

厚生労働行政推進調査事業費補助金（厚生労働科学特別研究事業）

国民への安全な医薬品の流通、販売・授与の実態等に関する調査研究

分担研究報告書

国民の一般用医薬品の購入経路、及び販売実態に関する全国調査

研究代表者 今井 博久 東京大学大学院医学系研究科地域医薬システム学
研究分担者 中尾 裕之 宮崎県立看護大学看護学部看護人間学

研究要旨：

わが国では平成 26 年 6 月から一般用医薬品（OTC 医薬品）がインターネットで販売され国民がそれを購入できるようになり 3 年以上が経過した。こうした背景の下、インターネットを通じた医薬品購入・使用について、実際に、国民が安全安心でかつ個々の生活スタイルに合った方法で行っているのか否かについて、詳細で正確な実態調査が必要である。そこで、一般用医薬品のネット販売可能の新ルール実施後の三年以上経過時点における一般用医薬品の購入経路などの調査：国民が一般用医薬品等をどのようなルートで購入しているか、購入する際の安全性の意識はどうか、購入ルート別における副作用などの説明の理解度はどの程度か等々に関する実態を把握する調査、さらに薬局における一般用医薬品の取り扱いに関する実態調査：一般用医薬品、とりわけ要指導医薬品等の供給状況を把握するために、それらを取扱う薬局の実態を把握することも調査した。わが国でインターネットを通じて一般用医薬品を購入したことがある者は全体の 5.7%であった（3年前は 3.8%）。インターネットを通じた購入理由は「曜日や時間を問わず購入できるから」が最も多かった。店舗で購入したときの最も多い理由は「使いたい時に買ってすぐ使用できるから」であった。「あなたが薬の飲み方や副作用についての説明をどのくらい聞きましたか」の質問は、店舗（薬局・ドラッグストアなど）では要指導医薬品では「よく聞いた」（31.4%）と「だいたい聞いた」（37.5%）が合計で 68.9%、一類医薬品ではそれぞれ 20.5%、34.1%で合計が 54.6%であった。ネット販売（電子メールによる説明）では一類医薬品では「よく聞いた」（9.1%）と「だいたい聞いた」（24.2%）が合計で 33.3%だった。

薬局、ドラッグストア、インターネットを通じて医薬品を販売（以下、ネット販売）する薬局・店舗（以下、ネット販売を行う薬局・店舗）のそれぞれをを対象にして行った 3 つの調査の比較によって、以下のことが分かった。

ネット販売を行う薬局・店舗の販売総数（要指導＋第一類＋第二類＋第三類）の規模には大きなばらつきがあり、1ヶ月の対面販売総数が 2～26 個（薬局）、2627～6198 個（ドラッグストア）の範囲に半数の店舗が収まるのに対し、ネット販売を行う薬局・店舗ではばらつきが大きく、38～4138 個に半数の店舗が集中している反面、特に、130,000 個を超える薬局・

店舗があるなど、極端に規模の大きなものがあった。

要指導医薬品については、そもそも販売していない薬局（60.9%）、ドラッグストア（54.1%）、ネット販売を行う薬局・店舗（インターネットを通じた医薬品のみならず、店頭において対面で要指導医薬品を販売している）（38.7%）が多く、販売している場合でも、薬局に比較して、ドラッグストアやネット販売を行う薬局・店舗の方が扱う店舗及び薬効群が多かった。

一類、二類及び三類すべてについて、ネット販売を行う薬局・店舗とドラッグストアが、薬局に比べて多くの薬効群を保有し、1ヶ月の対面販売総数も多い傾向があった（販売総数の中央値はドラッグストアの4663個、ネット販売を行う薬局・店舗350個、薬局8個）。ただし、ネット販売を行う薬局・店舗がインターネットを通じて販売する医薬品については、1ヶ月のネット販売数の中央値が、一類1個、二類20個、三類12個と、二類及び三類が多かった。

