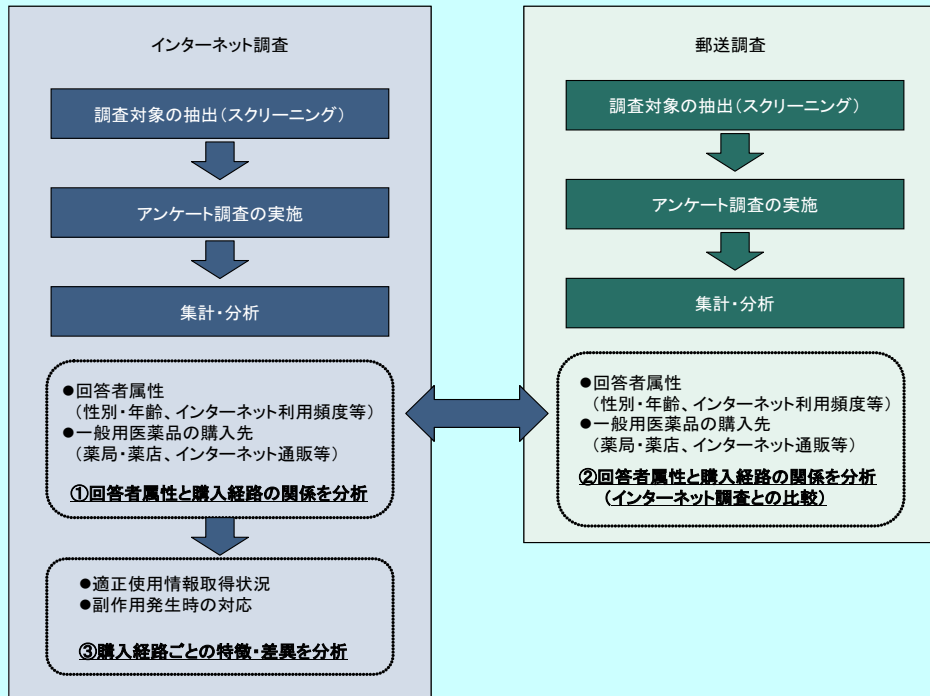


◆調査目的

- 一般用医薬品の適正使用を図るため、必要な情報が適切に入手されているかを把握することを目的に、一般用医薬品の適正使用に関する情報の入手状況や、副作用が発生した場合の対応等について、購入経路の違いによって差異がないかについて調査する。
- 購入経路ごとの課題を把握し、今後の議論の基礎資料とする。

◆調査方法

- 一般消費者を対象に、Webサイトを用いたインターネットによる調査(以下、「インターネット調査」という。)を実施。
- インターネット調査の回答者は一般的にインターネットで医薬品を購入する割合が一般国民よりも高い可能性があるため、医薬品の購入経路の選択に偏りが無いことを確認するため、並行して調査票の郵送による調査(以下、「郵送調査」という。)を実施。



◆アンケート調査項目

1. 基礎情報
 - 性別
 - 年代
 - 職種
 - 医療用医薬品の服用状況
 - 医療用医薬品での副作用経験
 - インターネットの利用頻度
 - インターネット通信販売の利用頻度
2. よく購入する医薬品と購入経路
 - 購入した医薬品の種類
 - 購入した医薬品の主な服用者
 - 購入経路
 - その購入経路を選んだ理由
 - 医薬品に関する情報取得方法
 - 医薬品に関する情報取得内容
 - 取得内容に対する理解
3. 一般用医薬品での副作用経験および副作用発現時の相談先
 - 副作用の経験の有無
 - 副作用が起きた場合の対処方法(相談先)
 - 相談窓口先の情報取得方法
4. その他
 - 医薬品購入時に必要な情報
 - 購入時の不安

◆調査対象

項目	目標回収数	回収数	目的
インターネット調査	10,000件	10,102件	店舗以外の購入経験者を含め、多数の医薬品購入者を対象に効率的に全国的な状況を把握する。
郵送調査	1,000件	1,009件	インターネット調査について、インターネットへの親和性によるバイアスがないことを確認する。

◆インターネット調査の妥当性確認

- インターネット調査と郵便調査について、回答者の属性に差がなく、一般用医薬品の購入経路に大きな差はないことを確認した。
- インターネット調査回答者と郵便調査回答者で、医薬品の購入経路に大きな差が認められなかったことから、以下の分析は標本数の多いインターネット調査を中心として行った。

◆調査結果①（購入経路）

- 一般用医薬品の購入経路は、薬局・薬店などの店頭のみでの購入が88.5%と最も多く、インターネット通信販売による購入経験者は8.9%でそのうち85%が薬局・薬店でも購入していた。

