

適正使用情報提供状況確認等事業

— 一般用医薬品の適正使用情報入手状況等調査 —

報告書

平成 23 年 3 月

 株式
会社 **三菱総合研究所**

適正使用情報提供状況確認等事業
報告書 目次

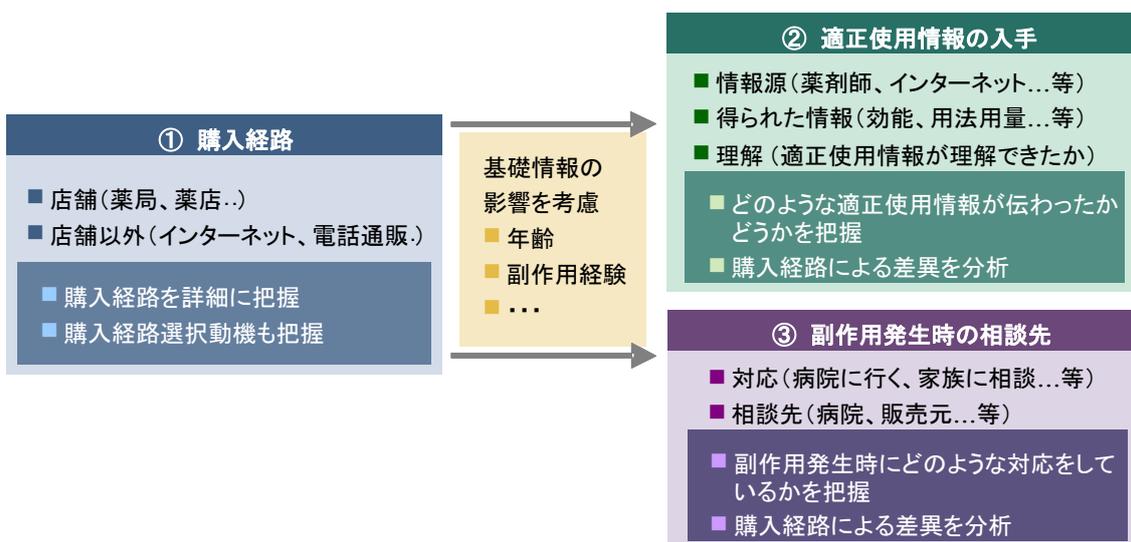
1 調査目的	5
2 調査方法	6
1) 概要.....	6
2) 調査対象.....	7
3) 調査時期.....	7
4) 調査項目.....	7
5) 分析項目.....	9
3 結果	10
1) インターネット調査および郵送調査における回答者属性と購入経路の関係 ...	10
2) インターネット調査における回答者属性と購入経路の関係	17
3) 購入経路ごとの特徴・差異の分析（インターネット調査）	20
4 まとめ（インターネット調査）	52
参 考 資 料	55
1) 郵送調査結果	56
2) アンケート調査票	81

1 調査目的

インターネットの普及により消費者の商品購入経路が多様化している。この状況は一般用医薬品においても例外ではなく、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も利用されている¹。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医薬品の適正使用情報を入手できることが極めて重要である。

本調査は、対面による販売及び対面以外の販売（インターネットによる通信販売、電話による通信販売等）という購入経路の違いによって、一般用医薬品の適正使用に関する情報入手状況や、副作用が発生した場合の対応等に差異がないかについて調査するとともに、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ことを目的とする。

図表 1 調査の全体像



¹ 平成 21 年 6 月 1 日に施行された「薬事法の一部を改正する法律」(平成 18 年法律第 69 号)においては、第 1 類医薬品、第 2 類医薬品及び薬局製造販売医薬品については対面による販売が義務づけられることとなった。ただし、経過措置として、平成 23 年 5 月 31 日まで、以下については継続販売が認められている。

ー薬局及び店舗販売業の店舗が存在しない離島に居住する者に対して郵便等販売を行う場合
ー厚生労働省令第 114 号施行前(平成 21 年 5 月 31 日)までに既存薬局開設者から購入・譲り受けた薬局製造販売医薬品又は第 2 類医薬品を当該省令施行前に継続して使用していると認められる者に対して当該医薬品と同一の医薬品の郵便等販売を行う場合

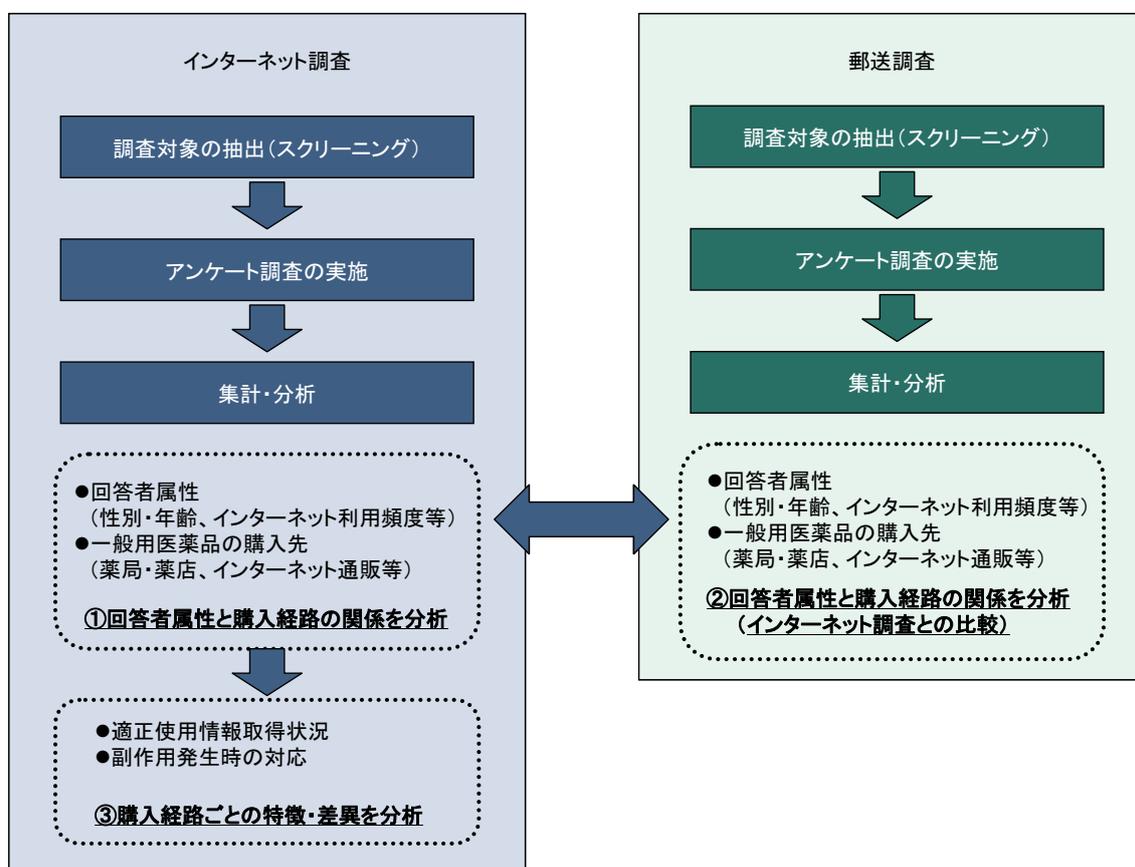
2 調査方法

1) 概要

一般用医薬品の購入経験がある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」とする）を実施した。調査対象はアンケート会社に登録しているモニターから抽出した。

インターネット調査の回答者は一般的に IT リテラシー²が高く、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。そのため、調査票による郵送調査（以下、「郵送調査」とする）を並行して実施し、回答者の属性比較を行うとともに、医薬品の購入経路の選択性に違いがないことを確認した。

図表 2 調査の概要



² IT (Information Technology) リテラシーとは、コンピューターなどの情報機器・技術を使いこなす能力のことを指す。

2) 調査対象

「最近 3 年以内に一般用医薬品を購入したことがある」という条件で調査対象をスクリーニングした。スクリーニング後の目標回収数および回収数を図表 3 に示す。

図表 3 回収数

項目	目標回収数	回収数	目的
インターネットによる調査 (インターネット調査)	10,000 件	10,102 件	店舗以外での購入経験者を多数集めるとともに、全国的な状況を把握する。
インターネットによらない調査 (郵送調査)	1,000 件	1,009 件	インターネットへの親和性によるバイアスを排除するため、インターネットを用いない方法で調査を実施する。

目標回収数を踏まえ、スクリーニング後の調査対象者を年代別 (20 代~70 代)・性別・地域別 (北海道東北・関東甲信越・東海北陸・近畿・中国四国・九州沖縄) の人口分布に応じて割付した。ただし、モニター数に不足が見込まれる 70 代については、同地域の 60 代のモニターで補うこととした。

3) 調査時期

平成 22 年 12 月

4) 調査項目

アンケートによる調査項目を図表 4 に示す (調査票については参考資料を参照)。

図表 4 アンケート調査項目

調査項目	
1. 基礎情報	<ol style="list-style-type: none"> 1. 性別 2. 年代 3. 職種 4. 医療用医薬品の服用状況 5. 医療用医薬品での副作用経験 6. インターネットの利用頻度 7. 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 購入した医薬品の種類 2. 購入した医薬品の主な服用者 3. 購入経路 4. その購入経路を選んだ理由 5. 医薬品に関する情報取得方法 6. 医薬品に関する情報取得内容 7. 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が起こった場合の相談先	<ol style="list-style-type: none"> 1. 副作用の経験の有無 2. 副作用が起きた場合の対処方法（相談先） 3. 相談窓口先の情報取得方法
4. その他	<ol style="list-style-type: none"> 1. 医薬品購入時に必要な情報 2. 購入時の不安

5) 分析項目

(1) インターネット調査および郵送調査における回答者属性と購入経路の比較

両調査間における回答者の属性と医薬品を購入する際のインターネットの利用率について比較する。

(2) インターネット調査における回答者属性と購入経路の関係

回答者属性が購入経路の選択性に及ぼす影響を分析する。

(3) 購入経路ごとの特徴・差異の分析（インターネット調査）

購入経路ごとの適正使用情報取得状況および副作用時の対応について分析する。

3 結果

1) インターネット調査および郵送調査における回答者属性と購入経路の関係

一般用医薬品を購入する際の情報取得の適正性について検討するために、仮説として、購入経路別に情報の取得内容や理解度が異なると想定した。

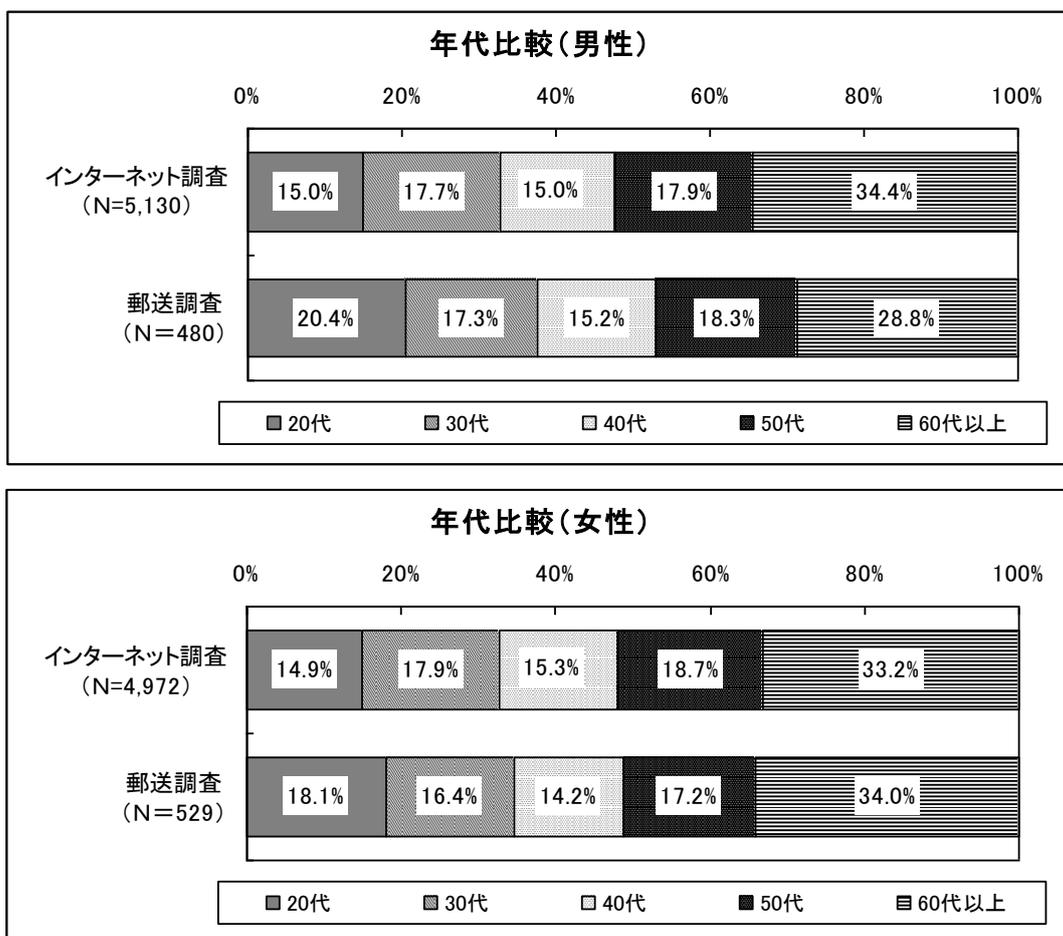
本調査はインターネット調査を主としているが、インターネット調査の参加モニターは、ITリテラシーが高いため、インターネットでの医薬品の購入割合が高いと想定された。そこで、別途郵送調査を実施し、インターネットでの医薬品の購入割合を確認した。その際に、インターネット調査と郵送調査において差が生じやすいサンプリングの問題を解消するために、回答者の属性を極力揃えたうえで、調査を実施している。

以下、インターネット調査と郵送調査の回答者属性の比較を示した。

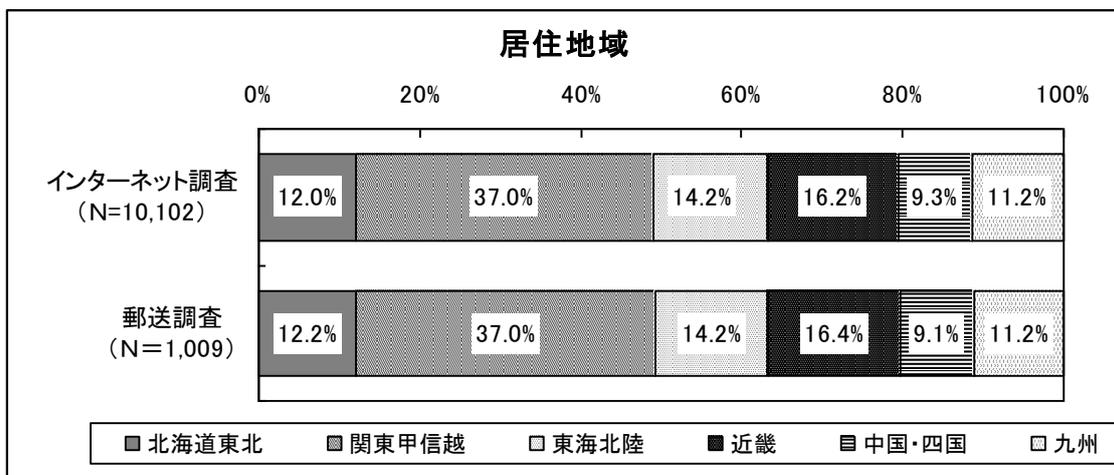
(1) 性別・年齢階級・居住地域・職種

インターネット調査と郵送調査で性別・年齢別、住居地域別、職業別での属性をみると、図表 5 から図表 7 に示すとおり、両調査間において、回答者の属性に大きな差はないことを確認した。

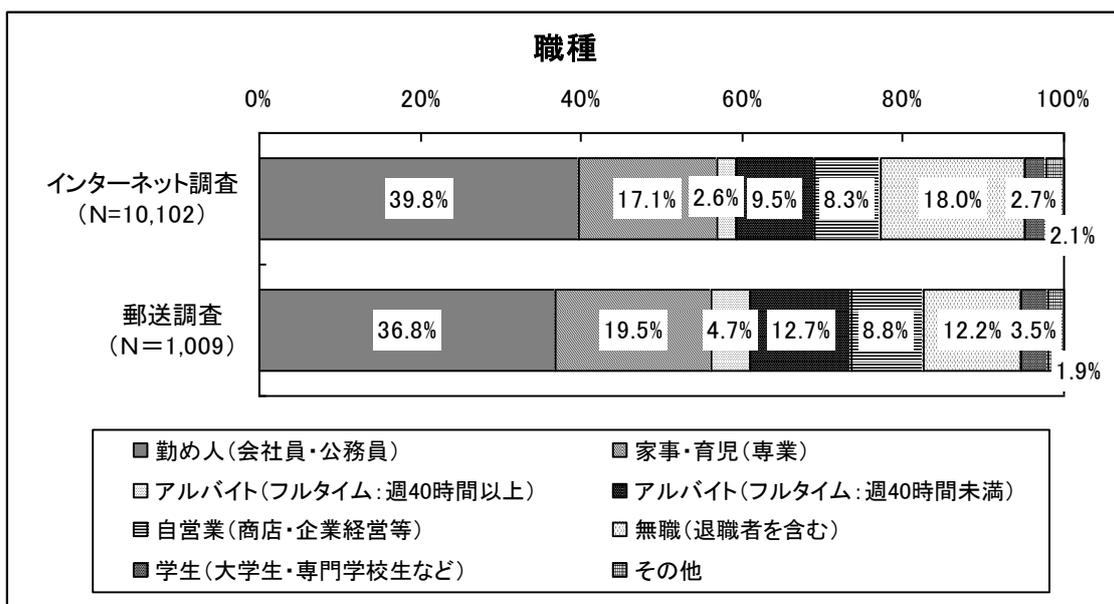
図表 5 年代比較



図表 6 居住地域



図表 7 職種

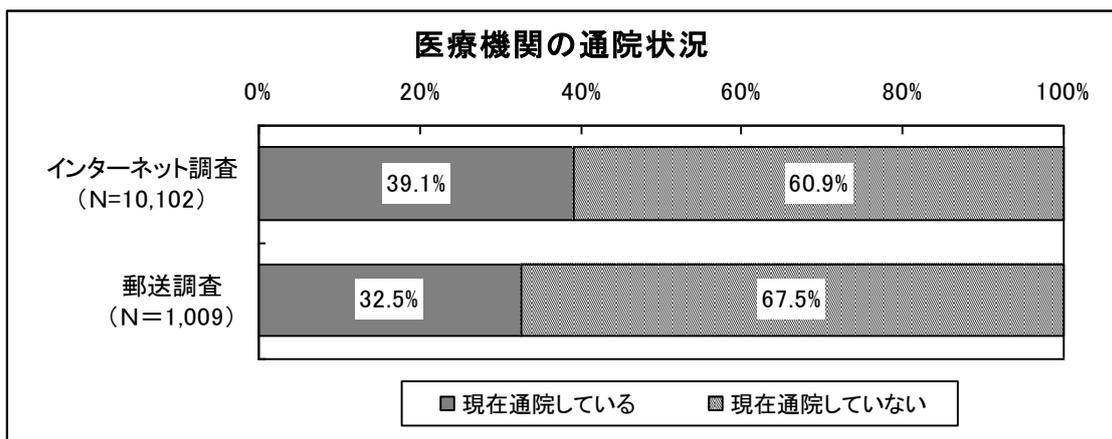


(2) 医療機関の通院状況・医療用医薬品の服用状況・副作用経験状況

① 医療機関の通院状況

医療機関への通院状況については、インターネット調査では「現在通院している」が39.1%、「現在通院していない」が60.9%であった。また郵送調査については、「現在通院している」が32.5%、「現在通院していない」が67.5%であった。

図表 8 医療機関の通院状況

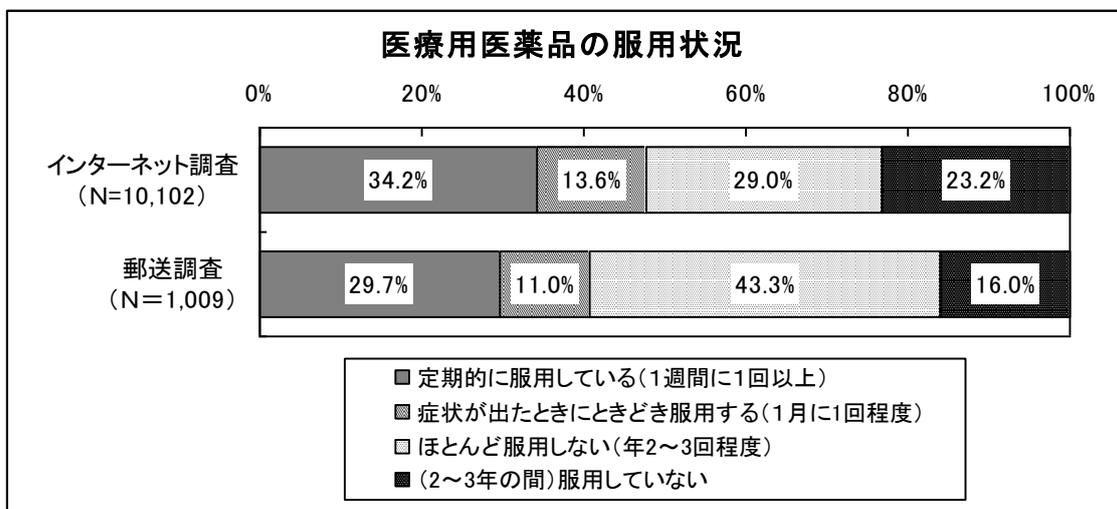


② 医療用医薬品の服用状況

医療用医薬品の服用について、インターネット調査では、「定期的に服用している」が34.2%、「症状が出たときにときどき服用する」が13.6%であった。

また、郵送調査では、「定期的に服用している」が29.7%、「症状が出たときにときどき服用する」が11.0%であった。

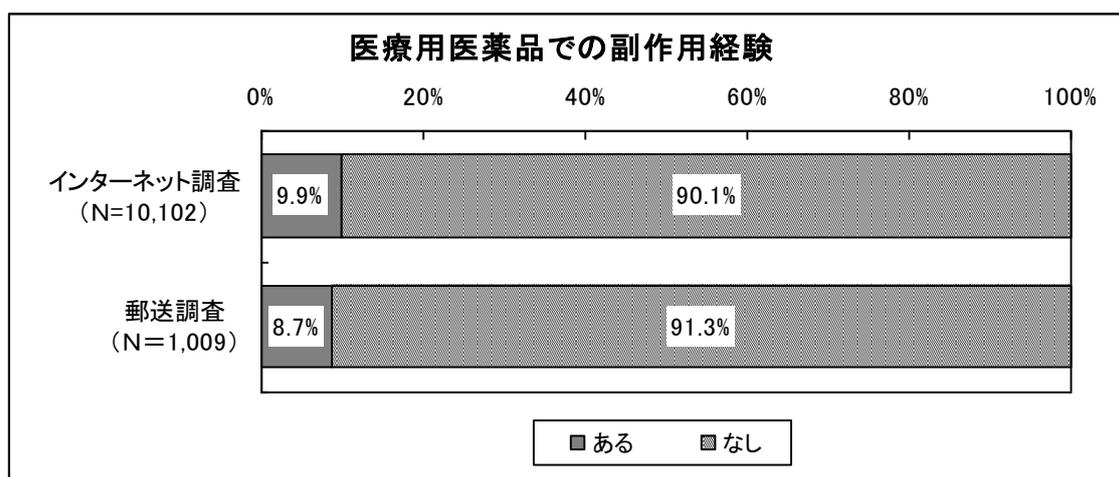
図表 9 医療用医薬品の服用状況



③ 副作用の経験状況

医療用医薬品の副作用経験については、インターネット調査では、「ある」と回答した割合が 9.9%、郵送調査では 8.7%であった。

図表 10 医療用医薬品の副作用経験

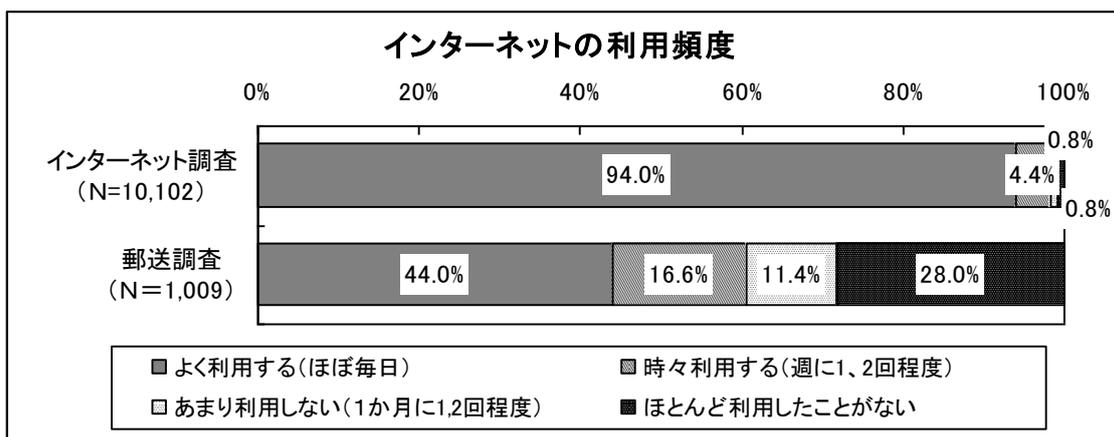


以上から、一般用医薬品の服用に影響を与えると考えうる因子である通院状況や医療用医薬品の服用状況については、インターネット調査、郵送調査ともに大きな差はなかった。

(3) インターネット利用状況

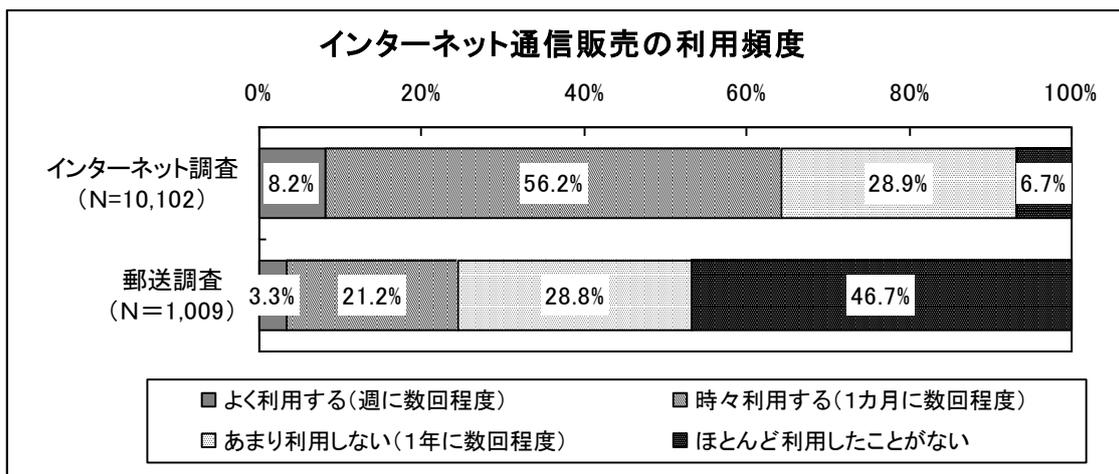
インターネットの利用頻度は、インターネット調査の回答群が「ほぼ毎日利用する」が94%であるが、郵送調査の回答群は44.0%と使用頻度が低いことがわかる。

図表 11 インターネットの利用頻度(複数回答)



次に、インターネット通信販売の利用頻度については、インターネット調査の結果では、「よく利用する」が8.2%、「時々利用する」が56.2%と合わせて6割以上になる。一方、郵送調査については、「よく利用する」が3.3%、「時々利用する」が21.2%と合わせても3割未満である。

