

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政策研究事業

要指導医薬品及び一般用医薬品の販売における薬剤師等の資質向上に関する研究

(令和) 7 年度 研究報告書

研究代表者 鈴木 匡

(令和) 8 (2 0 2 6) 年 5 月

目 次

I. 研究報告

要指導医薬品及び一般用医薬品の販売における薬剤師等の資質向上に
に関する研究 ----- 1

鈴木 匡

A	研究目的	-----	1
B	研究方法	-----	3
C	研究結果	-----	3
D	考察	-----	8
E	結論	-----	1 1

(資料) 2025年度に実施したアンケート項目一覧 (別添A)

アンケート結果一覧 (別添B)

現地視察報告 (別添C)

店頭相談によるOTC販売アクティブラーニング教材 (別添D)

令和7年度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政策研究事業
総括研究報告書

要指導医薬品及び一般用医薬品の販売における薬剤師等の資質向上に関する研究

研究代表者 鈴木 匡 名古屋市立大学医薬学総合研究院 特任教授

研究要旨

要指導医薬品及び一般用医薬品（一般用医薬品等）の販売において、デジタル化が進む中、使用者の安全を前提に適切なセルフケア・セルフメディケーションの推進の観点から、一般用医薬品等の販売ならびに薬剤師、登録販売者等の専門家の関与について調査研究を行った。

令和6年度には、薬局及び店舗販売業に対するアンケート調査を実施し、実態把握を行い、店舗での一般用医薬品等の対応について考察し、調査店舗ではおおむね適切に情報提供等なされていることを確認した。さらに店舗で専門家から適宜提供される情報等を需要者がどのように理解し利用しているのかが重要であると考え、令和7年度には、需要者の情報のニーズや理解の状況等を把握するためにアンケート調査を実施した。さらに今後の専門家のあり方を検討する材料として薬局及び店舗販売業での好事例を収集するため、実地調査を実施した。調査結果から需要者が専門家の情報提供等を十分に活かしていない現状が確認できたが、専門家関与のニーズは大きく、実際に販売等で需要者の健康維持・増進に役立っている事例も多く確認できた。それらの調査結果を踏まえて、一般用医薬品等の適正使用を推進し、より安全で効果的なセルフメディケーションを進めていくために必要な医薬品表示、店舗対応ならびに専門家の関与のあり方について検討した。またそれを推進するための専門家の研修について教材の例示を行った。

研究協力者

赤池 昭紀	京都大学薬学部 名誉教授
亀井 美和子	帝京平成大学薬学部 教授
高橋 寛	岩手医科大学薬学部 教授
益山 光一	東京薬科大学薬学部 教授
太田 美紀	独立行政法人医薬品医療機器総合機構 安全性情報・企画管理部 部長
小澤 裕	静岡県健康福祉部医療局疾病対策課 主査
堀 英生	名古屋市立大学大学院薬学研究科 講師

A. 研究目的

高齢化社会の進展、医療供給体制の限界等の社会的要因により要指導医薬品及び一般用医薬品（以下「一般用医薬品等」という。）の活用をはじめとするセルフケア・セルフメディケーションが推進されている。

一般用医薬品等は医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号。以下「薬機法」という。）において、「薬剤師その他の医薬関係者から提供された情報に基づく需要者の選択により使用され

ることが目的とされているもの」とされており、薬剤師、登録販売者等の専門家（以下「専門家」又は「資格者」という。）による情報提供等が不可欠であり、専門家の対応ルールは表1のとおりである。

また、一般用医薬品等の販売等に係る許可数は表2、薬剤師数及び登録販売者数は表3のとおりである。

表1 薬機法における一般用医薬品等の区分と主な専門家の対応ルール

	要指導 医薬品	第1類 医薬品	第2類 医薬品	第3類 医薬品
専門家	薬剤師		薬剤師又は 登録販売者	
販売時 の関与	義務			
情報 提供	義務		努力 義務	規定なし
相談時 の対応	義務			

※第2類医薬品は指定第2類医薬品を含む
※濫用等のおそれのある医薬品は第1類又は第2類医薬品に含まれる

表2 一般用医薬品等の販売等に係る許可数（令和7年3月末）

区分	許可数
薬局	63,203
店舗販売業	29,535
配置販売業	4,362

（出典：厚生労働省「衛生行政報告例」）

表3 薬剤師数（令和6年12月末）及び登録販売者数（令和7年3月末）

区分	主な従事先	人数
薬剤師	薬局	197,437
	店舗販売業	5,090
	その他	126,518
登録販売者		301,401

（出典：厚生労働省「医師・歯科医師・薬剤師統計」（薬剤師数）、厚生労働省「衛生行政報告例」（登録販売者数））

「医薬品の販売制度に関する検討会とりまとめ」（令和6年1月12日医薬品の販売制度に関する検討会）及び「薬機法等制度改正に関するとりまとめ」（令和7年1月10日厚生科学審議会医薬品医療機器制度部会）においても専門家の関与にあり方について次のとおり記載されている。

○医薬品の販売制度に関する検討会とりまとめ

4. 一般用医薬品の販売区分及び販売方法について

（2）具体的な方策

② 医薬品の販売方法について

- ・現行法で求められている「薬剤師等による販売」について、より実効的な規制となるように店舗に求められる内容を以下のとおり明確化し、事例を含めた詳細に関してガイドラインや指針等において提示する。
 - ア. 購入する医薬品と購入者の状況を薬剤師等が確認できる動線・体制を確保すること（例えば、薬剤師等のレジへの配置、情報提供設備を経由する動線等。一般用医薬品専用のレジ等があればより望ましい）。
 - イ. 販売に当たり薬剤師等が需要者の状況と購入する医薬品を把握した上で、販売の可否を判断し、適切な医薬品選択の支援、情報提供等について必要に応じて的確に実施すること。
- ・一般用医薬品の購入・使用に当たっては積極的に薬剤師等を活用し、適正使用のための情報を得た上で、個々人の症状や体質等に合った適切な医薬品を正しく使用することが望ましいことについて販売業者、製造販売業者、行政が連携して啓発を行うとともに、店舗等においても、医薬品について需要者が薬剤師等に相談しやすい体制を整える。体制整備の方法としては、以下のような方法が考えられる。
 - ア. 情報提供設備や相談方法等を分かりやすく掲示・案内する。
 - イ. プライバシーが確保できる相談設備を設ける（推奨事項）。
 - ウ. インターネット販売の場合、販売時の画面に相談を促す内容及び薬剤師等の連絡先を表示する。
 - エ. インターネット販売の場合、購入決定の前に、相談が必要か確認する画面に遷移するようにする。
- ・販売の際に確認すべき情報、追加的な状況確認の方法や要否の判断、提供が必要な情報の選択、情報提供の方法など、販売に関わる薬剤師等に対する研修を強化する。
- ・情報提供については、販売に当たり薬剤師等が関与する際に得た情報等に基づき、必要に応じて情報提供を行う趣旨のものである旨（全ての購入者への声掛けや、全ての購入者に対する同じ情報の機械的な提供を求める

ものではないなど)を明確化する。

○薬機法等制度改正に関するとりまとめ

第5 薬局機能・薬剤師業務のあり方の見直し
及び医薬品の適正使用の推進について

2. 具体的な方向性

(5) 医薬品の販売区分及び販売方法の見直し

④ 一般用医薬品の分類と販売方法

○ 一般用医薬品に関する第1類から第3類までの販売区分については、現行の区分が定着していること(購入者へのおよそのリスクの程度の分かりやすさ、説明のしやすさ)やリスクに応じた専門家の関与の度合いを考慮し、リスク分類に基づく現行の区分は維持することとする。

○ その上で、販売における専門家の関与のあり方については、販売区分に応じた留意事項も含めて、指針等により明確化すべきである。なお、販売区分の見直しについては、今般の制度見直しによる専門家の関与のあり方の明確化の効果を検証した上で、引き続き検討すべきである。

そこで、本研究では、医薬品の安全かつ適正な使用を確保するとともに、国民の医薬品への利便性を向上させるため、一般用医薬品等の販売の状況を調査・分析するとともに、専門家の関与のあり方等を提案することを目的とする。

B. 研究方法

1. 要指導医薬品及び一般用医薬品の店舗販売に関するアンケート調査

一般消費者の一般用医薬品等の購入における、一般消費者の認識やニーズ等を把握するためアンケート調査を実施した。

(1) 対象

一般消費者

(2) 実施方法

Web 調査 (楽天インサイト)

(3) 実施期間

令和7月12月

(4) アンケート項目

別添Aのとおり

2. 一般用医薬品等の販売に係る実地調査

一般用医薬品等の販売における好事例を把握するため、公益社団法人日本薬剤師会、一般社団

法人日本保険薬局協会、一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会及び公益社団法人全日本医薬品登録販売者協会、一般社団法人日本医薬品登録販売者会から推薦のあった店舗の現地へ赴き視察・聞き取り調査を実施した。

(1) 調査期間

令和7年11月～12月

(2) 調査対象店舗

10店舗(表4)

表4 調査対象店舗

都道府県	店舗数	都道府県	店舗数
千葉県	1	静岡県	1
東京都	2	愛知県	1
神奈川県	2	兵庫県	1
富山県	1	福岡県	1

3. 一般用医薬品等の販売に関する教材の作成

消費者アンケートや実地調査等から一般用医薬品等の販売について、薬剤師、登録販売者が個々の相談者に合わせた確かな販売・服薬指導を行うための継続的なレベルアップが必要であると考察し、そのための研修の一例として、以下のアクティブラーニング教材を作成した。

<教材の概要>

- ・店頭での日ごろの販売、相談事例を「振り返り」複数スタッフで「体験を共有」することから事例検討を行い、さらに適切な対応を考察する学習
- ・事例検討を行った後、さらに良いと考えられ対応をシナリオにし「ロールプレイによるシミュレーション」の検討を実施する学習

(倫理面への配慮)

アンケート調査については名古屋市立大学医学研究科倫理審査委員会の承認を得て実施した。アンケート調査、実地調査結果については、個別の個人名及び施設名、企業名等が特定できないよう配慮した。

C. 研究結果

1. 要指導医薬品及び一般用医薬品の店舗販売に関するアンケート調査

一般消費者1,000人(表5)から回答が得られた(詳細な結果については別添Bのとおり)。

表5 回答者の属性

区分		人数
性別	男性	731
	女性	269
年代	10代	0
	20代	21
	30代	62
	40代	166
	50代	265
	60代	310
	70歳以上	176

(1) 薬に関する相談経験

薬局やドラッグストア等で薬について相談したことがある人は42.4%であった(図1)。

また、相談する店舗を決めている人は24.1%であった(図2)。

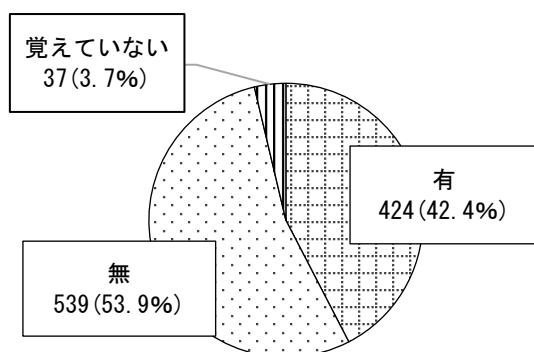


図1 店舗での薬に関する相談の経験

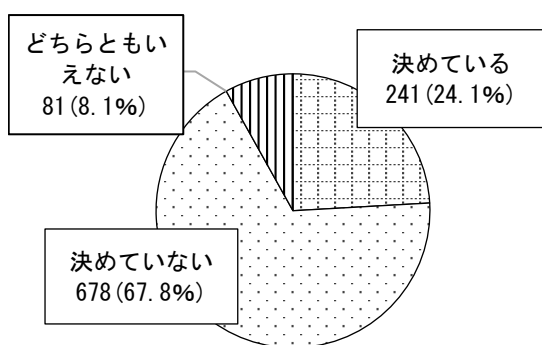


図2 相談する時の店舗

店舗を決めている理由としては、「家から近いから」が最も多く、次いで「相談しやすい雰囲気だから」、「いつも相談するかかりつけの専門家(薬剤師、登録販売者)がいるから」の順であった(表6)。