ネット販売を行う薬局・店舗では、ネット販売のみならず、店頭での対面販売も行っている。ネット販売を行う薬局・店舗について、ネット販売数と対面販売数を比較すると、一類の対面販売数の中央値は95個であるのに対し、ネット販売数の中央値は1個であり、同じネット販売を行う薬局・店舗の中でも、薬剤師による情報提供が求められる一類については、ネット販売数が極端に少なかった。（なお、要指導医薬品に関しては、そもそも対面でしか販売されない）

A. 研究目的

インターネットの普及や流通網の整備、規制緩和などに加えて国民の多様な消費生活スタイルがあり、OTC 医薬品の購入や入手方法が大きく変化してきている。その一方で、国民が安全安心な医薬品の使用を確保するため、薬局や医薬品の販売業者が、保健衛生上の支障を生じる恐れがないように医薬品を管理したうえで、適正に患者や消費者に販売することが必要であり、適正に医薬品を流通させることが偽造医薬品の流通防止にもつながる。薬局や医薬品販売業者がどのような管理体制により流通、販売・授与を実施しているか、その実態を把握することが重要である。

こうした背景の下に、一般用医薬品のネット販売を可能とする新たなルールが施行された平成26年6月から約3年が経過し、国民が医薬品等をどのようなルートで購入している

か、購入する際にどのような意識や考え方を持っているか、購入時の医薬品に対する効能・服用方法・副作用等の理解度はどの程度であるかなどに関する実態を把握することを目的に全国調査を実施した。またインターネット経由で購入できない要指導医薬品を取扱う薬局（店舗）は、どの程度あるか、店舗では薬剤の説明をどのくらいの時間をかけているか等に関して、実態を把握することを目的とした。

本研究では、インターネット利用頻度によるバイアスを回避するため、全国のいくつかの市町村の住民基本台帳を用いて無作為抽出した対象に郵送方法による調査を実施し、国民が一般用医薬品を店舗、ネット販売、置き薬の何れかからどの程度購入し、どのような理由により購入しているか、また購入時に薬剤の説明を聞いているか、理解しているかな

どについて調査した。厚労省の先行調査（平成 26 年度）による結果では、一般用医薬品をネット販売で購入している消費者は全体の 3.8%であった。約 3 年経過して購入割合がどのくらい変化したか、安全にルールに従って販売されているか、消費者は購入する際どのような意識や考え方を持っているか、購入時の医薬品に対する効能・服用方法・副作用等の理解度はどの程度であるかなどに関する実態を正確に把握することを目的にした。

B. 研究方法

（１）一般用医薬品の購入経路などに関する調査

< 郵送調査 >

1) 対象：全国の都道府県（北海道、岩手県、栃木県、東京都、石川県、兵庫県、島根県、福岡県、宮崎県）から選ばれた市町村より、性別・年齢で層化し、無作為に抽出した 20 歳以上の成人男女 5,000 名（男性 = 2,500 名、女性 = 2,500 名）を対象にした。先行研究を参考にし、対象の市町村は都市部と郊外部から選んだ。対象者の抽出は、各自治体で閲覧の許可を得たのち、住民基本台帳を用いて行った。

2) 調査方法：自記式調査票を用いた郵送調査を実施した。返信用封筒を同封し、記入後に返送する方法にした。回収率を高くするために催促状のハガキを提出期限前にすべての対象者に出した。

（２）医薬品の販売実態に関する調査

1) 対象：日本薬剤師会の協力を得て、8 つの県支部、秋田県、宮城県、栃木県、群馬県、奈良県、広島県、高知県、宮崎県に、研究班が各県あたり 50 薬局を無作為抽出し、計 400 薬局を対象薬局とし、調査依頼した。また同じ質問項目で、ドラッグストア本部協力 98

店舗、無作為抽出によるネット販売を行う薬局・店舗に 800 店舗に調査を実施した。

2) 調査方法：

対象となる日本薬剤師会 8 県支部薬局およびネット販売を行う薬局・店舗に質問票を郵送し、東京大学大学院医学系研究科 地域システム学講座にフクシミリによる回答の返信を得た。また、ドラッグストアは各本部協力のもと、フクシミリによる回答の返信を得た。

