5月

目 次

I. 総合研究報告

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…………… 1

三浦宜彦

(資料) 一般用医薬品購入者と専門家の意識と実態に関する調査

1. 薬の購入に関する意識と実態調査報告書

2. 一般用医薬品における専門家の意識と実態に関する調査報告書

坂井博通

II. 研究成果の刊行に関する一覧表…………… 195

III. 研究成果の刊行物・別刷…………… 195

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）
総合研究報告書

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

研究代表者 三浦 宜彦 埼玉県立大学 学長

研究要旨 医薬品の郵便等販売についての必要性と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、一般用医薬品購入者と専門家の意識と実態に関する調査、郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査、遠隔医療を用いた服薬指導・服薬管理・相談応需の可能性に関する研究、一般用医薬品の販売方法別の情報提供の効果に関する研究を実施した。その結果、インターネットによる医薬品の購入経験者はごくわずかであり、購入者・専門家ともに、対面に比べてテレビ電話、電話、インターネットは、医薬品の説明方法として、信頼性・分りやすさの点で劣ると考えていた。本研究の対象となった実際の郵便等販売による医薬品の購入者は、漢方薬の継続的な利用者が多くみられ、大半は電話で注文をし、実店舗を訪問したことがあるなど、薬局等と購入者の間にある程度の信頼関係が築かれている様子が見えてきた。遠隔医療技術は、特定少数の対象者に、対面時に得た情報を活用した服薬指導・管理・相談応需のみ実現されていた。大規模な遠隔医療による服薬指導等に活かせる知見は少なかった。現状より大規模な対象者数への実施について、他の事例より類推されるリスクも検討して、対象者・販売者双方の認証管理や品質保証などの課題を明らかにした。販売方法別医薬品情報の提供状況の比較では、対面方式では薬剤師によって提供される情報に差が生じること、インターネット方式では情報が提示されても読み飛ばしが生じることなど、それぞれの特徴と課題が明らかとなった。

研究分担者

坂井博通	埼玉県立大学	教授
延原弘章	埼玉県立大学	教授
横井英人	香川大学	教授
中村好一	自治医科大学	教授
坪井 聡	自治医科大学	講師

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。

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、「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。

しかしながら、一般用医薬品購入者のニーズや実態、特に郵便等販売の利用実態についてはほとんど知られていない。また、医薬品の郵便等販売を広く認めた場合に生じるリスクについては、十分に明らかとなっているとは言い難い状況にある。

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と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、以下の調査を実施した。

- 一般用医薬品購入者と専門家の意識と実態に関する調査（坂井）
- 郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査（延原）
- 遠隔医療を用いた服薬指導・服薬管理・相談応需の可能性に関する研究（横井）
- 一般用医薬品の販売方法別の情報提供の効果に関する研究（中村・坪井）

B. 研究方法

（1）一般用医薬品購入者と専門家の意識と実態に関する調査（平成 24 年度）

一般用医薬品購入者の意識と実態に関する調査では、長野県の一般住民（3000 人）、山村居住の住民（500 人）を対象とした。専門家の意識と実態に関する調査では、松本市の薬剤師（200 人）を対象とした。両調査とも平成 25 年 1 月に、無記名の郵送調査法により実施した。

（2）郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査（平成 24・25 年度）

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。調査は平成 25 年 1 月に、郵送調査法により無記名で行い、詳細な分析は平成 25 年度に実施した。

（3）遠隔医療を用いた服薬指導・服薬管理・相談応需の可能性に関する研究（平成 24 年度）

遠隔医療に関する先行研究情報の抽出および医学中央雑誌と PubMed による国内外の遠隔医療および服薬指導に関する研究事例の検索を行うとともに、香川県「かがわ医療福祉総合特区」について、県庁および実施地域関係者への聞き取り調査を行い、これらを基に専門家による分析を行った。

（4）一般用医薬品の販売方法別の情報提供の効果に関する研究（平成 24・25 年度）

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、医薬品の情報提供の状況および理解度の比較を行った。

調査は東京 23 区と高知市で行った。調査地区、性別、年齢、購入医薬品についてバランスを考慮した計 122 人を調査協力者とした。

なお、少数の調査協力者によるパイロットスタディを平成 24 年度に実施した上で、上記調査を平成 25 年度に実施した。

（倫理面への配慮）

いずれの研究も、対象者に危害を与えるようなものはなく、また個人情報の保護等の措置を講じて実施した。

C. 研究結果

（1）一般用医薬品購入者と専門家の意識と実態に関する調査

インターネットサイトで医薬品や健康食品、化粧品などを購入したことがある者は17%いたが、医薬品の購入経験者はそのうちの12%しかおらず、全体に対する割合は2%にすぎなかった。

一般用医薬品のインターネット販売について、リスク認識に大きな違いがみられた項目は、性、年代、ネット販売の利用状況で、男性より女性が、若年層よりも高齢層が、ネット販売を利用して利用している者よりも利用していない者が、リスクがあると認識していた。これらの他、健康状態が良好な者よりも通院中の者が、最寄りの薬局へ時間がかかる方が、薬の副作用は経験がある方が、市部よりも村部が、リスクがあると認識していた。

その利便性認識に関しては、どちらかというリスク評価とは反対の傾向が見られ、男、若年層、健康状態が良好、ネット販売を利用する方、市部に利便性評価が高かった。特に大きな差は年代とネット販売利用であった。副作用経験に関してはほとんど差がなかった。最寄りの薬局までの距離はリスク認識と同様に遠い方に利便性認識が高いという結果が得られた。

また、医薬品についてテレビ電話、電話またはインターネットを活用した説明は、店舗における対面での説明よりも、分かりやすさや信頼度の点で劣ると考えていた者が多くみられ、インターネットで医薬品を積極的に購入したいと考えている者は少数であった。

薬剤師は、リスク認識に関しては、一般調査と同様の傾向を示していたが、より厳しい評価をしており、また、今後もネット販売を行いたいという希望は小さかった。

(2) 郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査

多くの者は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いた。ただし、一般的な物品の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。

このような傾向に、性・年齢による大きな差異は認められなかったが、漢方製剤の購入者は、女性では半数強であるのに対して、男性では9割以上と、男性のほとんどは漢方製剤の購入者であった。

さらに、漢方製剤購入者では電話による注文がほとんどで、ほぼ毎月購入する者が7割を占めた。また、副作用があったと仮定した場合の相談先としては、漢方製剤購入者では病院・診療所等を挙げる者が少なく、購入したお店を挙げる者が比較的多くみられるなど、薬局等とのより密接な関係がうかがえた。

(3) 遠隔医療を用いた服薬指導・服薬管理・相談応需の可能性に関する研究

現時点の遠隔医療技術では、「特定少数」の対象者に、対面時に得た情報を活用した服薬指導・管理・相談応需のみ実現されているだけで、大規模な「遠隔医療による服薬指導」等に活かせる知見は少なかった。

海外の医薬品のネット販売に関しては、処方箋医薬品および非処方箋(薬局販売)医薬品ともに、米英独3国で認められていた。いずれも薬局の登録・認証制度があり、販売者の信頼性確保策が定められているが、日本で知られていない、海外の優越した制度やシステムは見受けられなかった。