表6 相談する店舗を決めている理由

理由	回答数	割合 (%)
----	-----	--------

いつも相談するかかりつけの専門家(薬剤師、登録販売者)がいるから	47	19.5
相談しやすい雰囲気だから	76	31.5
家から近いから	154	63.9
交通の便が良いから	28	11.6
その他	6	2.5

(2) 一般用医薬品等を購入時の専門家への相談状況

一般用医薬品等を購入する際に専門家を選び方や使用方法等について相談する人の割合は、「毎回する」「時々する」が39.0%で、「ほとんどない」「全くない」が61.0%であった(図3)。

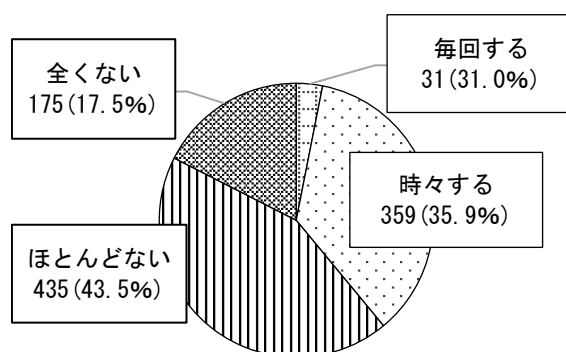


図3 専門家への相談頻度

また、実際に相談した内容では、「症状に合っているか」が最も多く、次いで「使用方法や使用量」、「併用している薬との飲み合わせ」の順であった(表7)。

表7 一般用医薬品等の購入時の専門家への相談内容

理由	回答数	割合 (%)
症状に合っているか	318	81.5
使用方法や使用量	130	33.3
副作用について	76	19.5
(説明文書に書かれた)してはいけないこと、注意すること等に該当しているか	30	7.7
併用している薬との飲み合わせ	91	23.3
その他	3	0.8

一方、専門家へ相談しない理由は、「よく利用する市販薬だから」が最も多く、次いで「外箱等を確認して自分で判断できるから」、「相談する必要があるかわからないから」の順であった

(表8)。

表8 一般用医薬品等の購入時の専門家へ相談しない理由

理由	回答数	割合(%)
よく利用する市販薬だから	352	57.7
外箱等を確認して自分で判断できるから	253	41.5
忙しい・相談する時間がないから	29	4.8
店が相談できる雰囲気でないから	36	5.9
何を質問・相談したら良いかわからないから	55	9.0
相談できることを知らなかったから	36	5.9
相談する必要があるかわからないから	104	17.0
その他	18	3.0

(3) 一般用医薬品等の購入時の専門家からのアドバイスの状況

専門家からのアドバイスで医師の診察を受けた経験については、「ある」が13.5%、「ない(アドバイスは受けた)」が37.1%であり、「専門家からのアドバイスを受けたことがない」が43.6%であった(図4)。

また、専門家からのアドバイスを受けて購入する市販薬を変更したり、市販薬の購入を中止したりしたことについては、「ある」が21.5%、「ない(アドバイスは受けた)」が31.8%であり、「専門家からのアドバイスを受けたことがない」が40.1%と、専門家からのアドバイスを受けたことがない人が4割以上であった(図5)。

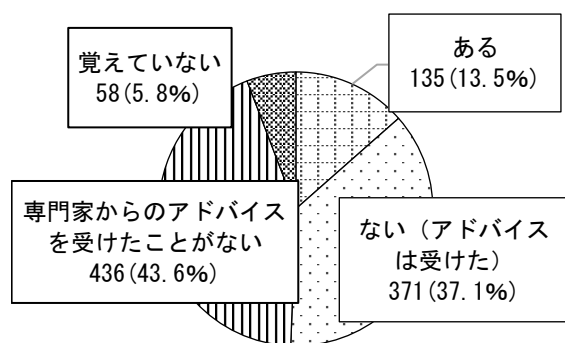


図4 専門家からのアドバイスで医師の診察を受けた経験

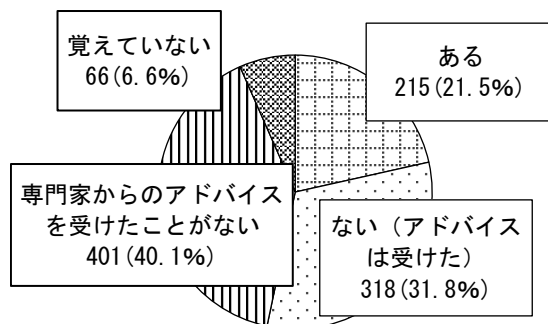


図5 専門家からのアドバイスで購入する医薬品を変更・中止した経験

(4) 一般用医薬品等の購入時の専門家への確認状況

服用・使用している薬(市販薬、医療用)を専門家に伝えて飲み合わせなどを確認してもらっているかについては、「必ず伝えて確認してもらっている」が12.7%、「時々伝えて確認してもらっている」が26.0%である一方で、「ほとんど伝えず確認してもらっていない」が36.1%、「全く伝えていない」が25.2%であり、合わせて61.3%が確認していなかった(図6)。特に年齢が上がるにつれて、確認していない割合が高くなっていた(表9)。

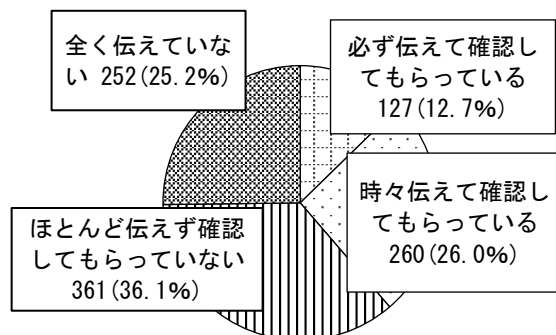


図6 薬の飲み合わせの確認状況

表9 年齢別の薬の飲み合わせの確認状況

	必ず伝えて確認してもらっている	時々伝えて確認してもらっている	ほとんど伝えず確認してもらっていない	全く伝えていない
20代	6 (28.6%)	5 (23.8%)	3 (14.3%)	7 (33.3%)
30代	10 (16.1%)	22 (35.5%)	11 (17.7%)	19 (30.6%)
40代	21 (12.7%)	48 (28.9%)	46 (27.7%)	51 (30.7%)
50代	42 (15.8%)	63 (23.8%)	95 (35.8%)	65 (24.5%)
60代	27 (8.7%)	77 (24.8%)	130 (41.9%)	76 (24.5%)
70歳以上	21 (11.9%)	45 (25.6%)	76 (43.2%)	34 (19.3%)

また、服用・使用しているサプリメント・健康食品を専門家に伝えて飲み合わせなどを確認してもらっているかについては、「必ず伝えて確認してもらっている」が8.2%、「時々伝えて確認してもらっている」が19.3%である一方で、「ほとんど伝えず確認してもらっていない」が34.8%、「全く伝えていない」が37.7%であり、合わせて72.5%が確認していなかった（図7、表10）

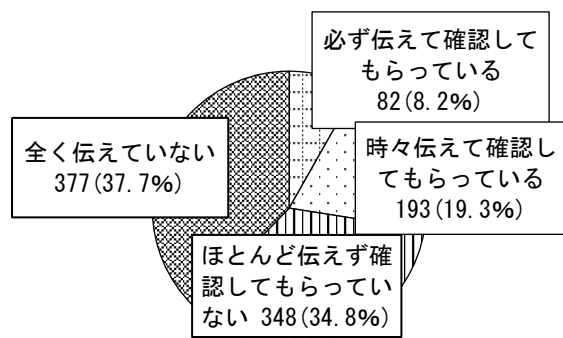


図7 サプリメント・健康食品の
飲み合わせの確認状況

表10 年齢別のサプリメント・健康食品の
飲み合わせの確認状況

	必ず伝えて確認 してもらっている	時々伝えて確認 してもらっている	ほとんど伝えず 確認してもらっていない	全く伝えてい ない
20代	7 (33.3%)	3 (14.3%)	3 (14.3%)	8 (38.1%)
30代	8 (12.9%)	15 (24.2%)	15 (24.2%)	24 (38.7%)
40代	13 (7.8%)	37 (22.3%)	46 (27.7%)	70 (42.2%)
50代	24 (9.1%)	59 (22.3%)	82 (30.9%)	100 (37.7%)
60代	16 (5.2%)	46 (14.8%)	130 (41.9%)	118 (38.1%)
70歳 以上	14 (8.0%)	33 (18.8%)	72 (40.9%)	57 (32.4%)

(5) 外箱等や添付文書の確認の状況

一般用医薬品等を購入する際に外箱等の説明を確認するかについては、「必ず確認する」が49.3%、「時々確認する」が39.1%であり、合わせて88.4%が外箱の表示を確認しており、9割以上であった（図8）。

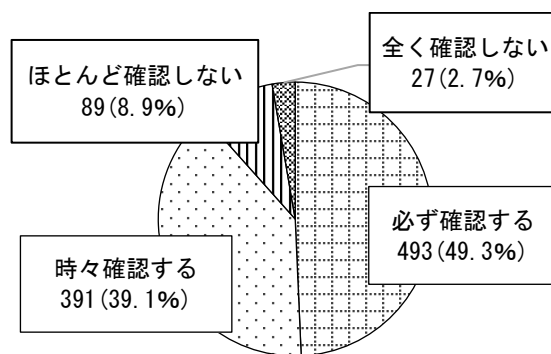


図8 外箱等の説明の確認状況

外箱等で必ず確認する事項については、「効能・効果」が89.7%と最も多く、次いで「用法・用量（服用・使用方法）」が81.6%であり、確認事項は効能効果、用法用量が多かった（表11）。

表11 外箱等で必ず確認する事項

理由	回答数	割合 (%)
効能・効果	793	89.7
用法・用量（服用・使用方法）	721	81.6
成分・分量	437	49.4
してはいけないこと	300	33.9
注意すること等	359	40.6
保管上の注意	117	13.2
その他	7	0.8

また、添付文書（医薬品の容器の中に入っている説明書）の説明を読むかについては、「毎回必ず読む」が19.0%、「初めて購入した時には読む」が39.2%であり、合わせて58.2%が半分以上添付文書を確認していた（図9）。

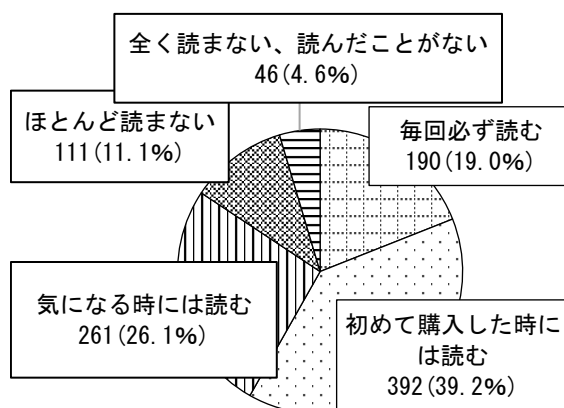


図9 添付文書の確認状況

(6) 一般用医薬品等の購入時の専門家の関与
一般用医薬品等を購入する際に専門家から教えてほしいことについては、「効能・効果」が

51.1%、「飲み合わせ」が44.1%、「副作用とその対応」が46.7%、「してはいけないこと、注意すること等に該当するか」が32.6%であったが、「教えてほしいことはない」が11.5%であった。（表12）。

また、要指導医薬品、第1類医薬品の購入時に、薬剤師からの説明は参考になったかについては、「参考になった」が37.9%、「あまり参考にならなかった」が7.7%であった（図10）。

薬剤師からの説明で参考になった内容については、「効能・効果」が62.5%と最も多く、次いで「副作用とその対応」が48.3%、「用法・用量（服用・使用方法）」が47.0%、「してはいけないこと、注意すること等に該当するか」が46.4%であった（表13）。

表12 専門家から教えてほしいこと

理由	回答数	割合(%)
効能・効果	511	51.1
用法・用量（服用・使用方法）	267	26.7
有効成分	160	16.0
副作用とその対応	467	46.7
してはいけないこと、注意すること等に該当するか	326	32.6
保管上の注意	59	5.9
飲み合わせ	441	44.1
似ている薬との違い	270	27.0
治療や予防に必要な生活習慣の改善	59	5.9
価格	75	7.5
教えてほしいことはない	115	11.5