C. 研究結果

（１）一般用医薬品の購入経路などに関する調査

< 郵送調査 >

1) 回答率

質問票を同封した調査セット 5,000 封筒を配布した。宛て先不明などの返品数が若干あり、それらを除外した有効配布数は 4,846 であった。有効返信数は 2,063 であった。従って、有効回答率は 42.6%（=2063/4846）であった。

2) 回答者の性別と年齢

総合計した回答数は 1950 人であった。男性 838 人、女性 1,112 人から回答があった。年齢別では、70 歳代以上（27.3%）が最も多く、次いで 60 歳以上（21.2%）、50 歳以上（17.4%）、40 歳以上（15.1%）であった。20 歳代と 30 歳代を合計した若い世代は約 19%の回答割合で、概ね各世代から回答が得られバランスが担保された結果になった。

3) 購入経路の主な結果

基礎知識を問う設問で「医薬品には一般用医薬品や要指導医薬品という分類があることを知っていますか」では、知っているが 53.3%。「一般薬品には一類・二類・三類の区分があるか知っていますか」との問いでは、知っているが 38.3%であった。「要指導医薬品や一類医薬品が薬剤師からしか購入できな

いことを知っていますか」では、知っているが48.3%であった。「二類・三類医薬品は薬剤師や登録販売者からでないで購入できないことを知っていますか」では、知っているが39.2%であった。「一般用医薬品がネット経由で購入できることを知っていますか」では55.9%、「今後ネット販売で購入したいと思いますか」では33.7%であった。

4) 購入経路の割合

次に、一般用医薬品が店舗からの購入か、インターネットからの購入かについて調査した。その結果、一般用医薬品や要指導医薬品を店舗で購入している割合は全体の76.2%、ネット販売で購入しているは全体の5.7%であった。

5) 購入経路別の理由

店舗（薬局・ドラッグストア等）で医薬品を購入したときの理由は、「使いたい時に買ってすぐに使用できるから」が最も多く（73.7%）、次いで「手に取って選択できるから」（64.2%）であった。ネット販売で医薬品を購入したときの理由は、「曜日や時間を問わず購入できるから」が最も多く（53.3%）で、「検索して比較検討しながら購入できるから」（44.6%）、「配達してくれるので、時間を節約できるから」（42.4%）であった。置き薬で一般用医薬品を購入したときの理由は、「以前から利用しているから」（64.2%）、「使いたい時にすぐに使用できるから」（64.2%）、「定期的に補充してくれるから」（33.5%）であった。

6) 薬の飲み方や副作用の説明の有無

「あなたが薬の飲み方や副作用についての説明をどのくらい聞きましたか」の質問は、店舗（薬局・ドラッグストアなど）では要指導医薬品では「よく聞いた」（31.4%）と「だいたい聞いた」（37.5%）が合計で68.9%だった。一類医薬品では54.6%、二類医薬品では34.2%、三類医薬品では28.2%であった。

ネット販売（電子メールによる説明）では一類医薬品では「よく聞いた」（9.1%）と「だいたい聞いた」（24.2%）が合計で33.3%だった。二類医薬品では27.1%、三類医薬品では17.7%であった。また、その説明をだれから聞いたのかという質問は、店舗では要指導医薬品、一類・二類・三類医薬品ともに「薬剤師」がもっとも多かった。ネットでは一類・二類・三類医薬品ともに「区別がなかった」、「覚えていない」との回答が多かった。

7) 説明の理解度

上の7)の説明の理解度について質問した。店舗（薬局・ドラッグストアなど）では、要指導薬では「理解できた」（48.1%）と「概ね理解できた」（44.9%）が合計で93%だった。一類医薬品では合計が91.6%、二類医薬品では91.7%、三類医薬品では89.8%であった。ネット販売（電子メールによる説明）では、一類医薬品では「理解できた」（25%）と「概ね理解できた」（60%）が合計で85%だった。二類医薬品では合計が79.2%、三類医薬品では76%であった。