医薬品のネット販売ではないが、国内の事例として、医師が患者からのFAXでの求めに応じて向精神薬を処方したり、無診療でピルを販売したりするなど、処方に関する医師のハイリスク行為が問題となった事例があった。不特定多数を対象にしたネット上での医薬品購入に伴うリスク、医療者や購入者の取り得る行動の幅広さの可能性を示したものと言えよう。

(4) 一般用医薬品の販売方法別の情報提供の効果に関する研究

対面方式ではガスター10の購入予定者30人中6人、ロキソニンS購入予定者32人中3人が、薬

剤師の勧めにより、指定された医薬品以外の医薬品を購入した。また、対面方式では、説明を受けた内容について、購入者がその内容を理解し、記憶している傾向がみられた。

しかし、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説明がなかった者が半数以上みられた。一方、当該医薬品の効果や効能についてはよく情報提供がされていたが、担当する薬剤師によって提供される情報に差異がみられた。

インターネット方式では、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、対面方式よりも情報提供がなされていた。一方、同じ画面を確認して医薬品情報を確認しているにもかかわらず、調査協力者の間で、説明の「あった」、「なかった」が分かれ、購入者が情報を読み飛ばしてしまう様子が確認された。

D. 考察

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、4つの研究を行った。

医薬品購入に関する一般人の認識としては、リスクと利便性は相反するものとして捉える傾向が見られた。また、テレビ電話、電話あるいはインターネットを利用した医薬品の説明は、店頭での対面での説明に比べて、分りやすさや信頼性に劣ると考えており、このような認識は薬剤師においても同様にみられた。

説明の方法によって、実際にわかりやすさに違いがあるのかは不明であるが、販売方法別の医薬品に関する理解度の研究では、インターネットによる販売では必要な情報を読み飛ばす傾向が見られたことが確認されており、情報提供の方法に工夫が必要であることは間違いないだろう。一方、対面での販売では、担当する薬剤師によって提供する情報や対応に違いが見られた。

インターネットを利用した医薬品の購入経験者は、わずか2%しかいなかったが、医薬部外品なども混同している可能性があり、さらに少ない可能性もある。このようにインターネットを利用した一般用医薬品の購入経験者は、かなり少ないことが予め予想されたため、郵便等販売を利用して医薬品を購入している者を対象とした調査の実施に際しては、実際に郵便等販売を実施している薬局等の協力を得た。

実際に郵便等販売を利用して医薬品を購入している者の多くは、漢方薬が中心で、電話による注文がほとんどであり、薬局等との間にはある程度信頼関係が構築されている様子がうかがえた。なかでも、漢方製剤の購入者との関係は密接で、不特定多数を対象にしたインターネット販売とはかなり様子が異なっていた。対象の抽出方法からみて、かなり偏った結果になっている可能性は否定できないが、漢方薬に関しては、ある程度限定された者を対象とした繰り返しの販売で、比較的风险は低いように思われた。

服薬指導・管理・相談応需への遠隔医療技術の活用は、「特定少数」の対象者に、対面時に得た情報を活用して実現されているのみであり、漢方薬の郵便等販売の状況に類似した点が見られた。

医薬品のネット販売で生じる問題として、購入者による不正な転売やニセ薬局によるニセ薬の販売などが考えられる。対策には購入者の本人確認の仕組みや購入履歴の集約、ネット上の薬局等の真贋の証明が必要であるが、個々の薬局等で可能なことではない。医薬品のネット販売が社会的に必要であるとするのであれば、それに合わせた社会システムの構築作業も必要である。

インターネットを介した商品の売買は、店舗の営業時間や場所に関係なく購入可能で、利便性は高い。一方、見本と異なるものが送られてきたり、商品が送られて来なかったりといったリスクも存在する。購入者が一定程度の知識を持ち、信頼性の高い業者を選択することである程度のリスクは低減可能であるが、このような売買の方法が

一般的になれば、ある程度のトラブルの発生は避けられない。これが一般的な商品であれば、生じるトラブルは経済的な損失の範疇におさまるであろうが、これが医薬品となれば生命に関わる問題が生じる可能性もある。

医薬品のネット販売に関して、直ちにリスクが生じることが証明されているわけではないが、対面販売と同等の安全性が保証されているわけでもない。今後、ネット販売が拡大していった場合、予想外の挙動をとる者が出現する可能性もあり、可能性のあるリスクの十分な検討が望まれる。

対面方式とインターネット方式による第1類医薬品販売の際の情報提供の比較では、それぞれの課題が示された。

対面方式では、購入者の状況に合わせて、薬剤師による臨機応変の対応が可能であるが、担当する薬剤師によって提供する情報や対応が異なっており、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挙げられた。

インターネット方式では、提供される情報が標準化されるが、購入者が読み飛ばす傾向がみられたため、情報提供の方法に工夫が必要であった。チェックリストの採用により、ある程度の効果は期待できるものの、チェックの項目が多かったり、提供される情報が多かったりすると、やはり読み飛ばしが発生するため、購入者の読み飛ばしを防ぐ方法を検討し、情報提供方法の標準化を進めることが必要である。

対面方式、インターネット方式に共通した課題としては、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必要であろう。

平成26年6月からは、新しいルールの下での一般用医薬品のインターネット販売が開始されるが、その後の動向を注視し、必要な改善が行われることが望まれる。

E. 結論

医薬品の郵便等販売については、比較的小規模

で同じ対象について繰り返し販売を行っている漢方薬等の販売とインターネットを介した大規模な販売については、対応方法を分けて考える必要がある。特に、インターネットを介した医薬品の販売には、どのようなリスクが存在するのか不明な点も多いが、日本遠隔医療学会のまとめた「遠隔医療技術を用いた服薬指導や管理に関する意見書」を参考に、必要な措置が講じられることが望まれる。

一方、一般人・薬剤師共に、医薬品の対面販売は、他の方法にくらべて信頼度が高く、分りやすいと思われているが、対面販売、インターネット販売ともそれぞれに、医薬品の情報提供に問題点がみられた。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、これらの問題点の解消に向けて検討が進められることが期待される。

F. 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

延原弘章、三浦宜彦：一般用医薬品の郵便等販売利用者の意識と実態等に関する調査。第26回日本保健福祉学会学術集会、北九州、2013.12（第26回日本保健福祉学会学術集会抄録集 p.27）

G. 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

資料

一般用医薬品購入者と専門家の 意識と実態に関する調査

- 1 薬の購入に関する意識と実態調査報告書
- 2 一般用医薬品における専門家の意識と実態に関する調査報告書
埼玉県立大学教授 坂井博通

昨年度の報告書では、一部を（抄）として掲載しただけであったため、あらためて全文を掲載する。

薬の購入に関する 意識と実態調査 報告書

I	調査の設計	1
II	調査の概要	4
III	インターネットによる薬の購入方法に対する世論	11
IV	自由回答	20
V	単純集計	55
VI	結果の数表	62
VII	調査票	146