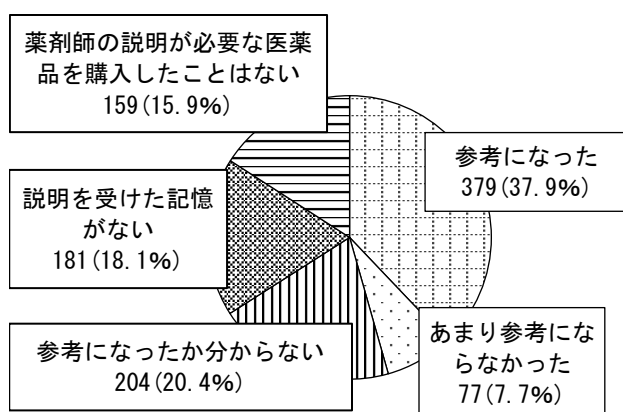


図10 薬剤師の説明効果

表13 参考になった薬剤師からの説明内容

理由	回答数	割合(%)
効能・効果	237	62.5
用法・用量（服用・使用方法）	178	47.0
有効成分	87	23.0
副作用とその対応	183	48.3
してはいけないこと、注意すること等に該当するか	176	46.4
保管上の注意	25	6.6
飲み合わせ	130	34.3
何かあった時の相談先	16	4.2
その他	1	0.3

（7）濫用等のおそれのある医薬品に関する状況

「濫用等のおそれのある医薬品」を知っているかについては、「知っている」が20.6%、「聞いたことがある」が44.6%であり、合わせて65.2%が認知している一方で、「知らない」が34.8%と、濫用品目を知らないが3割以上であった（図11）。

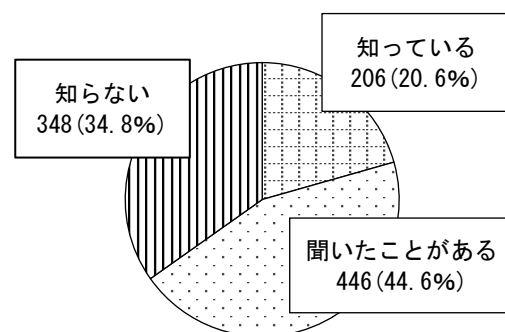


図11 濫用等のおそれのある医薬品の認知状況

また、過剰摂取や若者による不適正な購入を防ぐため、有効な専門家の対応として「一度に複数の購入を防止するため複数回数購入の理由の確認」が66.5%と最も多く、次いで「複数、頻回の購入を防止するため他の店舗での購入状況の確認」が53.5%、「若年者と思われる者の氏名と年齢を確認」が47.0%であった（表12）。

表12 不適正な購入に有効だと思う対応

理由	回答数	割合(%)
若年者と思われる者の氏名と年齢を確認	470	47.0
複数、頻回の購入を防止するため他の店舗での購入状況の確認	535	53.5
一度に複数の購入を防止するため複数回数購入の理由の確認	665	66.5
その他	20	2.0

2. 一般用医薬品等の販売に係る実地調査

以下の項目を中心に実地調査を行い、好事例を収集した（詳細は別添Cのとおり）。

- ・一般用医薬品等の店舗での区分別販売方法、陳列方法、相談方法
- ・専門家がどのように関わっているか。相談しやすい工夫など
- ・一般用医薬品等の来店者向け表示（POP等）、商品の情報提供、相談の必要な事項の掲示などの工夫点
- ・一般用医薬品の販売で使用している資料やツール
- ・一般用医薬品等の来店者からの相談内容、相談で困った事例、解決事例、受診勧奨事例
- ・健康イベントや地域貢献
- ・濫用のおそれのある医薬品販売の具体的対応方法、販売拒否事例等の対応事例、対応で工夫している点、課題など
- ・薬剤師・登録販売者の連携、店内連携、店舗間連携、地域連携等について
- ・一般用医薬品等の販売に導入しているシステム、データ解析について（POSレジ、OTCの適正販売に向けたツール）
- ・一般用医薬品等の販売に関する行政等への要望

3. 一般用医薬品等の販売に関する教材の作成 「店頭師相談によるOTC販売 アクティブラーニング」（教材詳細は別添D）

- （1）店舗で複数スタッフが各自の販売・相談事例を持ち寄り、小グループ討論（SGD）でそれをどのように振り返り、情報共有するのかを進行するスライド資料を作成した。引き続き、SGDを行った事例検討について、それをさらに改善した事例としてシナリオを作成し、それをスタッフ同士でロールプレイしてシミュレーションし感想を述べあってさらにシナリオのレベルアップを図る研修を進行するスライド資料を作成した。この資料を研修参加者に配布して研修を進めることができる。
- （2）（1）の研修を理解しやすくするため、具体的な見本事例を以下の5つの模擬事例を使って例示し、ロールプレイの見本ビデオも以下の5種類作成した。この模擬事例

から研修を開始することで、今回の教材の意義や活用方法が理解しやすいと考えられる。

＜模擬事例＞

- ① 咳止めを継続して購入している方のOTC相談
- ② 医療用と同じ薬が欲しいというOTC相談
- ③ 最近疲れやすいので栄養剤が欲しいというOTC相談
- ④ 便秘が改善せず追加で薬を買いに来たOTC相談
- ⑤ 未成年者が睡眠改善薬のOTC購入を希望
模擬事例作成にあたっては、ウエルシア薬局株式会社供田将志氏、株式会社スギ薬局神保美沙子氏にもご協力いただいた。

D. 考察

1. 要指導医薬品及び一般用医薬品の店舗販売に関するアンケート調査

一般用医薬品等の選び方や使用方法について専門家に相談する（「毎回する」「時々する」）人が39.0%に留まっており、また、専門家からアドバイスを受けたことがないと回答した人が約4割であったことから、薬局・店舗販売業店頭での継続的な相談行動が定着していないと考えられる。

特にリスクが高い、服用・使用している薬との飲み合わせを専門家に確認してもらっている（「必ず伝えて確認してもらっている」「時々伝えて確認してもらっている」）人が38.7%、サプリメント・健康食品の飲み合わせを専門家に確認してもらっている（「必ず伝えて確認してもらっている」「時々伝えて確認してもらっている」）人が27.5%にとどまっていた。

専門家に相談しない理由として、「よく利用する市販薬だから」「外箱等を確認して自分で判断できるから」という理由が両者とも5割程度となっていた。購入時に外箱等の説明を確認している（「必ず確認する」「時々確認する」）人が88.4%であったこと、添付文書の説明を読む（「毎回必ず読む」「初めて購入した時には読む」）が58.2%であったことを踏まえると、購入時には自力で収集した情報収集で十分と判断していると考えられる。

その一方で、一般用医薬品等の購入時に専門家から教えてほしい事項として、「効能・効

果」「副作用とその対応」「飲み合わせ」がそれぞれ約 5 割となっており、専門家からの情報提供等を消費者が受けたいと考えており、専門家による情報提供に一定のニーズがあることが示唆された。

2. 専門家の関与のあり方について

(1) 現状分析と課題

一般用医薬品等の購入時の消費者ニーズは多様であったが、先に述べたように、一般消費者が専門家に確認したい一定のニーズがあると考えられる。

令和 6 年度に実施した薬局・店舗販売業を対象としたアンケート調査結果では、一般用医薬品等の販売時には、薬剤師や登録販売者がリスク区分に合わせて、おおむね法令に従った対応を行っていた。一方で、専門家による対応が店頭での一般的・形式的なものについては順守されていても、個々の一般用医薬品等の購入についての対応を行っていることについては一般消費者に「あまり意識されていない」ことが課題であると考えられる。令和 6 年度のアンケートや令和 7 年度の現地調査での聞き取りでも、相談者が服用していた医薬品との不適切な飲み合わせや、副作用と思われる症状に気づいていない事例や一般用医薬品等では治療困難な症状について一般用医薬品等を継続して服用していた事例が多くあげられている。薬局・薬店での専門家への確認や相談は、安全かつ有効な一般用医薬品の利用につながる最も手軽な手段の一つと思われるが、それを活用している消費者が多くないことは大きな課題である。この課題を解決していくためには、以下に示した専門家が相談に的確に対応できるよう信頼される資質・能力の研鑽、薬局・店舗での専門家からの積極的な声掛けなどのアプローチ、相談しやすい環境づくりを行っていく必要がある。さらに、それらを踏まえた上で消費者への啓蒙を継続的に行っていく必要がある。

(2) 専門家に求められる具体的な対応

専門家が適切な役割を果たすために、画一的な対応、外箱・添付文書に記載された情報の単なる提供にとどまらず、まずは消費者の体調・生活状況等を把握した上で、相談ニーズと

情報ニーズに応じ個々の消費者に最適と考えられる柔軟な関与が重要である。また、具体的には以下の対応を取っていくことが望ましいと考えられる。

ア ニーズ対応型の情報提供

- ・症状を丁寧に聴取し、複数の一般用医薬品等の選択肢がある場合に、消費者の症状に最も適した一般用医薬品等を提案。
- ・使用経験がある、又は外箱等の情報により理解していると消費者が認識している一般用医薬品等についても、症状、併用薬、生活環境等を踏まえた個別の情報提供を実施。
- ・他の医薬品や健康食品等との飲み合わせに関する個別の情報を提供。
- ・単なる一般用医薬品等の説明にとどまらず、消費者の健康課題の解決に向けた個別相談を実施。

イ 消費者の年齢別・属性別対応

- ・特に高齢者においては相互作用リスクが高いため、飲み合わせの確認を重点的に実施。
- ・お薬手帳やポイントカード等の情報を活用し、来店頻度や購入履歴に基づいた積極的な声掛けや問診を実施。

ウ 消費者が相談しやすい環境の整備

- ・「わかりにくいこと、心配なことはお気軽にご相談ください」などのポップや掲示を設置。
- ・「相談コーナーあります」という案内表示を設置。
- ・相談するとポイントが付くなどのインセンティブの提供。
- ・新規の消費者に対しても「何かご不明な点やご心配なことはありますか」と積極的に声掛けし、開かれた質問を実施。
- ・相談が自然に行われる環境を醸成するための地域住民との関係性の構築。

エ 薬剤師と登録販売者の役割分担と連携強化

店舗内又は店舗間で薬剤師と登録販売者さらに一般従事者等が役割分担し、効果的に連携している事例があった。

- ・登録販売者が消費者の接点となり、第2類医薬品以上のリスク区分の購入希望者では店舗内で積極的に声掛けし、購入目的や症状、治療状況等のスクリーニングを実施。
- ・登録販売者では判断が困難な場合や医療用医薬品との相互作用に関する相談を受けた場合には薬剤師につなぐ体制を構築。
- ・登録販売者さらには一般従業者が消費者や一般用医薬品等について情報共有する体制（定期ミーティング等）を構築。
- ・売場レイアウトの工夫（薬局と店舗販売業の併設店で店舗販売業側の医薬品販売状況が薬局側からも見える配置にすることで、登録販売者が薬剤師への相談につなげることが容易になる、消費者も処方薬の相談をしやすくなる。）

オ 販売後のフォローアップ

- ・販売時に「体調が良くなったかどうかまた教えてください」という声掛けや、次回来店時に「前回の医薬品は効きましたか」などの確認を実施し、効果不十分な場合は医療機関への受診を提案。
- ・一般用医薬品等の使用後に体調変化がないかを聴取し、副作用を早期に発見。
- ・必要に応じて医療用医薬品と同様に一般用医薬品等の使用情報を消費者毎に記録。
- ・初めての一般用医薬品等の使用開始時には必ず他に使用している医薬品との相互作用を再確認。

カ 医療用医薬品との違い踏まえた安全で効果的な指導

- ・医療用医薬品の通常の用法と乖離している一般用医薬品等もあるところ（例えば、医療では効果を高めるために複数の鎮咳去痰薬の成分（カルボシステインとデキストロメトルファン等）が使用されるが、一般用医薬品等では一律鎮咳去痰薬の縛りが適用され、同時に使用することは禁忌となっている等）、医療従事者の判断なしで使用できる一般用医薬品等の性質によるものであることに留意しつつ、薬剤師等は両者の違いを踏まえた安全で効果的な指導を行う必要がある。

キ ICT ツールの活用

先進的な店舗では、ICT ツールを活用して相談対応を効率化・標準化していた。ただし、ICT ツールはあくまで薬剤師や登録販売者による確認や情報提供等の正確性を担保する補助手段であり、薬剤師や登録販売者の判断に基づく対応が必要である。

