

分担研究課題 一般用漢方製剤の安全使用に関する研究

研究分担者 袴塚高志 国立医薬品食品衛生研究所 生薬部長

研究分担者 政田さやか 国立医薬品食品衛生研究所 生薬部主任研究官

「漢方セルフメディケーション」ホームページの利用状況調査

研究要旨 平成 29 年 1 月に公開した「漢方セルフメディケーション」ホームページについて、昨年度に続き、公開 4 年目のアクセス状況を解析した。アクセス解析の結果、令和 2 年度は大きな変動はなく、固定利用客が比較的長時間利用しているという昨年度までの傾向を維持していた。アクセス解析に加えて本年度は、サイト内に変化を付ける目的で、「漢方薬を選ぶ」の 8 項目を一定期間ごとに“Pick Up!”として取り上げる試みを開始した。

研究協力者

内山奈穂子 国立衛研生薬部第二室長

A. 目的

第 2 類医薬品に分類される一般用漢方製剤の安全性確保のためには、薬剤師又は登録販売者が漢方医学的考え方にに基づき購入者に適切な使用を促すことが期待される。漢方医学には体質、体力、病状、病歴などを表現する特有の「証」という考え方があり、平成 23 年度の薬事・食品衛生審議会医薬品等安全性対策調査会では、一般用であっても漢方製剤の安全性を担保するためには「証」に合った使用が重要である旨が指摘されている。この意見を受けて従前の厚労科学研究「一般用医薬品における、化学合成品等のリスク区分の見直しと漢方製剤の安全性確保に関する研究 (平成 24～26 年)」では、薬剤師や登録販売者による服薬指導を念頭に、一般用漢方製剤の適切な使用を促し、副作用回避を支援する目的で、薬局店頭において販売者の情報提供や購入者のセルフチェックに利用できる情報提供ツールを作成してきた。これまでに、「安全に使うための漢方処方確認票」(以

下、「確認票」)39 処方と、39 処方の使い分けの目安となる「安全に使うための一般用漢方処方の鑑別シート」(以下、「鑑別シート」)が完成している。

他方、平成 25 年 1 月の最高裁判決や同年 6 月の日本再興政略の策定を経て、薬事法が改正され、平成 26 年 6 月 12 日以降、要指導医薬品を除くすべての一般用医薬品は一定の条件下で、インターネットや電話で販売・入手できるようになった。すなわち、消費者が自ら「証」に合った漢方処方を選択し、安全かつ効果的に漢方薬を服用するためには、店頭販売のみならず、インターネット販売に対応した消費者向けの情報提供が必要となった。そこで本研究では、インターネット販売を見据えた購入者の安全性を確保する方策として、上述の「確認票」及び「鑑別シート」を基礎として、インターネットを通じて、消費者が自分の体質や症状に合った処方を選択し、適正に漢方製剤を服用する手引きとなる web サイトを作成、公開した。本年度は、公開から 4 年目を迎える web サイト「漢方セルフメディケーション」<<https://www.kampo-self.jp>> について、例年に倣ったアクセス解析

を実施するとともに、「漢方薬を選ぶ」の8種類のカテゴリーを一定期間ごとにピックアップし、ホームページに変化が生まれるように工夫した。

B. 方法

アクセス解析

一般用漢方製剤の情報提供サイト「漢方セルフメディケーション」を運営するレンタルサーバーが提供するアクセス解析機能を用い、平成29年1月10日から令和3年1月31までの期間のアクセス数を、月別、OS・ブラウザ別、アクセス元別、滞在時間別に算出した。

訪問者数：サイトにアクセスした訪問者の数。同一IPはカウントしないユニークなアクセス数。

訪問回数：サイトがアクセスされた回数。同一IPの60分以内のアクセスはカウントしない。

ページビュー(PV)：サイトでHTML文書が表示された回数。同一IPでもカウントする。

(倫理面への配慮)

ヒト由来サンプル及び実験動物を使用しておらず、該当する事由はない。

C. 結果・考察

アクセス解析

月間アクセス数の解析では、昨年度に続き減少傾向が続いていたが、平均PV数は2程度で安定して推移しており、滞在時間「30秒未満」の割合が減っていることから、当ホームページは固定の来訪者が1日複数回、ある程度の時間をかけて使用している傾向が強いと推測された(表1, 2)。

閲覧に使用されたOS・ブラウザの種類は昨年度と同じ傾向を示し、PCよりもスマートフォンやタブレット端末による閲覧が主流であった(表2)。「漢方セルフメディケーション」は、PCとスマホのどちらの端末でも使用できるようにレイアウトを工夫しているため、現時点で大規模なサイト改修は必要ないと考えられた。

アクセス元の解析では、お気に入りやURL入力(QRコード含む)による直接アクセス数が減り、比率としては、検索エンジンを通じたアクセスの割合が増加していた。検索エンジンを通じたアクセス数そのものは増加していないことから、コロナ禍にあつて、薬局や大学からの固定アクセスが減ったのではないかと推測された。