I 調査の設計

▽調査の目的

「薬事法の一部を改正する法律」が平成 21 年 6 月に施行された。これにより、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风险の低い第 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。

そして、2013 年 1 月に厚生労働省が省令で禁止している一般医薬品のインターネット販売について、最高裁が事実上解禁する司法判断を示した。そのような中で、一般用医薬品の郵便等販売について様々な議論はあるものの、肝心の一般用医薬品の購入者の実態やニーズ、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るとは言い難い状況である。そこで本研究では、一般用医薬品の郵便等販売についての必要性と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、一般用医薬品購入者ならびに専門家（薬剤師）を対象とした調査を行うものである。

▽調査対象

- ・長野県内在住の成人男女 3000 人
- ・長野県内の村部成人男女 500 人

▽抽出方法

選挙人名簿から無作為抽出

▽調査時期

2013 年 2 月 1 日～26 日

▽調査方法

郵送

▽有効回収数

- ・全県 1669 件（回収率 55.6%）男性 786 人 女性 883 人
- ・村部 279 件（回収率 55.8%）男性 113 人 女性 166 人

▽調査主体

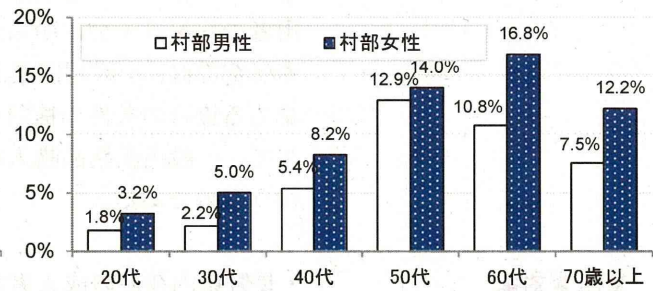
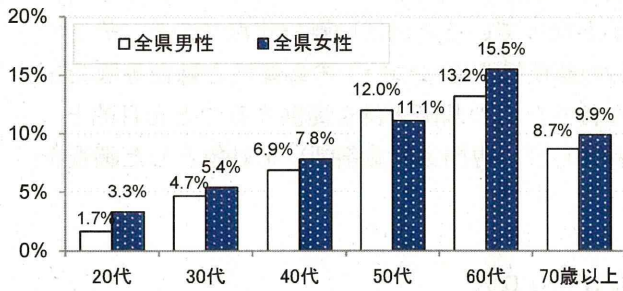
埼玉県立大学

<注> 報告書のパーセント数字は小数点第 2 位を四捨五入。合計が 100 にならない場合がある。
薬剤師対象の調査(松本市の薬剤師 104 名対象・有効回収数 88 件)と同様の質問項目については、集計結果を併記した。

回収サンプルの内訳

【性別と年代】

		全体	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
全体	全県	1669	83	168	245	385	478	310
		100.0%	5.0%	10.1%	14.7%	23.1%	28.6%	18.6%
村部		279	14	20	38	75	77	55
		100.0%	5.0%	7.2%	13.6%	26.9%	27.6%	19.7%
男性	全県	786	28	78	115	200	220	145
		47.1%	1.7%	4.7%	6.9%	12.0%	13.2%	8.7%
村部		113	5	6	15	36	30	21
		40.5%	1.8%	2.2%	5.4%	12.9%	10.8%	7.5%
女性	全県	883	55	90	130	185	258	165
		52.9%	3.3%	5.4%	7.8%	11.1%	15.5%	9.9%
村部		166	9	14	23	39	47	34
		59.5%	3.2%	5.0%	8.2%	14.0%	16.8%	12.2%



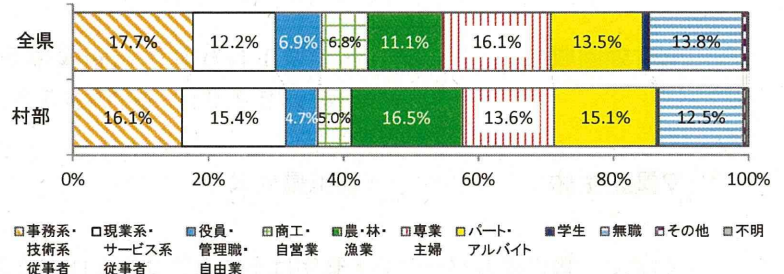
【市町村別】

	全県	村部
市	1288 77.2%	- -
町	256 15.3%	- -
村	125 7.5%	279 100.0%



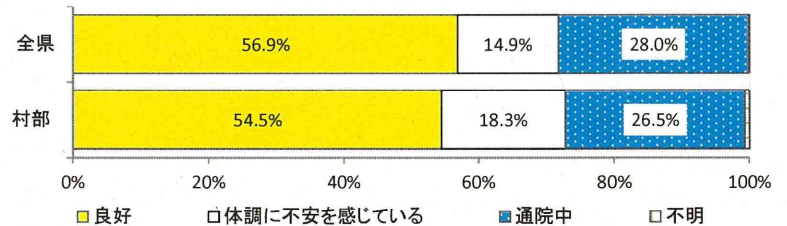
【職業】

	全県	村部
事務系・技術系従事者	295 17.7%	45 16.1%
現業系・サービス系従事者	204 12.2%	43 15.4%
役員・管理職・自由業	115 6.9%	13 4.7%
商工・自営業	113 6.8%	14 5.0%
農・林・漁業	185 11.1%	46 16.5%
専業主婦	269 16.1%	38 13.6%
パート・アルバイト	226 13.5%	42 15.1%
学生	16 1.0%	1 0.4%
無職	231 13.8%	35 12.5%
その他	10 0.6%	1 0.4%
不明	5 0.3%	1 0.4%



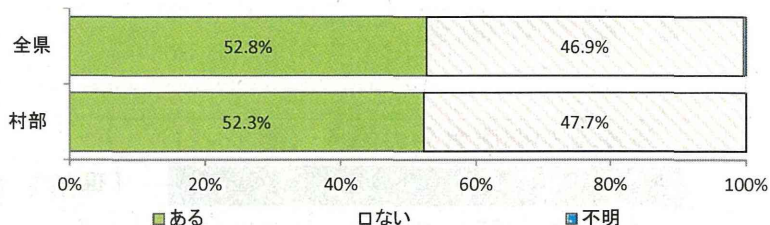
【健康状態】

	全県	村部
良好	949 56.9%	152 54.5%
体調に不安を感じている	248 14.9%	51 18.3%
通院中	468 28.0%	74 26.5%
不明	4 0.2%	2 0.7%