- ・ICT ツールを活用した確認漏れの防止
- ・一般用医薬品等の商品バーコードを活用したお薬手帳への一般用医薬品等の登録。
- ・濫用等のおそれのある医薬品等の頻回購入者に関する店舗間の情報共有システムの活用。
- ・来店困難な場合の電話・オンライン相談システムの活用。

3. 外箱等の表示について

市販薬の外箱表示は、消費者の88.4%が確認する重要な情報源となっている。現在の表示制度は法定事項を満たしているが、安全で効果的な医薬品使用につなげるためには、表示の改善と、その情報を活用した専門家による関与が必要である。

(1) 外箱表示の改善案

今回のアンケート結果は、外箱や添付文書の情報は消費者にとって重要な情報源となっていることを強く示唆している。したがって、外箱や添付文書の表示の改善は、医療安全等に大きく寄与すると考えられる。

ア 禁忌・相談すべき事項の強化表示

「してはいけないこと」（禁忌）を必ず確認している人の割合は、33.9%と少なく、見落とされやすい可能性がある。このため、禁忌については、大きく目立つ位置に記載する（たばこ製品警告のような視認性）、「このような方は使用しないでください」という趣旨を目立つ位置に記載するなど、特に強調する必要がある。

イ 連用・過量服用に関する注意喚起の表示

濫用等のおそれのある医薬品を知らない人が34.8%存在しており、危険性が十分に周知されていないことが考えられる。このため、濫用等のおそれのある医薬品に関する周知や、濫用等のおそれのある医薬品に過量服用等に関する注意喚起を表示するこ

とも乱用防止の一助となると考えられる。

ウ 飲み合わせ・相談事項の明確化

専門家から教えてほしいこととして「飲み合わせ」が 44.1%と比較的高い割合であった。一方で、専門家に飲み合わせを確認してもらっていない（「ほとんど伝えず確認してもらっていない」「全く伝えていない」）人が服用・使用している薬では 61.3%、サプリメント・健康食品では 72.5%であった。

「医療用医薬品を使用中の方は、必ず薬剤師に相談してください」「他の市販薬を使用中の方、サプリメント・健康食品を摂取されている方は、必ず薬剤師・登録販売者に相談してください」などと具体的に外箱に分かり易く表示することで、適切な専門家の関与につながると考えられる。

エ 専門家への相談を促す表示

「効果、飲み合わせ、副作用、体調の変化などわからないこと、心配なことは薬剤師・登録販売者にお気軽にご相談ください」など、相談可能な内容例を具体的に示し、店舗での相談を促すことで、適切な専門家の関与につながる。

オ その他

製造販売業者による自発的改善として、視認性の高い表示デザイン、可読性の確保、リスク情報の強調表示、レジでの安易な販売を防ぐ店舗運営の工夫を促進することが必要と考えられる。

併せて、製造販売業者においては、薬剤師や登録販売者の研修に積極的に協力していくことで、専門家の資質向上に寄与できるものと考えられる。

また、登録販売者試験において、医薬品の外箱表示に関する事項や相談対応に関する理解度評価を積極的に取り入れることも重要である。

4. 薬剤師・登録販売者の消費者相談の積極的・継続的なレベルアップ

薬剤師や登録販売者の研修については、一般用医薬品等の商品や法的規制等の一般的な知識に関する研修だけでなく、外箱や添

付文書の情報とその相談対応について店舗内の専門家全員が標準的に修得していくことが必要である。さらに、インターネット等で情報が手軽に入手できる現状においては、個々の消費者からの情報を丁寧に聞き取り、その消費者に最適な医薬品や対応について指導・助言できる資質・能力の修得が必須である。そのためには、日頃の消費者対応を（可能であれば複数人で）自主的に「振り返り」、より良い対応はなかったかを「考察」し、継続的にレベルアップを図る必要がある。特に登録販売者については、「さらなる研修」としてそのような研修を採り入れることが必要と考えられる。本研究では、そのような研修実施を補助する教材を作製した。

E. 結論

「相談を待つ専門家」から「積極的に関与する専門家」への転換が必須である。消費者の相談意識が低い現在、専門家側が自主的に声かけし、個々の消費者のニーズに応じた情報提供をすることで、初めて「説明が届く」状況が生まれる。これらは薬剤師と登録販売者の役割分担と連携、消費者の属性に応じた対応、販売後のフォローアップを通じて、市販薬の安全で効果的な使用を実現するものと考えられる。

外箱等の確認率は高い一方で、相談率は低く、「自分で判断できる」という傾向が見受けられた。一方、症状判断や飲み合わせなど複雑な判断では専門家ニーズは存在していた。付加価値情報（医療用医薬品との相互作用、濫用リスク、症状判断）の提示を通じて、相談の必要性を高める工夫が有効と考えられる。

外箱表示の改善は、消費者の自主性を尊重しながら、専門家の相談価値を高めるバランスを取ることが重要である。禁忌・相互作用・濫用リスクの強調表示、専門家相談への導きの明確化、販売時説明資料の充実、企業・専門家・行政の三者連携により、市販薬の安全で効果的な使用が実現される。

さらに、「積極的に関与する専門家」として常に症例検討などを通して研鑽を積み、「相談されるに値する専門家」としての資質・能力を磨き住民から信頼を得る努力を継続的にしていきたい。

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

別添 A 要指導医薬品及び一般用医薬品の店舗販売に関する一般消費者の意識調査研究
アンケート調査内容

1. 研究の概要

【研究の目的】

薬局やドラッグストア等の店舗で購入することができる要指導医薬品、第1類医薬品、第2類医薬品、第3類医薬品（市販薬）は、薬剤師あるいは登録販売者という資格をもった専門家が店舗で管理をして販売しています。市販薬は手軽に使用することができますが、医薬品ですので間違った使用や他の薬との併用などによって健康被害を起こす可能性があります。本アンケートでは、さらに安全に効果的に市販薬を広く利用してもらうために、一般の方々の市販薬の購入状況と購入時の意識についてさらに薬剤師や登録販売者についての意識を調査し、どのように店舗での販売を行えばよいか、薬剤師や登録販売者がどのように販売に関わればよいかを考察いたします。

ご協力の程 何卒よろしくお願い申し上げます。

【研究の対象となる方】

18歳以上の方にアンケートをお願いしています。（全国調査）

【研究の方法（利用する情報）】

市販薬購入の際にどのような確認あるいは相談をされているかなどについてインターネットでお尋ねします。氏名や連絡先など個人が直接特定されるような情報は取得しません。収集した情報は研究目的以外には使用しません。

【研究期間】

2026年6月30日まで

アンケート実施期間は2025年12月～2026年2月です。

【研究実施機関】

名古屋市立大学（研究責任者：大学院薬学研究科 臨床薬学分野 鈴木 匡）

ご質問がある場合は、「7. 相談やお問い合わせがある場合の連絡先」へご連絡ください。なお、回答完了後はあなたのアンケート結果を取り除くことはできません。

この研究は、名古屋市立大学医学系研究倫理審査委員会の審査を受け承認されたうえで、研究機関の長から実施の許可を受けています。また、この研究が適正に実施されているか継続して審査を受けます。この委員会にかかわる規程等は、以下のWEBサイトでご確認いただけます。

＜名古屋市立大学病院臨床研究開発支援センター「患者の皆様へ」<https://ncu-cr.jp/patient>>

2 研究の方法

【利用目的】

本研究では、市販薬を購入される際の確認・相談の状況を明らかにし、薬剤師や登録販売者の関与が安全で効果的な医薬品使用に結び付いているかを明らかにし、市販薬販売時の適切な情報提供等について考察する基礎データを作成します。

【取得する情報と取得方法】

- ・取得する情報：市販薬の購入頻度、購入時の医薬品情報の確認状況、店舗での専門家への相談状況、濫用のおそれのある医薬品の認知状況など。

- ・取得方法：インターネット上のアンケート（自記式）により、ご自身のパソコンやスマートフォンから回答していただきます（個人を直接特定できる情報は取得しません）。

【対象者の範囲】

18 歳以上の方

【他機関（委託先）との情報の授受】

- ・本研究のアンケート配信・回収は、調査会社（株）シード・プランニング社）から再委託先の楽天インサイト（株）に委託します。

- ・楽天インサイト（株）が回収した個人を直接特定できない形の回答データを、調査会社へ電子的に安全な方法（暗号化ファイル・パスワード別送 等）で提供し、調査会社の実施した集計・分析結果を名古屋市立大学（大学院薬学研究科 臨床薬学分野）へ提供します。

- ・受領後のデータは、名古屋市立大学が責任をもって管理します。

【解析の方法】

回答結果を集計し、平均や割合の算出、項目同士の関係の有無を統計的に調べます。結果は個人が特定されない形で報告・公表します。

3. この研究で用いるあなたの情報の内容について

この研究で用いるのは、氏名・住所・電話・メールアドレス等の個人を直接特定できる情報を含まないアンケートの回答情報です。

利用する情報の種類（具体例）

市販薬の購買頻度、購入店舗の選定理由、専門家への相談状況、医薬品の情報確認の状況
濫用等のおそれのある医薬品の理解度

4. 研究の実施体制

この研究は、名古屋市立大学が単独で実施します。

5. 個人情報等の取り扱いについて

研究者は、あなたの情報を、氏名など個人が直接特定される情報ではなく符号をつけた状態で取り扱います。また、この研究の成果を公的機関への報告や学会で発表することがありますが、その際も、そこに含まれるデータがあなたのものであると特定されることはありません。

6. この研究の資金源および利益相反について

この研究は、厚生労働科学研究費補助金（医薬品・医療機器レギュラトリーサイエンス政策研究事業）の支援を得て実施するものです。利益相反（企業等の関与により研究の公正さが損なわれる可能性がある状態のこと）の状況については、名古屋市立大学大学院医学研究科医学研究等利益相反委員会に必要事項を申告し、適切に管理しています。

7. 相談やお問合せがある場合の連絡先

この研究について知りたいことや、ご心配なことがありましたら、遠慮なくご相談ください。また、この研究の計画について詳しくお知りになりたい場合は、研究に参加している他の方の個人情報や研究の知的財産等に影響しない範囲で、資料をお渡ししたり、お見せしたりすることが可能です。

【連絡先】

楽天インサイトの問い合わせフォーム

【アンケート内容】

本アンケート調査へのご協力についてお答えください。

- 上記の調査の説明を読み理解した上で、本調査に同意する
- 本調査に同意しない（こちらにチェックした場合は終了）

（スクリーニング設問）

直近1年で、薬局やドラッグストアあるいはインターネット等で市販薬を購入しましたか。

※インターネットでしか購入がない方は「④直近1年で購入したことはない」を選択してください。

- ①自分用に購入したことがある ②自分用の購入はないが、家族用に購入したことがある
- ③自分は購入したことがないが家族・知人等が購入した ④直近1年で購入したことはない

（スクリーニング設問で①自分用に購入したことがある、②自分用の購入はないが、家族用に購入したことがあると回答された方が、以下の調査に進む）

設問1

直近1年で薬局やドラッグストアあるいはインターネット等で自分用に市販薬を何回くらい購入しましたか。

- ①30回以上 ②10～29回 ③5～9回 ④1～4回 ⑤全く購入していない

設問2

今までに実際に薬局やドラッグストア等で薬のことについて相談したことがありますか。

- ①ある ②ない ③おぼえていない

設問3

薬局やドラッグストア等で薬の相談をする時は店舗を決めていますか。

- ①決めている ②決めていない ③どちらともいえない

設問4

（①決めていると回答された方）

その店舗に決めている理由は何ですか(複数回答可)

- ①いつも相談するかかりつけの専門家（薬剤師、登録販売者）がいるから
- ②相談しやすい雰囲気だから
- ③家から近いから
- ④交通の便が良いから
- ⑤その他（自由記載）

設問 5

薬局・ドラッグストア等で市販薬を買うときに専門家（薬剤師、登録販売者）に選び方や使用方法等について相談をすることはありますか。

- ①毎回する ②時々する ③ほとんどない ④全くない

設問 5－2

（①毎回する、②時々すると回答された方）

どのような内容を相談しましたか。(複数回答可)

- ①症状に合っているか
- ②使用方法や使用量
- ③副作用について
- ④(説明文書に書かれた)してはいけないこと、注意すること等に該当しているか
- ⑤併用している薬との飲み合わせ
- ⑥その他（自由記載）