総じて、アクセス状況は固定利用者を中心に落ち着いており、令和2年度内で大きな変動は見られなかった。

サイトの更新

検索エンジン等では常時、ウェブサイトの表示順位を最適化(検索エンジン最適化; Search Engine Optimization, SEO)しており、より多くの人の目に留まるためには、SEO対策も重要である。「漢方セルフメディケーション」ホームページは公開から4年目を迎え成熟しており、SEO評価に関係する更新頻度が滞っていることから、ホームページ制作会社からの助言を得て、サイトの内容は変えずに定期的に「Pick Up!」項目を表示することとした(図2, 3)。

具体的には、鑑別シートを基礎とした「漢方薬を選ぶ」の8項目から1つを選び、45日ごとにトップページ及び「漢方薬を選ぶ」ページに「Pick Up!」項目として強調表示することとし、本年度末から開始した(表3)。

D. 結論

公開から3年以上が経過し、「漢方セルフメディケーション」のアクセス状況に大きな変動はなく、固定利用者による長時間使用が推測される成熟したホームページとなった。今後は、「Pick Up!」表示の導入など、より多くの利用者の目に留まる工夫によって、本研究成果が一般用医薬品の安全で有効な利用を促進し、セルフメディケーションによる国民の健康・福祉に貢献することを期待する。

E. 研究発表

なし

F. 知的財産権の出願・登録状況

なし

表1 「漢方セルフメディケーション」ホームページの月別アクセス状況

	訪問者数	訪問回数	PV数	平均PV数
平成29年1月	140	256	2,178	8.51
平成30年1月	2,486	3,880	5,089	1.31
3月	3,178	4,905	6,831	1.39
12月	1,777	5,571	16,325	2.93
平成31年1月	1,940	5,937	10,211	1.72
令和元年5月	2,130	7,297	12,566	1.72
令和2年1月	1,147	2,924	5,223	1.79
2月	767	2,142	3,288	1.54
3月	769	2,567	3,716	1.45
4月	595	2,002	3,083	1.54
5月	683	1,947	3,130	1.61
6月	607	1,786	3,223	1.80
7月	824	1,903	4,318	2.27
8月	569	1,400	2,650	1.89
9月	684	1,495	3,310	2.21
10月	827	1,654	6,453	3.90
11月	878	1,600	3,934	2.46
12月	879	1,610	3,157	1.96
令和3年1月	910	1,566	3,849	2.46
2月	781	1,313	2,650	2.02
3月	791	1,303	2,729	2.09

		平成29年3月	平成30年1月	平成31年1月	令和3年1月
一日あたりの最大訪問回数		62	144	222	87
一日あたりの平均訪問回数		35.6	125.2	191.5	50.5
一日あたりのPV最大値		133	270	459	327
一日あたりのPV平均値		61.1	164.2	329.4	124.2
OS (ヒット数)	Windows	6,546 (64.1%)	5,774 (56.5%)	11,082 (27.1%)	10,329 (35.8%)
	Macintosh	284 (2.8%)	329 (3.2%)	997 (2.4%)	1,492 (5.2%)
	Linux Android	1,752 (17.2%)	964 (9.4%)	8,378 (20.5%)	6,547 (22.6%)
	iOS	1,574 (15.4%)	3,046 (29.8%)	20,361 (49.7%)	9,074 (31.4%)
	その他	52 (0.5%)	109 (1.1%)	118 (0.3%)	1,024 (3.5%)
ブラウザ (ヒット数)	MS Internet Explorer	3,345 (32.8%)	1,719 (16.8%)	5,224 (12.8%)	3,484 (12.0%)
	Google Chrome	3,089 (30.3%)	1,656 (16.2%)	11,516 (28.1%)	13,000 (44.9%)
	Firefox	1,631 (16%)	3,107 (30.4%)	1,296 (3.2%)	929 (3.2%)
	Safari	1,493 (14.6%)	3,036 (29.7%)	19,283 (47.1%)	9,954 (34.4%)
	その他	650 (6.3%)	696 (6.7%)	3,617 (8.8%)	1,377 (4.8%)
アクセス元 (PV数)	お気に入りやURL入力	1,041 (86.7%)	4,438 (95%)	7,495 (90.9%)	1,560 (73.8%)
	検索エンジン	94 (7.8%)	137 (2.9%)	684 (8.3%)	463 (21.9%)
	外部リンク	66 (5.5%)	99 (2.1%)	64 (0.8%)	90 (4.3%)
滞在時間 (訪問回数)	0秒-30秒	994 (90%)	3,534 (91.1%)	4,646 (78.3%)	1,189 (75.9%)
	30秒-2分	43 (3.9%)	32 (0.8%)	205 (3.5%)	148 (9.5%)
	2分-5分	24 (2.2%)	26 (0.7%)	144 (2.4%)	90 (5.7%)
	5分-15分	18 (1.6%)	58 (1.5%)	185 (3.1%)	58 (3.7%)
	15分-30分	11 (1%)	61 (1.6%)	206 (3.5%)	38 (2.4%)
	30分-1時間	8 (0.7%)	95 (2.4%)	350 (5.9%)	28 (1.8%)
	1時間以上	6 (0.5%)	74 (1.9%)	201 (3.4%)	15 (1.0%)