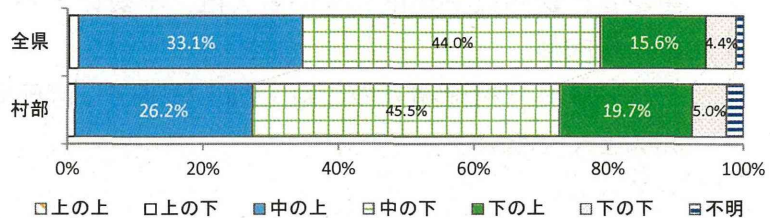
【薬の服用】

	全県		村部	
	人数	割合	人数	割合
ある	881	52.8%	146	52.3%
ない	782	46.9%	133	47.7%
不明	6	0.4%	-	-



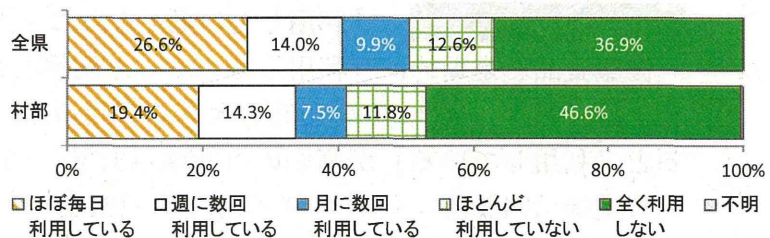
【暮らし向き】

	全県		村部	
	人数	割合	人数	割合
上の上	4	0.2%	-	-
上の下	24	1.4%	3	1.1%
中の上	553	33.1%	73	26.2%
中の下	735	44.0%	127	45.5%
下の上	260	15.6%	55	19.7%
下の下	74	4.4%	14	5.0%
不明	19	1.1%	7	2.5%



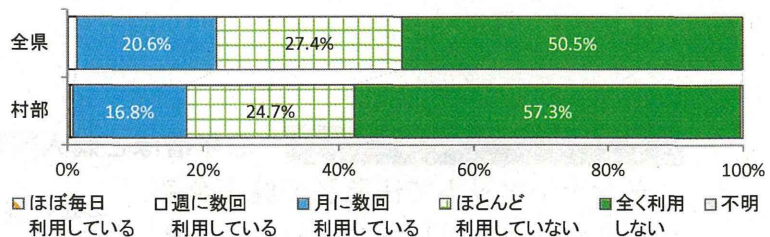
【インターネットの利用状況】

	全県		村部	
	人数	割合	人数	割合
ほぼ毎日利用している	444	26.6%	54	19.4%
週に数回利用している	233	14.0%	40	14.3%
月に数回利用している	165	9.9%	21	7.5%
ほとんど利用していない	210	12.6%	33	11.8%
全く利用しない	616	36.9%	130	46.6%
不明	1	0.1%	1	0.4%



【インターネットで通信販売を利用するか】

	全県		村部	
	人数	割合	人数	割合
ほぼ毎日利用している	2	0.1%	1	0.4%
週に数回利用している	22	1.3%	1	0.4%
月に数回利用している	343	20.6%	47	16.8%
ほとんど利用していない	457	27.4%	69	24.7%
全く利用しない	843	50.5%	160	57.3%
不明	2	0.1%	1	0.4%



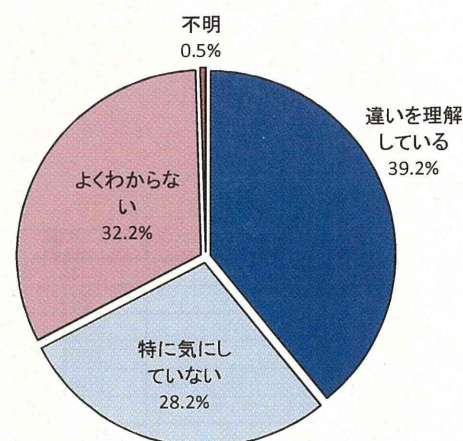
II 調査の概要

医薬品や健康食品の購入（問1～11）

「健康食品」と「医薬品」の違い 「理解している」39%

「違いを理解している」が39%で、「よくわからない」32%、「特に気にしていない」28%と3分した形になった。50代で「理解している」が43%とやや高いほか、インターネットで通信販売を月に数回以上利用している人は、半数以上が「理解している」と回答。

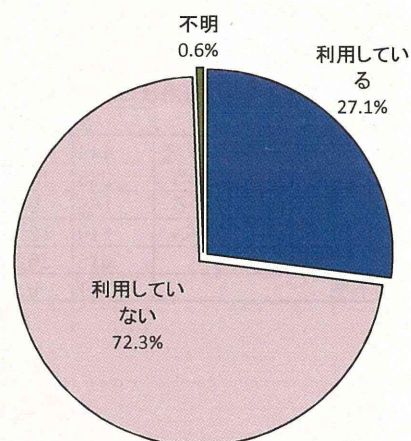
全県調査と村部調査の比較では、村部で「理解している」が35%とやや低い。



健康食品の利用 「利用している」4人に1人

健康食品を定期的に「利用している」と回答した人は27%で、「利用していない」の72%を大きく下回った。属性別にみると「利用している」が高いのは女性（31%）、50代（31%）専業主婦（34%）、パート・アルバイト（31%）。

全県調査で「利用している」が27%で村部では20%、「利用していない」が全県の72%に対し村部で80%と、それぞれ7～8ポイント差。

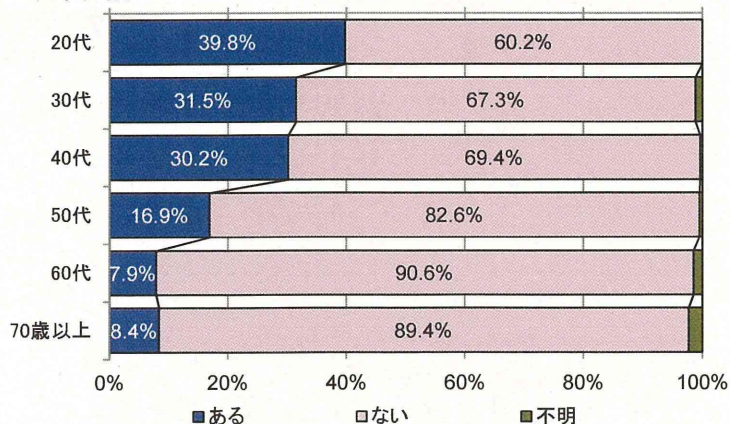


インターネットでの購入 若年層ほど購入経験「あり」が高く

インターネットで医薬品や健康食品、化粧品などを購入したことがあるか聞いたところ「ある」は17%、「ない」が82%だった。20代で「ある」が40%、30代では32%と若年層で購入経験のある人が多い。職業別では「ある」が事務系・技術系従事者（28%）、学生（25%）で高め。

村部で「ある」は13%と全県に比べて低め。

◆年代別では



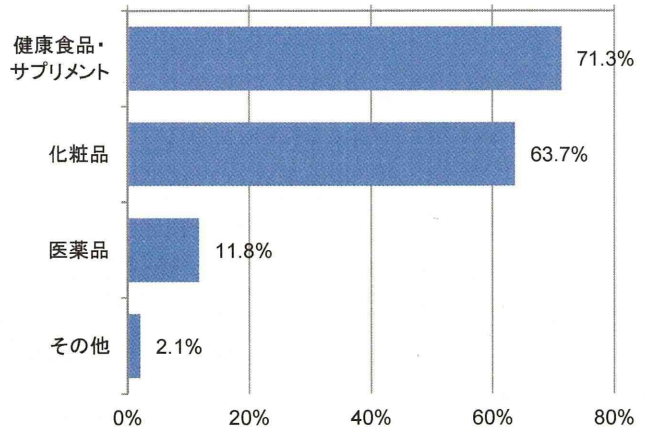
インターネットで購入したもの

「健康食品」7割 若年層は「化粧品」トップ

インターネットで購入経験が「ある」と回答した人に対し購入したものを複数回答で聞いた。トップは「健康食品・サプリメント」が71%、2番手には「化粧品」が64%で続き、「医薬品」は12%にとどまった。