設問 5－3

（③ほとんどない、④全くないと回答された方）

相談しない理由はどれですか。(複数回答可)

- ①よく利用する市販薬だから
- ②外箱等を確認して自分で判断できるから
- ③忙しい・相談する時間がないから
- ④店が相談できる雰囲気でないから
- ⑤何を質問・相談したら良いかわからないから
- ⑥相談できることを知らなかったから
- ⑦相談する必要があるかわからないから
- ⑧その他（自由記載）

設問 6

市販薬を購入する目的で薬局やドラッグストア等に出向いた際、専門家（薬剤師、登録販売者）からのアドバイスで医師の診察を受けた（病院や診療所に行った）ことがありますか。

- ①ある ②ない（アドバイスは受けた） ③専門家からのアドバイスを受けたことがない

- ④覚えていない

設問 7

市販薬を購入する目的で薬局やドラッグストア等に出向いた際、専門家からのアドバイスを受けて購入する市販薬を変更したり、市販薬の購入を中止したりしたことはありますか。

- ①ある ②ない（アドバイスは受けた） ③専門家からのアドバイスを受けたことがない
④覚えていない

設問 8

市販薬を購入する時、外箱等の説明を確認しますか。

- ①必ず確認する ②時々確認する ③ほとんど確認しない ④全く確認しない

設問 8－2

（①必ず確認する、②時々確認すると回答された方）

市販薬を購入する際、外箱等で必ず確認する事項はどれですか（複数回答可）。

- ①効能・効果 ②用法・用量（服用・使用方法） ③成分・分量
④してはいけないこと ⑤注意すること等 ⑥保管上の注意
⑦その他（自由記載）

設問 9

市販薬を購入する際、専門家から教えてほしいことはどれですか（複数選択可）。

- ①効能・効果 ②用法・用量（服用・使用方法） ③有効成分 ④副作用とその対応
⑤してはいけないこと、注意すること等に該当するか ⑥保管上の注意 ⑦飲み合わせ
⑧似ている薬との違い ⑨治療や予防に必要な生活習慣の改善 ⑩価格
⑪教えてほしいことはない

設問 10

市販薬を使用する時、添付文書（医薬品の容器の中に入っている説明書）の説明を読みますか。

- ①毎回必ず読む ②初めて購入した時には読む ③気になる時には読む
④ほとんど読まない ⑤全く読まない、読んだことがない

設問 11

市販薬を購入する際、服用・使用している薬（市販薬、医療用）を専門家に伝えて飲み合わせなどを確認してもらっていますか。

- ①必ず伝えて確認してもらっている ②時々伝えて確認してもらっている
③ほとんど伝えず確認してもらっていない ④全く伝えていない

設問 1 2

市販薬を購入する際、服用・使用しているサプリメント・健康食品を専門家に伝えて飲み合わせなどを確認してもらっていますか。

- ①必ず伝えて確認してもらっている ②時々伝えて確認してもらっている
- ③ほとんど伝えず確認してもらっていない ④全く伝えていない

設問 1 3

要指導医薬品、第1類医薬品（薬剤師の説明が必要な医薬品）は、副作用などのリスクがあり、特に注意が必要なものであるため、販売時に薬剤師が使用上の注意などを説明する必要があります。薬剤師からの説明は参考になりましたか。

- ①参考になった ②あまり参考にならなかった ③参考になったか分からない
- ④説明を受けた記憶がない ⑤薬剤師の説明が必要な医薬品を購入したことはない

設問 1 3 - 2

（①参考になったと回答された方）

薬剤師からの説明でどのような内容が参考になりましたか。

- ①効能・効果 ②用法・用量（服用・使用方法） ③有効成分 ④副作用とその対応
- ⑤してはいけないこと、注意すること等に該当するか ⑥保管上の注意 ⑦飲み合わせ
- ⑧何かあった時の相談先 ⑨その他（自由記載）

設問 1 4

「濫用等のおそれのある医薬品※」を知っていますか。

※一定の成分を含む風邪薬、咳止めなどのことで、間違った使い方により、健康被害が出たり、やめられなくなったりするリスクがあります

- ①知っている ②聞いたことがある ③知らない

設問 1 5

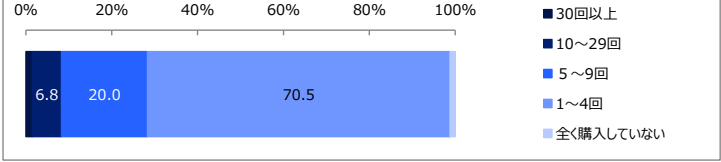
「濫用等のおそれのある医薬品」について、過剰摂取や若者による不適正な購入を防ぐため、販売時に専門家が行う対応で特に有効だと思うものを選んでください。（複数回答可）

- ①若年者と思われる者の氏名と年齢を確認
- ②複数、頻回の購入を防止するため他の店舗での購入状況の確認
- ③一度に複数の購入を防止するため複数個数購入の理由の確認
- ④その他（自由記載）

別添 B 要指導医薬品及び一般用医薬品の店舗販売に関するアンケート調査結果

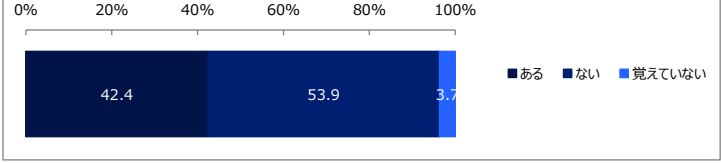
Q1.直近1年で薬局やドラッグストアあるいはインターネット等で自分用に市販薬を何回くらい購入しましたか。
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 30回以上	15	1.5
2 10～29回	68	6.8
3 5～9回	200	20.0
4 1～4回	705	70.5
5 全く購入していない	12	1.2



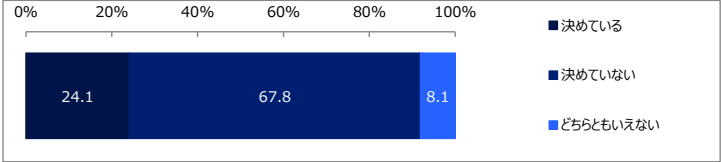
Q2.今までに実際に薬局やドラッグストア等で薬のことについて相談したことがありますか。
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 ある	424	42.4
2 ない	539	53.9
3 覚えていない	37	3.7



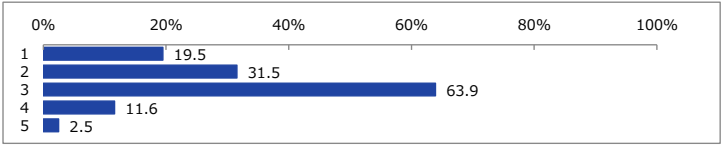
Q3.薬局やドラッグストア等で薬の相談をする時は店舗を決めていますか。
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 決めている	241	24.1
2 決めていない	678	67.8
3 どちらともいえない	81	8.1



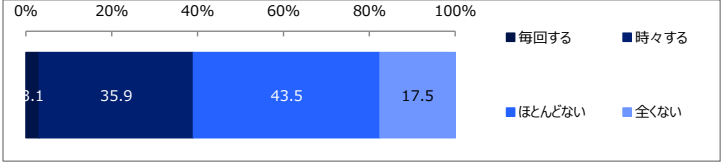
Q4.その店舗に決めている理由は何ですか。(いくつでも)
MA

	n	%
全体	241	100.0
1 いつも相談するかかりつけの専門家（薬剤師、登録販売者）がいるから	47	19.5
2 相談しやすい雰囲気だから	76	31.5
3 家から近いから	154	63.9
4 交通の便が良いから	28	11.6
5 その他：	6	2.5



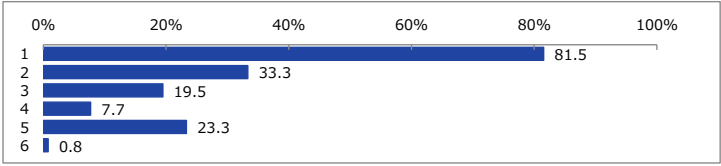
Q5-1.薬局・ドラッグストア等で市販薬を買うときに専門家（薬剤師、登録販売者）に選び方や使用方法等について相談することはありますか。
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 毎回する	31	3.1
2 時々する	359	35.9
3 ほとんどない	435	43.5
4 全くない	175	17.5



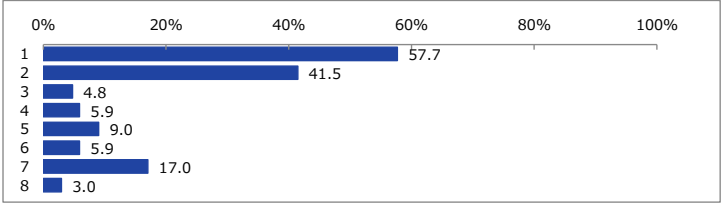
Q5-2.どのような内容を相談しましたか。(いくつでも)
MA

	n	%
全体	390	100.0
1 症状に合っているか	318	81.5
2 使用方法や使用量	130	33.3
3 副作用について	76	19.5
4 (説明文書に書かれた)してはいけないこと、注意すること等に該当しているか	30	7.7
5 併用している薬との飲み合わせ	91	23.3
6 その他：	3	0.8



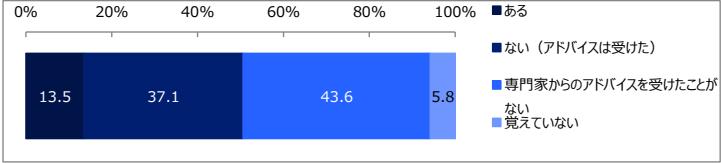
Q5-3.相談しない理由は何ですか。(いくつでも)
MA

	n	%
全体	610	100.0
1 よく利用する市販薬だから	352	57.7
2 外箱等を確認して自分で判断できるから	253	41.5
3 忙しい・相談する時間がないから	29	4.8
4 店が相談できる雰囲気でないから	36	5.9
5 何を質問・相談したら良いかわからないから	55	9.0
6 相談できることを知らなかったから	36	5.9
7 相談する必要があるかわからないから	104	17.0
8 その他：	18	3.0



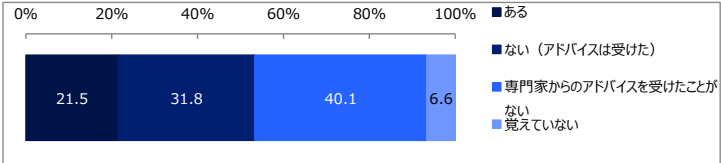
Q6.市販薬を購入する目的で薬局やドラッグストア等に出向いた際、専門家（薬剤師、登録販売者）からのアドバイスで医師の診察を受けた（病院や診療所に行った）ことがありますか。
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 ある	135	13.5
2 ない（アドバイスは受けた）	371	37.1
3 専門家からのアドバイスを受けたことがない	436	43.6
4 覚えていない	58	5.8



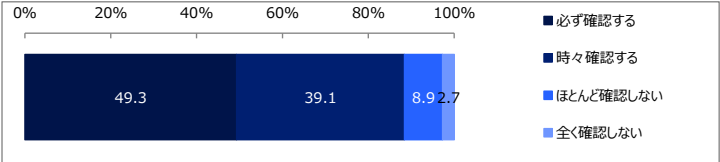
Q7.市販薬を購入する目的で薬局やドラッグストア等に出向いた際、専門家からのアドバイスを受けて購入する市販薬を変更したり、市販薬の購入を中止したりしたことはありますか。
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 ある	215	21.5
2 ない（アドバイスは受けた）	318	31.8
3 専門家からのアドバイスを受けたことがない	401	40.1
4 覚えていない	66	6.6



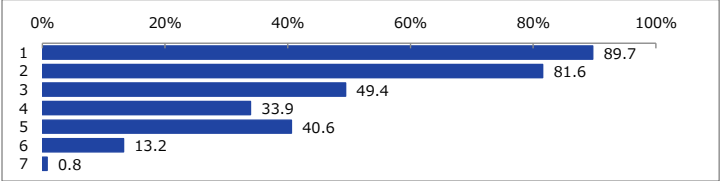
Q8-1.市販薬を購入する時、外箱等の説明を確認しますか。

SA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 必ず確認する	493	49.3
2 時々確認する	391	39.1
3 ほとんど確認しない	89	8.9
4 全く確認しない	27	2.7