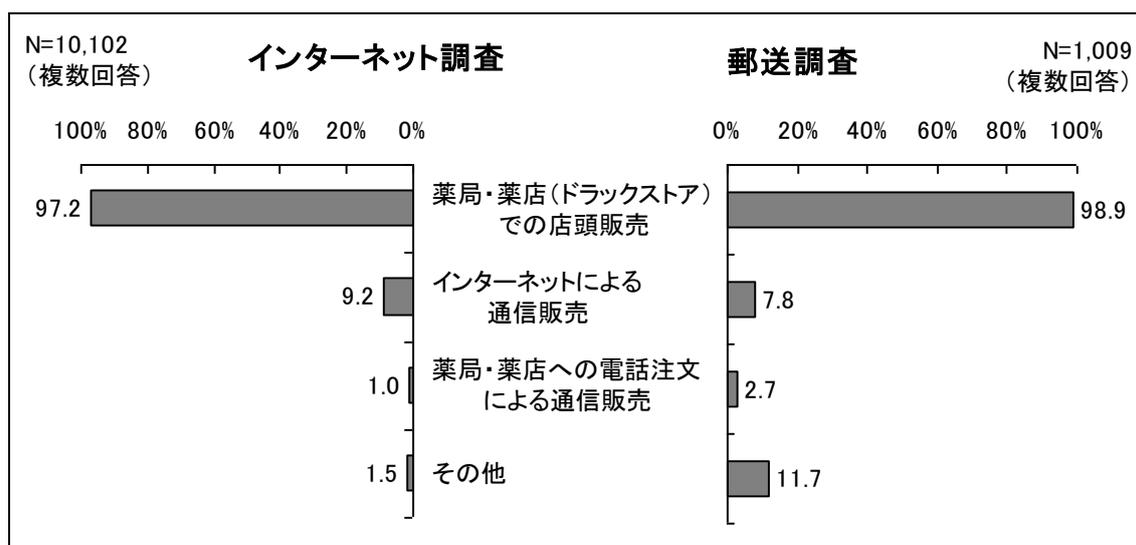
図表 12 インターネット通信販売の利用頻度(複数回答)



(4) 一般医薬品の購入経路

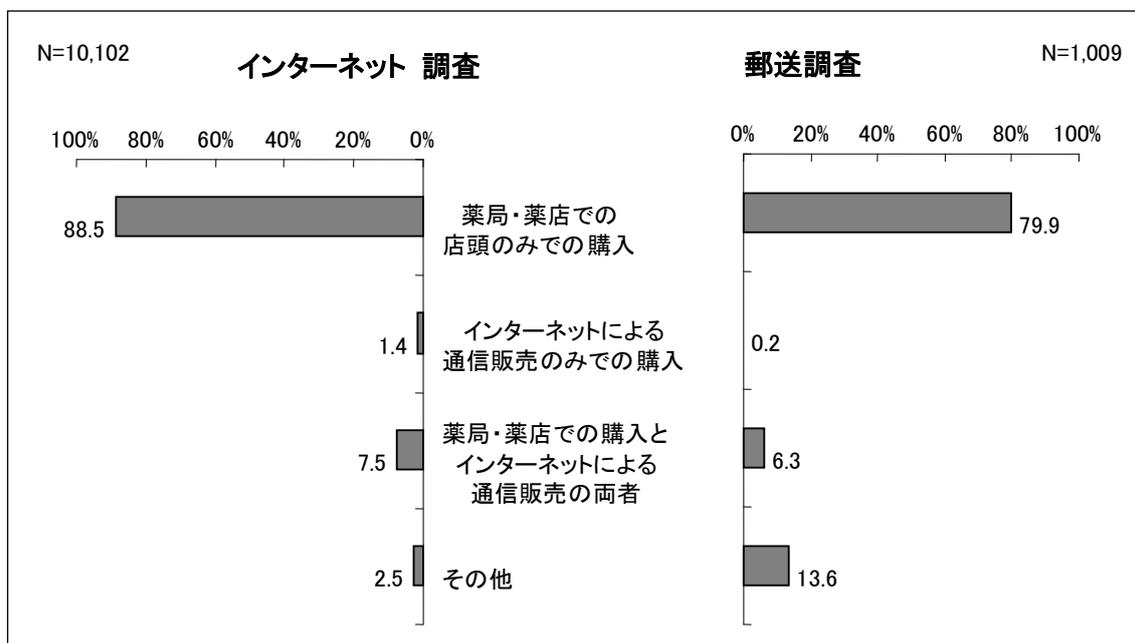
ここ 3 年以内の一般用医薬品の購入経路について聞いたところ、インターネット調査および郵送調査とも「薬局・薬店（ドラッグストア）での店頭販売」が一番多く、98%程度とほぼ同程度であった。「インターネットによる通信販売」についても、インターネット調査では 9.2%、郵送調査では 7.8%と大きな差はなかった。

図表 13 一般用医薬品の購入経路(複数回答)



次に、購入経路のパターンによって「薬局・薬店での店頭販売でのみ購入した人」「インターネットによる通信販売でのみ購入した人」「薬局・薬店での店頭販売とインターネットによる通信販売の両方で購入した人」「その他」と購入パターンで見た場合に、インターネット調査の方が「薬局・薬店の店頭販売のみで購入した人」が 88.5%と郵送調査の 79.9%と比べ多かった。また、「インターネットによる通信販売でのみでの購入した人」は、インターネット調査では 1.4%、郵送調査では 0.2%と、インターネット調査で高い傾向がみられた。「薬局・薬店での店頭販売とインターネットによる通信販売の両方で購入した人」は、インターネット調査では 7.5%、郵送調査では 6.3%と大きな差はなかった。「その他」の購入パターンについては、インターネット調査では 2.5%、郵送調査では 13.6%と郵送調査の割合が高い結果となった。

図表 14 一般用医薬品購入経路のパターン



以上から、インターネット調査の回答者は、IT リテラシーが高く、インターネットの利用やインターネットによる通信販売の頻度が高いものの、医薬品の購入方法については両者間に大きな差がないことがわかった。

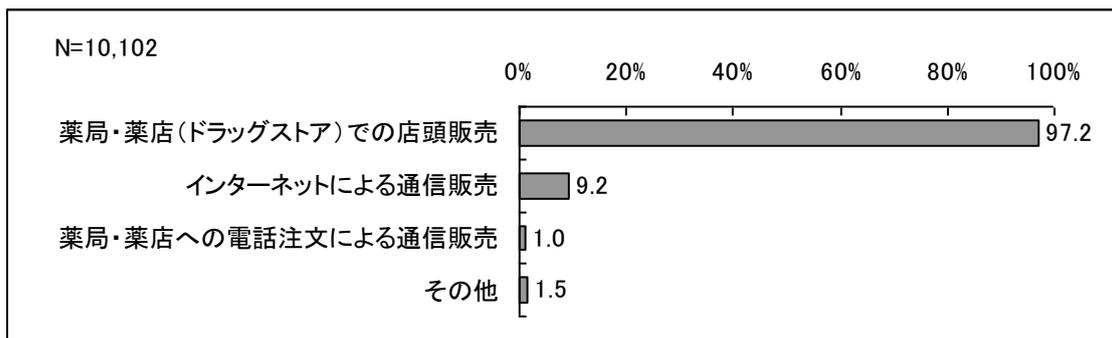
本調査において検討すべき事項である一般用医薬品を購入する際に適正な情報の取得について、その影響因子と考える性別、年代、地域などの属性については大きな差はなかった。また購入経路については、薬局・薬店での店頭販売による購入、インターネットによる通信販売による購入ともに差はなく、購入パターンで見ると、店頭のみでの購入者はインターネット調査ではその割合が高く、郵送調査においては、店頭以外にも電話注文や複数の注文での購入者が多い傾向にあった。

インターネット調査の回答者と郵送調査の回答者で医薬品の購入経路の選択性に大きな差が見られなかったことから、これ以降の分析については標本数が多いインターネット調査の結果を中心にまとめるものとする。

2) インターネット調査における回答者属性と購入経路の関係

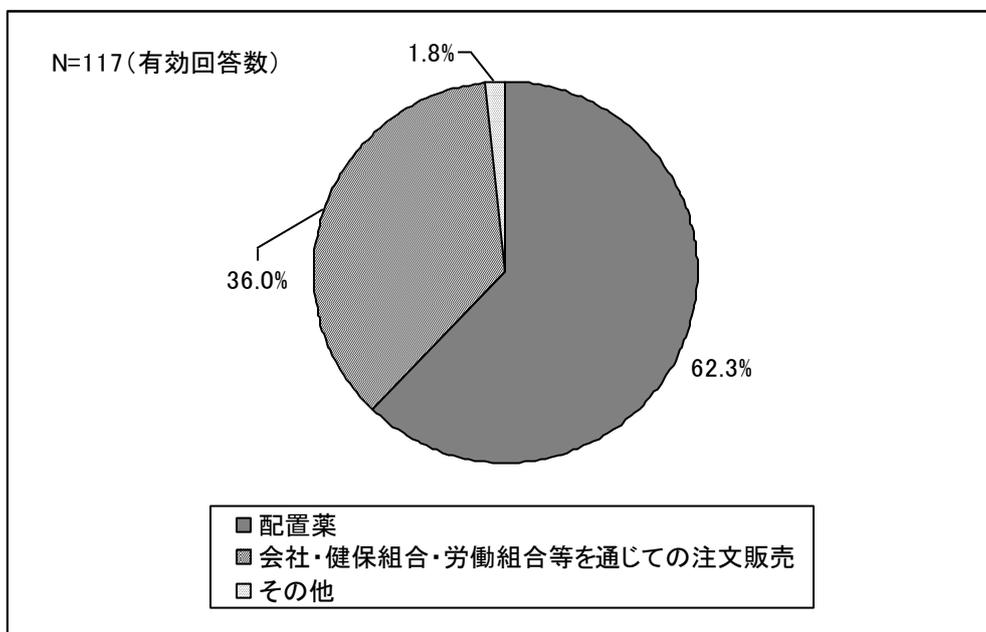
ここ3年以内に一般用医薬品をどのような方法で購入したかを聞いたところ、「薬局・薬店での店頭販売」が97.2%と最も多く、次いで「インターネットによる通信販売」が9.2%、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」が1.0%であった。

図表 15 購入経路(複数回答)



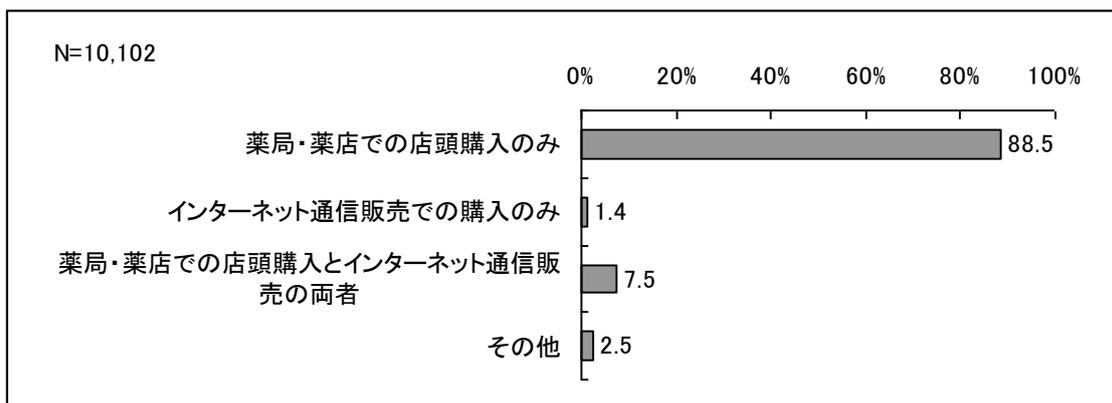
なお、その他の購入経路の内訳は、「配置薬」が62.3%で最も多く、次いで「会社・健保組合・労働組合等を通じての注文販売」が36.0%であった。

図表 16 その他の購入経路の内訳



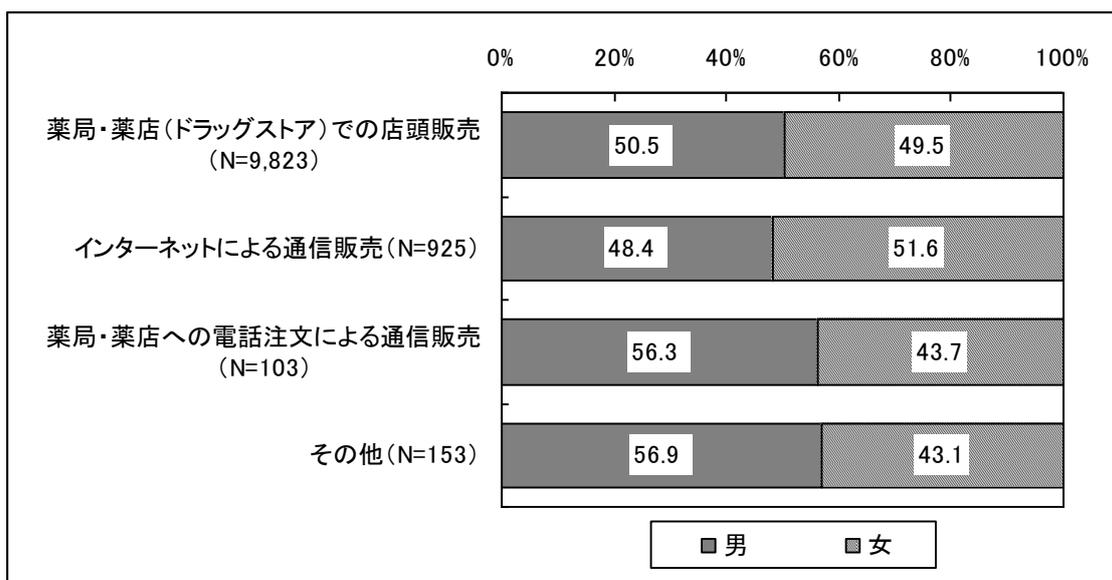
つぎに、購入経路のパターンをみると、「薬局・薬店での店頭購入のみ」の購入経路のパターンは、全体の88.5%となっており、「インターネット通信販売での購入のみ」は1.4%、両者を利用している購入者は全体の7.5%を占めている。その他は2.5%であった。

図表 17 購入経路のパターン

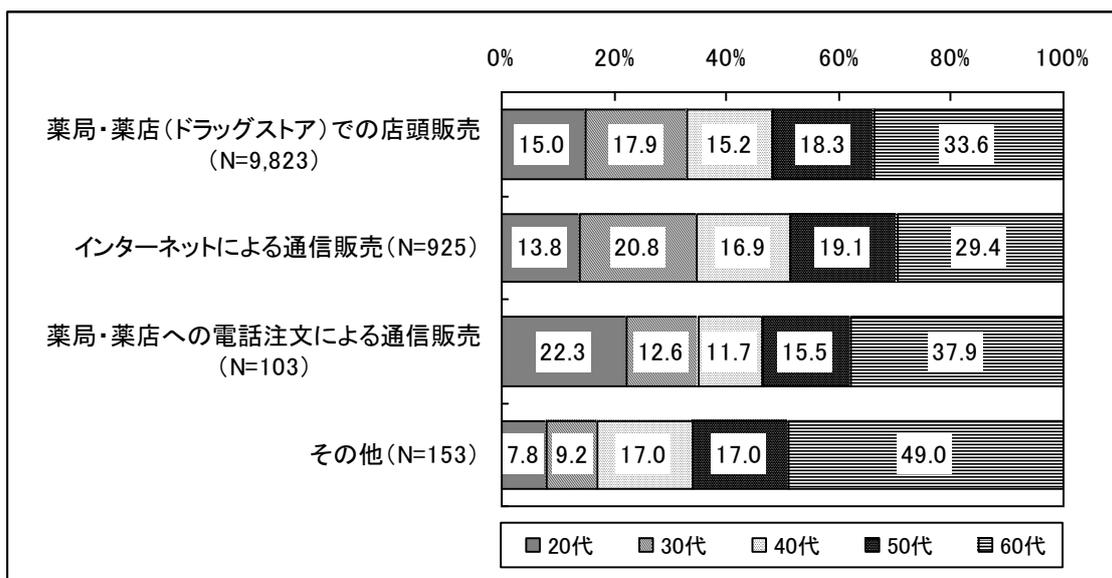


また、購入経路別での性・年代別割合をみると、性別については、いずれの購入経路についても男女ほぼ同数程度となっており、性別による差はなかった。また、年代別については、「薬局・薬店（ドラッグストア）での店頭販売」も「インターネットによる通信販売」も年代構成比はほぼ同程度となっているが、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」については、30代、40代の年代の購入割合がやや低くなっている。

図表 18 購入経路別性別割合



図表 19 購入経路別年代分布



3) 購入経路ごとの特徴・差異の分析（インターネット調査）

(1) 医薬品の購入経路および情報取得状況について

① 購入した医薬品の種類

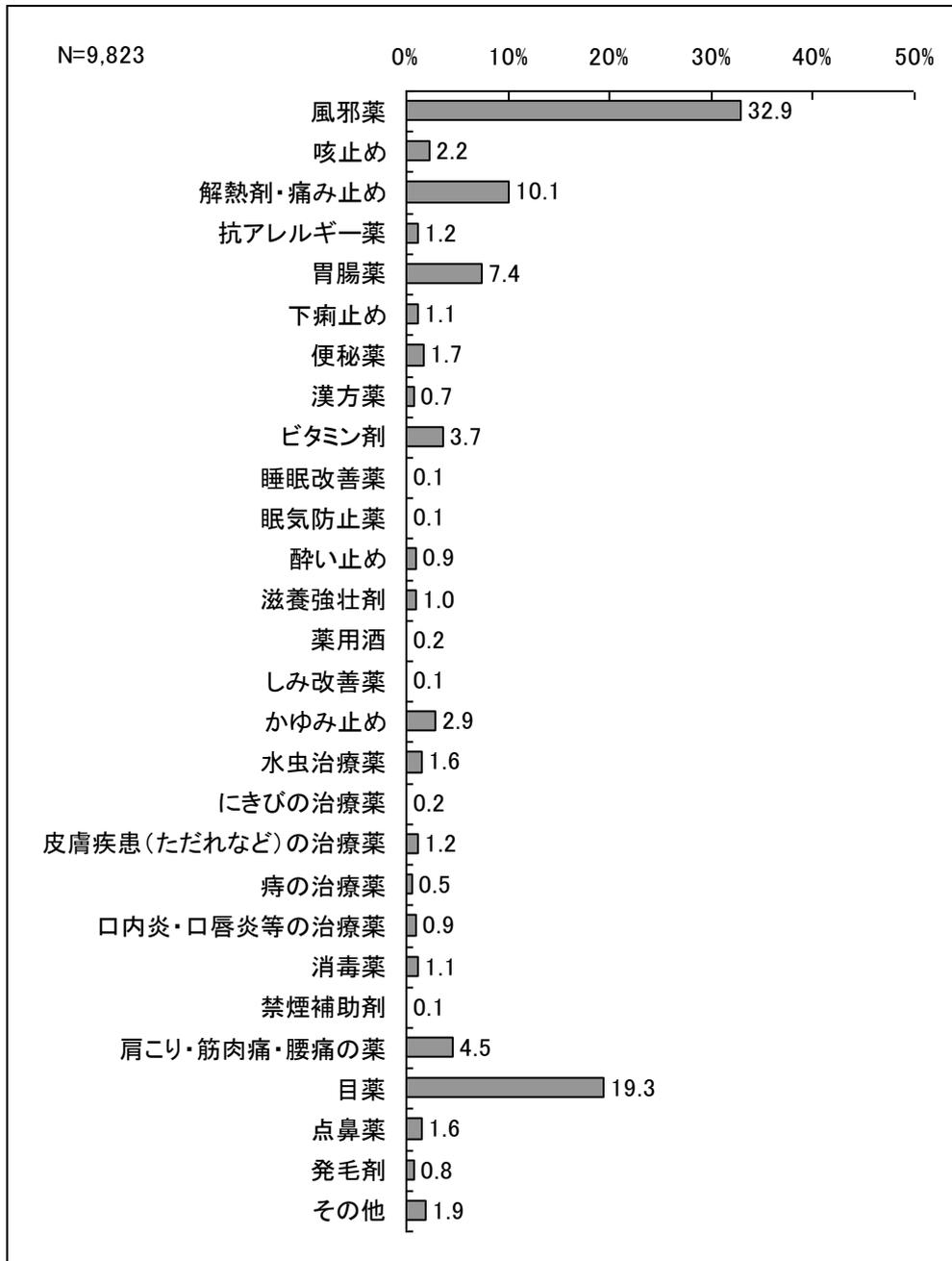
上記で選択した購入方法で最も多く購入した一般用医薬品を聞いたところ、「薬局・薬店での店頭販売」では、「風邪薬」が 32.9%と最も多く、次いで、「目薬」、「解熱剤・痛み止め」の順であった。

このうち、薬局・薬店での店頭でのみ購入者をみると、風邪薬が 32.9%次いで目薬、解熱剤・痛み止めの順と同じ傾向を示した。

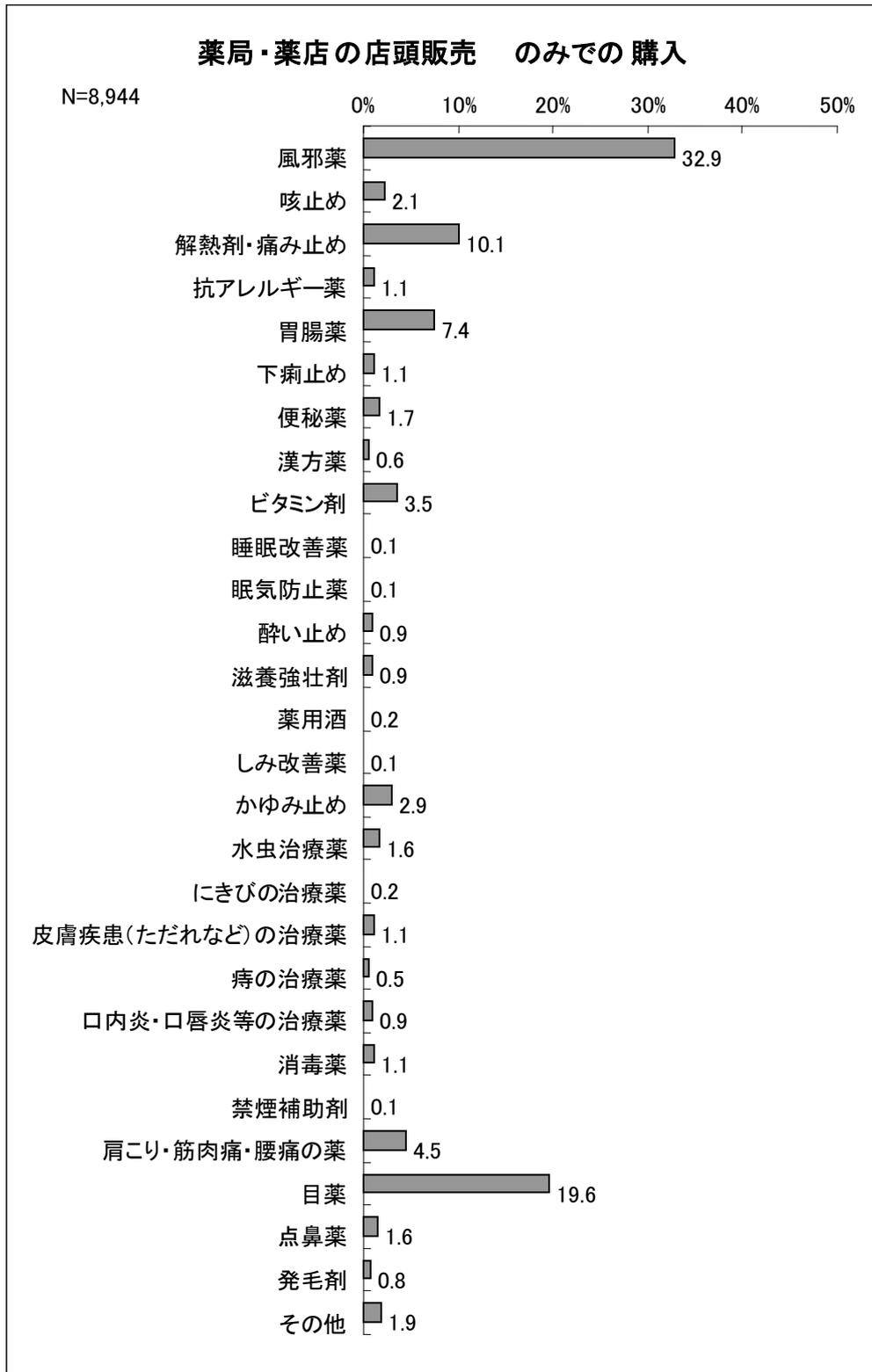
これに対して、「インターネットによる通信販売」では、「ビタミン剤」が 22.1%と最も多かった。ただし、「ビタミン剤」には医薬品だけでなく食品も含まれている可能性がある。このうちインターネットによる通信販売のみでの購入者をみると、「ビタミン剤」が 15.7%と最も多く、次いで「風邪薬」12.1%であった。

また、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」においては、「風邪薬」が 29.1%と店頭販売での購入の傾向と同様であった。

図表 20 よく購入する医薬品と購入経路(薬局・薬店(ドラッグストア)での店頭販売)



図表 21 よく購入する医薬品と購入経路(薬局・薬店の店頭販売のみでの購入)



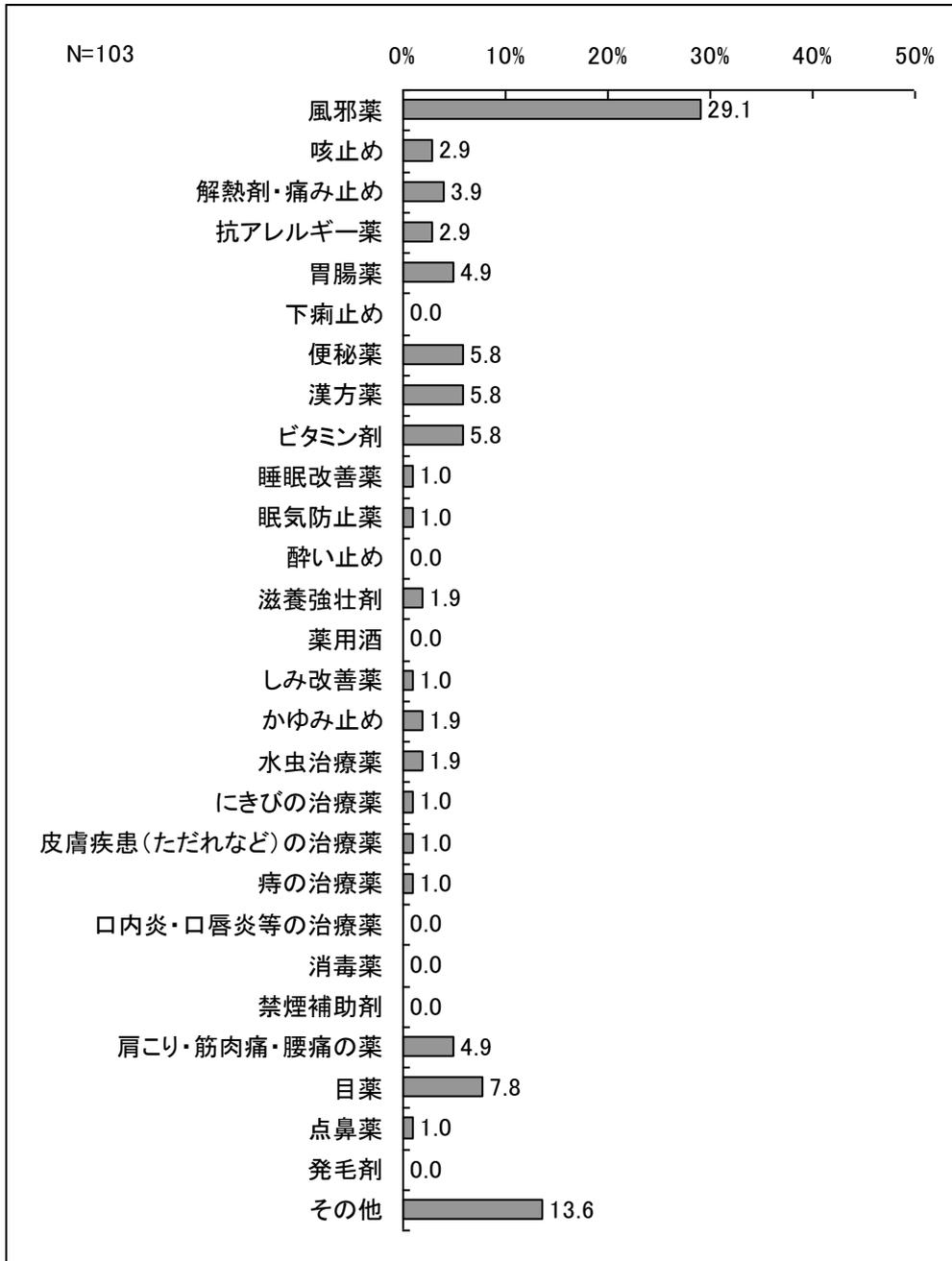
図表 22 よく購入する医薬品と購入経路(インターネットによる通信販売)