8) 購入時の説明内容

店舗で要指導医薬品を購入した際、症状に関する質問が一番多かった（61.4%）、次いで用法・用量の説明（55.7%）、使用上の注意の説明（54.3%）の順であった。一類医薬品、二類医薬品においても症状に関する質問が一番多く、次いで使用上の注意の説明、三番目に使用上の注意の説明であった。三類医薬品でも症状に関する質問が一番多く、次いで用法・用量の説明、三番目に使用上の注意の説明となった。ネットでは一類医薬品では使用上の注意に関する説明が一番多く（42.3%）、次いで用法・用量の説明（30.8%）、三番目にやり取りはなかった（26.9%）となった。二類医薬品では用法・用量の説明が一番多く、次いで使用上の注意、三番目にやり取りはな

かったとなった。三類医薬品ではやりとりはなかったが一番多く、次いで用法・用量の説明、三番目に使用上の注意となった。

9) 説明の結果

上記8)の説明の結果医薬品を販売してもらえなかったことがありますかとの問いに、「あった」と回答したのは店舗では4.6%、「なかった」が93.6%、「購入できたが、個数の制限を受けた」が1.8%、ネットでは「あった」との回答はなく、「なかった」が95.2%、「購入できたが、個数の制限を受けた」が4.8%となった。

10) 副作用の出現と購入経路

有効回答数 1594 人で副作用があったと回答した人は5.4%であった。副作用が起こったときの対応では、「医師にかかった」が53.8%「店舗を訪れて相談した」が38.5%であり、「ネット販売サイトにメールした」との回答はなかった。その他としては、相談しなかったとの回答もあったが、自己判断で服用を中止している例も多く見られた。

11) 医薬品の購入経路別の満足度

店舗（薬局・ドラッグストア等）では満足が27.8%、普通が64.0%、不満が0.2%、満足な点と不満な点があるが8.1%だった。ネット販売では満足が30.2%、普通が56.6%、不満が1.6%、満足な点と不満な点があるが11.6%だった。店舗での満足な理由として一番多かったのは、「手に取って選択できたから」67.3%で、不満な理由では「医薬品数が多くて選ぶのに苦労したから」46.6%が一番多かった。ネットでは満足な理由は「時間に縛られずいつでも購入できたから」50.0%が一番多く、不満な理由は「医薬品の数が多くて選ぶのに苦労したから」が一番多かった。

(2) 医薬品の販売実態に関する調査

1) 回答数と回答率

回答した薬局数は173薬局、回答率は43.4%(=173/399)だった。各県の解答率は、栃木県が最高で56%、宮城県が最低で32%だった。

県名	回答率(%)
秋田県	36%
宮城県	32%
栃木県	56%
群馬県	40%
奈良県	50%
広島県	40%
高知県	38%
宮崎県	49%

ドラッグストアの回答数は99件、回答率は93.4%であった。ネット販売を行う薬局・店舗の回答数は164件、回答率は20.6%だった。

ドラッグストア	93.4%
ネット販売を行う薬局・店舗	20.6%

2) 対面販売における要指導医薬品の取り扱い

「販売している品目について」の質問では、要指導医薬品の販売は、薬局が39.1%、ドラッグストアが45.9%であった。

薬局	39.1%
ドラッグストア	45.9%
ネット販売を行う薬局・店舗	61.3%

対面販売に加えてインターネットを通じた医薬品販売も行っている薬局のうち、インターネットではなく店頭で要指導医薬品を販売している薬局の割合

「何種類の薬効群の医薬品を取り扱っていますか」の質問の中での取扱品目を、1 全部の薬効群、2 ほとんどの薬効群、3 半程度程度の薬効群、4 少しの薬効群、5 なし、の5項目の分類で質問した。その結果、対面販売における要指導医薬品は以下の表のようになった。

品目	薬局	ドラッグストア	ネット販売を行う薬局・店舗
1 全部	4.0%	4.3%	5.6%
2 ほとんど	4.0%	35.5%	42.9%
3 半分	5.3%	2.2%	4.3%
4 少し	29.3%	1.1%	9.9%
5 なし / 回答なし	57.3%	57.0%	37.3%