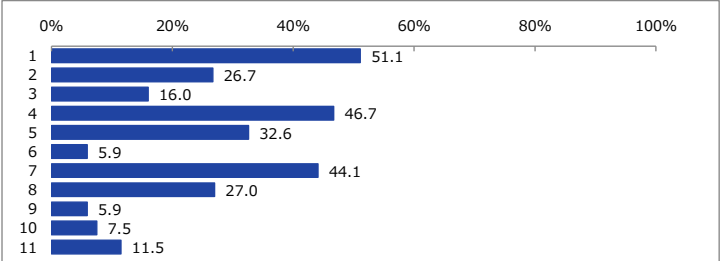
Q8-2.市販薬を購入する際、外箱等で必ず確認する事項はどれですか。（いくつでも）

MA		
	n	%
全体	884	100.0
1 効能・効果	793	89.7
2 用法・用量（服用・使用方法）	721	81.6
3 成分・分量	437	49.4
4 してはいけないこと	300	33.9
5 注意すること等	359	40.6
6 保管上の注意	117	13.2
7 その他：	7	0.8



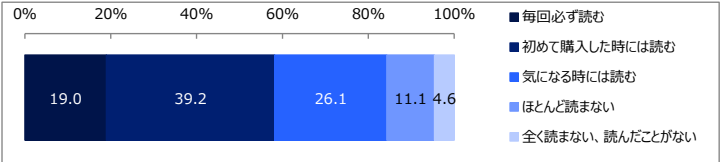
Q9.市販薬を購入する際、専門家から教えてほしいことはどれですか。（いくつでも）

MA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 効能・効果	511	51.1
2 用法・用量（服用・使用方法）	267	26.7
3 有効成分	160	16.0
4 副作用とその対応	467	46.7
5 してはいけないこと、注意すること等に該当するか	326	32.6
6 保管上の注意	59	5.9
7 飲み合わせ	441	44.1
8 似ている薬との違い	270	27.0
9 治療や予防に必要な生活習慣の改善	59	5.9
10 価格	75	7.5
11 教えてほしいことはない	115	11.5



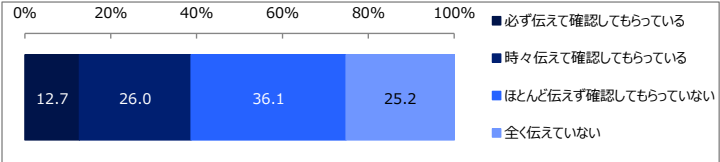
Q10.市販薬を使用する時、添付文書（医薬品の容器の中に入っている説明書）の説明を読みますか。

SA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 毎回必ず読む	190	19.0
2 初めて購入した時には読む	392	39.2
3 気になる時には読む	261	26.1
4 ほとんど読まない	111	11.1
5 全く読まない、読んだことがない	46	4.6



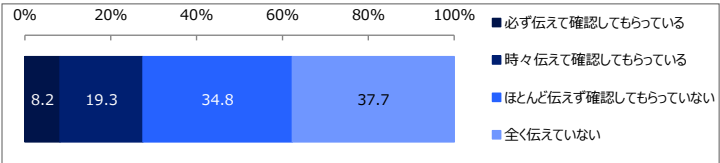
Q11.市販薬を購入する際、服用・使用している薬（市販薬、医療用）を専門家に伝えて飲み合わせなどを確認してもらっていますか。

SA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 必ず伝えて確認してもらっている	127	12.7
2 時々伝えて確認してもらっている	260	26.0
3 ほとんど伝えず確認してもらっていない	361	36.1
4 全く伝えていない	252	25.2



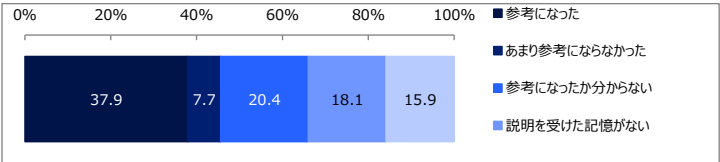
Q12.市販薬を購入する際、服用・使用しているサプリメント・健康食品を専門家に伝えて飲み合わせなどを確認してもらっていますか。

SA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 必ず伝えて確認してもらっている	82	8.2
2 時々伝えて確認してもらっている	193	19.3
3 ほとんど伝えず確認してもらっていない	348	34.8
4 全く伝えていない	377	37.7



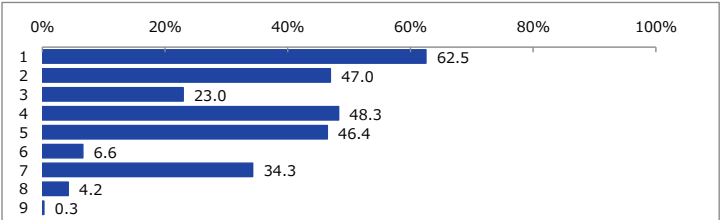
Q13-1.要指導医薬品、第1類医薬品（薬剤師の説明が必要な医薬品）は、副作用などのリスクがあり、特に注意が必要なものであるため、販売時に薬剤師が使用上の注意などを説明する必要があります。薬剤師からの説明

SA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 参考になった	379	37.9
2 あまり参考にならなかった	77	7.7
3 参考になったか分からない	204	20.4
4 説明を受けた記憶がない	181	18.1
5 薬剤師の説明が必要な医薬品を購入したことはない	159	15.9



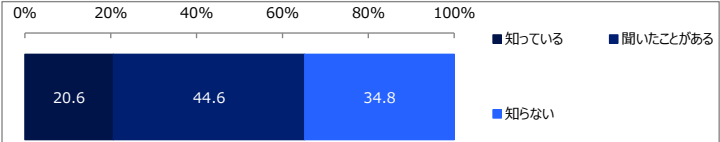
Q13-2.薬剤師からの説明でどのような内容が参考になりましたか。（いくつでも）

MA		
	n	%
全体	379	100.0
1 効能・効果	237	62.5
2 用法・用量（服用・使用方法）	178	47.0
3 有効成分	87	23.0
4 副作用とその対応	183	48.3
5 してはいけないこと、注意すること等に該当するか	176	46.4
6 保管上の注意	25	6.6
7 飲み合わせ	130	34.3
8 何かあった時の相談先	16	4.2
9 その他：	1	0.3



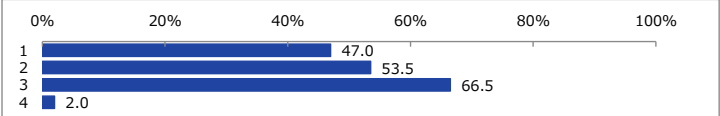
Q14.「濫用等のおそれのある医薬品※」を知っていますか。※一定の成分を含む風邪薬、咳止めなどのことで、間違った使い方により、健康被害が出たり、やめられなくなったりするリスクがあります。

	n	%
全体	1000	100.0
1 知っている	206	20.6
2 聞いたことがある	446	44.6
3 知らない	348	34.8



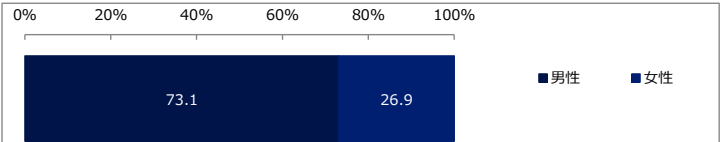
Q15.「濫用等のおそれのある医薬品」について、過剰摂取や若者による不適正な購入を防ぐため、販売時に専門家が行う対応で特に有効だと思うものを選んでください。（いくつでも）

	n	%
全体	1000	100.0
1 若年者と思われる者の氏名と年齢を確認	470	47.0
2 複数、頻回の購入を防止するため他の店舗での購入状況の確認	535	53.5
3 一度に複数の購入を防止するため複数回数購入の理由の確認	665	66.5
4 その他：	20	2.0



性別
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 男性	731	73.1
2 女性	269	26.9

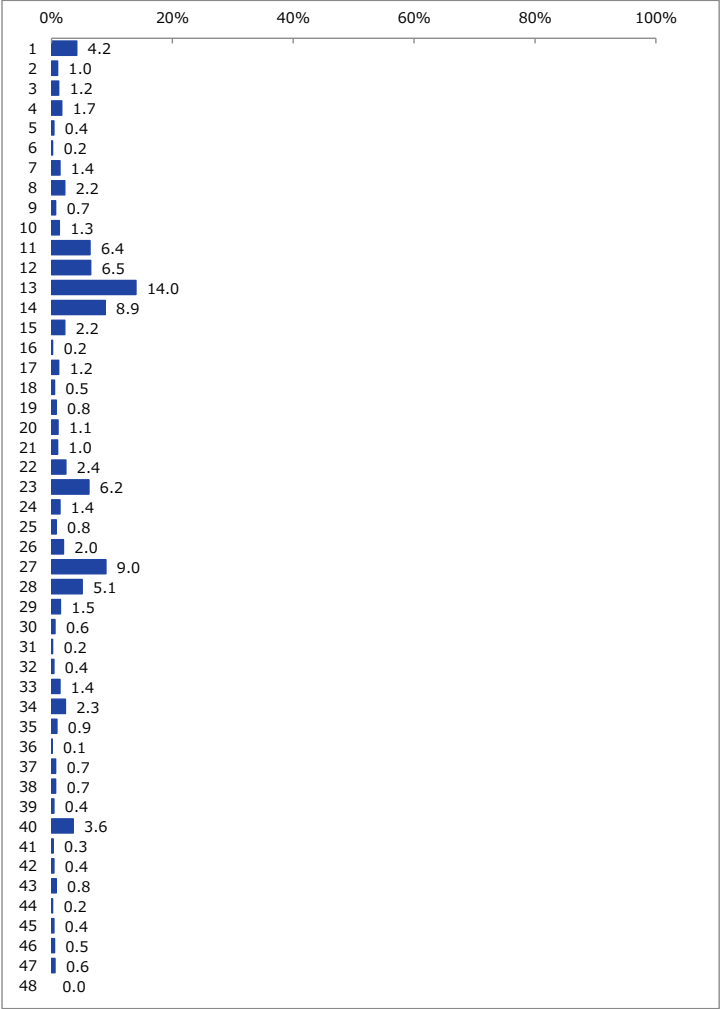


年齢
__歳

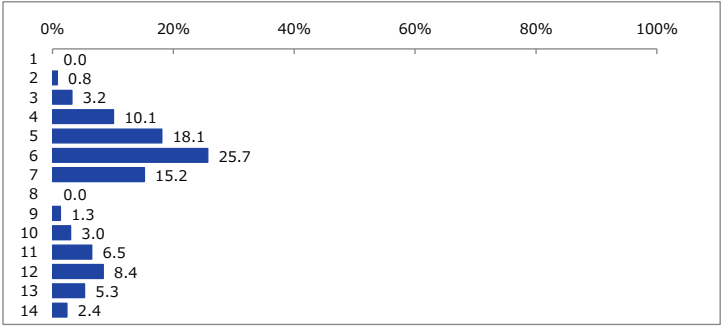
	値
全体	1000
平均値	57.68
最小値	21.00
最大値	91.00

都道府県
SA

	n	%
全体	1000	100.0
1 北海道	42	4.2
2 青森県	10	1.0
3 岩手県	12	1.2
4 宮城県	17	1.7
5 秋田県	4	0.4
6 山形県	2	0.2
7 福島県	14	1.4
8 茨城県	22	2.2
9 栃木県	7	0.7
10 群馬県	13	1.3
11 埼玉県	64	6.4
12 千葉県	65	6.5
13 東京都	140	14.0
14 神奈川県	89	8.9
15 新潟県	22	2.2
16 富山県	2	0.2
17 石川県	12	1.2
18 福井県	5	0.5
19 山梨県	8	0.8
20 長野県	11	1.1
21 岐阜県	10	1.0
22 静岡県	24	2.4
23 愛知県	62	6.2
24 三重県	14	1.4
25 滋賀県	8	0.8
26 京都府	20	2.0
27 大阪府	90	9.0
28 兵庫県	51	5.1
29 奈良県	15	1.5
30 和歌山県	6	0.6
31 鳥取県	2	0.2
32 島根県	4	0.4
33 岡山県	14	1.4
34 広島県	23	2.3
35 山口県	9	0.9
36 徳島県	1	0.1
37 香川県	7	0.7
38 愛媛県	7	0.7
39 高知県	4	0.4
40 福岡県	36	3.6
41 佐賀県	3	0.3
42 長崎県	4	0.4
43 熊本県	8	0.8
44 大分県	2	0.2
45 宮崎県	4	0.4
46 鹿児島県	5	0.5
47 沖縄県	6	0.6
48 国外	0	0.0