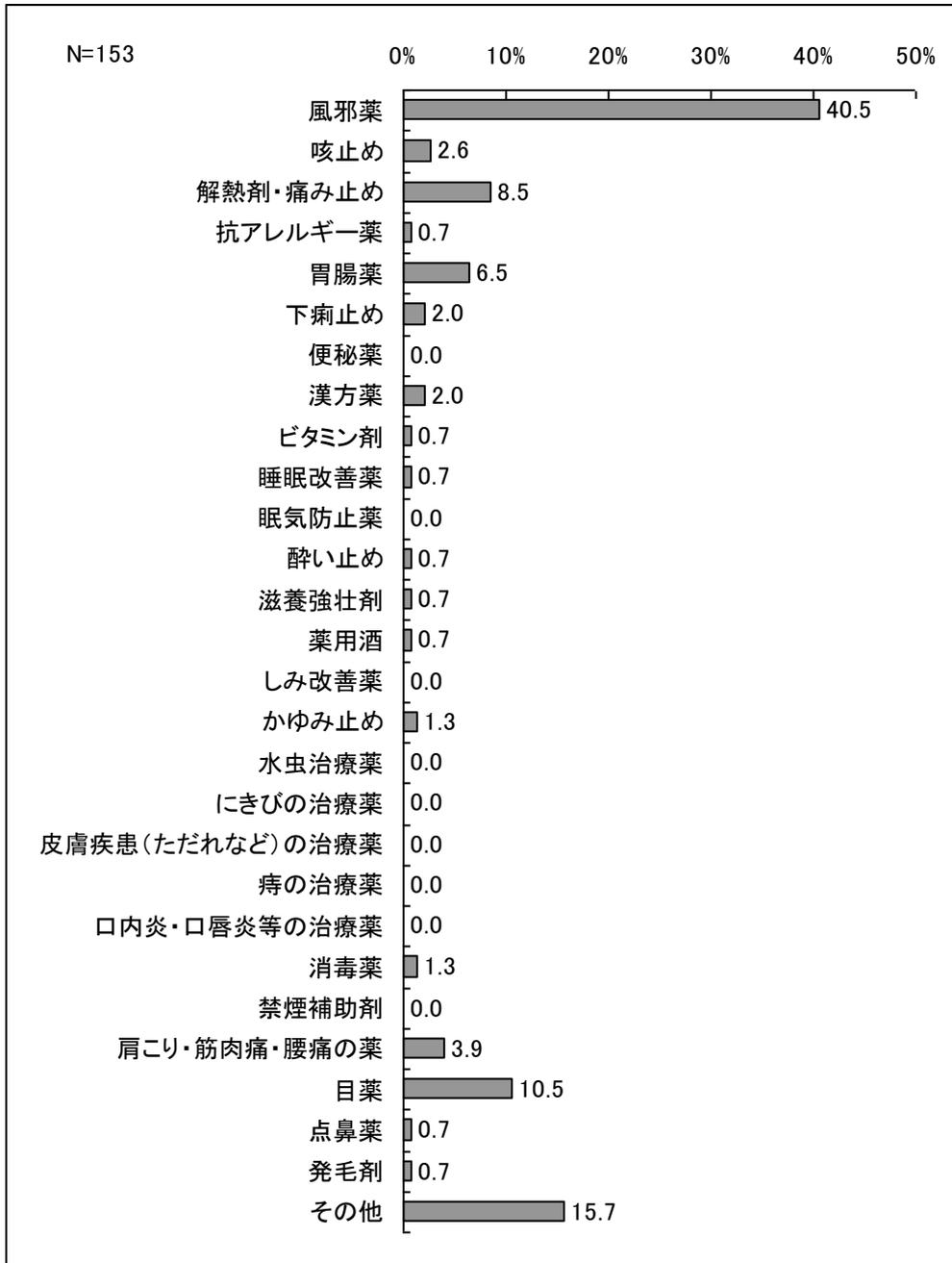
図表 23 よく購入する医薬品と購入経路(インターネットによる通信販売のみでの購入)



図表 24 よく購入する医薬品と購入経路(薬局・薬店への電話注文による通信販売)



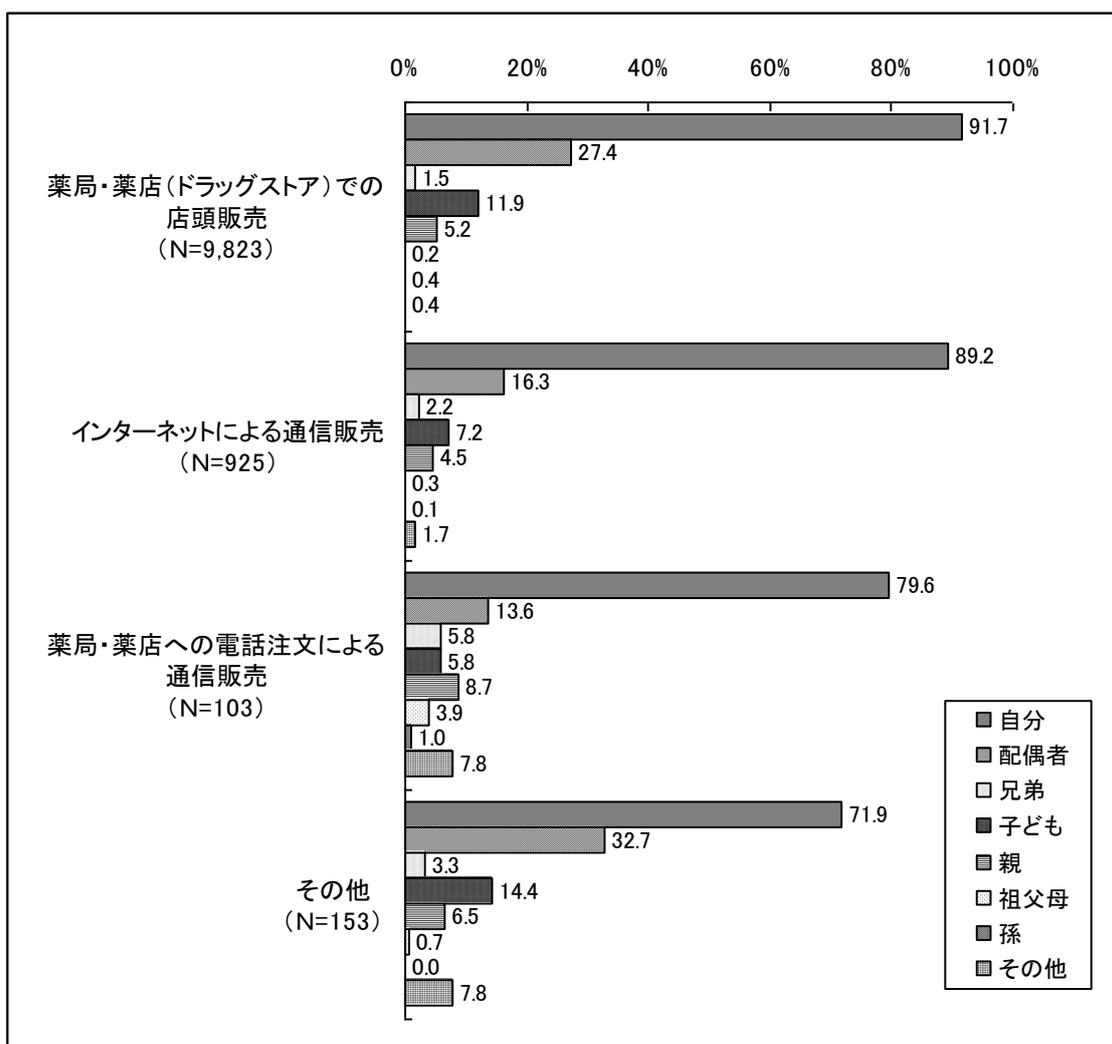
図表 25 よく購入する医薬品と購入経路(その他)



② 購入した医薬品の主な服用者

上記で購入した一般用医薬品の主な使用者を聞いたところ、どの購入経路においても主な使用者は「自分」と答えた人が最も多く、次いで「配偶者」、「子どもの」順であった。

図表 26 購入した医薬品の主な服用者(複数回答)



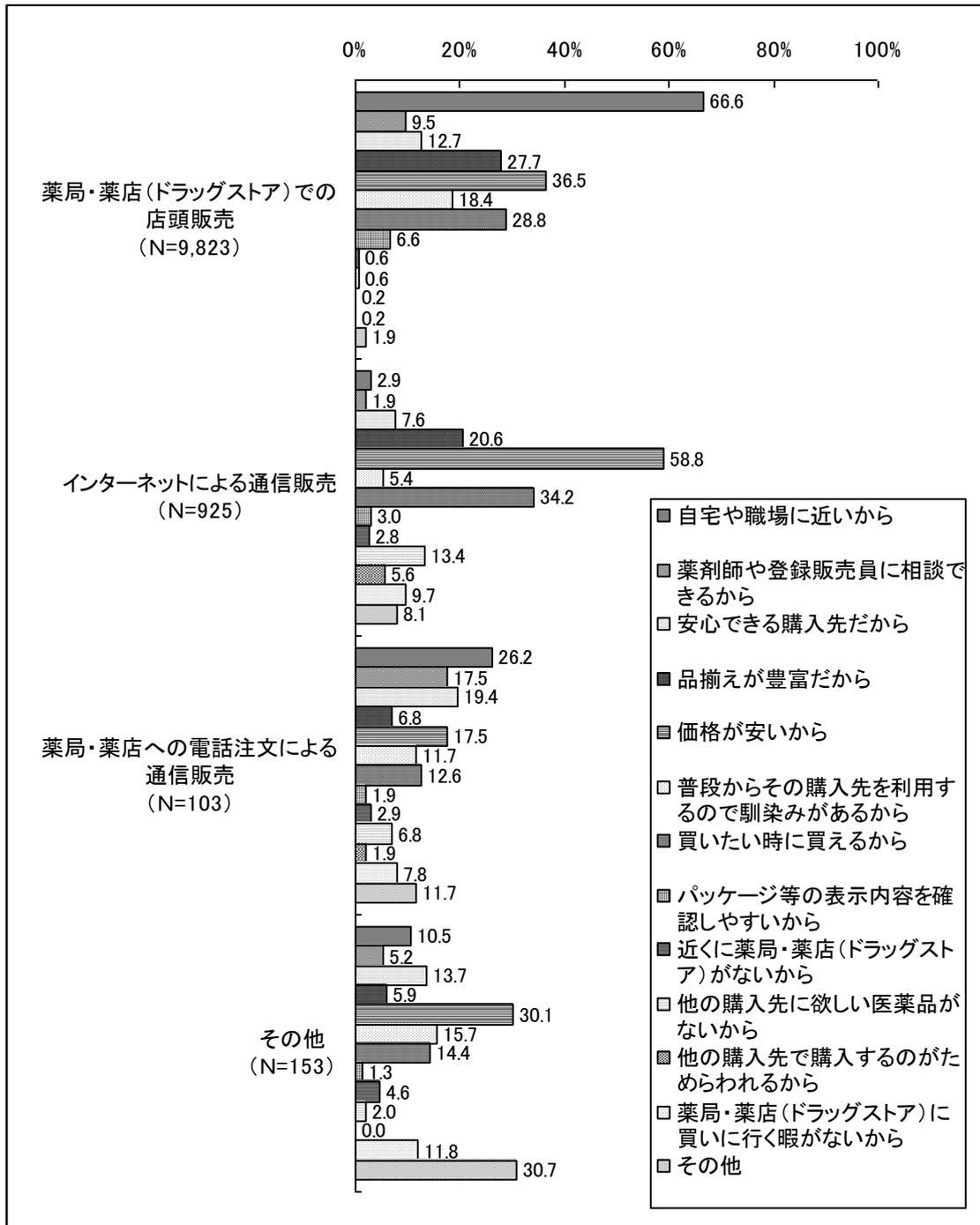
③ その購入経路を選んだ理由

上記で選択した購入経路を選んだ理由として、「薬局・薬店での店頭販売」を選んだ人では、「自宅や職場に近いから」が66.6%と最も多く、次いで「価格が安いから」が36.5%、「買いたい時に買えるから」が28.8%であった。

これに対して、「インターネットによる通信販売」を選んだ人では、「価格が安いから」が58.8%と最も多かった。次いで「買いたい時に買えるから」が34.2%、「品揃えが豊富だから」が20.6%であった。

「薬局・薬店への電話注文による通信販売」を選んだ人では、「自宅や職場に近いから」が26.2%と最も多かった。

図表 27 その購入経路を選んだ理由(複数回答)



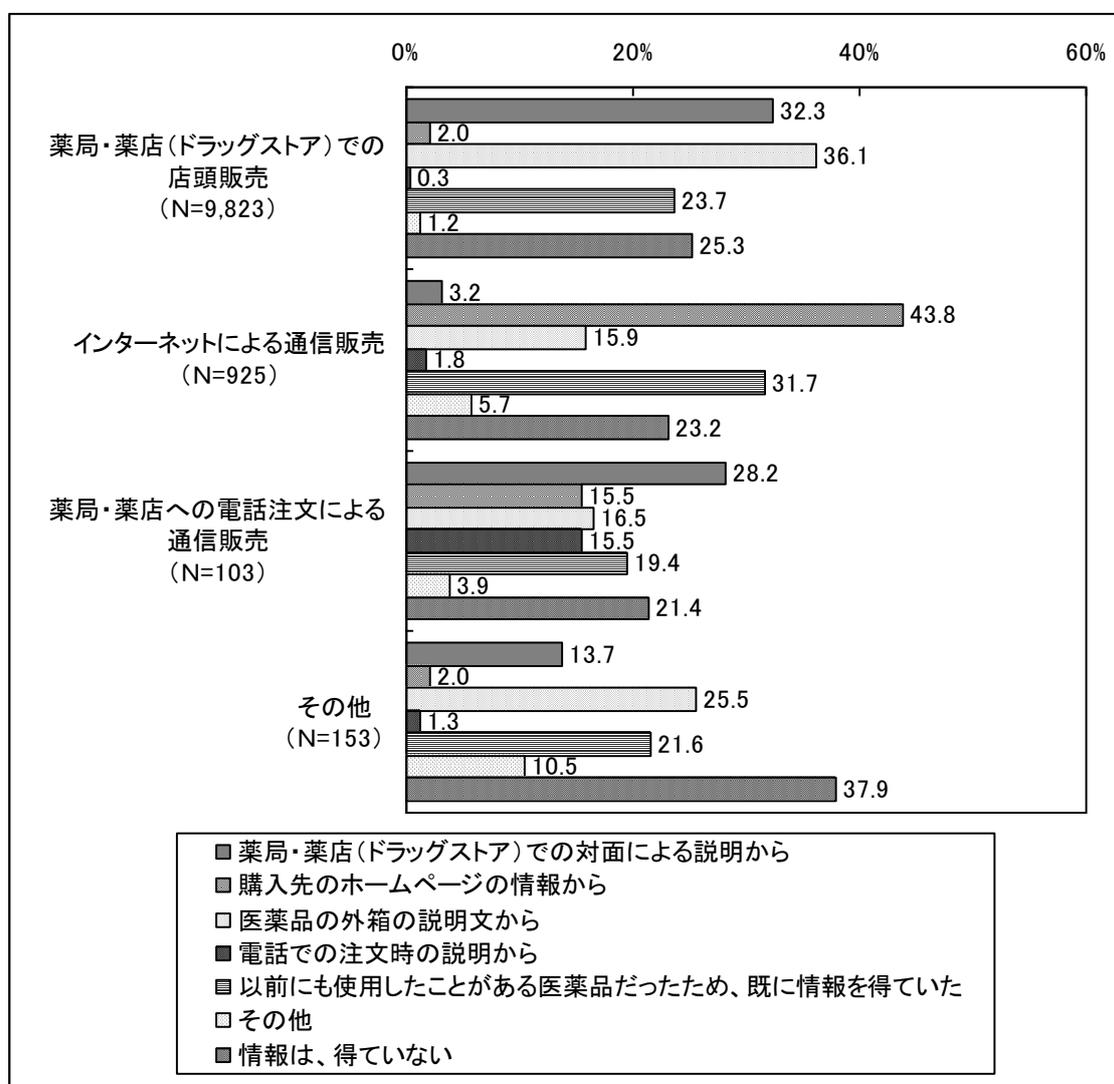
④ 医薬品に関する情報取得方法

上記の一般用医薬品購入時にどのような方法で医薬品に関する情報を得られたかを聞いたところ、「薬局・薬店での店頭販売」では、「医薬品の外箱の説明文から」が 36.1%と最も多く、次いで「薬局・薬店での対面による説明から」が 32.3%となっている。

「インターネットによる通信販売」では、「購入先のホームページの情報から」が 43.8%と最も多かった。また、「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」という回答も 31.7%と、他の購入経路に比較して多かった。

一方、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」では「薬局・薬店での対面による説明」が 28.2%と最も多かった。

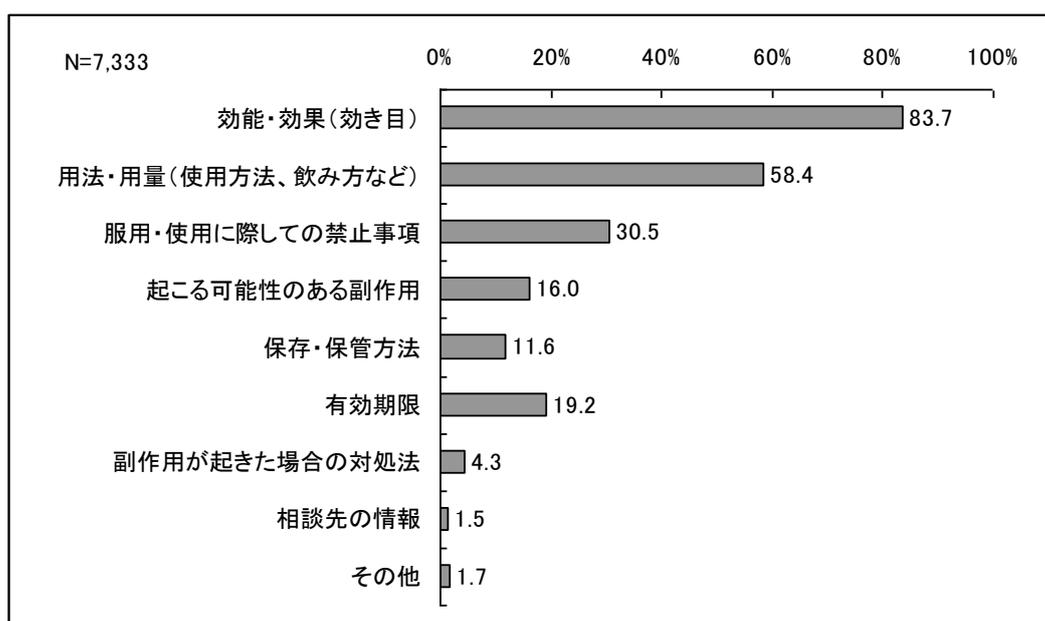
図表 28 医薬品に関する情報取得方法(複数回答)



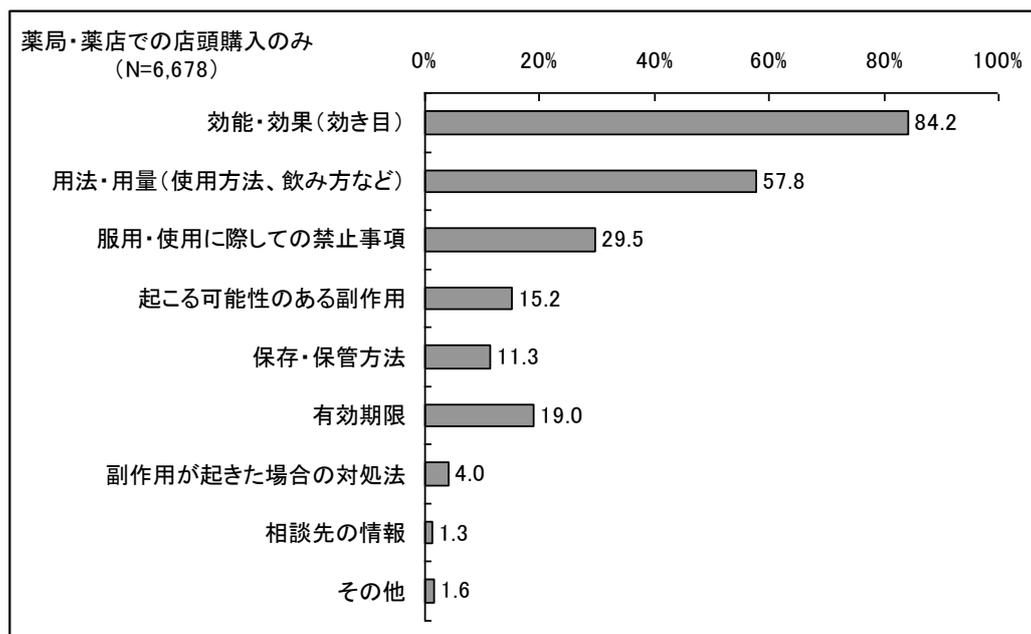
⑤ 医薬品に関する情報取得内容

医薬品に関する情報取得内容については、どの購入経路においても「効能・効果」と答えた人が最も多く、次いで「用法・用量」、「服用・使用に際しての禁止事項」に関する情報を取得している。また、「インターネットの通信販売のみでの購入」の場合、ほかの購入経路に比べて、取得している情報内容は少ない傾向にある。

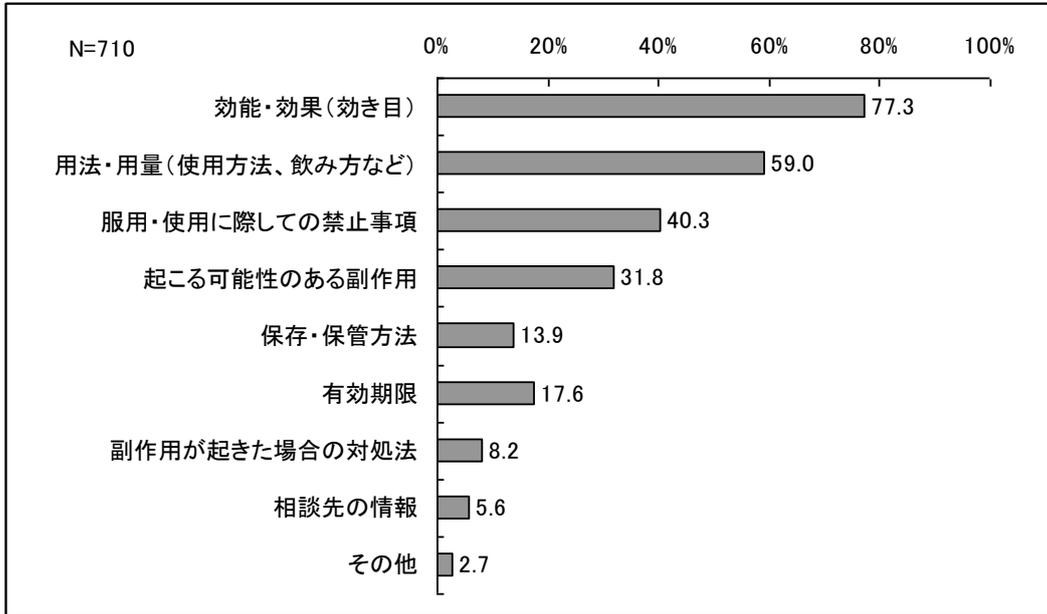
図表 29 医薬品に関する情報取得内容(薬局・薬店)(複数回答)



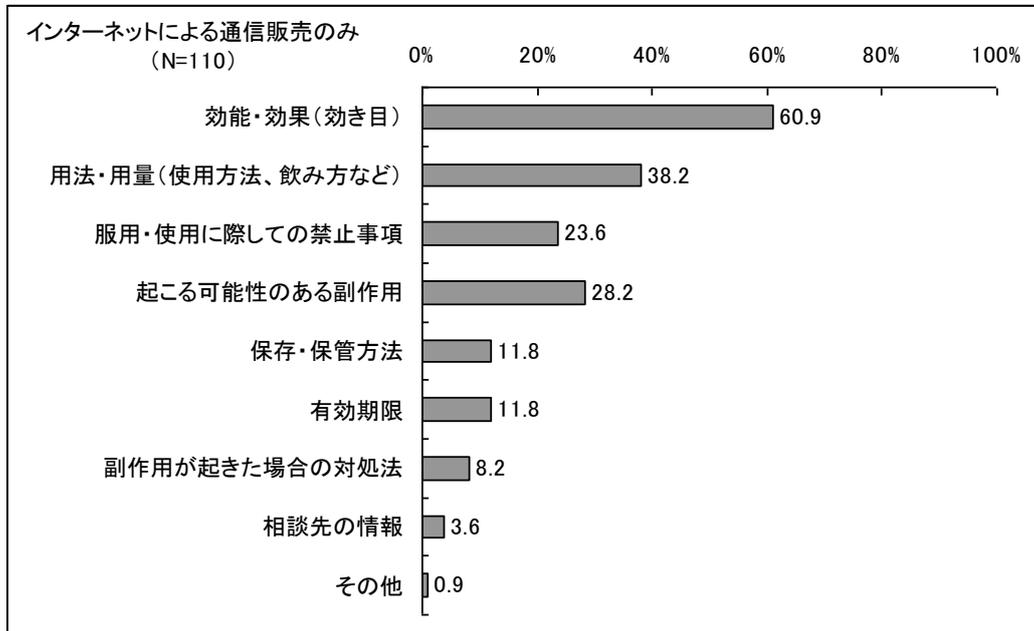
図表 30 医薬品に関する情報取得内容(薬局・薬店での店頭販売のみでの購入)(複数回答)



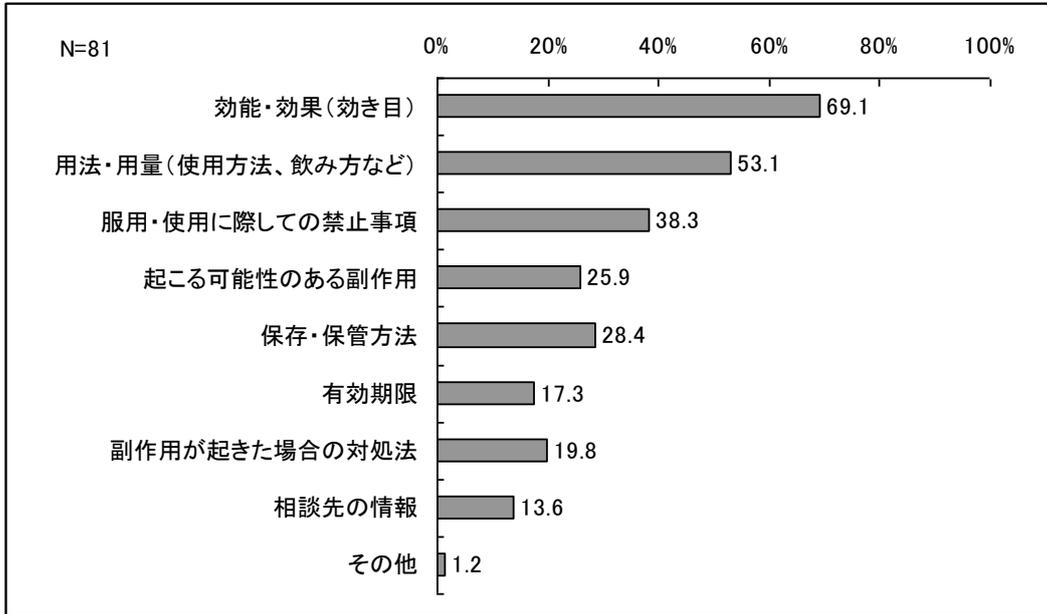
図表 31 医薬品に関する情報取得内容(インターネットによる購入)(複数回答)