男性で「健康食品・サプリメント」(85%)、女性で「化粧品」(82%)が高い。20代~40代では「化粧品」が最も高く、60代で「健康食品・サプリメント」と「医薬品」が高め。

村部で「化粧品」(68%)が全県に比べてやや高い。

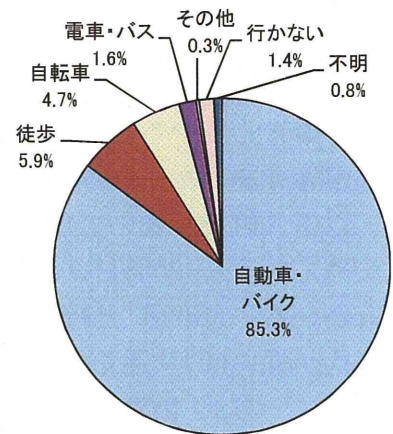


薬局・ドラッグストアへの交通手段

「自動車・バイク」85%

自宅から最寄りの薬局やドラッグストアへの交通手段で最も高かったのは「自動車・バイク」の85%で、他の選択肢は全て1桁台にとどまる。属性別で大きな差はみられないが、70歳以上で「自動車・バイク」が76%と他の年代に比べ低く、「徒歩」が9%とやや高め。

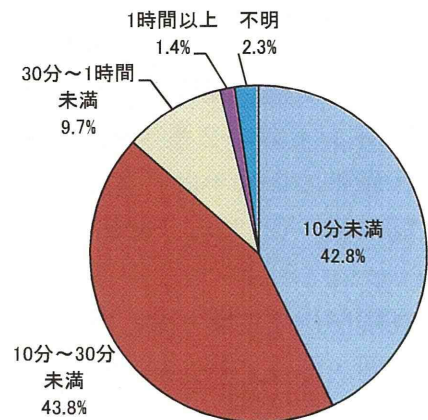
全県で「徒歩」「自転車」が、村部で「自動車・バイク」「行かない」がわずかに高い。



薬局・ドラッグストアまでかかる時間

村部で「30分以上」27%

「10分~30分未満」が44%で最も高く、次いで「10分未満」が43%。全県の市部で45%が「10分未満」と回答したのに対して、村部では「30分~1時間未満」が25%、「1時間以上」の4%と合わせて29%が30分以上かかるとしており、地域差が大きい。

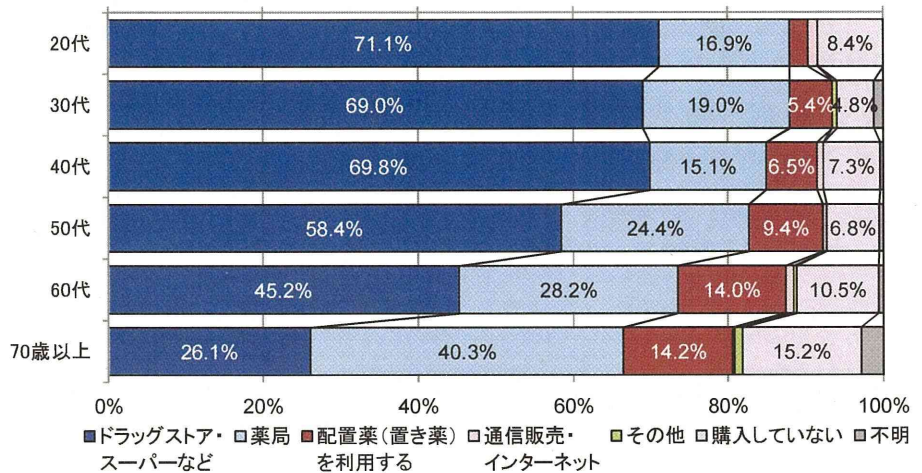


どこで薬を購入するか 「ドラッグストア・スーパーなど」 半数超

薬の購入先について、最もよく利用するものを1つ選んで回答してもらったところ、「ドラッグストア・スーパーなど」が半数超の52%とトップで、2番手には「薬局」が26%、「配置薬」が10%で3番手に入った。「通信販売・インターネット」は1%に満たなかった。20代～40代の若年層で「ドラッグストア・スーパーなど」が約7割と高く、70歳以上では「薬局」が約4割で最も高い。60代～70代で「配置薬」がやや高めの14%台。

ふだん薬を服用している人で「薬局」が36%、服用していない人で「ドラッグストア・スーパーなど」が63%と高い。村部調査では「ドラッグストア・スーパーなど」が49%、「購入していない」が13%と全県より高め。

◆年代別では

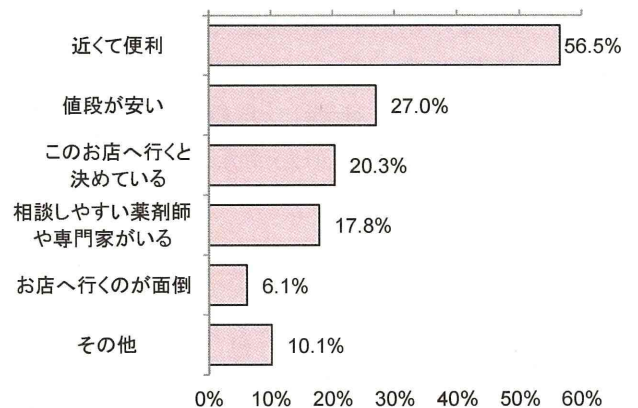


薬の購入によく利用する理由 「近くて便利」 57%

薬を購入しているところをよく利用する理由を複数回答で聞いた。「近くて便利」が57%でトップで、以下「値段が安い」(27%)、「このお店に行くと決めている」(20%)、「相談しやすい薬剤師や専門家がいます」(18%)と続いている。

年代が低いほど「近くて便利」が高く20代で74%に上る。一方、「相談しやすい薬剤師や専門家がいます」は高齢層ほど高く70歳以上で32%。

村部では「近くて便利」は45%にとどまる。

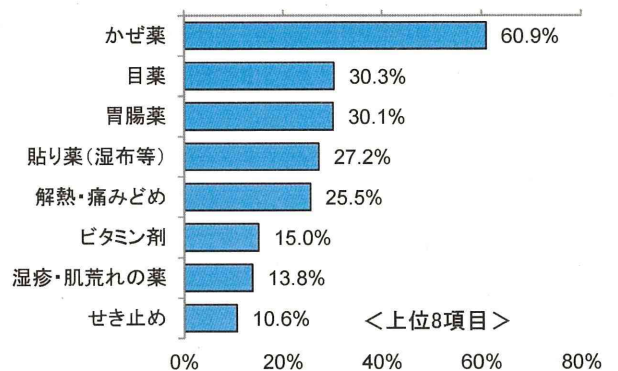


購入した薬 「かぜ薬」トップ 「貼り薬」「解熱・痛みどめ」は年代で差も

購入した薬の種類を3つ以内で挙げてもらったところ、「かぜ薬」が61%でトップで、30ポイント差の2番手には「目薬」(30%)が入った。僅差の3番手は「胃腸薬」((30%)で、以下「貼り薬」(27%)、「解熱・痛みどめ」(26%)と続く。