性年代 SA		
	n	%
全体	1000	100.0
1 男性 10代	0	0.0
2 男性 20代	8	0.8
3 男性 30代	32	3.2
4 男性 40代	101	10.1
5 男性 50代	181	18.1
6 男性 60代	257	25.7
7 男性 70歳以上	152	15.2
8 女性 10代	0	0.0
9 女性 20代	13	1.3
10 女性 30代	30	3.0
11 女性 40代	65	6.5
12 女性 50代	84	8.4
13 女性 60代	53	5.3
14 女性 70歳以上	24	2.4



実地調査結果（一般用医薬品等販売の好事例及び課題・要望）

1 販売管理体制の工夫

- ・レジシステム連動：資格者スキャン・バーコード認証により、資格不一致は販売不可としていた。
 - ・陳列の工夫として、薬効別・リスク区分別に色分けフラッグや電子棚札で明示していた。
-

2 相談対応体制の充実

- ・服装の色（薬剤師：長袖白衣、登録販売者：短白衣など）で職種を明確化していた。
 - ・カウンター/相談コーナーに常駐する体制を構築していた。
 - ・相談しやすい環境づくり（呼び出しボタン、「ご相談ください」表示等）が行われていた。
 - ・相談販売時に登録販売者と薬剤師が作製したわかりやすいオリジナルの情報提供ツールを用いていた。
 - ・タブレットを用いた販売時の聴き取り内容を、POS と連動して販売記録との重複確認を行っていた。
 - ・タブレットに成分・副作用・服用方法などを表示しながら説明していた。
 - ・相談対応時に、一般用医薬品等の情報や、使用者の症状別の注意事項、必要なケアなどを確認・提供できる店舗専用アプリを用いていた。
 - ・症状別パンフレット（ヘルシーニュースなど）を 20～30 種類常備していた。
-

3 受診勧奨の実践的対応

- ・関係団体が作成した受診勧奨ガイドラインを研修に組み込み、相談時の適切な受診勧奨に結び付けていた。
- ・受診勧奨カード追跡の社会実装を行っていた。
- ・以下の受診勧奨事例等があった。

解熱鎮痛剤を購入しようとした際に高熱（39℃）が確認できた事例

相談者への聞き取りで医師の診断を受けたことがない初発の口唇ヘルペスの可能性があった事例

胃腸薬相談時に発覚した止まらない下痢及び倦怠感の事例

日焼けの薬購入希望時に確認したところ広範囲のやけどであった事例

湿疹の薬を購入希望で带状疱疹ではないかと判断した事例

頭痛薬相談時に確認した血圧高値患者の頭痛（脳卒中疑い）の事例

ロキソプロフェンを購入しようとした透析患者への販売中止事例

鎮痛薬購入希望で症状が強く長引く場合の販売中止＋受診勧奨事例

4 一般用医薬品等の濫用防止の取り組み

- ・複数購入時の POS レジのアラート、システム上で資格者確認必須とするなどの対応が行われていた。
- ・会員データ分析（月・金等の定期抽出）で購買パターンを検知してチェックしていた。
- ・販売時の記録をレシート再発行や名簿作成で保存して継続購入をチェックしていた。
- ・ポイントカードに紐づく販売記録から他店舗での購入履歴を確認することで、同一チェーン内で重複購入をチェックしていた。
- ・頻回購入者等の情報を店舗間又はグループ内でメール配信により共有していた。
- ・怪しい顧客は毒物劇物販売伝票を参考に名前・連絡先を控えていた。

5 職員教育・研修体制

- ・全従業員対象として、勤務時間内・店舗で e-ラーニング必修化（テストは満点合格まで）していた。
 - ・最新情報を 1～2 分程度の動画にまとめ配信し、スタッフがいつでも手軽に視聴できるようにしていた。
 - ・OJT 制度により登録販売者 1 年目は必ず上級者「師匠」について 3 か月現場研修を行うこととした。
 - ・社内資格制度により適切な販売を行っているか、相談に対応できているかを確認する現場での観察試験等を取り入れ、ステップアップを評価していた。
-

6 データ管理・継続的対応

- ・薬歴・顧客情報：一般用医薬品等の情報を把握
- ・クラウド管理：他店舗でも薬歴・購買履歴を閲覧可能
- ・健康台帳：相談内容・測定結果を記録し、継続的指導を実施
- ・一般用医薬品等の販売情報を電子版お薬手帳へ自動記録することによる医

薬品服用歴の一元的情報管理

- ・ ID-POS データの分析：購買パターンから不適切な事例を検知
-

7 地域貢献・健康イベント

- ・ 店舗内：健康支援（相談、測定など）
 - ・ 健康相談会：栄養相談、育児相談、測定会（血圧・骨密度・ヘモグロビン等）
 - ・ 地域イベント参加：市民まつり、公民館講演（ポリファーマシー、オーラルフレイル等）
 - ・ 認知症サポーター活動：来店者情報を店舗内で共有し対応
 - ・ 管理栄養士による店舗での定期的な有料相談：定期的な体重・血圧・食事指導等を会員制で実施して独居の高齢者等の健康サポートを店舗スタッフとも連携して実施
-

8 多職種連携

- ・ 店内の薬剤師・登録販売者・管理栄養士が顧客の相談内容に合わせ（聞き取り→商品選定→相談）時にそれぞれの専門家が対応することで顧客満足度の高い指導を行っている事例があった。
- ・ 医療用医薬品の関連相談は登録販売者から薬剤師へつなぐこととしていた。
- ・ 不審な顧客情報を従業員ノート・店舗ミーティングで共有していた。
- ・ 店舗スタッフが顧客の相談等に困った時の電話相談窓口を本部 DI 室に用意していた。
- ・ 地域で医療マップを整備し、受診先を具体的に案内していた。

9 課題として感じていること

- ・ 丁寧な確認がカスタマーハラスメントを招くことも多く、現場が疲弊している。
- ・ 他社・他店舗間での購買履歴の把握には限界がある。
- ・ 医療用医薬品と同一成分、同一用量の一般用医薬品等の中には、禁忌の範囲が医療用医薬品と比べて広いものがある。

10 行政等への要望

- ・ マイナンバーカードの活用：医薬品購入時の年齢確認・購買履歴の一元管理
- ・ 国民向け啓発の強化：CM・SNS 等で「専門家に相談を、医療用医薬品を服用

時には使用薬を専門家に必ず確認を」等のメッセージ周知

- ・運用指導の統一化：地域ごとの解釈差を是正（一般用医薬品の陳列方法、情報提供場所の設置方法等）
- ・セルフメディケーション教育：学校での正しい医薬品使用方法の啓発

店頭相談によるOTC販売 アクティブラーニング

スモールグループディスカッションによる販売体験の
「振り返り」と「共有」

ロールプレイによる「シミュレーション」学習

<店頭での対応をより有効に行うために>

店頭での貴重なOTC販売経験を活かそう！

OTC販売の店頭相談では、個々のお客様への問診から適切なOTCの選定や受診勧奨を行っていけるように日頃から学習を続けていると思います。



店頭での貴重なOTC販売経験を活かそう！

個々のお客様の多様な症状や状況などから体調不良の原因を推測し、その治療に必要な薬剤の選定には日頃多くの相談を体験することが最も役立ちます。

貴重な日頃の相談対応を「記録」し、「振り返って」検討したことはありますか？



販売体験を「振り返って」検討する

毎日の店頭対応の中で、「これで良かったのだろうか」
「もっと良い回答や選択はなかっただろうか」と考えたことはありますか？

店頭での体験は一期一会で、個々のお客様によって「同じ症状」でも年齢・性別・職業などその方の条件によって、勧める薬も対応が違ってきます。そのお客様について最適な対応ができたのか。まずは対応を「記録」して「振り返って」おくことでその体験を活かしていくことができます。

体験はみんなで「共有」し「一緒に検討」する

体験の検討は、一人で行うよりみんなで「共有」して、一緒に検討する方がいろいろな見方を知ることができ、他の人の体験を学ぶことにもなり効果的です。



体験はみんなで「共有」し「一緒に検討」する

少し恥ずかしくても 仲間で一緒におしゃべりしながら自分の体験を披露し、他の人から感想や意見を聞くこと。

また、他の人の体験を聞いて自分の感想や意見を言うこと。

そこから学びを深める学習をしてみましょう。



まずは 自分の販売経験を思い出して記録する

まず最近の販売で相談に困ったり、これで良かったのかという店頭体験を書き出してみましょう。

<事例レポート 例>

相談日時 相談対象者(本人・家族・その他()) 年齢・性別

相談内容

【顧客情報】

初回来店・継続購入／店舗で把握している事項

【お客様から聞き取ったこと】

症状／現在の状態・いつから・どのくらい、

治療／治療をしている・これから、服用している薬、受診

希望／購入したい薬の銘柄、剤形、価格など

【販売で考えたこと、販売した薬・指導内容】

体調不良の原因の推測

推奨した薬・指導の内容

みんなで発表して話し合ってみよう！

Small Group Discussion(SGD)

一人一人が書いた体験レポートを、まずは、順番に発表しましょう。

発表された「体験」についてグループ参加者で自由に感想や意見を言い合います。

全員の体験が検討できるように時間配分を最初に決めてディスカッションを始めましょう！

SGDをやってみよう！ 話し合う時気をつけること

みんなが公平に話せるように(誰かが長く話してしまうことのないよう)なるべく簡潔に説明する。(人数が多い時は「司会・進行役」を決める)

すぐに批判するのではなく、まずは相手の話を良く聞く。

その時感じたことや思ったことは、遠慮なく言う。経験や立場が違うことを意識する必要はない。いろいろな立場での見方が大きな「気付き」になることは多い。批判的なことを言われたら、「そうかもしれない」とまずは受け止めて、それから自分の意見を言う。

SGDから、「シナリオ」を作って「ロールプレー」

事例をあらためて振り返り、もっと適切な対応ができるのではないかとみんなで考えることができれば、その対応の簡単な「シナリオ」を作ってみましょう。

シナリオができれば、実際にスタッフ役・来局者役となって「演じて(ロールプレー)」みて、それぞれの役で感想を述べ合いシナリオの完成度を高めます。

体験から学んだ事例で、より適切な対応を目指して「ロールプレー」

シナリオを販売する人と相談する人にわかれて、実際に「演じて」(ロールプレイ)みる。

相談する役の人は、相談する立場になって、相談を受ける役の人は、受ける立場になって演じよう！



体験から学んだ事例で、より適切な対応を目指して「ロールプレー」

「演じた」あとは正直な感想を共有しましょう。「ロールプレー」ではこ
の振り返りも重要です！



「ロールプレー」なら何度でも失敗できる

実際のお客様との対応で「練習」することはできませんが、「ロールプレー」なら何度でも「失敗」「やり直し」ができます。さらなるレベルアップを目指して、「練習」しましょう。

それぞれの役を演じることで、今まで気づかなかったお客様目線での課題に気づくこともできます。スタッフ役・お客様役を入れ替わって「演じて」みましょう。「演じた」後の感想共有も「振り返り」として重要です。

SGD→ロールプレー 開始

- 1) 皆さんの対応事例を順番に発表する
- 2) 対応事例個々について、それぞれ参加者の視点から考察した
意見や感想を述べる
- 3) その事例で、こうすればもっと良かったのではないか という
「振り返り」をして「シナリオ」作成
- 4) 「シナリオ」を基にロールプレー開始