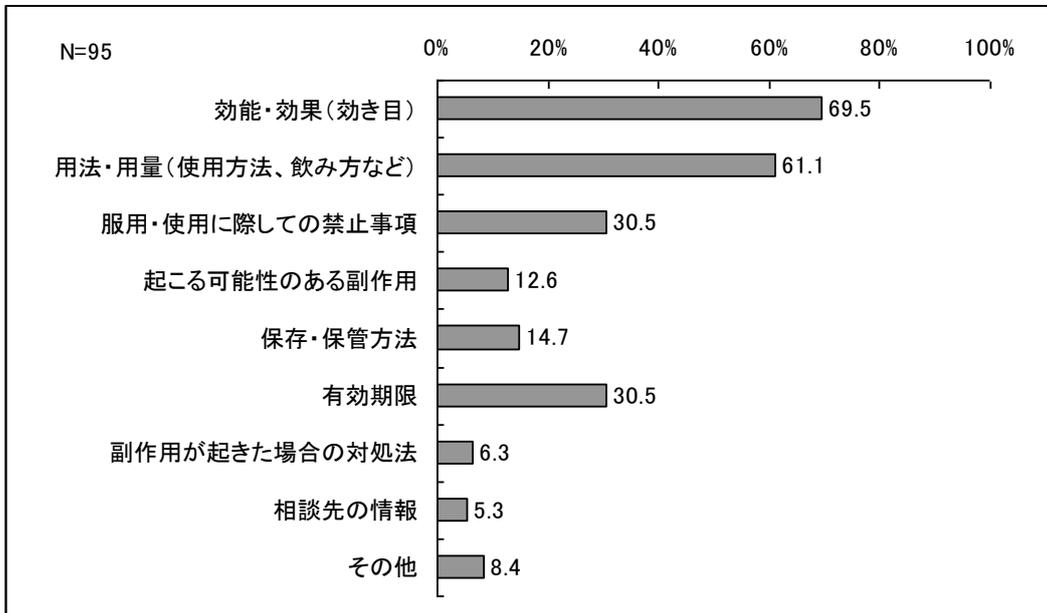
図表 32 医薬品に関する情報取得内容(インターネットによる通信販売のみでの購入)(複数回答)



図表 33 医薬品に関する情報取得内容(電話注文による購入)(複数回答)



図表 34 医薬品に関する情報取得内容(その他の方法による購入)(複数回答)

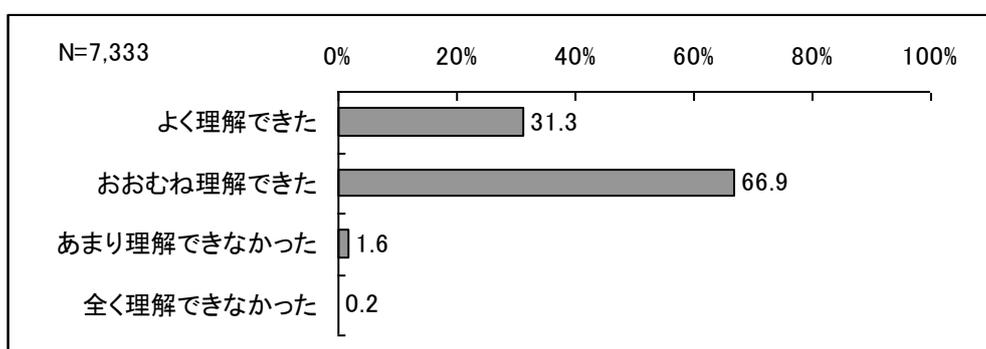


⑥ 取得した情報に対する理解度

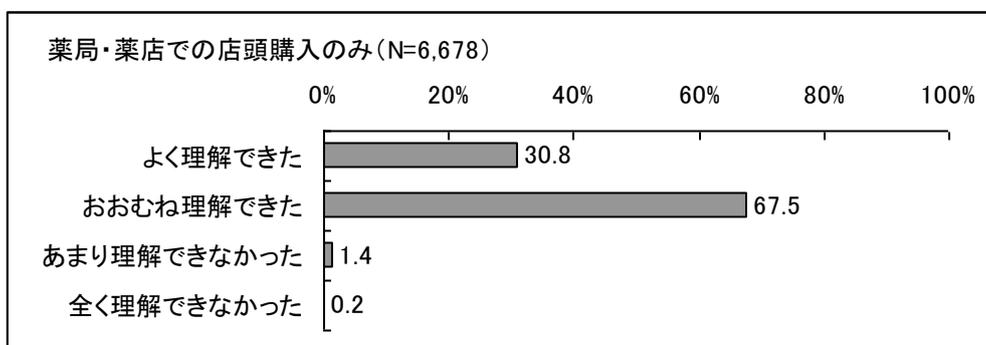
取得した情報に対する理解に関しては、「よく理解できた」と答えた人の割合は、「電話注文」が最も多かった。これに対して、店頭販売、インターネット通信販売においては、「おおむね理解できた」が最も多かった。

薬局・薬店での店頭販売とインターネット通信販売とでは、「よく理解できた」、「おおむね理解できた」と回答している割合は、全体の95%以上を占めていた。薬局・薬店での店頭購入のみ群とインターネット通信販売での購入のみ群でみた場合も同様の傾向がみられた。

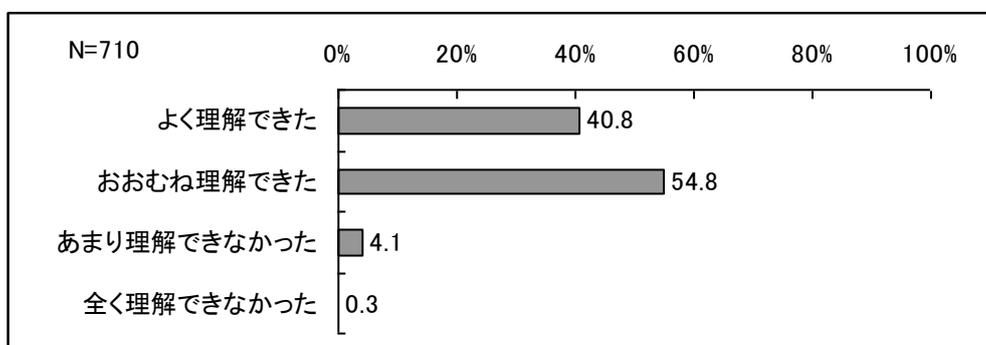
図表 35 取得した情報に対する理解度(薬局・薬店)



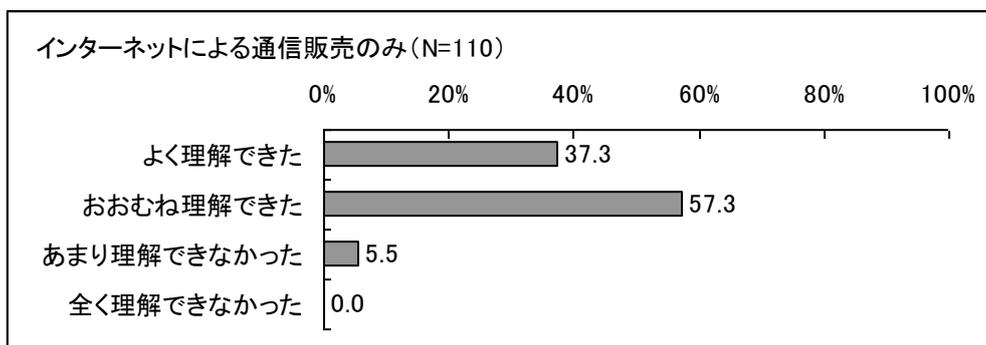
図表 36 取得した情報に対する理解度(薬局・薬店の購入のみの場合)



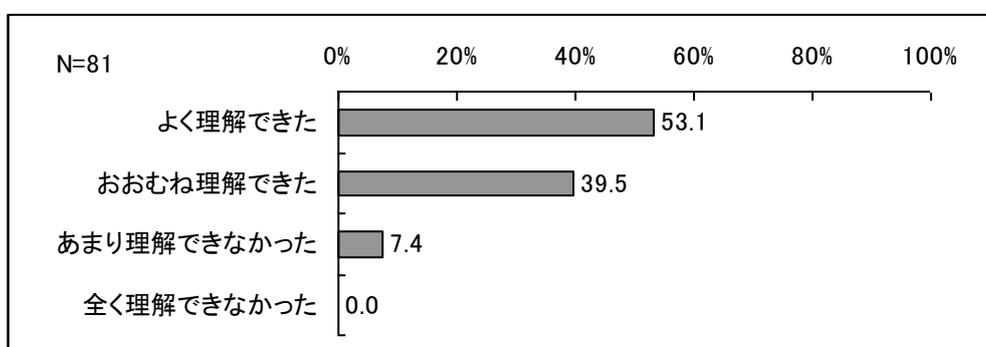
図表 37 取得した情報に対する理解度(インターネット通信販売)



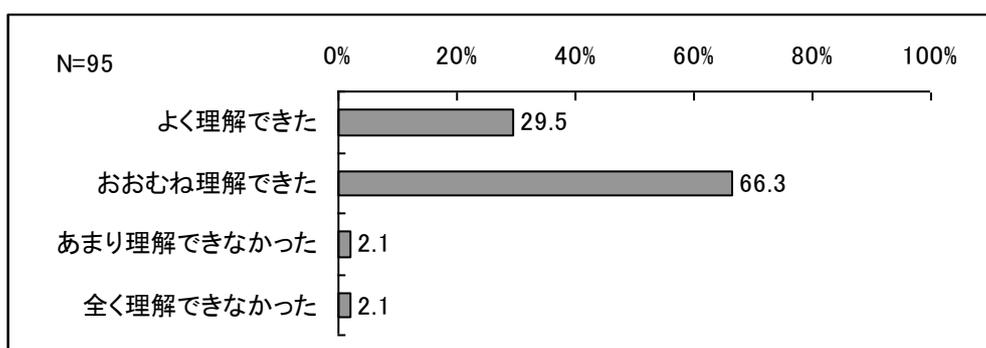
図表 38 取得した情報に対する理解度(インターネット通信販売での購入のみの場合)



図表 39 取得した情報に対する理解度(電話注文)



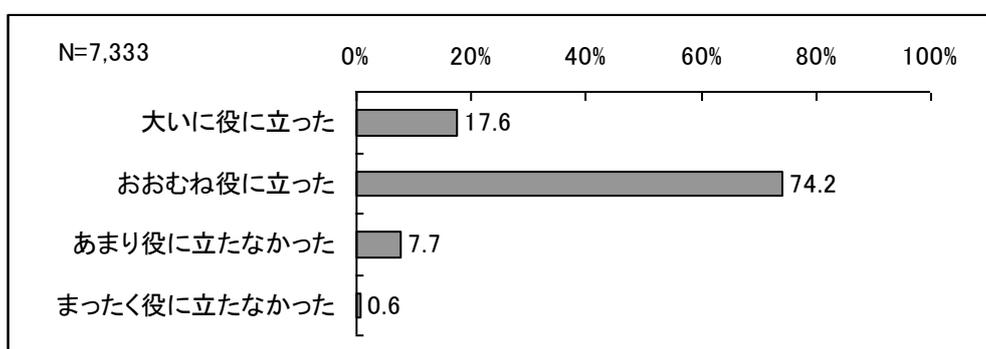
図表 40 取得した情報に対する理解度(その他)



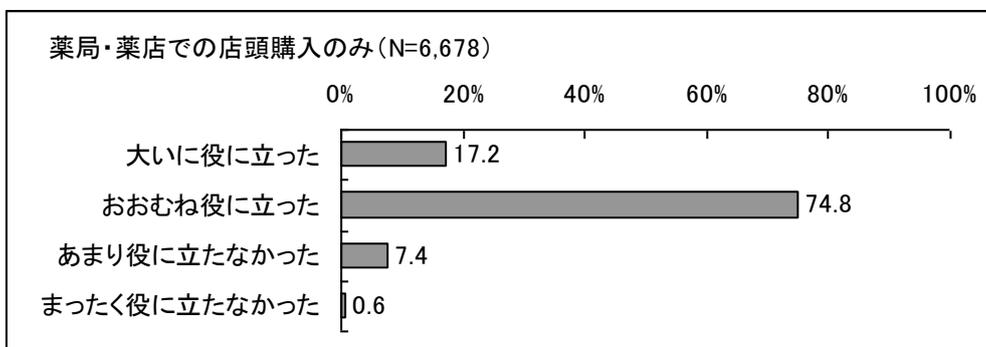
⑦ 取得した情報に対する満足度

取得した情報に対する満足度に関しては、どの購入経路でも「おおむね役に立った」と答えた人の割合が多かった。電話注文での購入者は、「大いに役に立った」と答えた割合が、他の購入経路よりも多く 39.5%であった。また、薬局・薬店での店頭販売、インターネット通信販売ではいずれも、「大いに役に立った」、「おおむね役に立った」と回答した割合が、9割以上を占めている。これをさらに薬局・薬店での購入のみ群とインターネット通信販売での購入のみ群でみても同様の傾向がみられた。

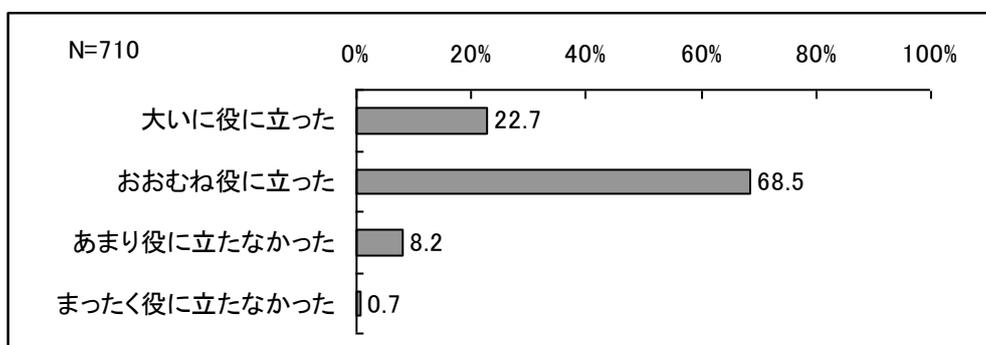
図表 41 取得した情報に対する満足度(薬局・薬店)



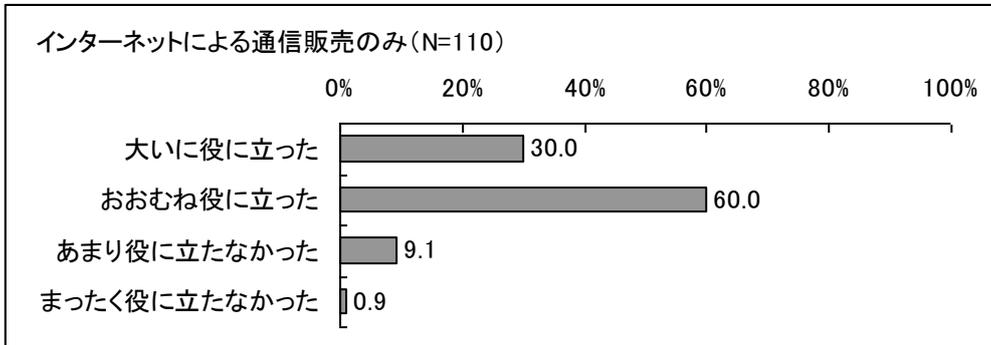
図表 42 取得した情報に対する満足度(薬局・薬店でのご購入のみ)



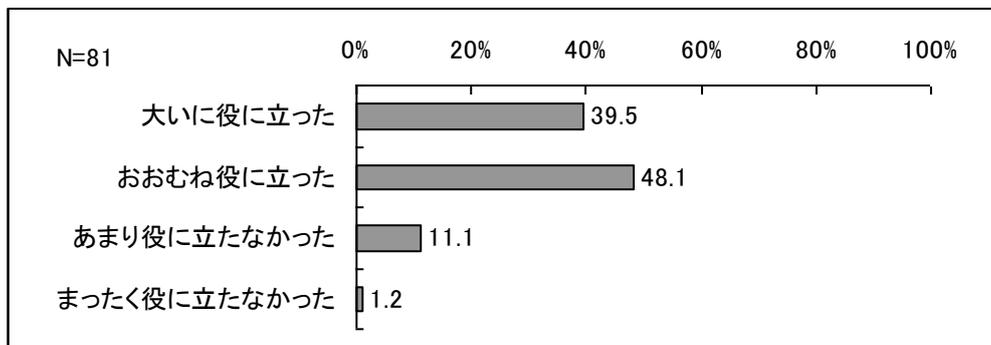
図表 43 取得した情報に対する満足度(インターネット通信販売)



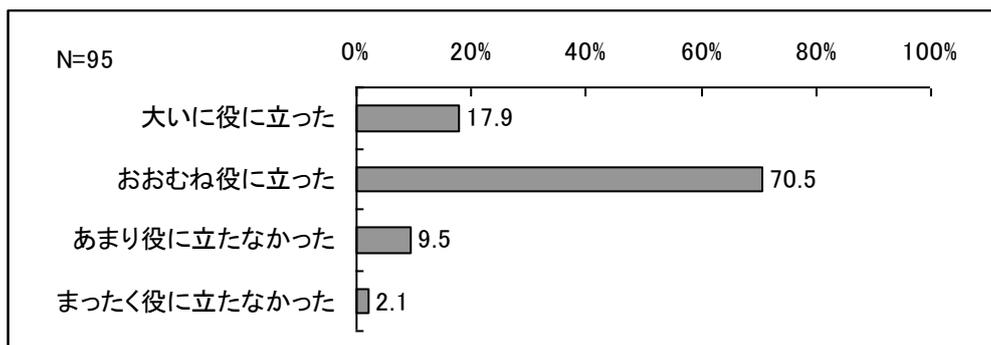
図表 44 取得した情報に対する満足度(インターネット通信販売での購入のみ)



図表 45 取得した情報に対する満足度(電話注文)



図表 46 取得した情報に対する満足度(その他)

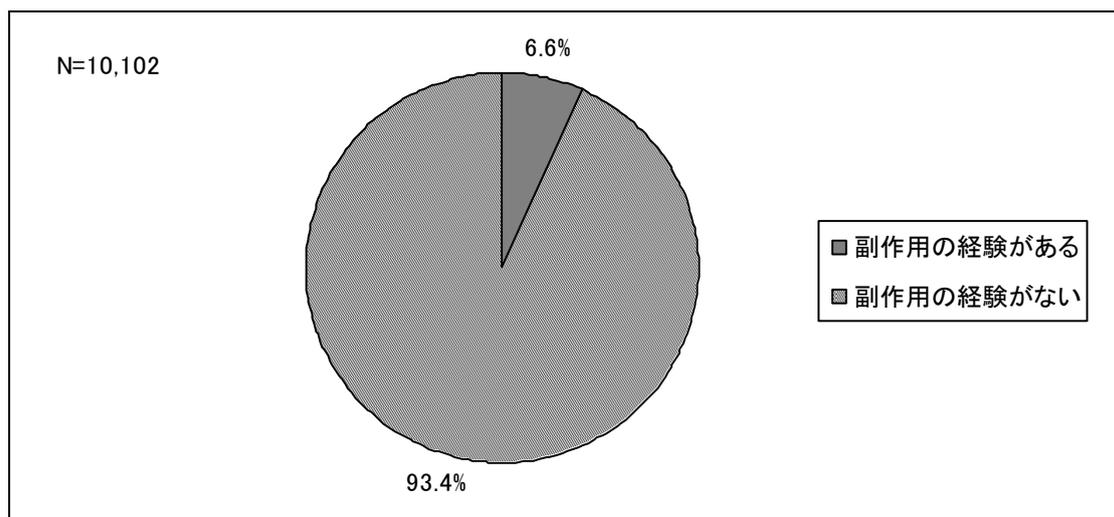


(2) 一般用医薬品での副作用経験および副作用が起こった場合の相談先

① 副作用の経験の有無

一般用医薬品での副作用経験の有無については、「ある」が6.6%、「ない」が93.4%であった。

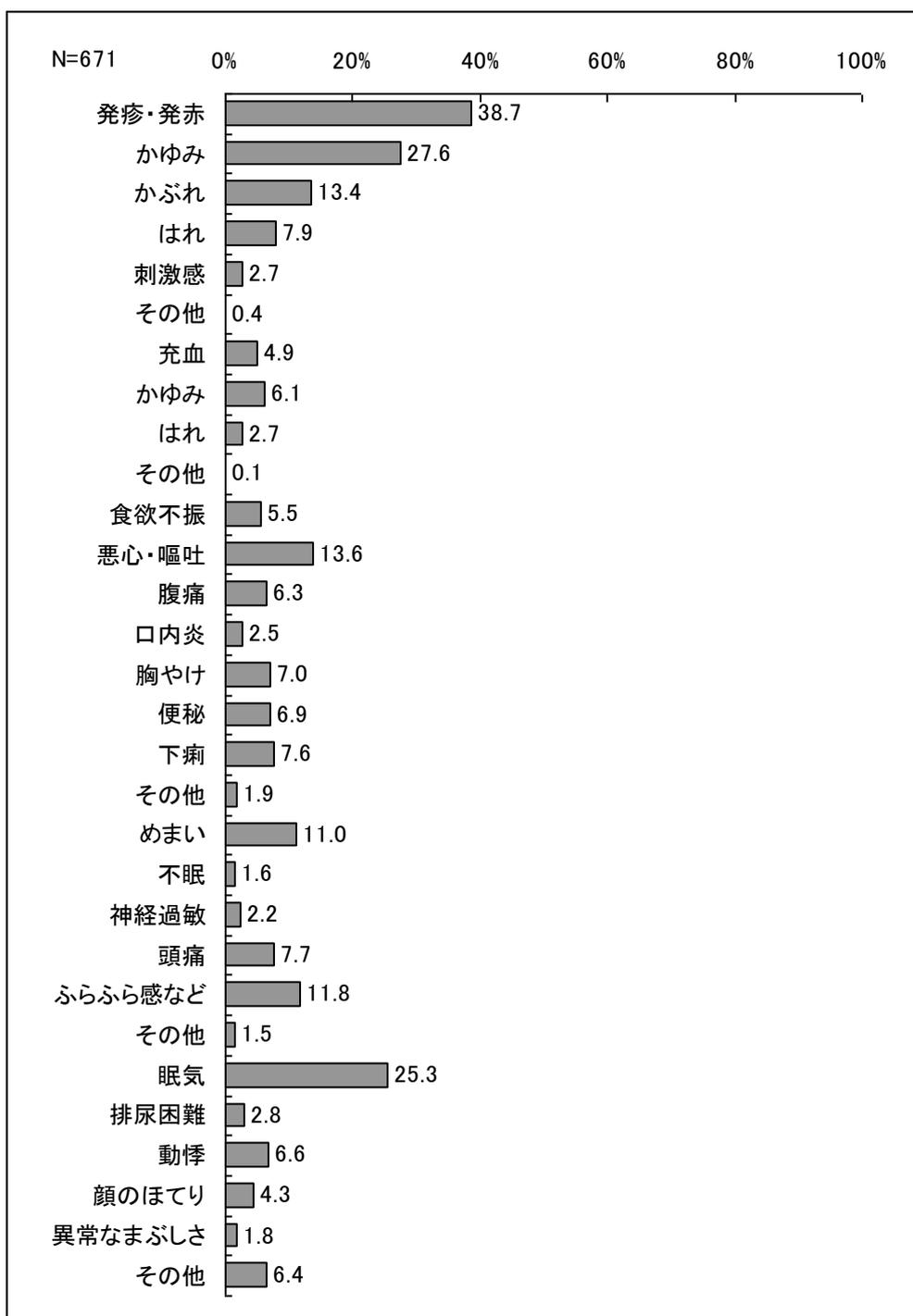
図表 47 一般用医薬品での副作用経験の有無



② 副作用の内容

「副作用経験がある」と回答した人に副作用の内容を聞いたところ、「発疹・発赤」が 38.7%と最も多く、次いで「かゆみ」が 27.6%、「眠気」が 25.3%であった。

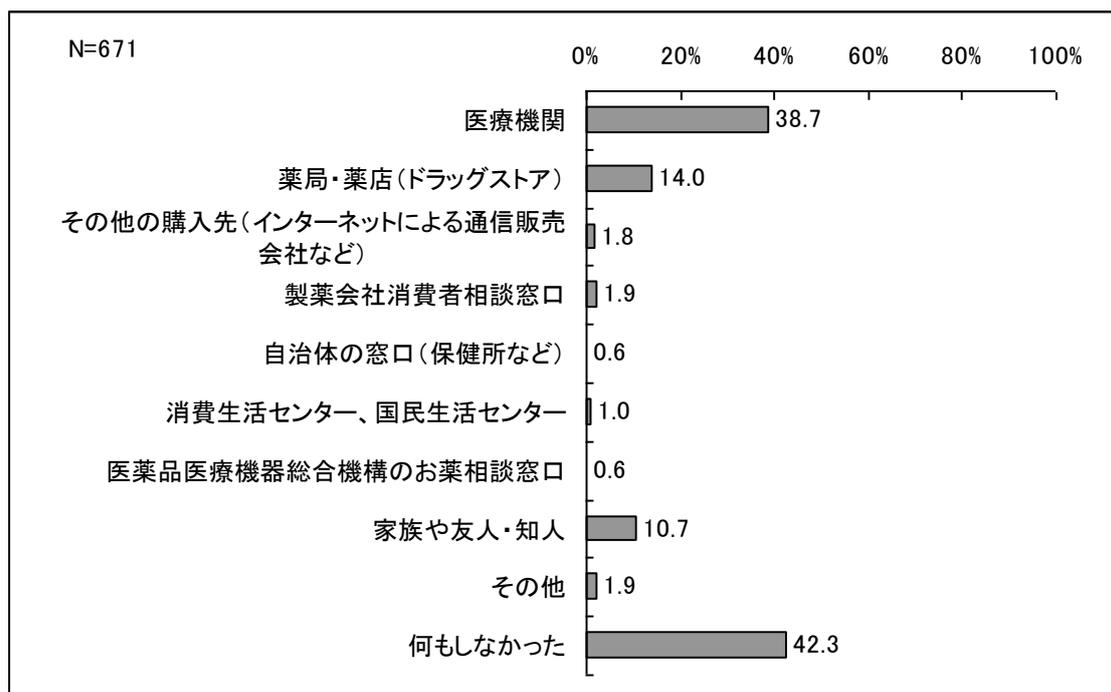
図表 48 副作用の内容(複数回答)



③ 副作用が起きた場合の相談先

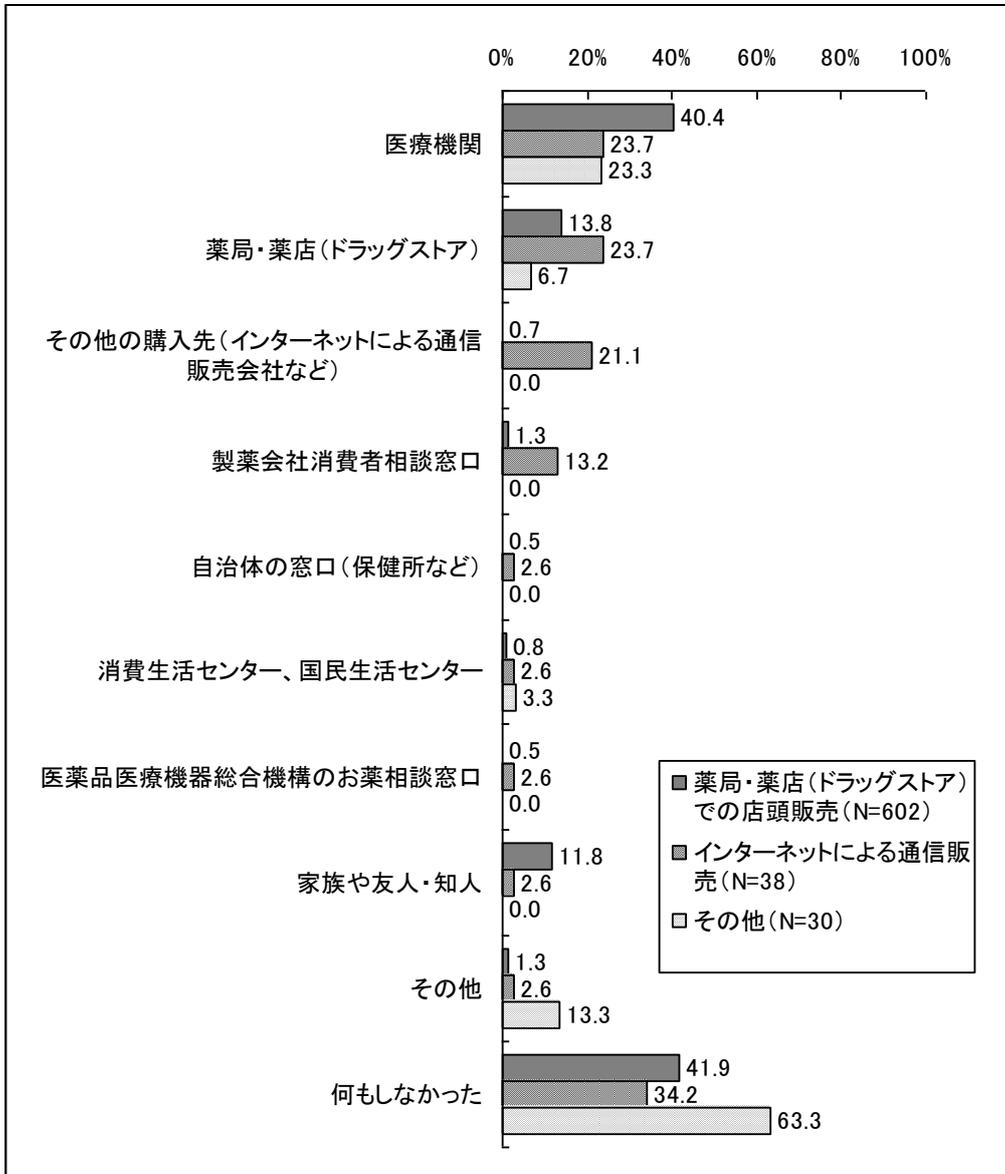
「副作用経験がある」と回答した人に副作用が起きた場合の相談先を聞いたところ、「医療機関」が38.7%と最も多く、次いで「薬局・薬店」の14.0%であった。「何もしなかった」割合は42.3%であった。