高齢層ほど「貼り薬」が高く70歳以上で34%、「解熱・痛みどめ」は若年層で高く20代では2番手に入る49%。

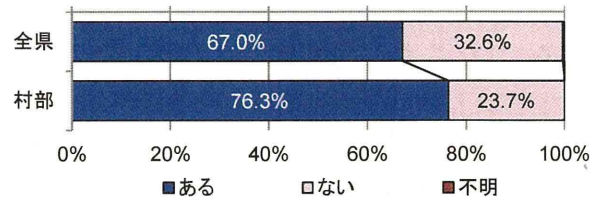
村部で「貼り薬」が31%、「湿疹・肌荒れの薬」が18%と高め。



配置薬 「ある」 全県 67% 村部で高めの 76%

家庭に配置薬が「ある」と回答したのは67%で、「ない」の33%を大きく上回った。全県調査の市部で「ある」が65%だったのに対して村部では76%と高い。全県の職業別で見ると農・林・漁業では85%に上る。

配置薬の使用頻度で最も多かったのは「数か月に1回程度」の33%で、月に1回以上使っている人は合わせて26%と4人に1人。

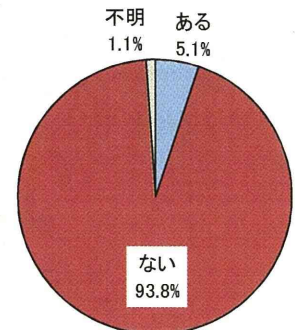


副作用について (問 12~16)

副作用の経験 「ない」 94%

薬を用いた際に副作用など体調に影響があったか尋ねたところ「ある」は5%、「ない」は94%とほとんどの人が「ない」と回答した。属性別では20代(16%)、学生(13%)といった層で「ある」が高め。

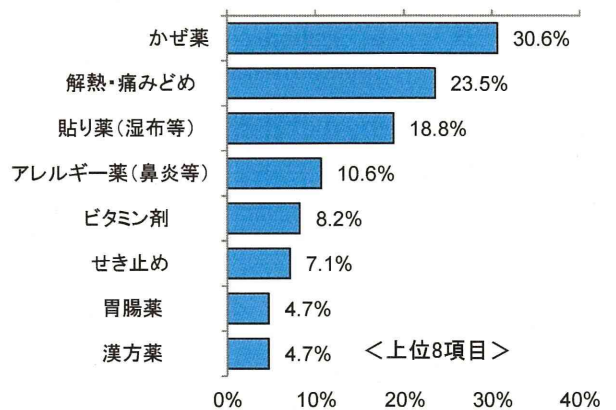
全県と村部では大きな違いが見られなかった。



副作用のあった薬 「かぜ薬」 31%

問 12 で副作用が「ある」と回答した人によりのような薬を用いた際に体調に影響が出たか複数回答で聞いた。

最も高かったのは「かぜ薬」(31%)で、次いで「解熱・痛みどめ」(24%)、「貼り薬」(19%)、「アレルギー薬」(11%)となった。男性でかぜ薬(38%)、女性で「解熱・痛みどめ」(34%)が高い。



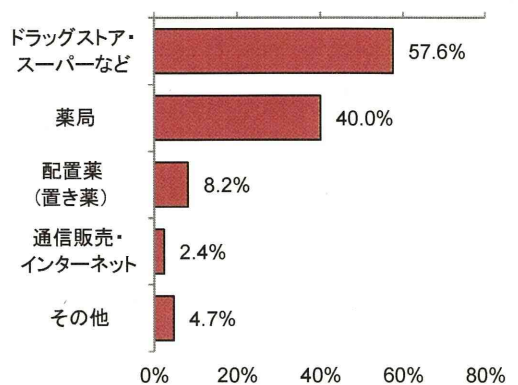
副作用の原因となった薬をどこで購入したか

「ドラッグストア・スーパー」 58%

副作用の原因と思われる薬をどこで購入したか聞いたところ、「ドラッグストア・スーパーなど」が58%で最も高く、2番手には「薬局」が40%、「配置薬」が8%で続く。「通信販売・インターネット」は2%だった。

全県の市部で「ドラッグストア・スーパーなど」が63%と高い。

体調に影響が出た際に相談した先では「病院・診療所」が34%でトップ。「購入したお店」は9%で、以下「家族や知人」(6%)、「購入以外の薬局やドラッグストア・スーパーなど」(2%)と続く。



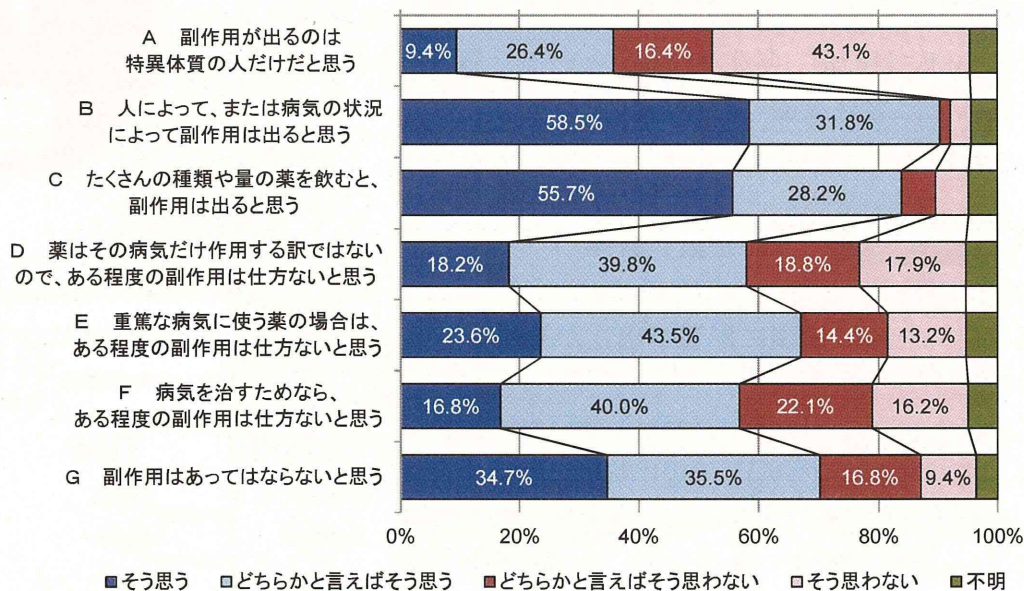
副作用に対する考え 副作用はあってはならない「そう思う」35%

副作用についてどのように考えるか、7項目にわたって尋ねた。

「人によって、または病気の状況によって副作用は出ると思う」の問いに「そう思う」が59%、「どちらかと言えばそう思う」の32%と合わせて最多の90%が肯定的に答えている。「たくさんの種類や量の薬を飲むと、副作用は出ると思う」は「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」の合計で84%と2番目に高い。