また、対面販売における第一類医薬品は以下の表のようになった。

品目	薬局	ドラッグストア	ネット販売を行う薬局・店舗
1 全部	4.7%	4.3%	3.7%
2 ほとんど	6.0%	34.4%	44.1%
3 半分	6.7%	4.3%	7.5%
4 少し	41.3%	1.1%	14.3%
5 なし / 回答なし	41.3%	55.9%	30.4%

3) ネット販売における第一類医薬品の取り扱いには右上の表のようになった。

品目	薬局	ドラッグストア	ネット販売を行う薬局・店舗
1 全部	0.7%	0.0%	3.1%
2 ほとんど	0.0%	0.0%	36.0%
3 半分	0.0%	0.0%	3.7%
4 少し	0.0%	0.0%	5.6%
5 なし / 回答なし	99.3%	100.0%	51.6%

4) 1カ月の販売数の中央値*

「販売状況について」の質問では、対面販売における要指導医薬品の販売数(中央値)は、薬局1個、ドラッグストア22個、ネット販売を行う薬局・店舗30個であった。第一類医薬品は、薬局1個、ドラッグストア150個、ネット販売を行う薬局・店舗95個であった。

ネット販売における第一類医薬品の販売数(中央値)は、薬局0個、ドラッグストア0個、ネット販売を行う薬局・店舗1個であった。

*中央値について

データを大きさの順に並べたときに、真ん中にある値のこと。データの中心がどこにあるかを表す指標。通常、中心がどこかを表現する場合には、平均値が用いられる。しかし、データが一方に大きく歪むような場合(上記販売数のように、大多数は数100個程度であるのに、一部は1000を超え、まれに10000を超えるような値が存在するような状況)では、平均値がこの値に引っ張られ、およそ中心とは思われないような値となる。中央値はこのような場合でも、データの中心がどのあたりかを示す指標で、平均値の代わりに用いられる。

なお、販売数について、10,000個を超えるような値が、ネット販売を行う薬局・店舗か

ら回答があり、確かな理由については明らかではないが、大型ショッピング施設内の店舗である等の理由により、販売数が極端に多くなっているのではないかと推測される。本集計では、このような値の影響を受けにくい中央値や箱ひげ図を用いた。

5) 販売の説明に要した時間

「対面およびネットにおける販売で消費者への説明で要した平均時間はどのくらいですか」という質問では、以下の表のような結果であった。なお、ネット販売における説明に要した時間も調査したが、回答数が少なく検討に値するデータは得られなかった。

《対面販売-要指導医薬品》

平均時間	薬局	ドラッグストア
1分未満	5.3%	0.1%
1～5分未満	52.6%	81.4%
5～10分未満	36.8%	18.6%
10～20分未満	1.8%	9.6%
20～30分未満	3.5%	0.0%

《対面販売-第一類医薬品》

平均時間	薬局	ドラッグストア
1分未満	4.8%	0.1%
1～5分未満	59.5%	81.4%
5～10分未満	29.8%	18.6%
10～20分未満	3.6%	9.6%
20～30分未満	1.2%	0.0%
個別対応なし	1.2%	0.0%

6) 要指導医薬品の販売状況

「要指導医薬品について、消費者への情報提供・説明の結果、販売しなかったことがありますか」という質問で、対面販売では、

要指導医薬品において、薬局 38.2%、ドラッグストア 84.4%で販売しなかったという結果が得られた。さらに第一類医薬品では、薬局 33.0%、ドラッグストア 84.1%、ネット販売を行う薬局・店舗 74.5%で販売しなかったという結果が得られた。

ネット販売での第一類医薬品では、薬局 3.2%、ドラッグストア 20.0%、ネット販売を行う薬局・店舗 52.9%で販売しなかったという結果が得られた。

販売しなかった場合のうち、対面販売で要指導医薬品の受診勧奨した割合は、薬局 78.5%、ドラッグストア 80.0%、ネット販売を行う薬局・店舗 71.1%という高い割合であった。第一類医薬品においても、薬局 76.7%、ドラッグストア 78.4%、ネット販売を行う薬局・店舗 84.2%と同様であった。