図表 49 副作用が起きた場合の相談先(複数回答)



薬局・薬店での店頭販売とインターネットによる通信販売では購入している医薬品の種類も異なっており、発現する副作用の傾向も異なることから、単純に比較することは困難であるが、これを副作用が起きた医薬品を購入した経路別でみると、薬局・薬店での店頭販売では、「医療機関」の割合が40.4%と、「何もしなかった」の41.9%と同程度の割合となっている。一方、インターネットによる通信販売では、「何もしなかった」と回答している割合が34.2%となっており、「医療機関」、「薬局・薬店」が23.7%、その他の購入先は21.1%と同程度となっている。インターネット購入者も薬局・薬店を相談窓口の機能として考えていると思われ、薬局・薬店が一定の役割を果たしている様子がうかがえる。

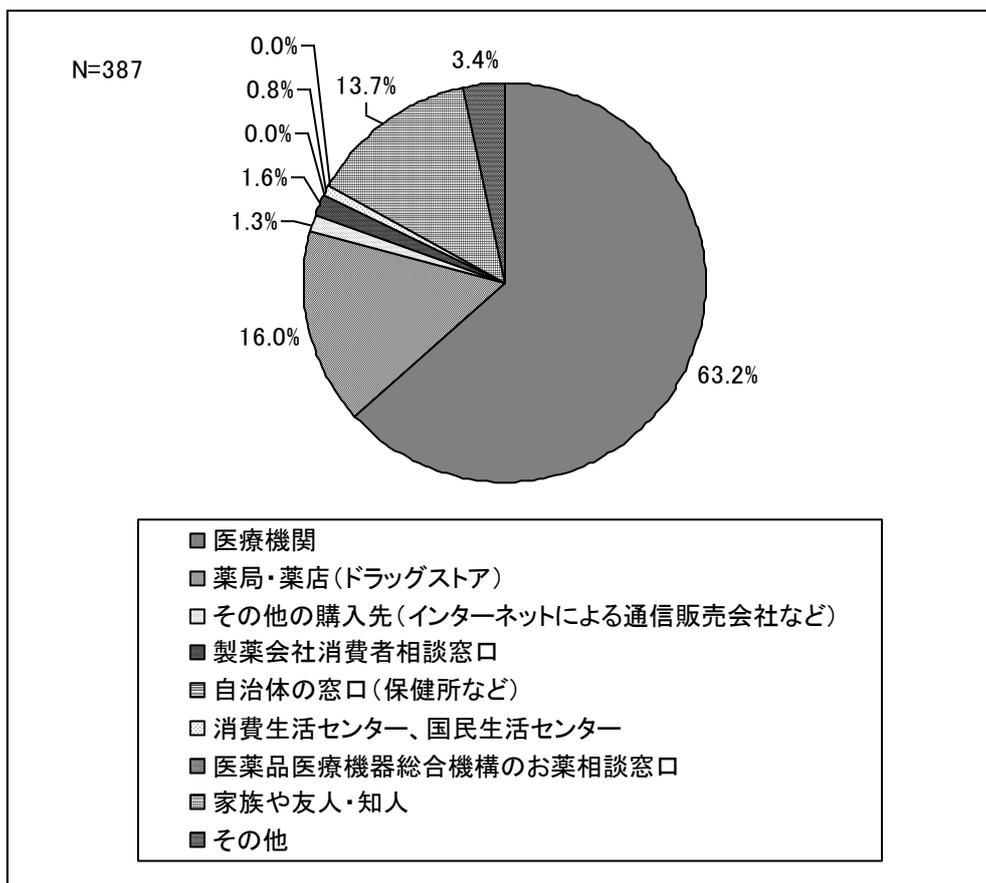
図表 50 副作用が起きた場合の相談先(複数回答)



注)「薬局・薬店への電話注文による通信販売」は N=1 と少数だったため、グラフからは除外した。
 なお、相談先は医療機関であった。

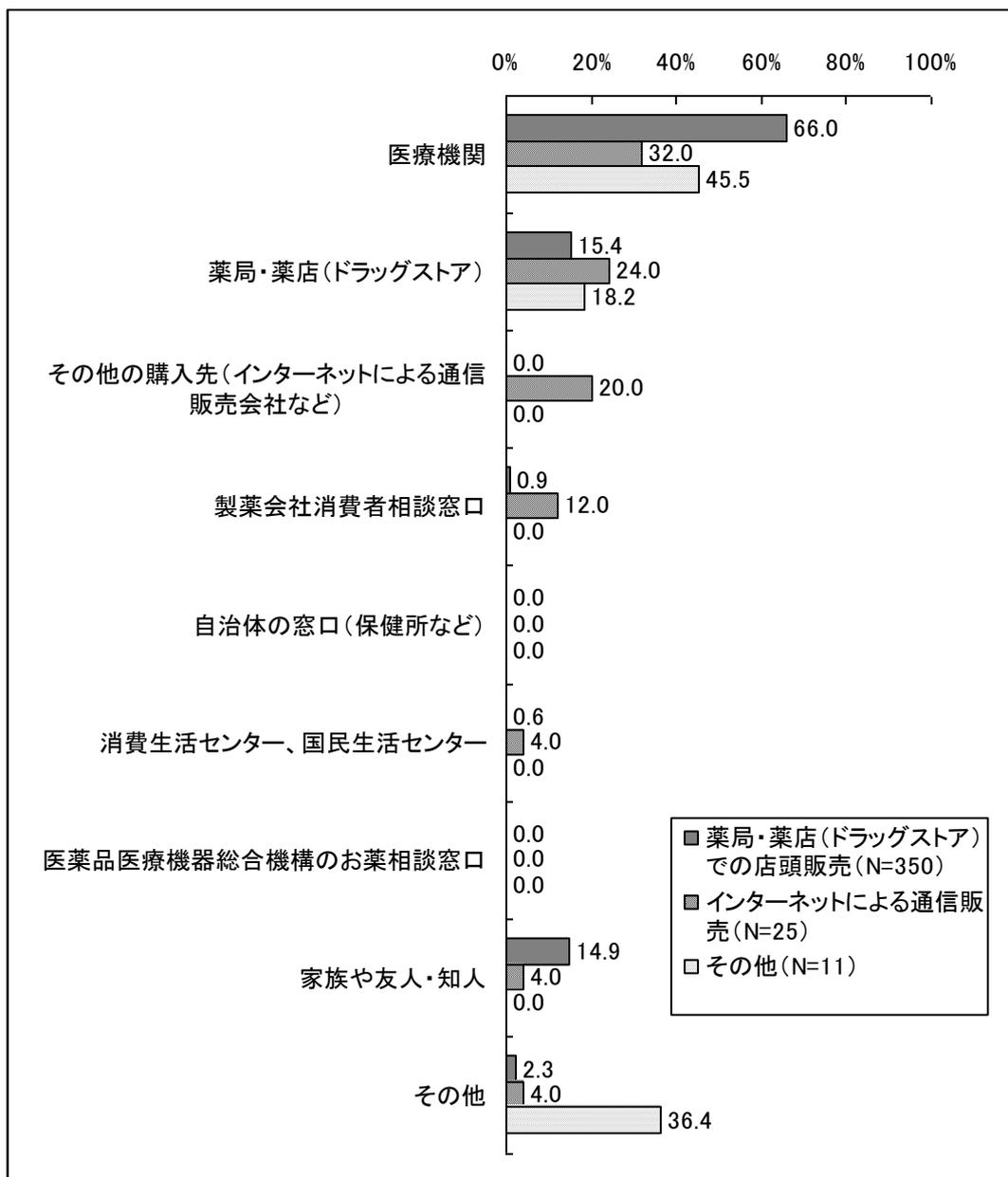
また、相談先の中で最も役立つ相談先を聞いたところ、「医療機関」が63.2%と最も多く、次いで「薬局・薬店（ドラッグストア）」が16.0%、「家族や友人・知人」が13.7%であった。

図表 51 最も役立つ相談先



購入経路別でみると、薬局・薬店での購入者は、「医療機関」の割合が66.0%と高く、インターネット購入者については、「医療機関」の割合が32.0%、「薬局・薬店」、「その他購入先」の割合がほぼ同程度の2割程度であった。このことから購入経路にかかわらず、薬局・薬店が相談窓口としての役割を担っていることがわかる。

図表 52 購入経路別の最も役立つ相談先

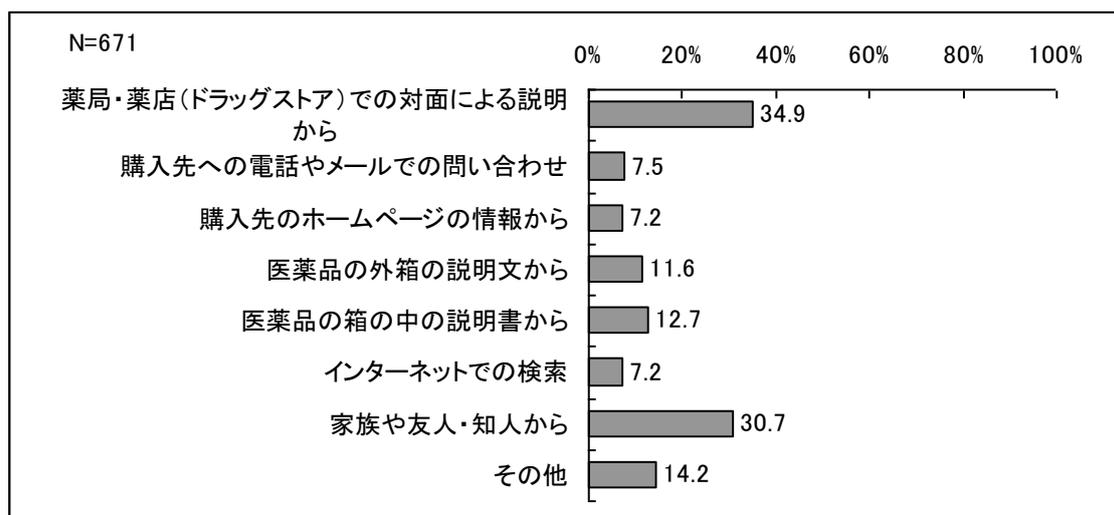


注)「薬局・薬店への電話注文による通信販売」はN=1と少数だったため、グラフからは除外した。
 なお、最も役立つ相談先は医療機関であった。

④ 相談窓口先の情報

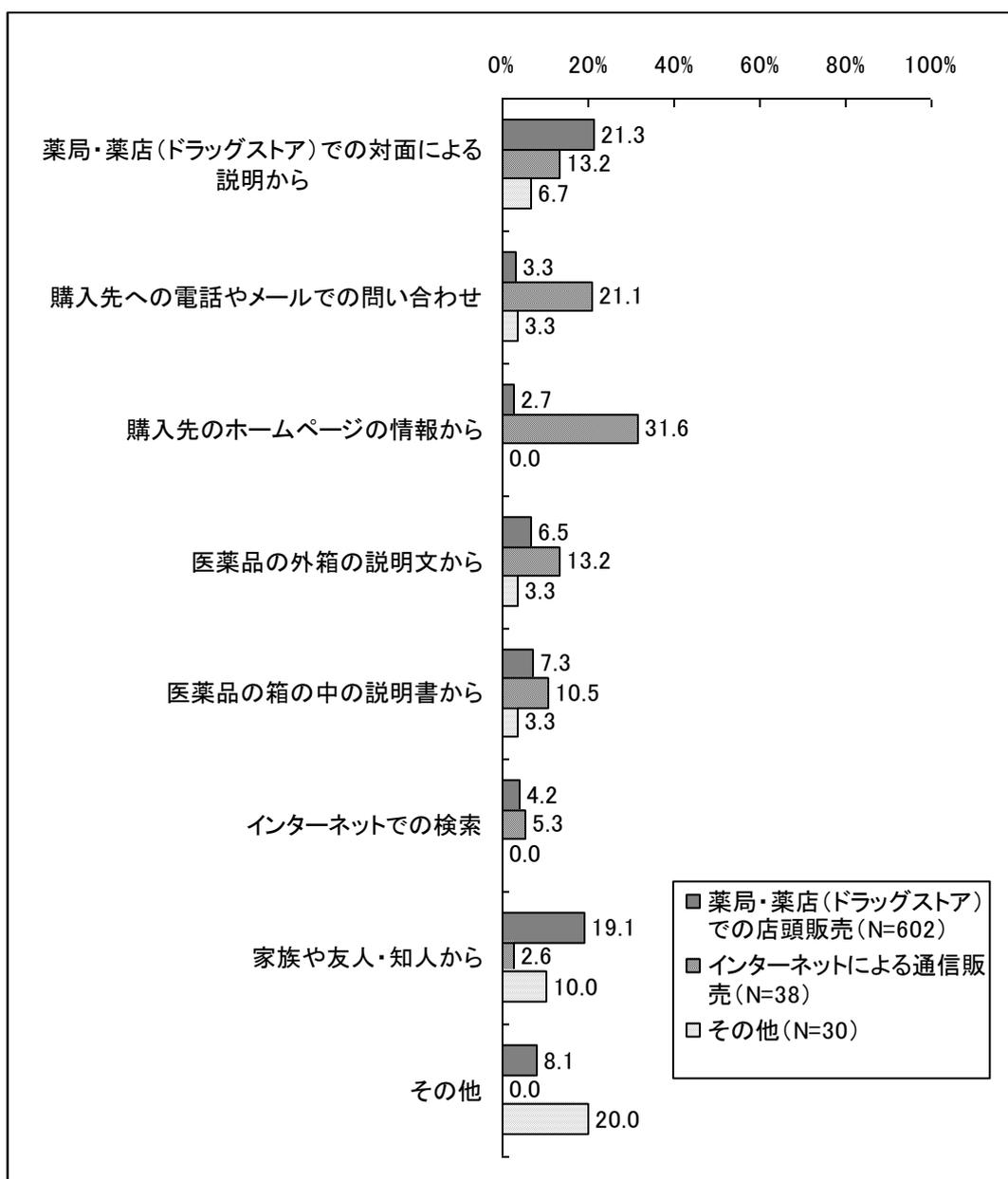
相談窓口先の情報の取得方法は、「薬局・薬店（ドラッグストア）での対面による説明から」が 34.9%と最も多く、次いで「家族や友人・知人から」が 30.7%、「その他」が 14.2%であった。

図表 53 相談窓口先の情報取得方法（複数回答）



これを副作用が起きた医薬品を購入した購入経路別でみると、薬局・薬店の店頭による購入者では、薬局・薬店での対面による説明や、家族や友人・知人からの情報取得が多く2割程度となっている。また、インターネット購入者では、購入先のホームページや電話、メールでの問い合わせによって情報を得ている傾向があるが、薬局・薬店での対面による説明を受けている人も一定割合存在していることがわかる。

図表 54 購入経路別の相談窓口先の情報取得の方法(複数回答)



注)「薬局・薬店への電話注文による通信販売」は N=1 と少数だったため、グラフからは除外した。
 なお、情報取得方法としてはインターネットでの検索であった。

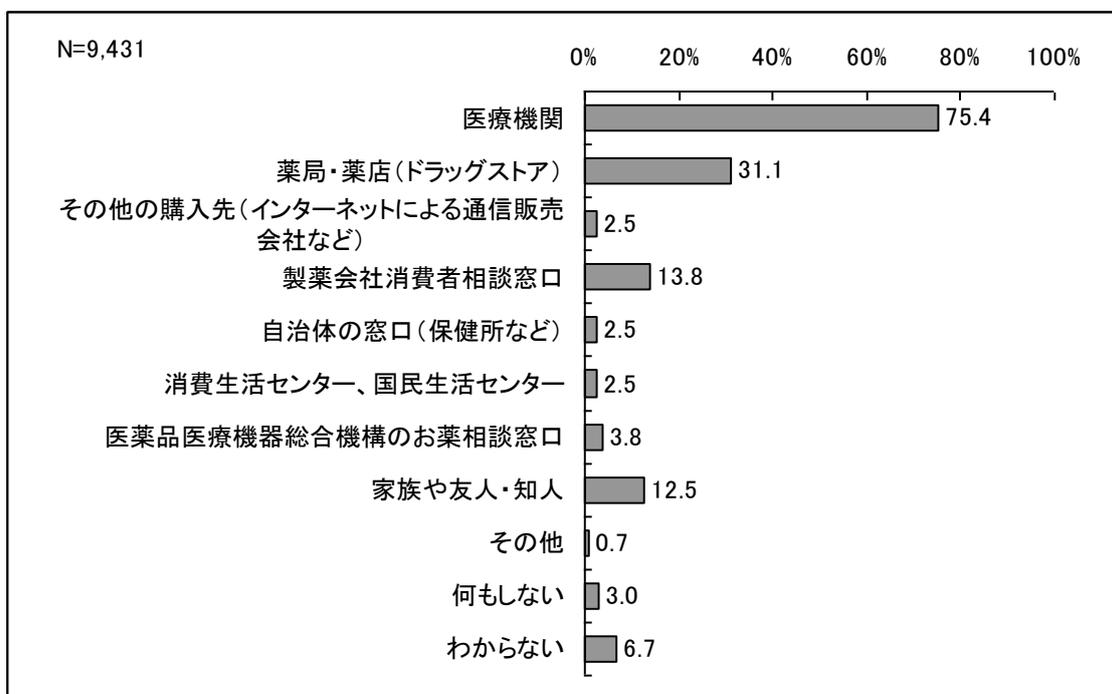
⑤ 副作用が起きた場合の相談先（副作用経験がない人）

「一般用医薬品による副作用経験がない」と答えた人に、もし副作用が起きた場合どこに相談するかを聞いたところ、「医療機関」が75.4%で最も多く、次いで「薬局・薬店（ドラッグストア）」が31.1%、「製薬会社消費者相談窓口」が13.8%であった。

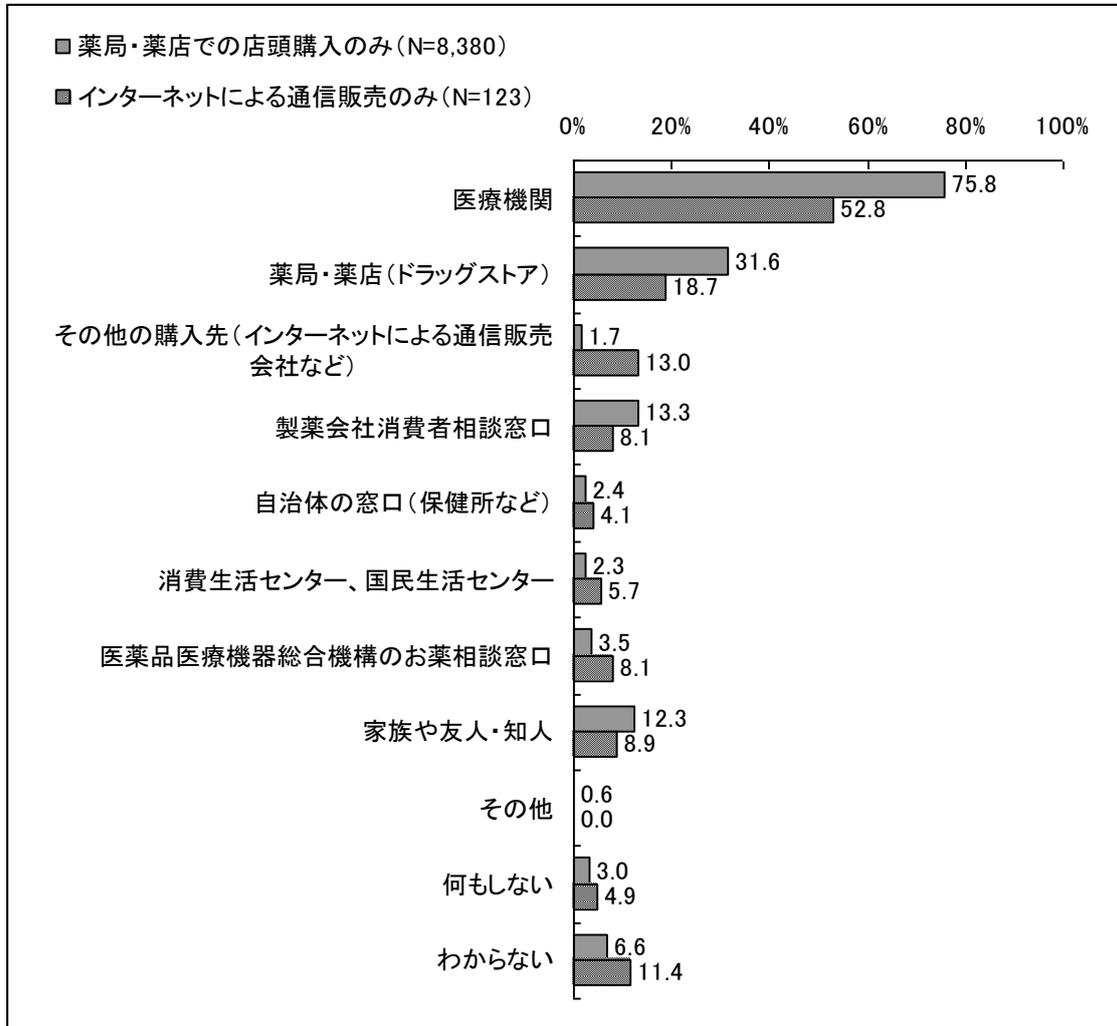
これを薬局・薬店での店頭での購入のみ群とインターネット通信販売での購入のみ群でみた場合、両者とも医療機関への相談がもっとも多く、次いで薬局・薬店への相談となっているが、薬局・薬店での店頭での購入のみ群の方が「医療機関」「薬局・薬店」と回答した割合が高かった。

また、インターネット通信販売での購入のみ群は、その他の購入先への相談の割合が高く、相談先がわからないと回答している割合も高くなっている。

図表 55 副作用が起きた場合の相談先（副作用経験がない人）（複数回答）



図表 56 副作用が起きた場合の相談先
 (薬局・薬店での店頭購入のみ/インターネット通信販売での購入のみ)(複数回答)



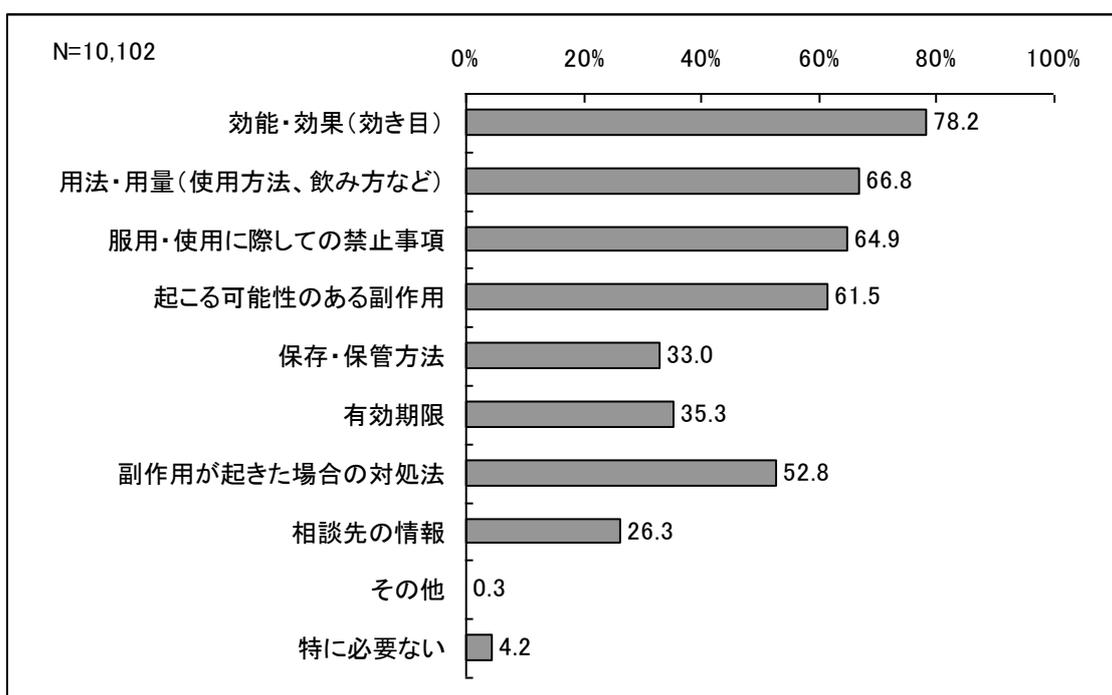
(3) 医薬品購入時に必要な情報および購入時の不安

① 医薬品購入時に必要な情報

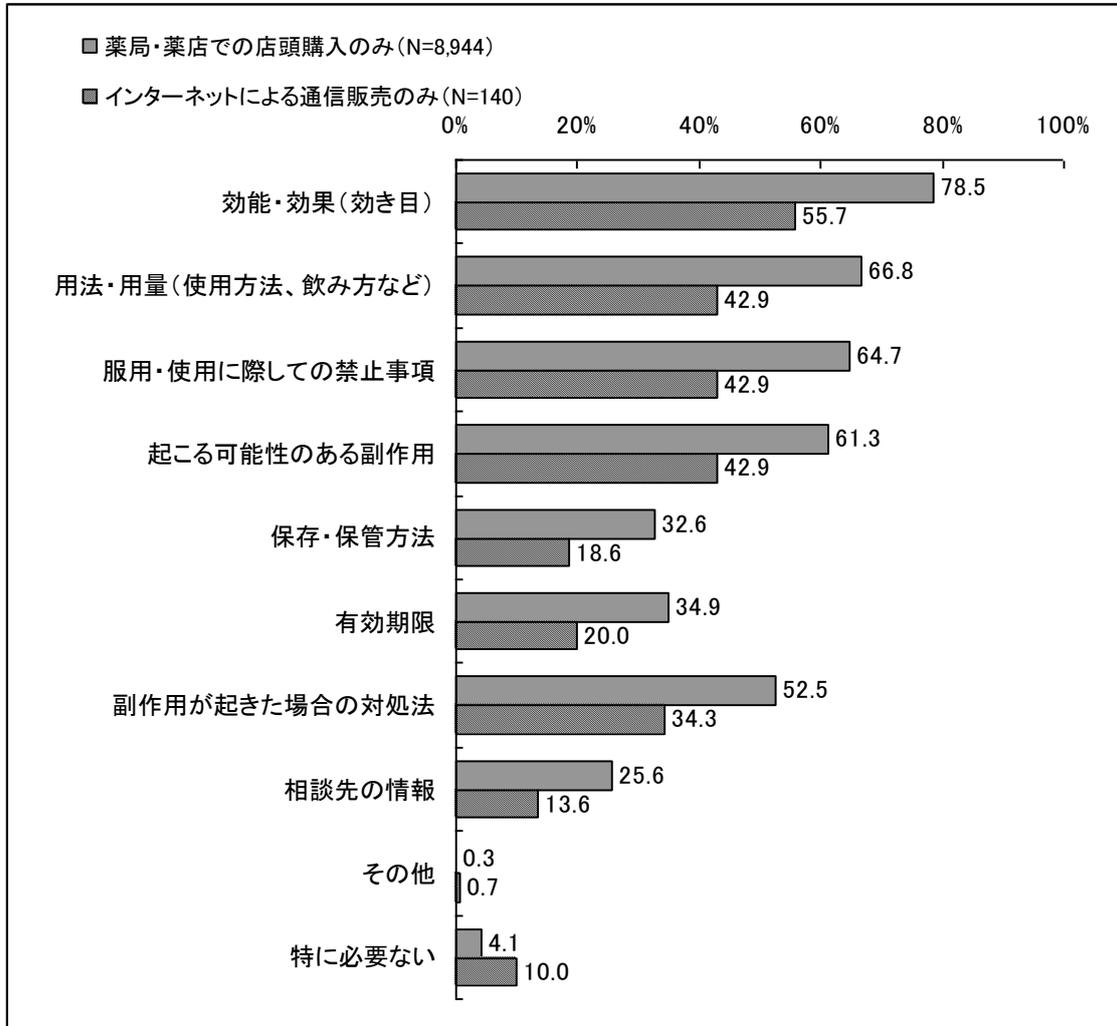
医薬品購入時に必要な情報については、「効能・効果」が 78.2%と最も多く、次いで「用法・用量」が 66.8%、「服用・使用に際しての禁止事項」が 64.9%であった。