◆調査結果②（よく購入する医薬品）

- 薬局・薬店では第2類医薬品である風邪薬が最も多く、インターネット通信販売では第3類医薬品であるビタミン剤が最も多かった。

◆調査結果③（情報取得方法、情報の内容）

購入時の情報源やそこから得た情報の内容は、以下のとおり購入経路により異なっていたが、情報に対する理解度や満足度に販売経路による違いはなかった。

●情報取得方法

- ✓薬局・薬店で購入した場合、情報は、「医薬品の外箱の説明文から」、「薬局・薬店での対面による説明から」得ていることが多かった。
- ✓インターネット通信販売で購入した場合、情報は「購入先のホームページの情報から」、「以前にも使用したことがある医薬品だったため、既に情報を得ていた」ことが多かった。

●情報の内容

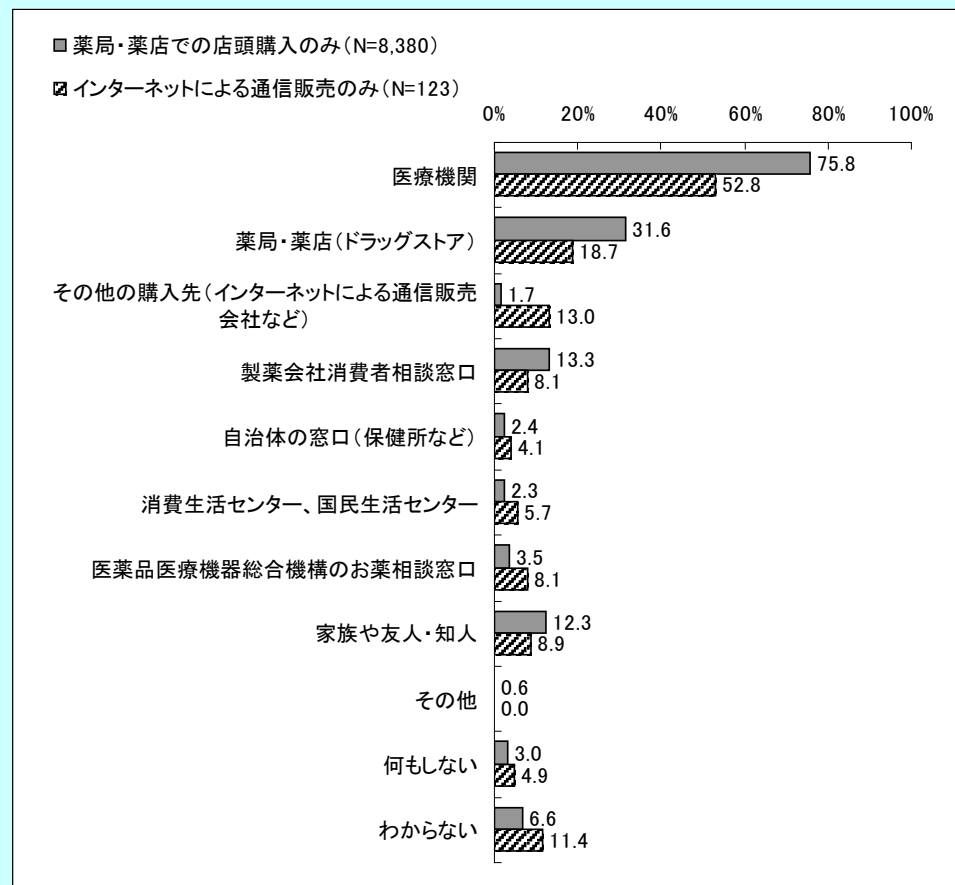
- ✓薬局・薬店でのみ購入した人では、「効能・効果」、「用法・用量」に関する情報を得たとする人の割合が多かった。
- ✓インターネット通信販売でのみ購入した人では、薬局・薬店でのみ購入した人に比較して「起こる可能性のある副作用」に関する情報を得たとの回答の割合が多かった。