またネット販売において、販売しなかった場合のうち、第一類医薬品の受診勧奨した割合は、ネット販売を行う薬局・店舗 57.1%であった。

D. 考察

本研究の第一の目的は、国民に医薬品を安全に提供する体制の検討である。医薬品の流通、販売・授与等の実態について、国民がOTC医薬品を店舗販売やネット販売でどのような経路で購入しているか、効能・服用方法・副作用等の理解度はどの程度であるのか、対面購入とネット経由購入での服薬指導における利用者の理解度に関する相違点を明らかにすることである。住民基本台帳を使用し無作為抽出によって選択された人を対象者に設定した郵送調査により大規模な全国調査が実施された。有効回収率が42.6%となり全国規模の郵送調査では良好な回収率となり、おそらく多くの類似した調査の中では規模の網羅性や高い回収率などの点から最も信頼できる結果

と言えるだろう。

ネット販売で一般用医薬品を購入したことのある消費者は5.7%であった。約3年前の同等の大規模な全国調査では3.8%であった。この3年間に1.9%の増加であった。

経済産業省による2つの調査（「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会にかかる基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（<http://www.meti.go.jp/press/2017/04/20170424001/20170424001-2.pdf>）

及び「平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化にかかる基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

（<http://www.meti.go.jp/press/2016/06/20160614001/20160614001-2.pdf>）において、一般用医薬品のインターネット販売額は、平成27年は約120億円、平成28年は約200億円と推計されている（一般用医薬品の市場規模（平成29年度）は、約0.9兆円（平成30年4月11日厚生科学審議会医薬品医療機器制度部会資料1-4のスライド5から第1類医薬品から第3類医薬品の市場規模を合計した数字）。現時点では、医薬品販売の大半は対面で行われているものの、インターネットを通じた医薬品販売は、購入者及び購入額の両面から着実に拡大しているものと考えられる。

今回の調査から国民は様々な理由により様々な経路で購入していることが明らかになった。すなわち、店舗、ネット、置き薬からの購入は多様な理由によりなされていた。店舗からの購入理由は、「使いたい時に買ってすぐに使用できるから」「手に取って選択できるから」、ネット販売からの購入理由は、「曜日や時間を問わず購入できるから」「検索して比較検討しながら購入できるから」、置き薬からの購入理由は「使いたい時にすぐに使用できるから」「以前から利用しているから」であっ

た。こうした購入理由をふまえて、国民が安全安心でかつ個々の生活スタイルに合った方法で一般用医薬品を購入および使用できる体制が必要となる。

OTC 医薬品の飲み方や副作用の説明の有無ならびに説明の理解度について調査し店舗（薬局・ドラッグストアなど）とネット販売（電子メールによる説明）を比較すると、後者の方が説明の有無の点で若干不十分である可能性が示唆された。また、郵送調査において、説明を「理解できない」と回答した割合は店舗では2.0%~4.6%であったのに対し、ネット販売（電子メールによる説明）では15~20.8%と差が見られる点は注目すべき点と考えられる。ウェブやメールでの説明について、気づいていない、もしくは気づいていても読まない/聞かないことがあり、説明を気づかせ、読んでもらう/聞いてもらう工夫が必要であると考えられた。

副作用の出現については、購入経路の違いによる影響は見られなかったが、副作用が起こったときの対応については、自己判断で服用を中止しているようなケースもあり、専門家への相談を更に促していく必要性が示唆された。また、店舗を訪れて相談したとの回答が比較的多く、店舗において対面した方が相談しやすく、店舗での販売形態をとることが重要であることも示唆された。

また、購入経路ごとの満足度については、店舗販売とネット販売はほぼ同じであった。現時点で、インターネットによる医薬品購入者及び購入額等は限られているが、今後、インターネットによる医薬品購入が拡大するかどうか、その場合、消費者の満足度がどのように変わっていくか、等については、今後、状況を確認していく必要がある。