これを薬局・薬店の店頭販売での購入のみ群とインターネット通信販売での購入のみ群とでみた場合、薬局・薬店の店頭販売での購入のみ群の方が情報を必要と感じている傾向がみられる。

図表 57 医薬品購入時に必要な情報(複数回答)



図表 58 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)

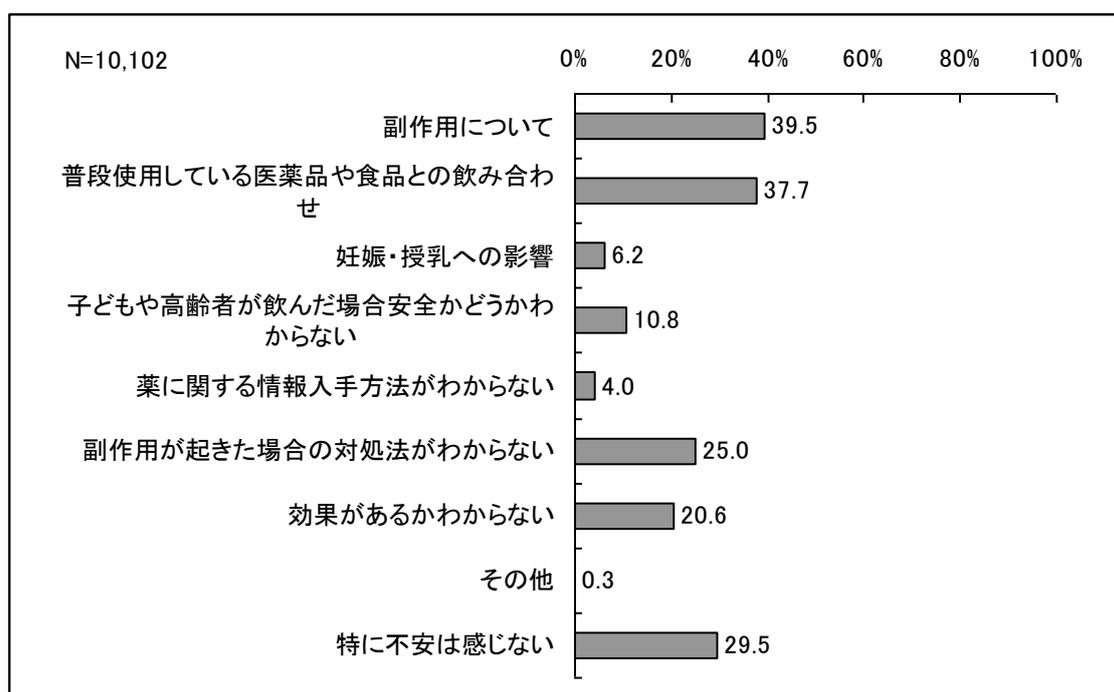


② 購入時の不安

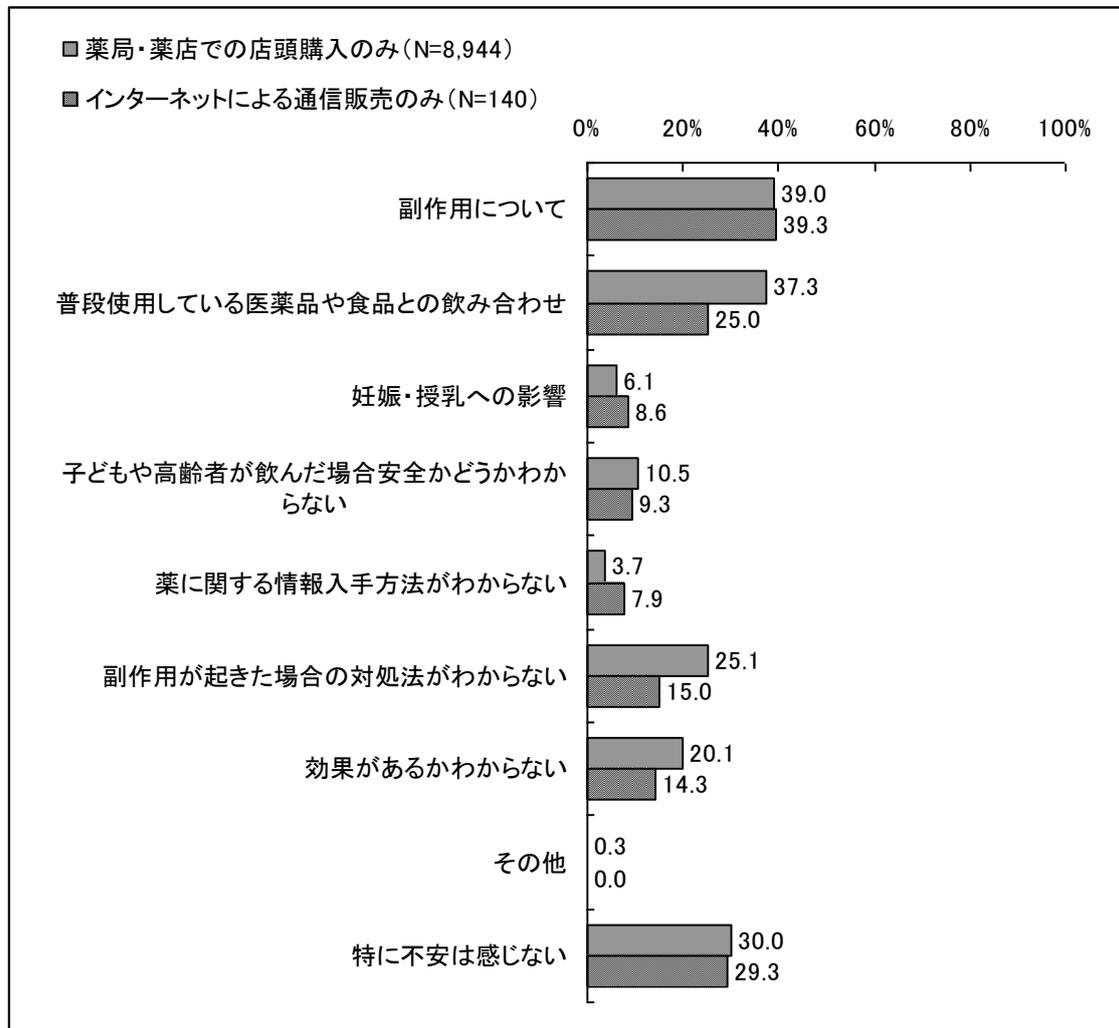
購入時の不安については、「副作用について」が 39.5%と最も多く、次いで「普段使用している医薬品や食品との組み合わせ」が 37.7%、「特に不安は感じない」が 29.5%であった。

これを薬局・薬店での店頭購入のみ群とインターネット通信販売の購入のみ群とでみた場合、薬局・薬店での店頭購入のみ群の方が「普段使用している医薬品や食品との飲み合わせ」、「副作用が起きた場合の対処法がわからない」、「効果があるかわからない」といった項目について不安を感じている割合が高くなっている。

図表 59 購入時の不安(複数回答)



図表 60 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)



4 まとめ（インターネット調査）

（1）多くが薬局・薬店などの店頭で購入している。

- ・ ほとんどの人が薬局・薬店で一般用医薬品を購入しており、インターネット通信販売での購入経験者は1割程度だった。

【結論1】一般用医薬品の購入経路は、多くが薬局・薬店などの店頭での購入であり、インターネット経由や電話注文による購入は全体の1割程度であった。

（2）薬局・薬店では主に第2類医薬品が、インターネット通販では主に第3類医薬品が購入されている。

- ・ 88.5%の人が薬局・薬店の対面販売のみで購入していた。インターネット通信販売での購入経験者のうち、85%は薬局・薬店からも一般用医薬品を購入していた。
- ・ 薬局・薬店で購入した一般用医薬品を種類別にみると、第2類医薬品である風邪薬が最も多く、次いで目薬、解熱剤・痛み止め、胃腸薬となっている。一方、インターネット通信販売で購入した一般用医薬品では第3類医薬品であるビタミン剤が最も多く、風邪薬については薬局・薬店での購入の1/4程度であった。なお、ビタミン剤には医薬品の他、食品も含まれている可能性がある。
- ・ 薬局・薬店を購入先として選んだ理由は「自宅や職場に近いから」が最も多かった。一方、インターネット通信販売を選んだ理由としては「価格が安いから」が最も多かった。

【結論2】インターネット通信販売による一般用医薬品購入経験者の多くは、薬局・薬店では風邪薬などの治療目的のものが多く、比較的リスクの高い第2類医薬品を主に購入し、インターネット通信販売ではビタミン剤など比較的リスクが低く、予防目的のものでより安価なものを購入していた。

（3）購入経路により適正使用情報の情報源・取得内容に違いがある

- ・ 薬局・薬店で購入した一般用医薬品に関する情報をどこで得たかについてたずねたところ、「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」が多かった。一方、インターネット通信販売の場合には「購入先のホームページの情報から」が最も多く、また「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」という回答も多かった。
- ・ 購入した一般用医薬品に関する情報について、薬局・薬店でのみ一般用医薬品を購入した人はインターネット通信販売でのみ購入した人に比べ、「効能・効果」「用法・用量」に関する情報を得たとの回答が多かった。一方、「起こる可能性のある副作用」に関する情報を得たと回答した人の割合は、インターネット通信販売のみで購入した人の方が多かった。

- ・ 購入した一般用医薬品に関する情報に対する理解度、満足度について、購入経路（薬局・薬店およびインターネット通信販売）による差はなかった。

【結論 3】 購入経路により情報源やそこから得た情報の内容は異なるものの、情報に対する理解度や満足度に違いはなかった。

（４）副作用が起きた場合「医療機関」「薬局・薬店」に相談する人が多い

- ・ もし副作用が起きた場合どこに相談するかをたずねたところ、薬局・薬店で購入した人では「医療機関」が最も多く、次いで「薬局・薬店」との回答が有意に多かった。一方、インターネット通信販売で購入した人では「医療機関」「薬局・薬店」と「購入先」と回答する人がほぼ同数存在した。

【結論 4】 インターネット通信販売で一般用医薬品を購入した場合でも、もし副作用が起きた場合は医療機関や薬局・薬店での相談を想定している。

（５）薬局・薬店でのみ購入した人の方が情報を必要としている割合が高い傾向にある

- ・ 購入時に必要な情報についてたずねたところ、インターネット通信販売でのみ購入した人に比べ、薬局・薬店でのみ購入した人の方がいずれの項目においても情報が「必要」と感じている人の割合が有意に高かった。
- ・ 購入時の不安についてたずねたところ、インターネット通信販売でのみ購入した人に比べ、薬局・薬店でのみ購入した人の方が「普段使用している医薬品や食品との飲み合わせ」「副作用が起きた場合の対処法がわからない」「効果があるかわからない」について不安と回答した人の割合が有意に高かった。

【結論 5】 インターネット通信販売のみで購入した人に比べ、薬局・薬店でのみ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。

(6) まとめ

購入経路によって購入一般用医薬品の種類や傾向に差があり、購入経路ごとに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。

さらに、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であろう。また、PMDA等でも相談窓口を設けており、周知の必要があると思われる。

参 考 资 料

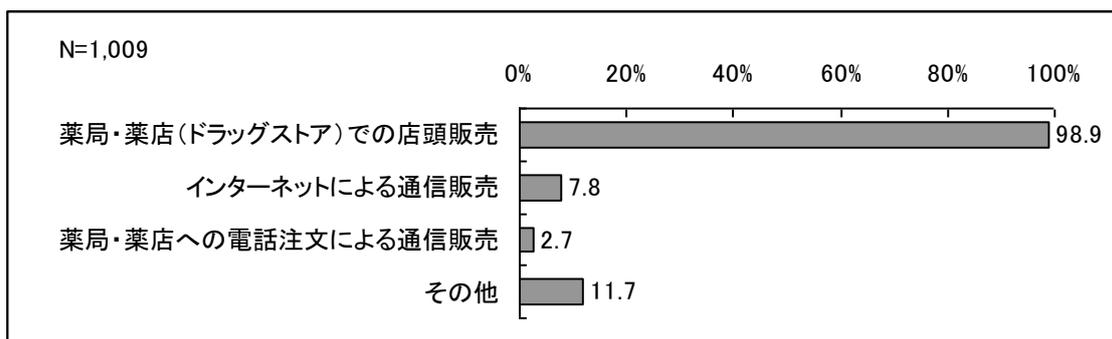
1) 郵送調査結果

(1) よく購入する医薬品と購入経路

① 購入経路

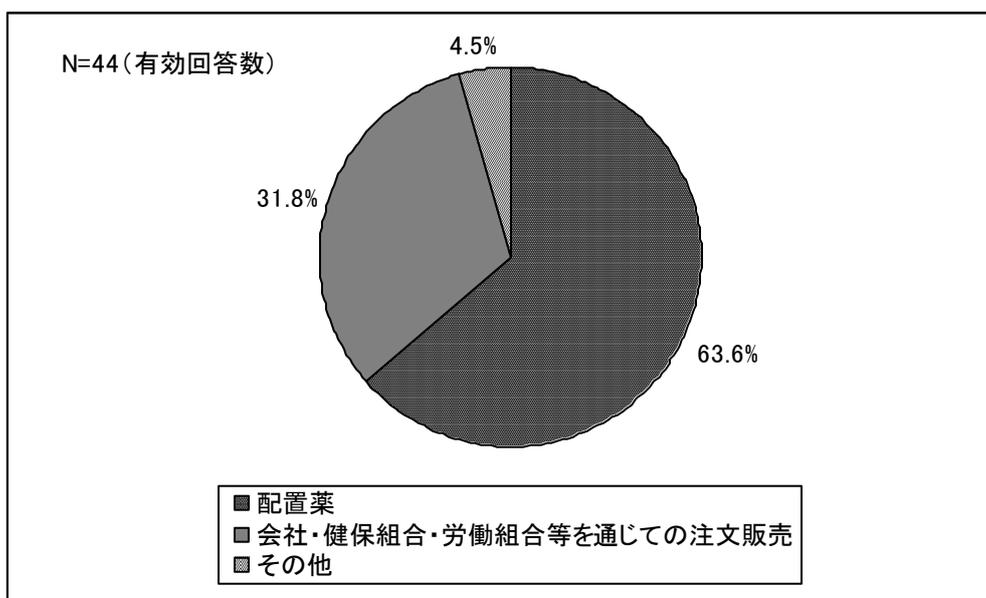
ここ3年以内に一般用医薬品をどのような方法で購入したかを聞いたところ、「薬局・薬店での店頭販売」が98.9%と最も多く、次いで「インターネットによる通信販売」が7.8%、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」が2.7%であった。

図表 61 購入経路(複数回答)



その他の購入経路の内訳は、「配置薬」が63.6%と最も多く、次いで「会社・健保組合・労働組合等を通じての注文販売」が31.8%であった。

図表 62 その他の購入経路の内訳

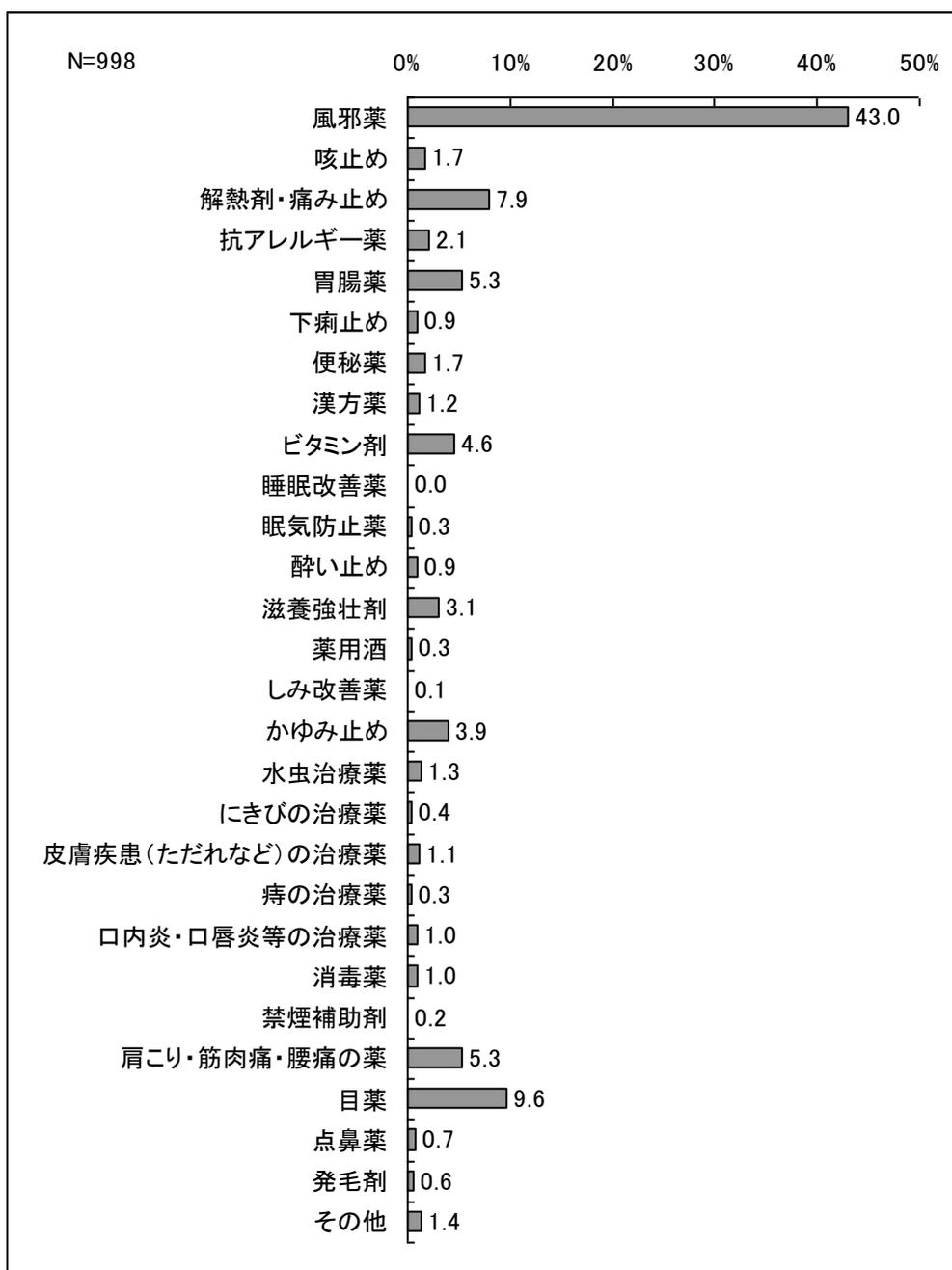


② 購入した医薬品の種類

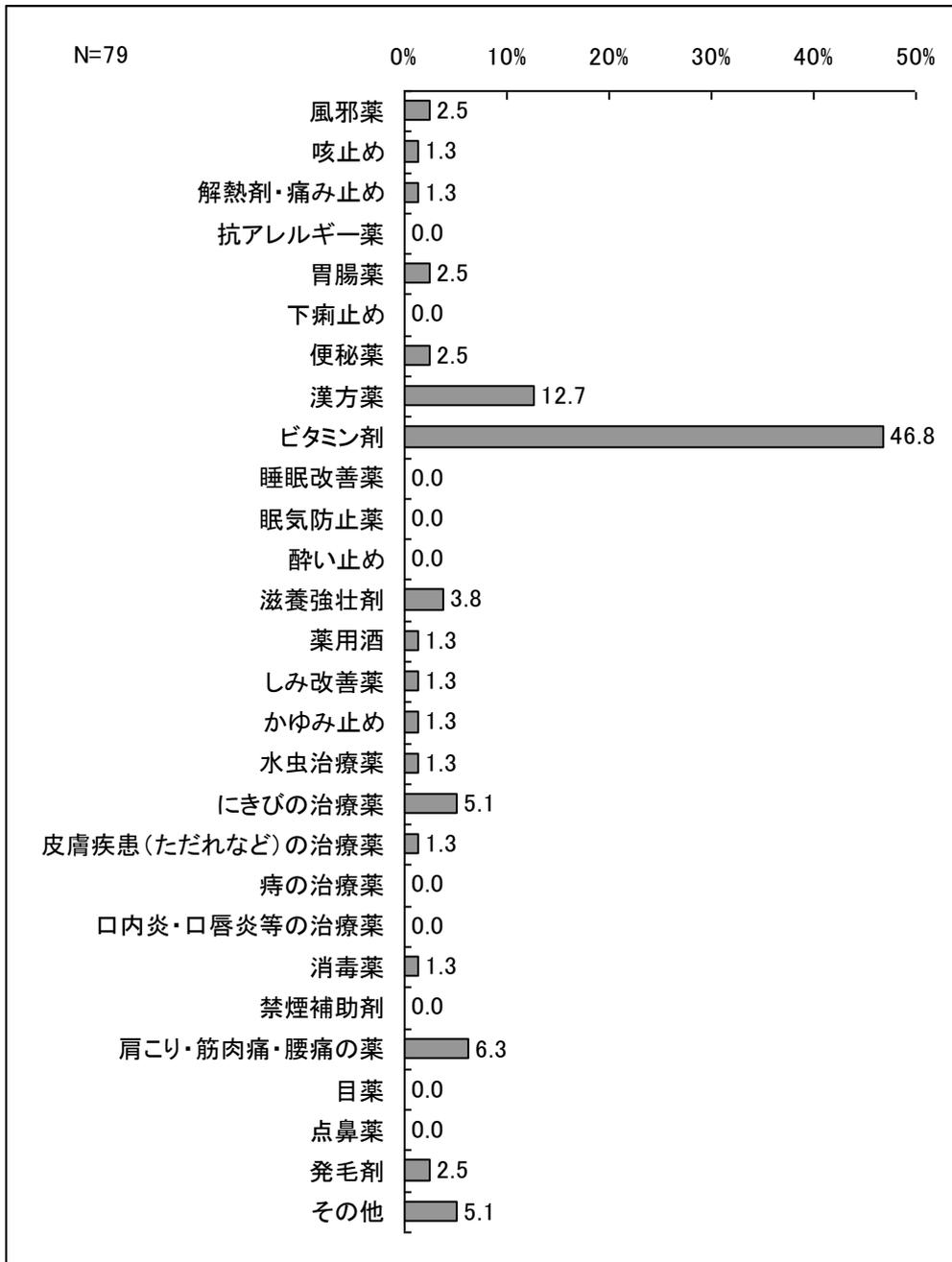
上記で選択した購入方法で最も多く購入した一般用医薬品を聞いたところ、「薬局・薬店での店頭販売」では、「風邪薬」が43.0%と最も多かった。

これに対して、「インターネットによる通信販売」では、「ビタミン剤」が46.8%と最も多く、次いで「漢方薬」が「薬局・薬店への電話注文による通信販売」では、サンプル数が少ないが「漢方薬」と「ビタミン剤」が多く11.1%であった。

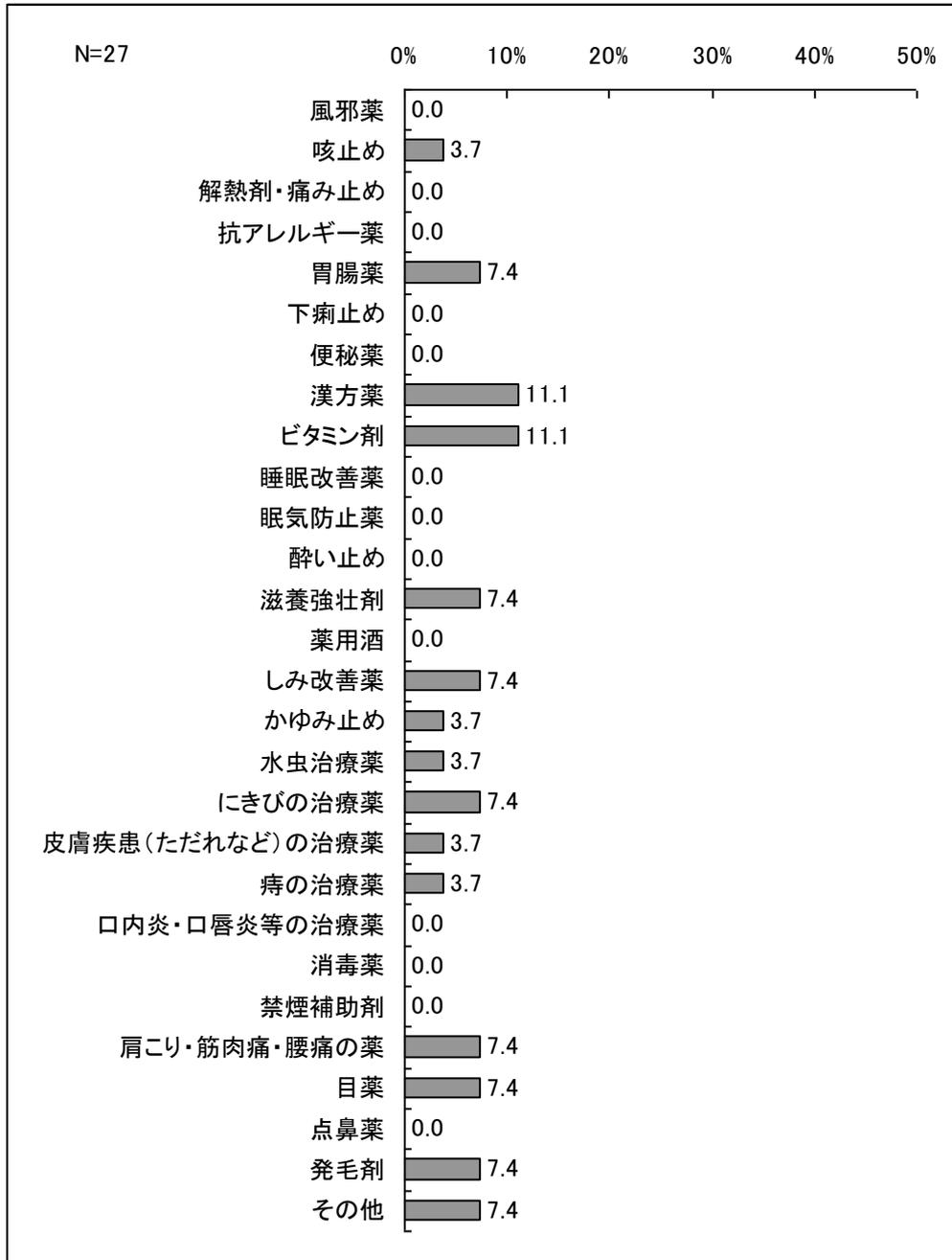
図表 63 よく購入する医薬品と購入経路(薬局・薬店(ドラッグストア)での店頭販売)