◆調査結果④（副作用が起きた場合の相談先）

副作用が起きた場合の相談先については、医療機関が最も多く、薬局・薬店に相談する人が次いで多かった。インターネット通信販売で購入した場合でも、同様であった。

【副作用が起きた場合の相談先】

（薬局・薬店で店頭購入のみ / インターネット通信販売での購入のみ）
（複数回答）

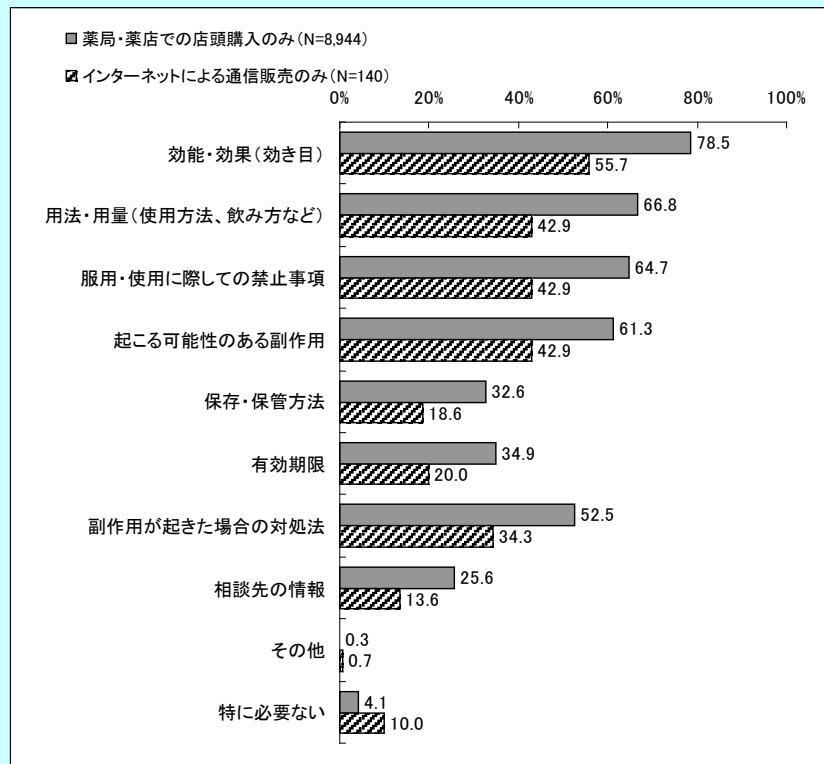


◆ 調査結果⑤（医薬品購入時に必要な情報、購入時の不安）

インターネット通信販売のみで購入した人に比べ、薬局・薬店で一般用医薬品を購入した人の方が情報を必要としている割合が高く、また副作用が起きた場合の対処法や効果に不安を感じている人の割合も高い傾向にあった。この要因としては、①店頭ではリスクの高い第2類医薬品を購入すること ②インターネットでは、すでに情報を得ている服用経験のある医薬品を購入するケースが多いことなどが考えられる。

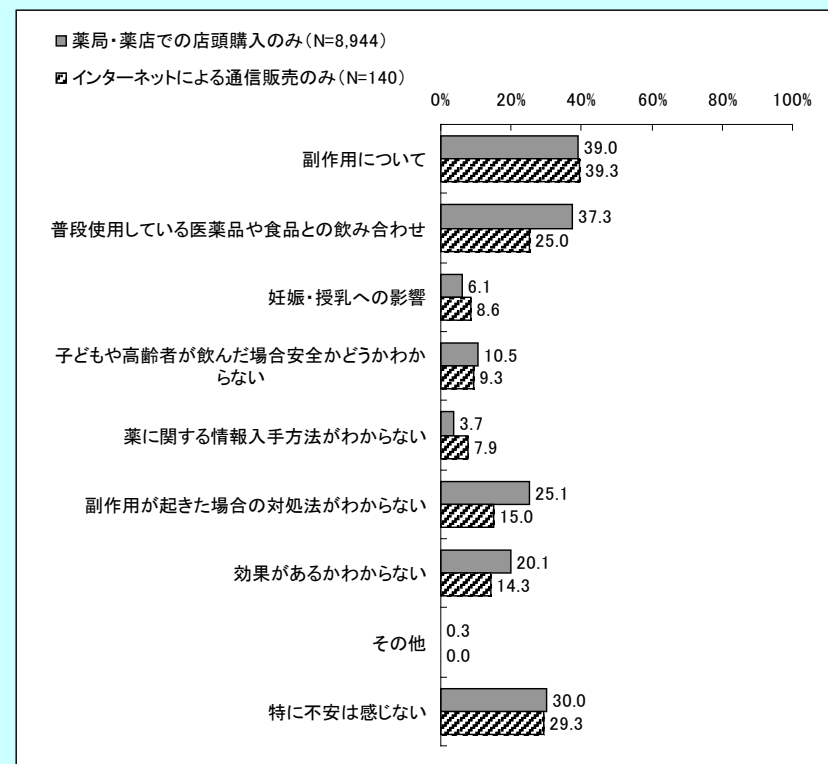
【医薬品購入時に必要な情報】

（薬局での店頭購入のみ / インターネットでの通信販売の購入のみ）



【購入時の不安】

（薬局での店頭購入のみ / インターネットでの通信販売の購入のみ）



◆ まとめ

- 購入経路によって購入する一般用医薬品の種類の傾向に差があり、購入時に取得した適正使用情報の内容も異なることが示された。
- 消費者に購入経路の特性を生かした適切な情報提供ができるようその伝達方法のあり方を検討していくことが求められる。
- 副作用発生時には医療機関、薬局・薬店での相談を求める人が多く、今後は相談窓口としての薬局・薬店の機能をより強化していくことも重要。
- PMDA等でも相談窓口を設けており、周知の必要がある。