「副作用はあってはならないと思う」では「そう思う」の回答が35%、「どちらかと言えばそう思う」と合わせて7割を超えた。70歳以上で「そう思う」が47%と高いのが目立つ。

村部でも「副作用はあってはならないと思う」で「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」は合わせて72%。



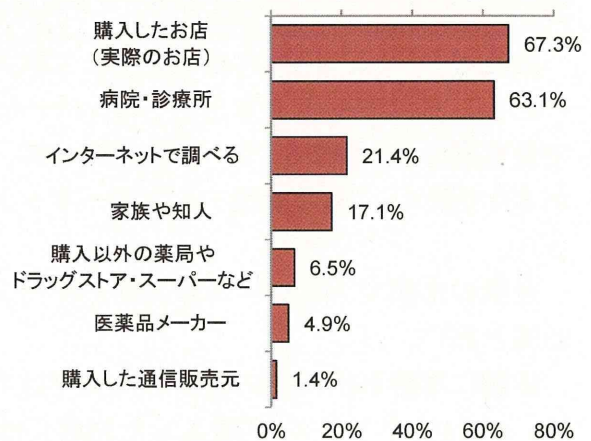
薬の相談・説明について (問 17~19)

薬に関して相談する相手は 「購入店」「病院・診療所」6割台

薬についてわからないことや困ったことがあった場合どこに相談・問い合わせするか2つ以内で答えてもらったところ、「購入したお店」が67%で最も高く、4ポイント差の2番手には「病院・診療所」(63%)が入った。3番手は「インターネットで調べる」(21%)で、以下「家族や知人」(17%)、「購入以外の薬局やドラッグストア・スーパーなど」(7%)、「医薬品メーカー」(5%)と続いている。

年代別では「病院・診療所」は70歳以上で82%と高く、「インターネットで調べる」は20~40代の若年層で高い。

村部で「病院・診療所」が70%と高く、「インターネットで調べる」が18%と低め。

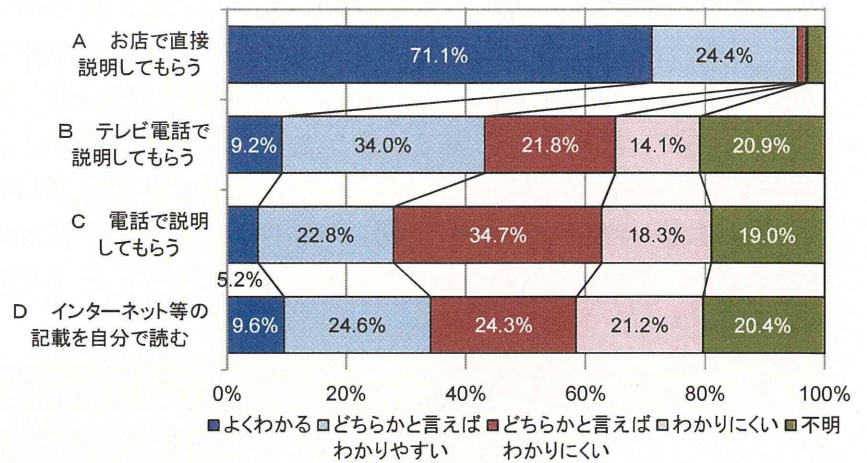


わかりやすい説明方法

お店で直接「よくわかる」7割

薬の服用方法などを説明してもらうときにどのような方法がわかりやすいか4項目について聞いた。「お店で直接説明してもらう」場合に「よくわかる」が71%と高いが、他の「テレビ電話で説明してもらう」「電話で説明してもらう」「インターネット等の記載を自分で読む」では「よくわかる」は10%に満たず、70歳以上で不明（無回答）が半数を超えている。

全県と村部で大きな差は見られないが、「テレビ電話で説明してもらう」「電話で説明してもらう」「インターネット等の記載を自分で読む」は村部で「よくわかる」が低め。

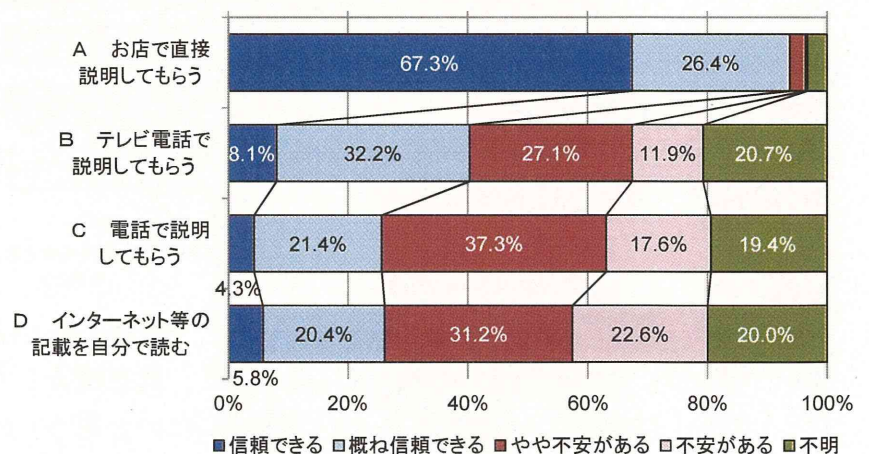


信頼できる説明方法

テレビ電話・電話・インターネット 信頼度低く

どのような説明方法が信頼できるか、問18と同様に4項目で尋ねた。「お店で直接説明してもらう」は「信頼できる」が67%と高かったが、「テレビ電話で説明してもらう」(8%)、「電話で説明してもらう」(4%)、「インターネット等の記載を自分で読む」(6%)と他の項目ではかなり低い。