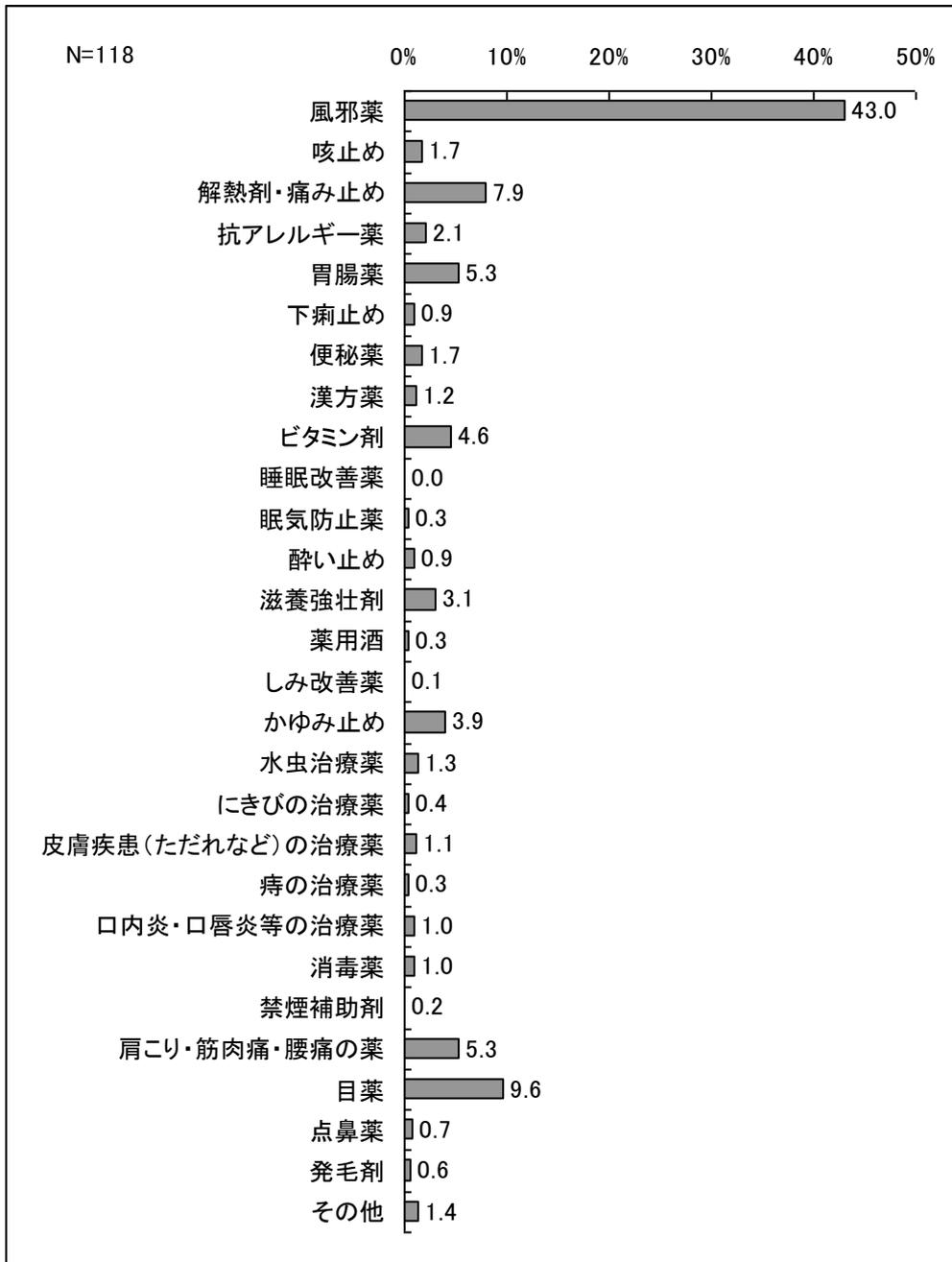
図表 64 よく購入する医薬品と購入経路(インターネットによる通信販売)



図表 65 よく購入する医薬品と購入経路(薬局・薬店への電話注文による通信販売)



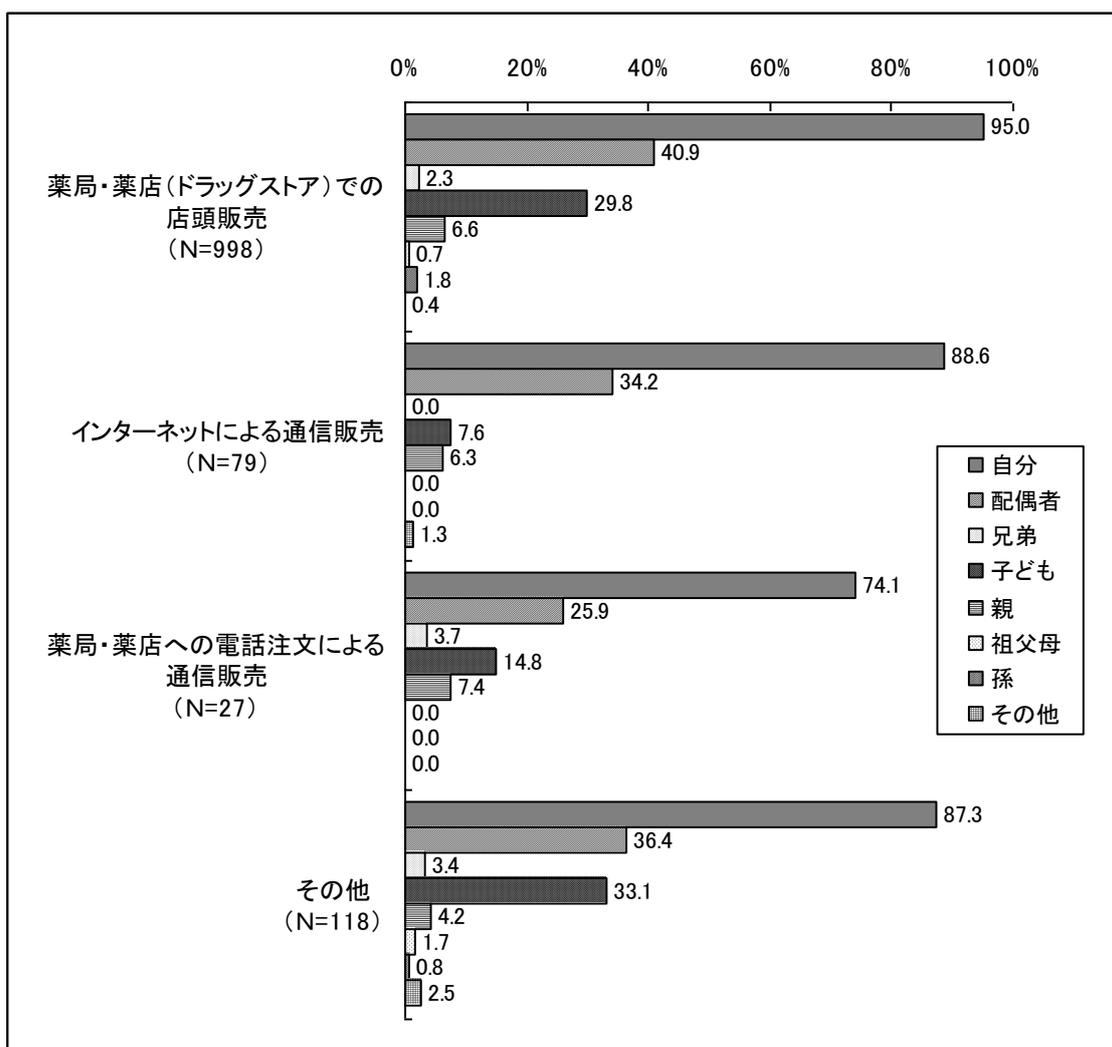
図表 66 よく購入する医薬品と購入経路(その他)



③ 購入した医薬品の主な服用者

上記で購入した一般用医薬品の主な使用者を聞いたところ、どの購入経路においても主な使用者は「自分」と答えた人が最も多く、次いで「配偶者」、「子ども」の順であった。

図表 67 購入した医薬品の主な服用者(複数回答)

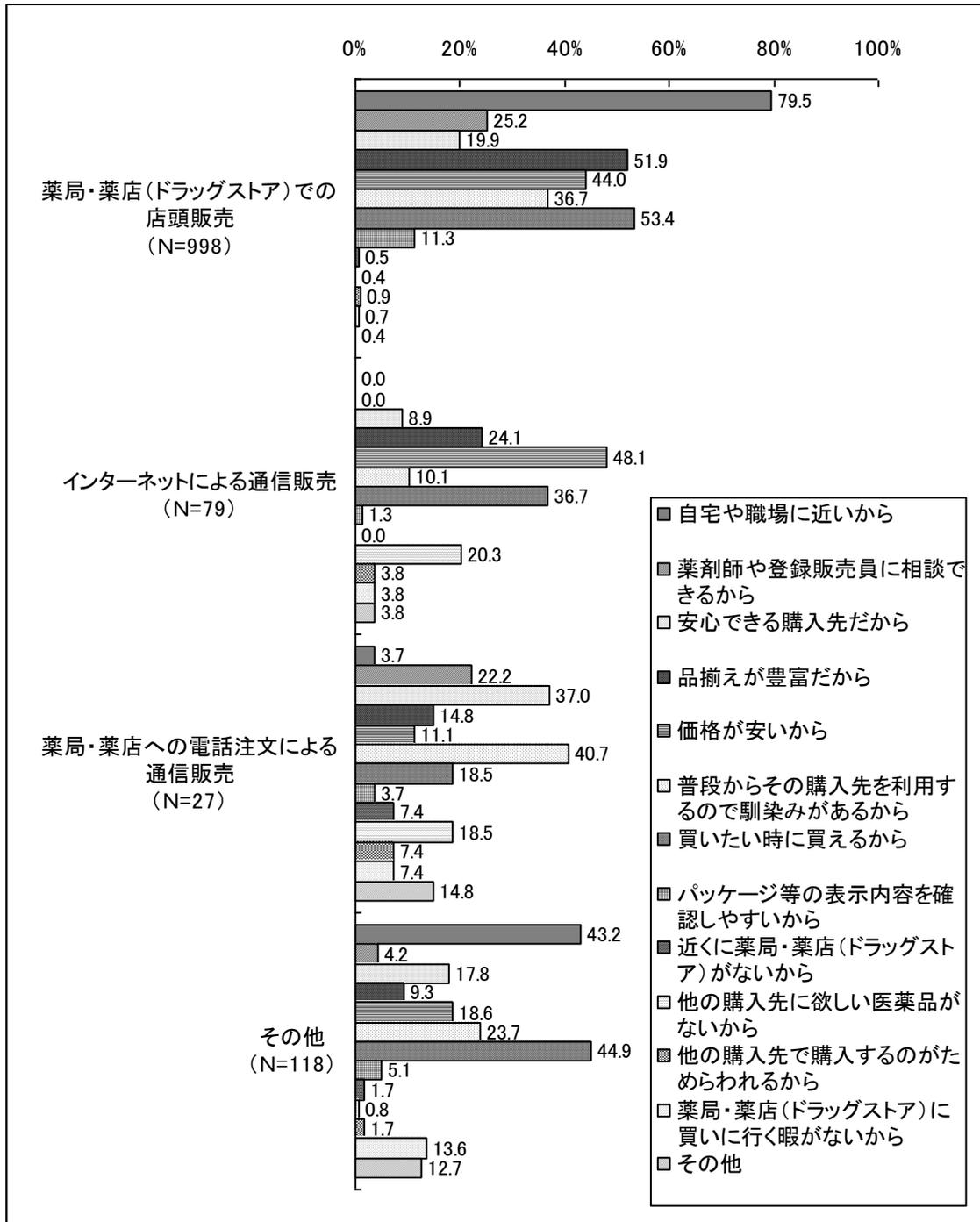


④ その購入経路を選んだ理由

上記で選択した購入経路を選んだ理由として、「薬局・薬店での店頭販売」を選んだ人では、「自宅や職場に近いから」が79.5%と最も多かった。

これに対して、「インターネットによる通信販売」を選んだ人では、「価格が安いから」が48.1%と最も多く、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」を選んだ人では、「他の購入先に欲しい医薬品がないから」が40.7%と最も多かった。

図表 68 その購入経路を選んだ理由(複数回答)

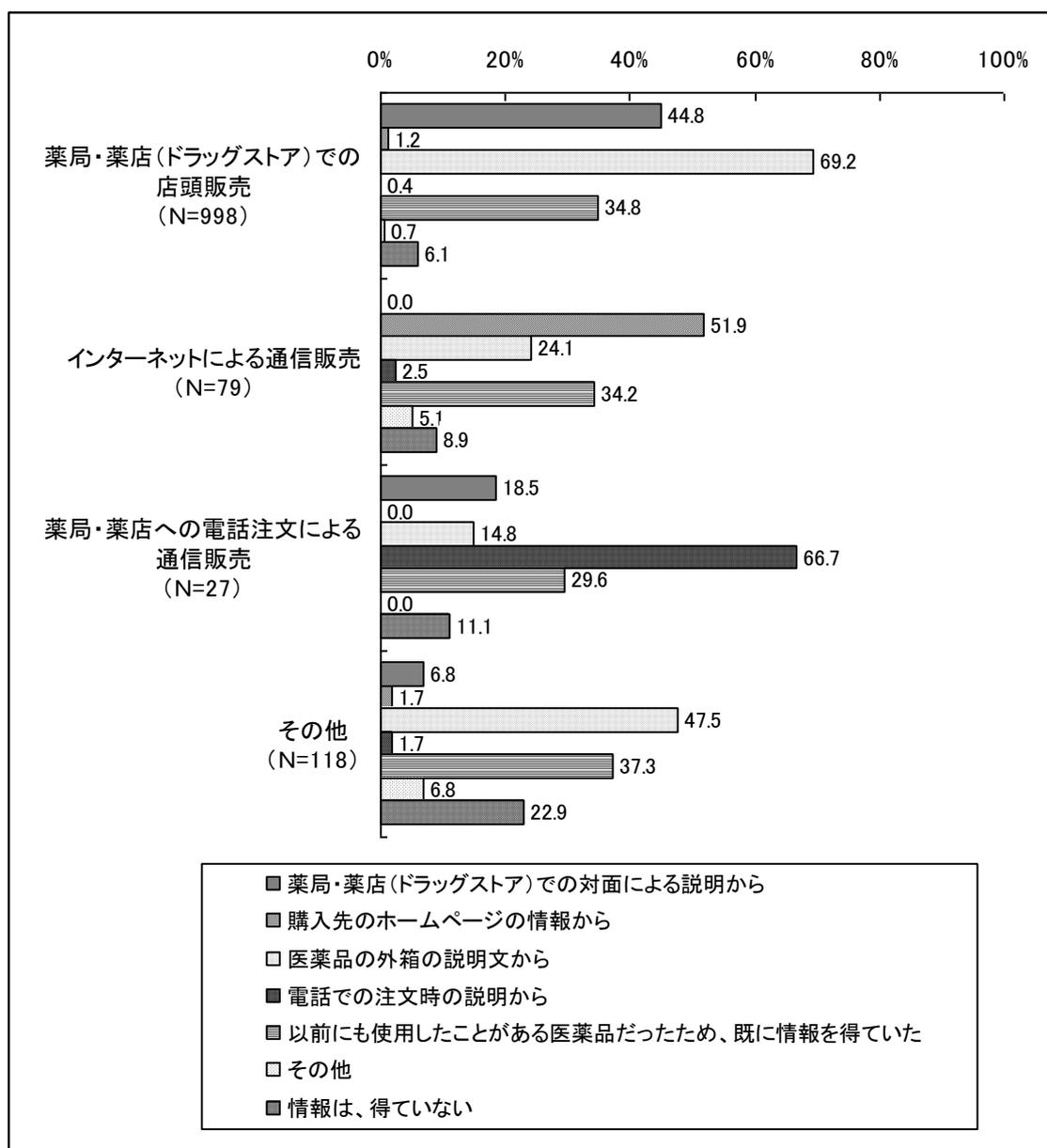


⑤ 医薬品に関する情報取得方法

上記の一般用医薬品購入時にどのような方法で医薬品に関する情報を得たかを聞いたところ、「薬局・薬店での店頭販売」では、「医薬品の外箱の説明文から」が 69.2%と最も多く、次いで対面による説明が 44.8%であった。

これに対して、「インターネットによる通信販売」では、「購入先のホームページの情報から」が 51.9%と最も多く、「薬局・薬店への電話注文による通信販売」では、「電話での注文時の説明から」が 66.7%と最も多かった。

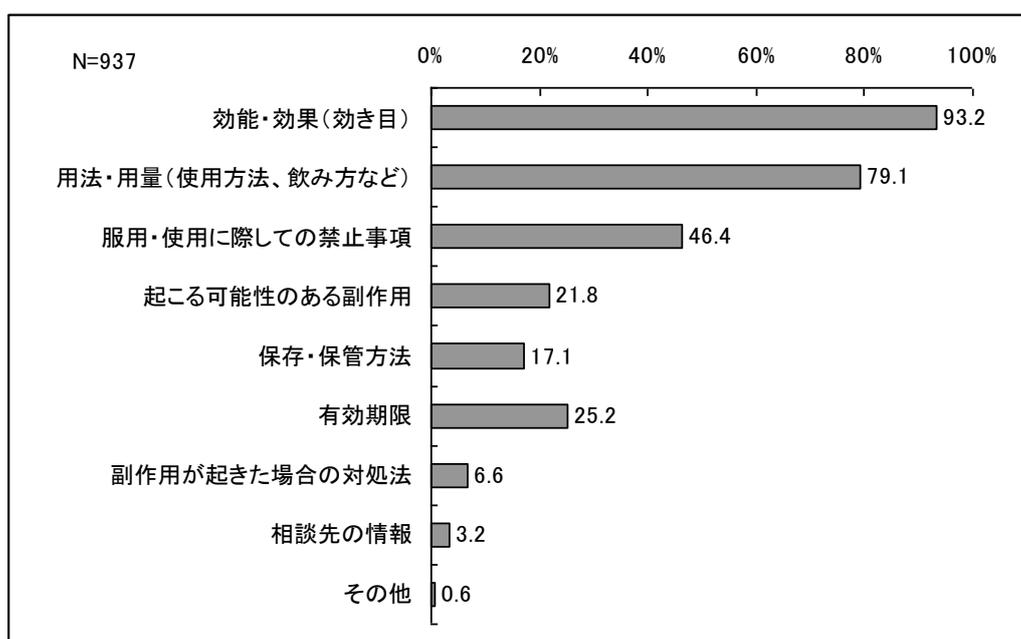
図表 69 医薬品に関する情報取得方法(複数回答)



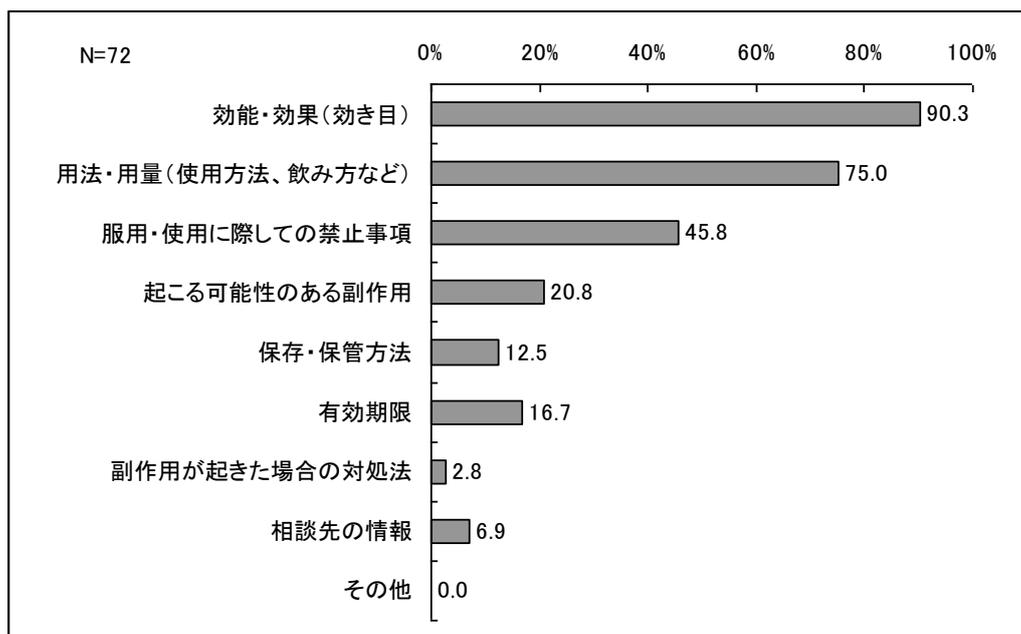
⑥ 医薬品に関する情報取得内容

医薬品に関する情報取得内容については、どの購入経路においても「効能・効果」と答えた人が最も多く、次いで「用法・用量」、「服用・使用に際しての禁止事項」に関する情報を取得している。薬局・薬店での店頭販売とインターネット通信販売の購入の間で情報取得内容についての大きな差はなかった。

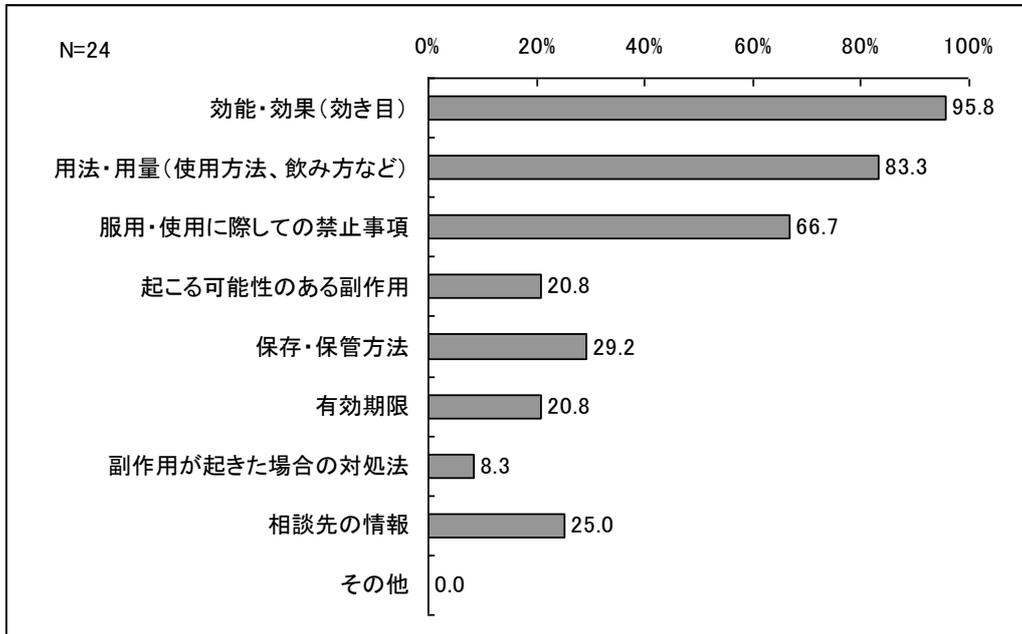
図表 70 医薬品に関する情報取得内容(薬局・薬店)(複数回答)



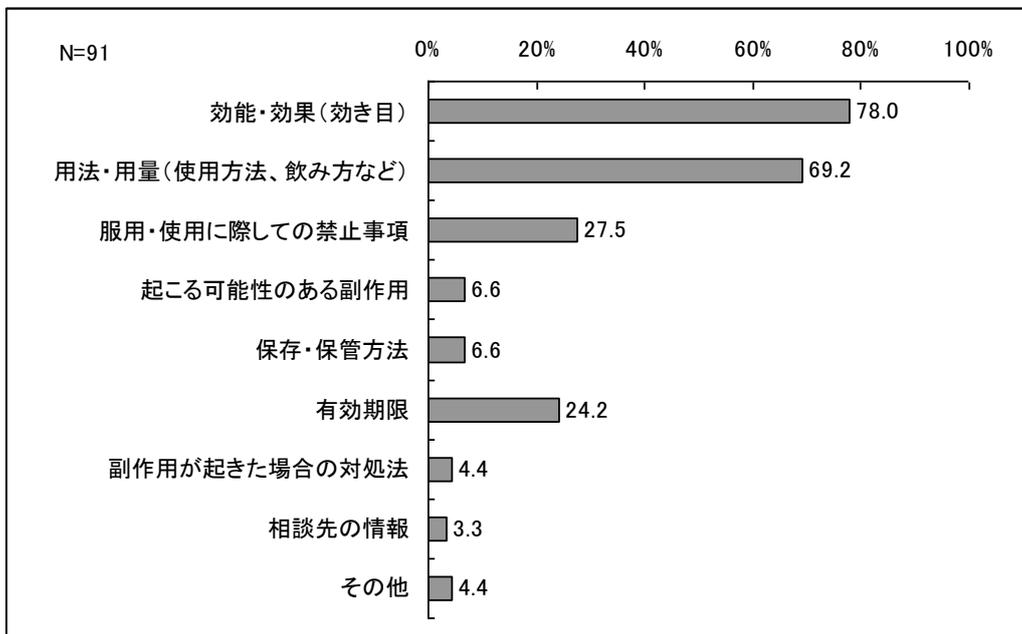
図表 71 医薬品に関する情報取得内容(インターネットによる購入)(複数回答)



図表 72 医薬品に関する情報取得内容(電話注文による購入)(複数回答)



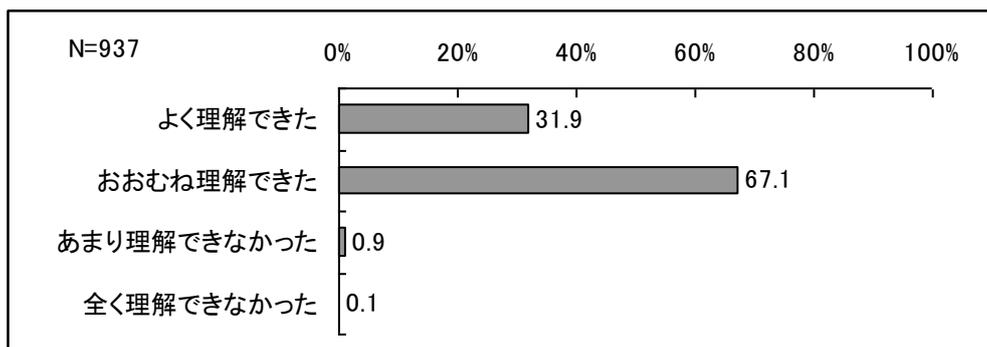
図表 73 医薬品に関する情報取得内容(その他の方法による購入)(複数回答)



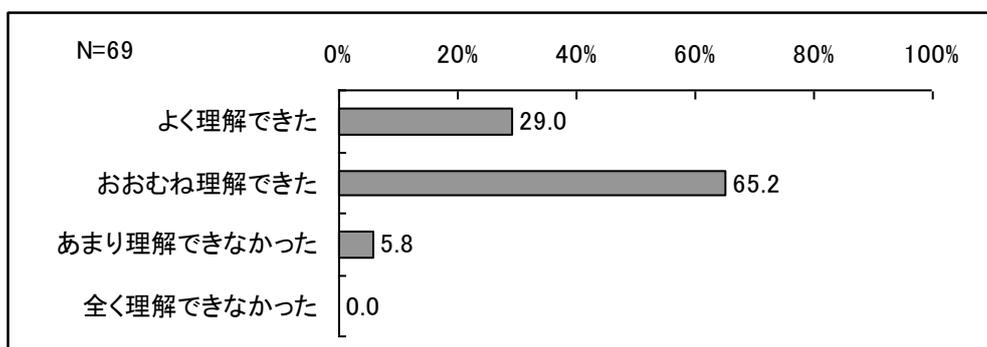
⑦ 取得した情報に対する理解度

取得した情報に対する理解に関しては、どの購入経路においても「おおむね理解できた」と答えた人の割合が多かった。すべての購入経路で、「よく理解できた」、「おおむね理解できた」と回答している割合は、全体の90%以上を占めており、両者に差はなかった。

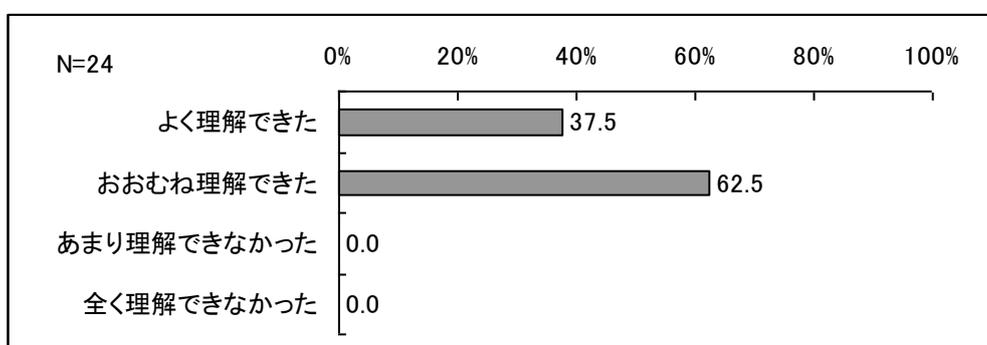
図表 74 取得した情報に対する理解度(薬局・薬店)