女性の体調トラブル	3/1 ~ 4/15
神経症	4/16 ~ 5/31
頭痛	6/1 ~ 7/15
尿のトラブル	7/16 ~ 8/31
胃のトラブル	9/1 ~ 10/15
腸のトラブル	10/16 ~ 11/30
カゼ（症状別）	12/1 ~ 1/15
カゼ（経過別）	1/16 ~ 2/28

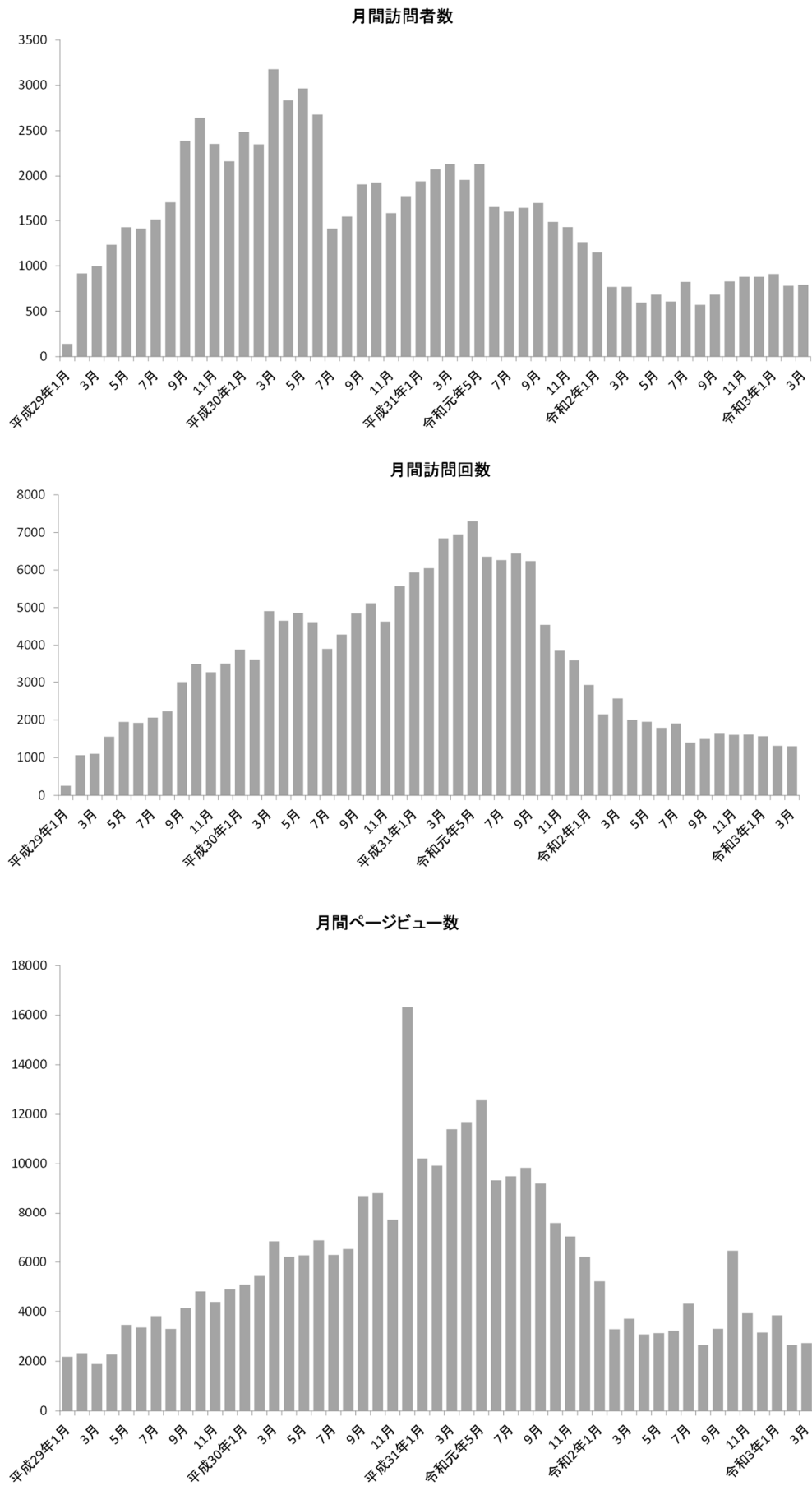


図1 「漢方セルフメディケーション」ホームページの月別アクセス状況の推移



図2 「漢方セルフメディケーション」トップページの更新 (Pick Up の追加)

次の中からお悩みの症状をお選びください



図3 「漢方薬を選ぶ」ページの更新 (Pick Up の追加)