村部で「お店で直接説明してもらう」の「信頼できる」が71%と高い。



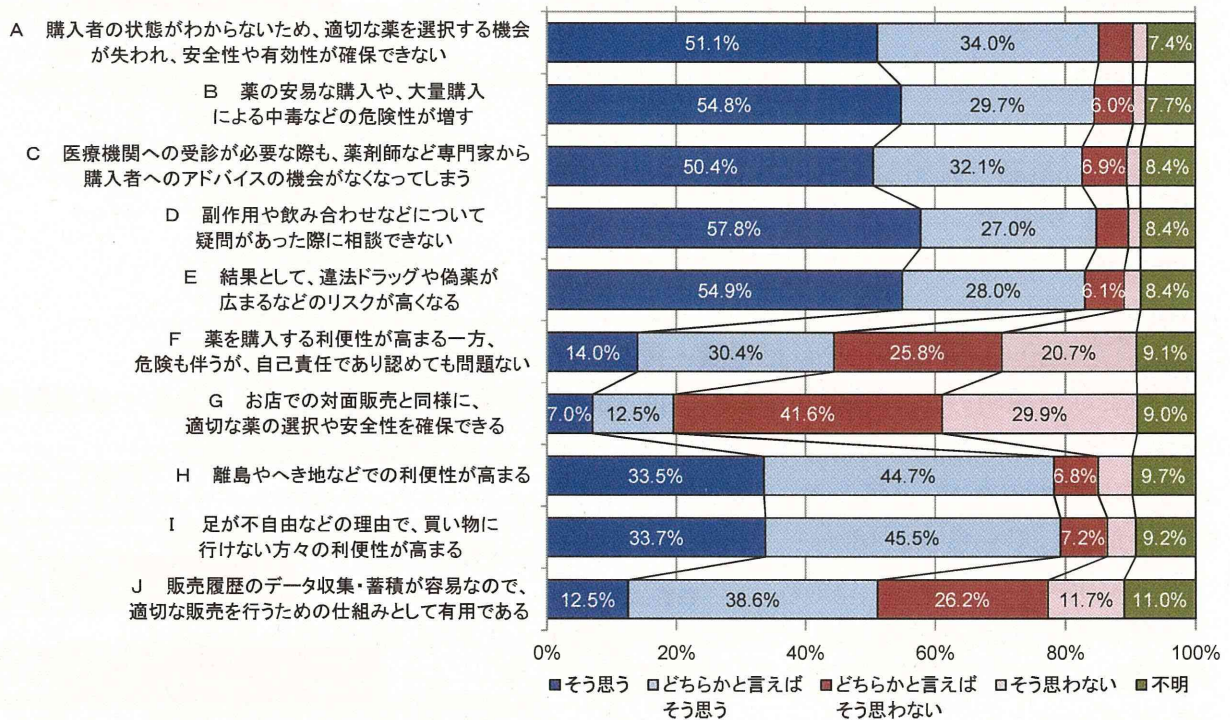
インターネットでの薬販売について（問 20～21）

インターネットでの薬販売 安全性や有効性確保できない「そう思う」半数

薬のインターネットなどによる販売について、10項目で考えを聞いた。

「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」の合計で最も高かったのは「購入者の状態がわからないため、適切な薬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」の85%で、農・林・漁業で「そう思う」が61%と高め。同列の2番手は「副作用や飲み合わせなどについて疑問があったときに相談できない」が85%で、「そう思う」は最多の58%。

「離島や僻地などでの利便性が高まる」と「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」はともに「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」の合計が8割近くに上る。



インターネットで薬を購入したいか

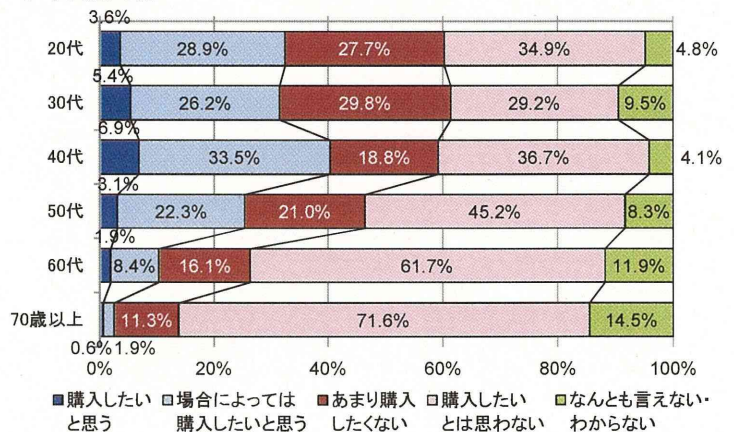
「購入したいとは思わない」52%

インターネットなどによる販売を通して、薬を購入したいと思うか尋ねたところ「購入したい」は3%で、「場合によっては購入したいと思う」の17%と合わせて約2割にとどまり、過半数の52%が「購入したいとは思わない」と回答した。

年代別では40代で「購入したいと思う」「場合によっては購入したいと思う」の合計が最も高く4割を超える。一方高齢層では否定的な評価が高く、70歳以上で「購入したいとは思わない」「あまり購入したくない」が合わせて8割以上に上る。

村部で「購入したい」「場合によっては購入したい」合わせて15%と低め。

◆年代別では



Ⅲ インターネットによる薬の購入方法に対する世論

坂井博通

はじめに

2013年1月に厚生労働省が省令で禁止している一般医薬品のインターネット販売について、最高裁が事実上解禁する司法判断を示した。以降、一般用医薬品の購入方法や分類の議論が盛んになっているが、どちらかといえば、医薬品を販売する側からの議論が多く、消費者側の議論はあまり行われていない。

現在、一般用医薬品は店舗での販売や配置による販売の他、インターネットやテレビによる通信販売などによっても販売されている。消費者の安全を守るという観点からは、消費者が購入経路によらず確実に安全な医薬品を入手できることが極めて重要である。また、一般用医薬品の入手可能性の増大はセルフメディケーションを図る国民にとっても重要な課題である。

本論文は、インターネットによる通信販売の課題を把握し、さらなる議論の基礎資料を提供することを目的とする。

先行研究

消費者の一般用医薬品の利用に関しては、近年3つの調査研究がなされた。

1つめは、三菱総合研究所が2010年12月に行った『一般用医薬品の適正使用情報入手状況等調査』である。この調査は、インターネット調査(1万人)と郵送調査(1000人)を並行して行ったものである。そして、インターネット調査対象者と郵送調査対象者の属性にあまり差がないと判断して、対象数が多いネット利用者を中心に上記課題に関して分析を行っている。しかし、その分析枠組みは、本来ならばまずランダムサンプリングを行った郵送調査の中でのインターネット利用者と非利用者の比較を行うべきであるが、その比較はなされていない。また、インターネット対象者と郵送調査におけるインターネットを利用しない一般人の比較もなされていない。郵送調査においてネット利用者は約40%程度であったが、この分析枠組みでは、非ネット利用者と比べてのネット利用者の特性が抽出されず、結論が曖昧である。

また、東京都が2011年1~2月に『一般用医薬品に関する都民の意識調査』を行った。こちらは、ネットでの一般医薬品購入を具体的に2.5%と特定しているが、その数字が、実態を示すのか予定や習慣を示すのかという点に曖昧さが残る。

岸本桂子、吉田武史、福島紀子は、2009年3月にインターネットを通して「インターネットによる一般用医薬品購入に関連する要因についての研究」を行っている。サンプルは40000人を超える大掛かりなものである。それによれば、インターネットを通しての一般用医薬品の購入率は11.9%であるとする。また、ネット利用による医薬品購入は、他の一般物品の購入との相関が非常に高いことを見出している。しかし、本サンプルの特殊性の限界と一般性に欠けることを述べている。

ところで、どの調査も分析単位が「個人」にあるのか、「購入行動」にあるのかについての明瞭な区別に欠ける。たとえば、ヘビーネットユーザーが、ネットではなく一般的な購買行動をとって、薬局で対面的に購入して副作用が出た場合などには、単にネットユーザーの行動として恣意的に分析される可能性があることなどである。「個人」から見た場合か「購入行動」から見た場合かを峻別しなければ割