薬局調査は、回答した薬局とドラッグストアの数に差があり、データの解釈には慎重さ

が必要かもしれない。しかしながら、薬局ならびにドラッグストアがどの程度要指導医薬品を販売しているかを示すことができた。

ネット販売を行う薬局・店舗の販売総数（要指導＋第一類＋第二類＋第三類）の規模には大きなばらつきがあり、1ヶ月の対面販売総数が2～26個（薬局）2627～6198個（ドラッグストア）の範囲に半数の店舗が収まるのに対し、ネット販売を行う薬局・店舗ではばらつきが大きく、38～4138個に半数の店舗が集中している反面、特に、130,000個を超える薬局・店舗があるなど、極端に規模の大きなものがあることが分かった。

要指導医薬品については、そもそも販売していない薬局（60.9%）、ドラッグストア（54.1%）、ネット販売を行う薬局・店舗（インターネットを通じた医薬品のみならず、店頭において対面で要指導医薬品を販売している）（38.7%）が多く、販売している場合でも、薬局に比較して、ドラッグストアやネット販売を行う薬局・店舗の方が扱う店舗及び薬効群が多かった。現状の薬局では「数品目しか取り揃えていない」が86.7%であることが明らかになり、要指導医薬品はネット販売が禁止され、店舗で専門職の薬剤師のみが販売できるルールになっているが、その一方で実店舗の薬局には要指導薬はほとんど品揃いがなく、おそらく医薬品を販売する市中の薬局という存在よりも処方箋を扱う「調剤薬局」が圧倒的に多いことが明らかになった。

一類、二類及び三類すべてについて、ネット販売を行う薬局・店舗とドラッグストアが、薬局に比べて多くの薬効群を保有し、1ヶ月の対面販売総数も多い傾向があった（販売総数の中央値はドラッグストアの4663個、ネット販売を行う薬局・店舗350個、薬局8個）。ただし、ネット販売を行う薬局・店舗がインターネットを通じて販売する医薬品について

は、1ヶ月のネット販売数の中央値が、一類1個、二類20個、三類12個と、二類及び三類が多かった。

ネット販売を行う薬局・店舗では、インターネット販売を通じた販売のみならず、店頭での対面販売も行っている。ネット販売を行う薬局・店舗について、ネット販売数と対面販売数を比較すると、一類の対面販売数の中央値は95個であるのに対し、ネット販売数の中央値は1個であり、同じネット販売を行う薬局・店舗の中でも、薬剤師による情報提供が求められる一類については、ネット販売数が極端に少なかった。

また販売の実態としては、どちらかというところドラッグストアに比べて薬局の方が説明に時間を要した割合が多かった。

また、要指導医薬品については、3割を超える店舗で販売しなかったとの結果が得られ、その理由として、医師への受診勧奨や、併用を避けるべき医薬品であったことなどが挙げられ、薬剤師が関与し、丁寧な聞き取りをしたうえで、販売することが重要と考えられた。

E. 結論

平成26年6月から一般用医薬品のネット販売を可能とする新たなルールが施行され、国民は一般用医薬品をネット経由でどの程度に、どのような医薬品を、どのような理由で購入しているかを正確に把握することが関係者間で議論するために不可欠である。今回、消費者の多種多様な考え方及び購入行動の実態を正確に把握するために、無作為性抽出による大規模な全国調査が実施された。

主要な購入経路である、店舗販売、ネット販売、置き薬販売の三つの購入形態の観点から調査を行い、比較検討した。現時点でネット販売での購入経験のある者は全体の5.7%であった。ネット販売からの購入の場合に、

副作用の発現や購入者の不満が極端に多いとの情報は得られなかったが、まだ、ネットを通じた購入の数そのものが限られることから、現時点で結論を導くことは難しい。今後のインターネットを通じた医薬品販売の動向を含めて、状況を確認していく必要がある。

また、一般用医薬品の中で安全性が懸念される要指導医薬品の取り扱い状況を調べたところ、薬局での取り揃えが少ない実態が示され、地域において医薬品を提供するという薬局が有すべき機能について改めて認識する必要性が示唆された。

F. 健康危機情報

なし

G. 研究発表

なし

H. 知的財産権の出願・登録状況

なし