研修事例 その1

咳止めを継続して購入している方のOTC相談



概要

咳止めを継続して購入している方のOTC相談

相談者 本人(家族の分も含む)・男性・40代



【顧客情報】

レジでチェックが入ったのでスタッフから連絡で登録販売者が対応した。

スタッフから3日前にも同じ薬を購入していたと情報あり。

【聞取り内容】

シロップは良く効いた。シロップが無くなり、自分だけでなく家族の咳も止まらないので再度同じ咳止めを購入に来た。

【販売した薬・指導内容】

特に不審な態度は無く、本人もまだ咳がでるし、家族(お母様)も咳がでるということだったので希望の咳止めシロップを1本販売。

SGDで今回の症例を考察する

咳止めを継続して購入している方のOTC相談

店舗レジスタッフ、登録販売者、薬剤師

店舗レジ
スタッフ

3日前にも同じ咳止めシロップを買いに来たが、その前にも同じシロップを購入していたように思う。

特に不審な感じはしなかったし、3日で使ってしまい、家族で使う分がなくなったということとで販売を断る理由がなかった。

登録
販売者

薬剤師

本人や家族がどのような症状か確認したか。不適切な連用への注意は行ったか。OTCでは直らない疾患の可能性もあり受診勧奨も必要だったのでは。

「シナリオ」を作成し「ロールプレー」を試みよう

咳止めを継続して購入している方のOTC相談

ロールプレー例示ビデオ

<https://youtu.be/GdDIJXYm3t4>

※ロールプレーが終わったら演じた人、観察した人で感想を共有しましょう。ここに示したのはあくまで一例です。

※皆さんの実際の店舗の状況に合わせて、さらに良い「シナリオ」を作り「演じて」検討してみてください。



研修事例 その2

医療用と同じ薬が欲しいというOTC相談



概要

医療用と同じ薬が欲しいというOTC相談

相談者 本人・男性・60代



【顧客情報】

病院でもらったかゆみ止めの軟膏(ステロイド配合)と同じものが欲しいと医療用の薬を持参して来局。

【聞取り内容】

体に湿疹ができてかゆい時病院でもらったかゆみ止めが良く効いた。

また体がかゆくなったので以前に病院でもらった薬を売っていれば購入したい。

【販売した薬・指導内容】

持参した薬が、お店にある薬と同じ成分の薬だったので販売した。

SGDで今回の症例を考察する

医療用と同じ薬が欲しいというOTC相談

登録販売者、登録販売者

登録
販売者

薬を確認したら、お店で売っている軟膏と同じ成分だったので、そのように説明したら買っていかれた。

いつどのような症状でもらった薬か確認したか。体のどこがかゆいか確認したか。

登録
販売者

登録
販売者

本人が体に塗る ということだったし、以前にも使用したということだったので問題ないと思った。

この薬は強いステロイドの薬なので、かゆみの原因によっては使わない方がよいこともある。前と同じ症状だったのかなどを確認して慎重に販売する必要があったのではないか。

登録
販売者

「シナリオ」を作成し「ロールプレー」を試みよう

医療用と同じ薬が欲しいというOTC相談

ロールプレー例示ビデオ

<https://youtu.be/lrP7C1pQuW0>

※ロールプレーが終わったら演じた人、観察した人で感想を共有しましょう。ここに示したのはあくまで一例です。

※皆さんの実際の店舗の状況に合わせて、さらに良い「シナリオ」を作り「演じて」検討してみてください。



研修事例 その3

最近疲れやすいので栄養剤が欲しい
というOTC相談



概要

最近疲れやすいので栄養剤が欲しいというOTC相談

相談者 本人・男性・50代



【顧客情報】

よく買い物にくるお客様。糖尿病の治療を継続中。

【聞き取り内容】

最近今までより疲れやすく、ふらふらすることが多くなった。

何か元気のでる栄養剤はないかと相談。

【販売した薬・指導内容】

糖尿病の治療中ということだったので、カロリーの高い栄養

ドリンクは避けて、カロリー0のドリンクを販売した。

SGDで今回の症例を考察する

最近疲れやすいので栄養剤が欲しいというOTC相談

登録販売者、薬剤師

登録
販売者

問診で糖尿病の薬を飲んでいるということだったのでカロリーの高いものを進めてはいけ
ないと思った。すぐ効くのが良いということでカロリー0ドリンクを勧めた。

本当に糖尿病か薬を確認したか。他に何か飲んでいないか確認したか。

薬剤師

登録
販売者

以前にも相談があり、お薬手帳を薬剤師さんに確認してもらっていて糖尿病の治療中なのは
間違いない。

糖尿病の薬が変更になっていたりして低血糖症状の可能性がある。治療のための運動や食事
制限が疲れの原因の可能性もある。

薬剤師

「シナリオ」を作成し「ロールプレー」を試みよう

最近疲れやすいので栄養剤が欲しいというOTC相談

ロールプレー例示ビデオ

<https://youtu.be/dmW-JSLuJIA>

※ロールプレーが終わったら演じた人、観察した人で感想を共有しましょう。ここに示したのはあくまで一例です。

※皆さんの実際の店舗の状況に合わせて、さらに良い「シナリオ」を作り「演じて」検討してみてください。



研修事例 その4

便秘が改善せず追加で薬を買いに来たOTC相談



概要

便秘が改善せず追加で薬を買いに来たOTC相談

相談者 本人・女性・40代



【顧客情報】

便秘薬の種類を変えて次々と購入している。

【聞き取り内容】

どの便秘薬を使ってもスッキリとお通じが出ない。

毎日お通じが来ないとどうしても気になってしまう。

【販売した薬・指導内容】

毎日お通じがなくても問題ない。便秘薬だけを使っているとだんだん効かなくなることが多い。まずは少しでも腸に良い環境を整えた方がよいので整腸剤と一緒に飲むよう指導し販売した。

SGDで今回の症例を考察する

便秘が改善せず追加で薬を買いに来たOTC相談

登録販売者、登録販売者

登録
販売者

便通で悩んでいる人は年代を問わずいる。一度気になると、薬を追加してでも何とか改善しようとするケースも多い。

便通の薬の種類も解らず、同効薬を選んでいることも多い。まずはどの薬を使用したことがあるか聞き取りをするべきだが、覚えていないこともある。

登録
販売者

登録
販売者

すぐに改善が難しい場合でも一度での改善をするのではなく、まずは整腸剤や生活改善から始め、こまめな来店を促しカウンセリングを行うことが良いと考えた。

病院の薬の効果が感じられなくて、追加で購入しに来ることもあるので、お薬手帳を確認した方がいい。情報が足りない場合は再来店して頂きたい。薬剤師は便秘薬が出ている患者には定期的に相談をするように声をかけておいて欲しい。便秘薬販売の際も使用方法などを丁寧に伝え濫用を防ぐように心がけたい。

登録
販売者

「シナリオ」を作成し「ロールプレー」を試みよう

便秘が改善せず追加で薬を買いに来たOTC相談

ロールプレー例示ビデオ

<https://youtu.be/E1IB7Q3Zpbo>

※ロールプレーが終わったら演じた人、観察した人で感想を共有しましょう。ここに示したのはあくまで一例です。

※皆さんの実際の店舗の状況に合わせて、さらに良い「シナリオ」を作り「演じて」検討してみてください。



研修事例 その5

未成年者が睡眠改善薬のOTC購入を希望



概要

未成年者が睡眠改善薬のOTC購入を希望

相談者 本人・女性・10代



【顧客情報】

マスクをしていて年齢が解りにくい。年齢を尋ねたら17歳と答えた。

【聞き取り内容】

最近悩み事があって眠れてない。

ネット調べて眠りを助ける薬があると知った。

【販売した薬・指導内容】

ジフェンヒドラミンを含む薬は、未成年者には濫用のおそれがあるので販売はできないと伝え、医師に相談するよう指導した。

SGDで今回の症例を考察する

未成年者が睡眠改善薬のOTC購入を希望

薬剤師、登録販売者

薬剤師

今回のお薬は、若年者へのOTC販売は適正使用・濫用の観点から可能であれば控えたいところだが、販売しないのではなく、必要なものを適切に販売することもできたのではないか。

年齢確認には素直に応じてくれたし、もう少し適切にカウンセリングし保護者とも連絡がとれるようであれば販売も可能だったかもしれない。

登録
販売者

薬剤師

濫用の恐れがある成分の若年者への商品は特に注意が必要だが想定される場面での適切な対応は予め考えておく必要がある。

年齢確認だけでなく、保護者への連絡先を確認するなどして、販売した後に見守ることができるよう、再来店を促すことも重要であるように思える。

登録
販売者

「シナリオ」を作成し「ロールプレー」を試みよう

未成年者が睡眠改善薬のOTC購入を希望

ロールプレー例示ビデオ

<https://youtu.be/7hAqiL1ddx4>

※ロールプレーが終わったら演じた人、観察した人で感想を共有しましょう。ここに示したのはあくまで一例です。

※皆さんの実際の店舗の状況に合わせて、さらに良い「シナリオ」を作り「演じて」検討してみてください。



制作：名古屋市立大学大学院薬学研究科 臨床薬学分野

※本教材は令和7年度厚生労働科学研究費(24KC1009)の補助で制作されたものである。



研究成果の刊行に関する一覧表

刊行物なし

令和8年5月 日
厚生労働大臣
(国立医薬品食品衛生研究所長) 殿
(国立保健医療科学院長)

機関名 公立大学法人名古屋市立大学

所属研究機関長 職 名 理事長

氏 名 郡 健二郎

次の職員の(元号) 年度厚生労働科学研究費の調査研究における、倫理審査状況及び利益相反等の管理については以下のとおりです。

1. 研究事業名 医薬品・医療機器等レギュトリーサイエンス政策研究事業
2. 研究課題名 要指導医薬品及び一般用医薬品の販売における薬剤師等の資質向上に関する研究
3. 研究者名 (所属部署・職名) 医薬学総合研究院(薬学)・特任教授
- (氏名・フリガナ) 鈴木 匡・スズキ タダシ

4. 倫理審査の状況

	該当性の有無		左記で該当がある場合のみ記入(※1)		未審査(※2)
	有	無	審査済み	審査した機関	
人を対象とする生命科学・医学系研究に関する倫理指針(※3)	☒	☐	☒	名古屋市立大学医学系研究倫理審査委員会	☐
遺伝子治療等臨床研究に関する指針	☐	☒	☐		☐
厚生労働省の所管する実施機関における動物実験等の実施に関する基本指針	☐	☒	☐		☐
その他、該当する倫理指針があれば記入すること (指針の名称:)	☐	☒	☐		☐

(※1) 当該研究者が当該研究を実施するに当たり遵守すべき倫理指針に関する倫理委員会の審査が済んでいる場合は、「審査済み」にチェックし一部若しくは全部の審査が完了していない場合は、「未審査」にチェックすること。
その他(特記事項)

(※2) 未審査の場合は、その理由を記載すること。
(※3) 廃止前の「疫学研究に関する倫理指針」、「臨床研究に関する倫理指針」、「ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針」、「人を対象とする医学系研究に関する倫理指針」に準拠する場合は、当該項目に記入すること。

5. 厚生労働分野の研究活動における不正行為への対応について

研究倫理教育の受講状況	受講 ☒ 未受講 ☐
-------------	---

6. 利益相反の管理

当研究機関におけるCOIの管理に関する規定の策定	有 ☒ 無 ☐ (無の場合はその理由:)
当研究機関におけるCOI委員会設置の有無	有 ☒ 無 ☐ (無の場合は委託先機関:)
当研究に係るCOIについての報告・審査の有無	有 ☒ 無 ☐ (無の場合はその理由:)
当研究に係るCOIについての指導・管理の有無	有 ☐ 無 ☒ (有の場合はその内容:)

(留意事項) ・該当する□にチェックを入れること。
・分担研究者の所属する機関の長も作成すること。

西暦2025年11月06日

医学系研究倫理審査結果通知書

研究責任者
薬学研究科臨床薬学
特任教授
鈴木 匡 様

名古屋市立大学医学系研究倫理審査委員会
名古屋市瑞穂区瑞穂町字川澄 1
委員長代理 渋谷 恭之 （公印省略）

審査依頼のあった研究計画について、医学系研究倫理審査委員会で審査した結果を下記の通り通知します。

記

管理番号	60-25-0129
研究課題名	要指導医薬品及び一般用医薬品の店舗販売に関する一般消費者の意識調査研究
研究責任者	所属機関名：薬学研究科臨床薬学
	職名・身分：特任教授
	氏 名：鈴木 匡
審査事項	研究計画書等修正報告書（西暦2025年11月05日）
審査方法	☐ 委員会審査（審査日：西暦 年 月 日） ☒ 迅速審査（審査日：西暦2025年11月06日）
審査結果	☒ 承認 ☐ 継続審査（簡便審査） ☐ 継続審査（合議審査） ☐ 却下 ☐ 停止（研究の継続にはさらなる説明を求める） ☐ 中止（研究の継続は適当ではない）
「承認」以外 の場合の条 件・理由等	
一括審査対象 機関	
備考	