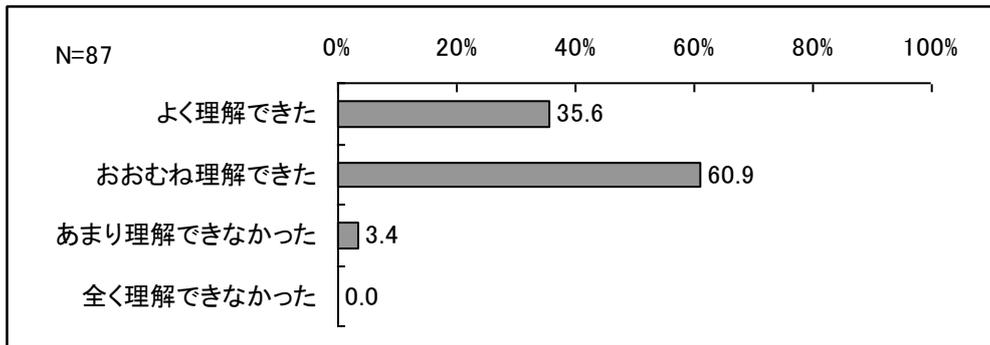
図表 75 取得した情報に対する理解度(インターネット通信販売)



図表 76 取得した情報に対する理解度(電話注文)



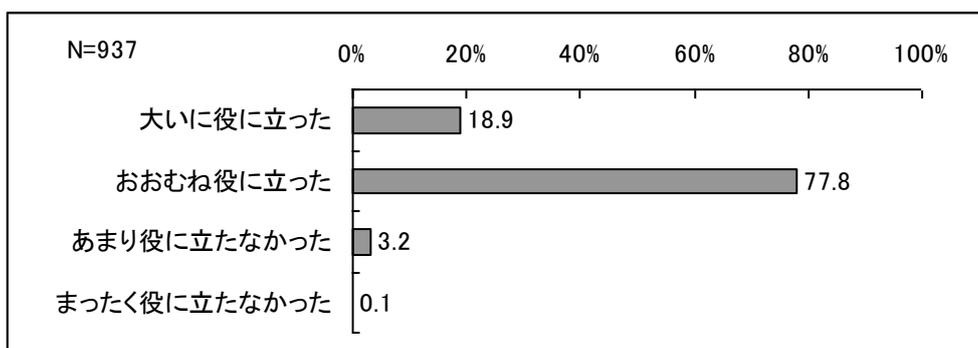
図表 77 取得した情報に対する理解度(その他)



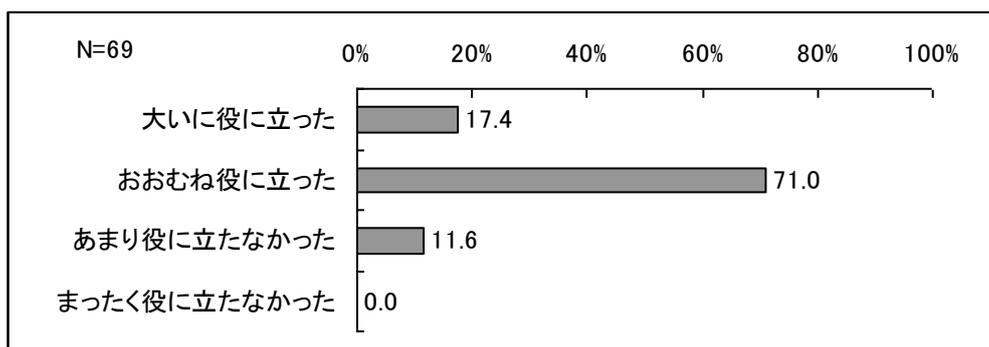
⑧ 取得した情報に対する満足度

取得した情報に対する満足度に関しては、どの購入経路でも「おおむね役に立った」と答えた人の割合が多かった。

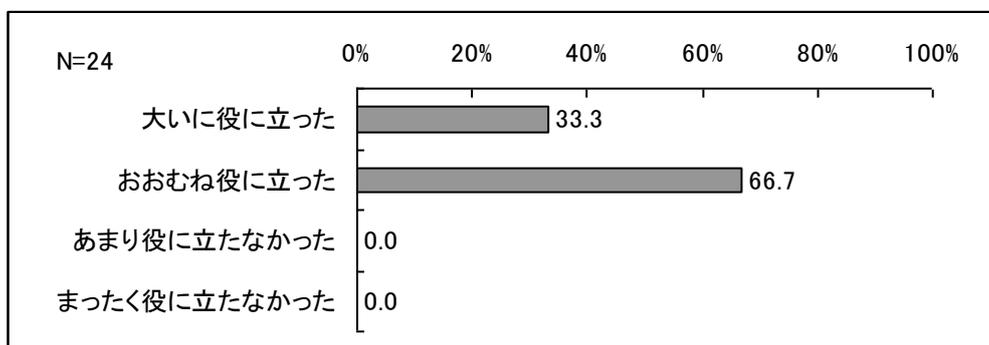
図表 78 取得内容に対する満足度(薬局・薬店)



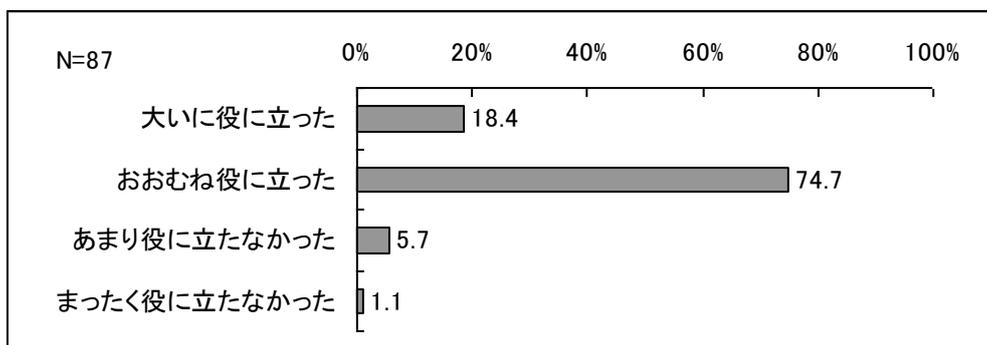
図表 79 取得内容に対する満足度(インターネット通信販売)



図表 80 取得内容に対する満足度(電話注文)



図表 81 取得内容に対する満足度(その他)

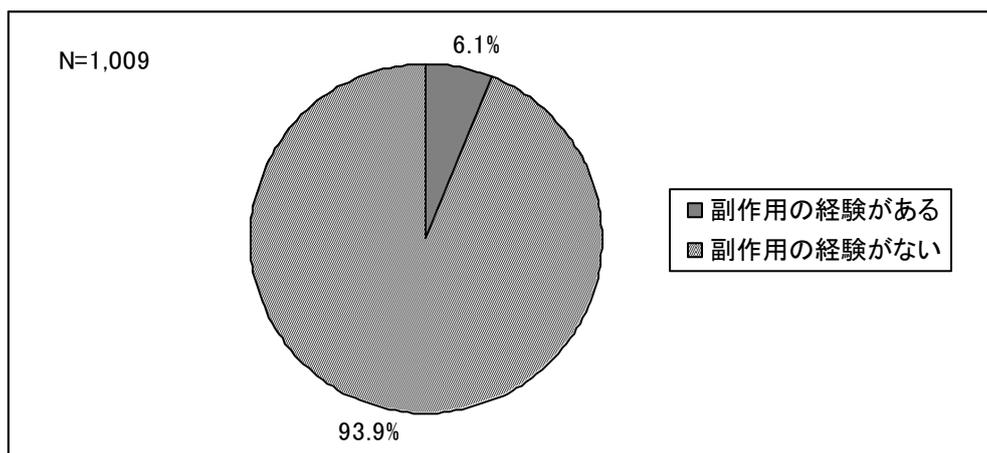


(2) 一般用医薬品での副作用経験および副作用が起こった場合の相談先

① 副作用の経験の有無

一般用医薬品での副作用経験の有無については、「ある」が6.1%、「ない」が93.9%であった。

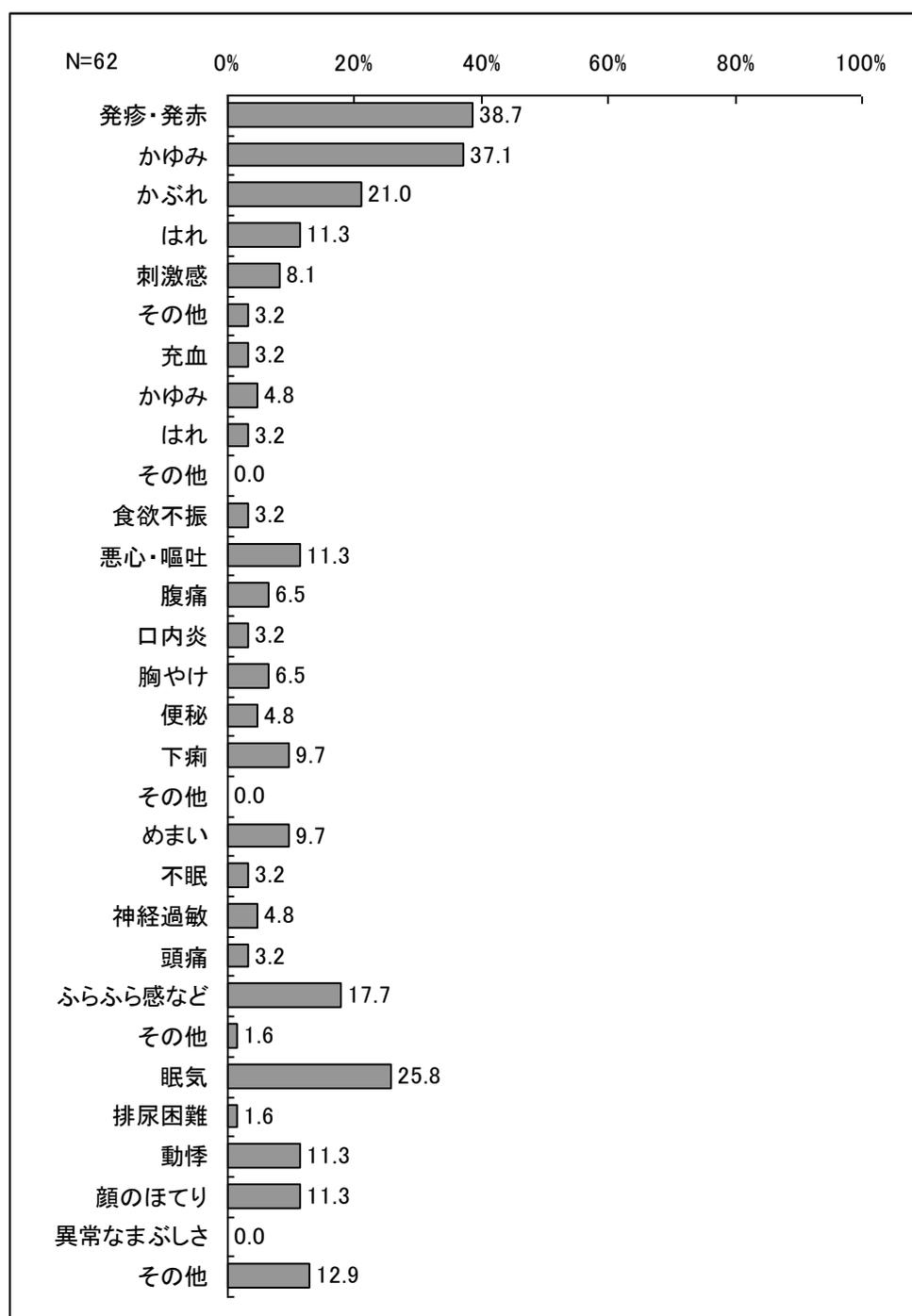
図表 82 一般用医薬品での副作用経験の有無



② 副作用の内容

「副作用経験がある」と回答した人に副作用の内容を聞いたところ、「発疹・発赤」が 38.7%と最も多く、次いで「かゆみ」が 37.1%、「眠気」が 25.8%であった。

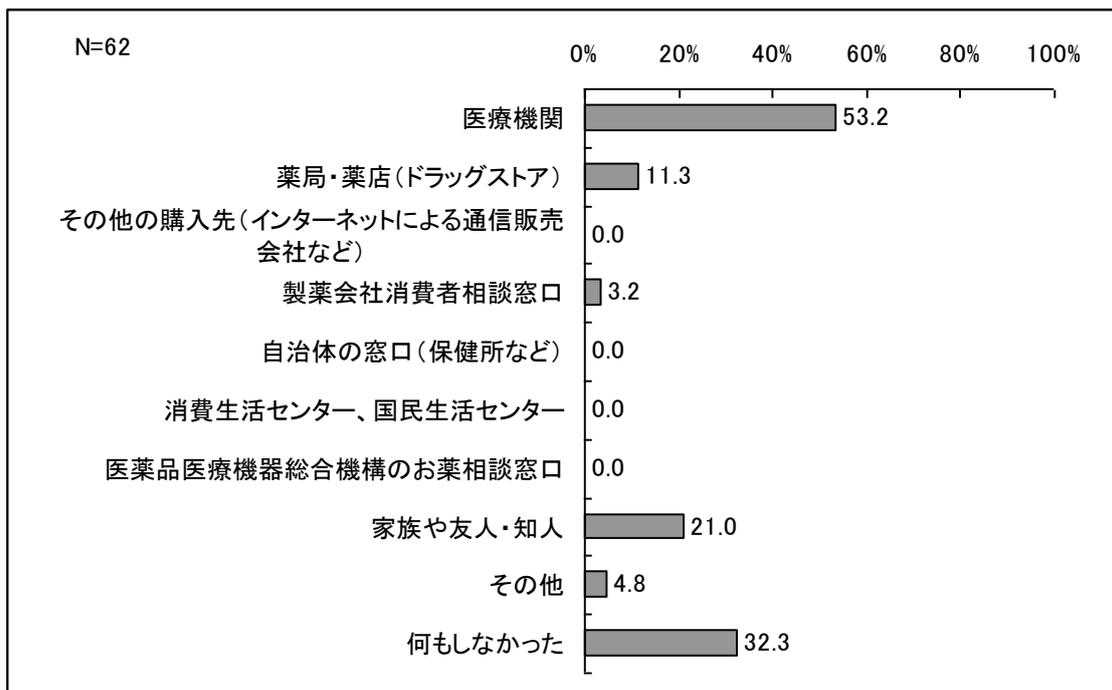
図表 83 副作用の内容(複数回答)



③ 副作用が起きた場合の相談先

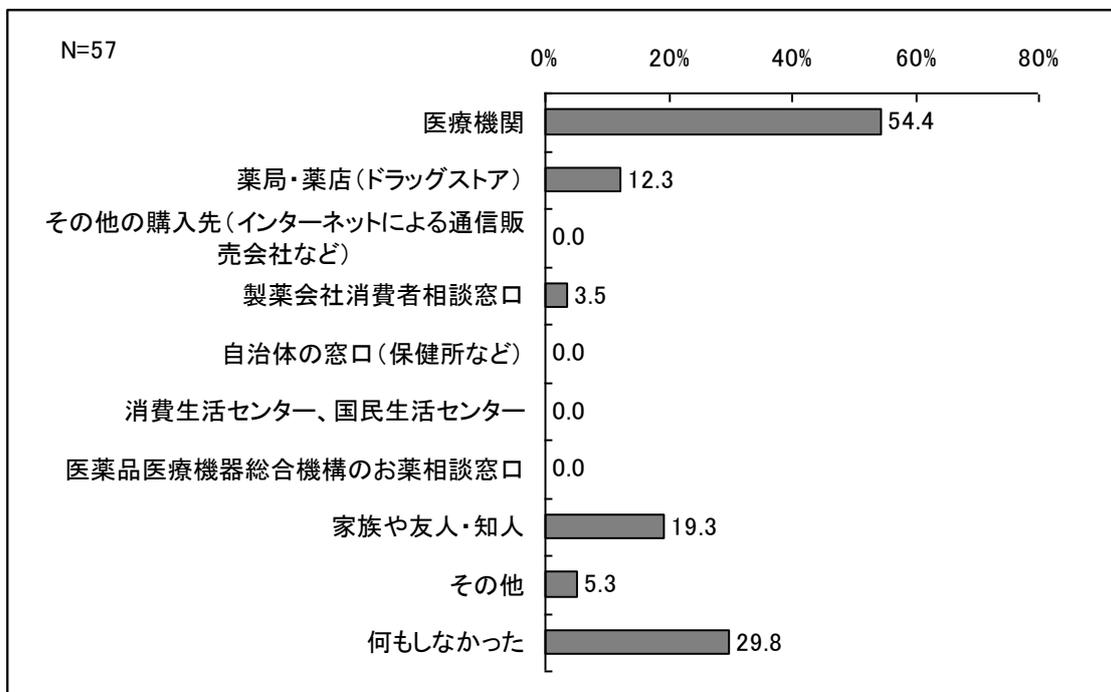
副作用経験があると回答した人に副作用が起きた場合の相談先を聞いたところ、「医療機関」が 53.2%と最も多く、次いで「何もしなかった」が 32.3%、「家族や友人・知人」が 21.0%であった。

図表 84 副作用が起きた場合の相談先(複数回答)



これを副作用が起きた際に購入した経路別で見ると、薬局・薬店での店頭販売では、「医療機関」の割合が 54.4%、「何もしなかった」の割合が 29.8%となっている³。

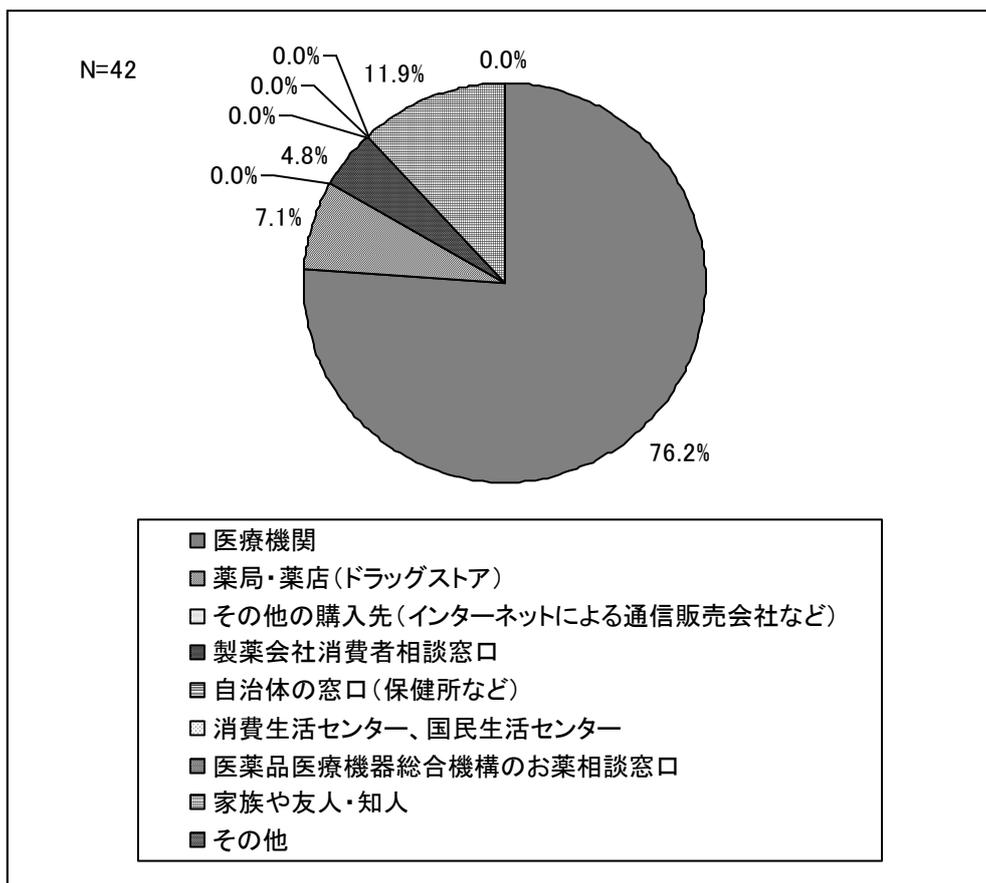
図表 84 副作用が起きた場合の相談先(複数回答)(薬局・薬店での店頭販売)



³ 「インターネットによる通信販売 (N=1)」「薬局・薬店への電話注文による通信販売 (N=2)」「その他 (N=2)」は N が少数だったためグラフ化していない。

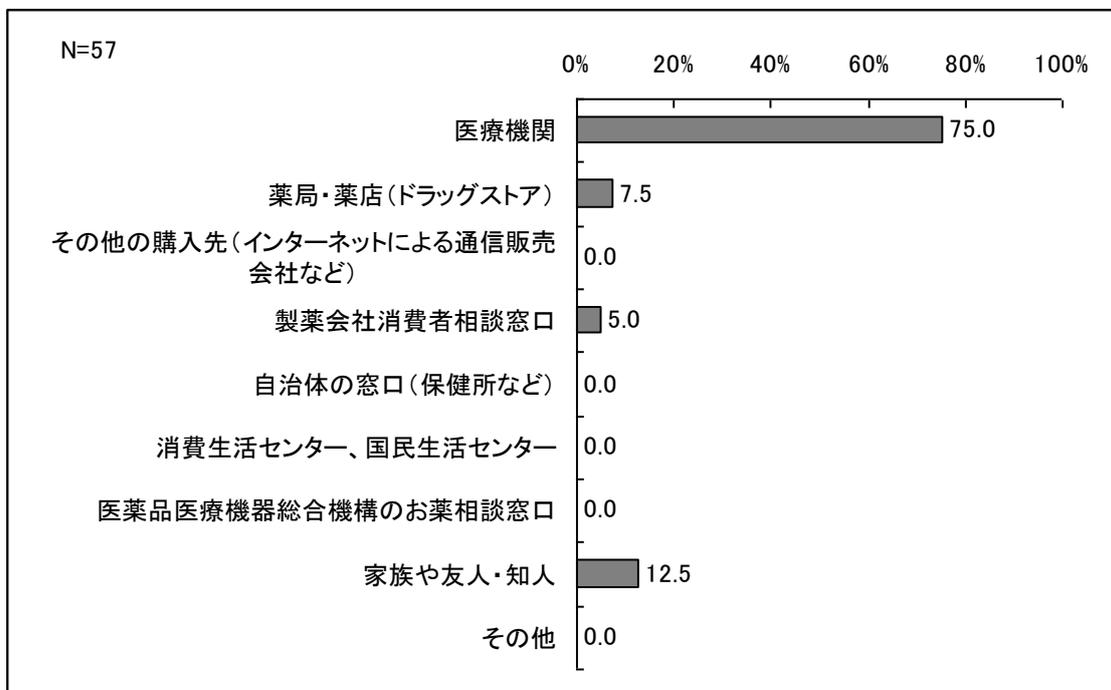
また、相談先の中で最も役立つ相談先を聞いたところ、「医療機関」が76.2%と最も多く、次いで「家族や友人・知人」が11.9%「薬局・薬店（ドラッグストア）」が7.1%であった。

図表 86 最も役立つ相談先



副作用が起きた際に購入した購入経路別でみると、薬局・薬店での購入者は、「医療機関」と回答した割合が高かった⁴。

図表 87 購入経路別の最も役立つ相談先(薬局・薬店での店頭販売)

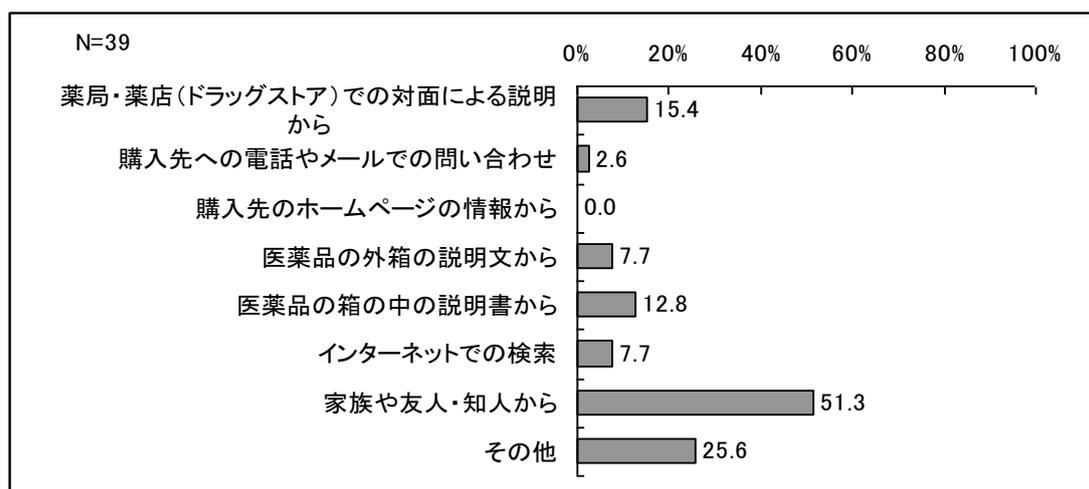


⁴ 「インターネットによる通信販売 (N=1)」「薬局・薬店への電話注文による通信販売 (N=2)」「その他 (N=2)」は N が少数だったためグラフ化していない。

④ 相談窓口先の情報の取得方法

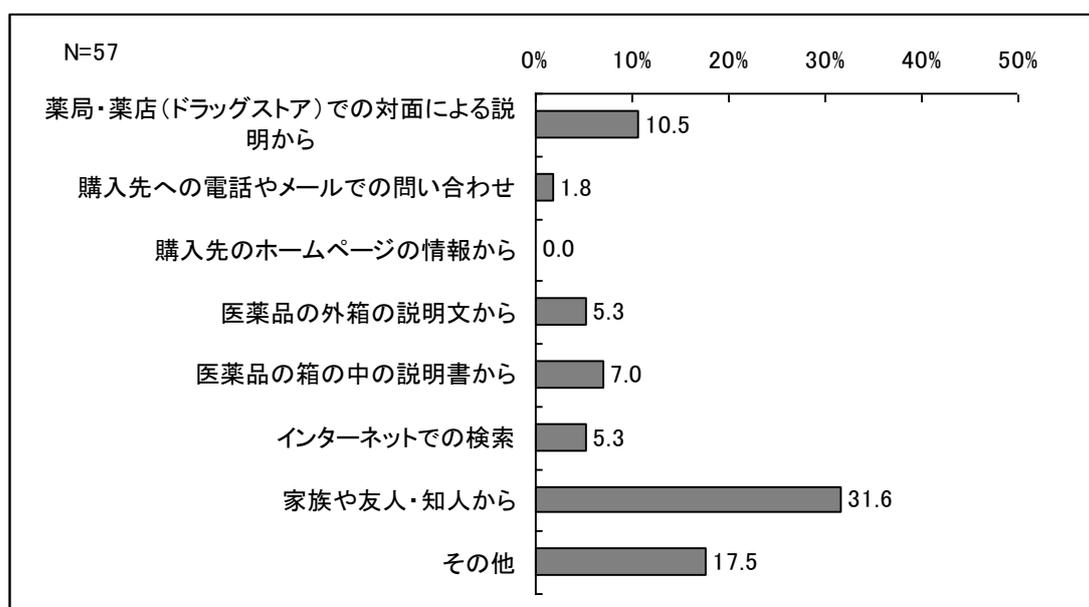
相談窓口先の情報の取得方法は、「家族や友人・知人から」が51.3%と最も多く、次いで「その他」25.6%、「薬局・薬店（ドラッグストア）での対面による説明から」が15.4%であった。

図表 88 相談窓口先の情報の取得方法(複数回答)



これを副作用が起きた際に購入した購入経路別でみると、薬局・薬店での購入者は、「家族や友人・知人から」が31.6%と最も高く、次いで「薬局・薬店での対面による説明から」となっている⁵。

図表 89 薬局・薬店での店頭販売のみで購入した人の相談窓口先の情報取得方法(複数回答)

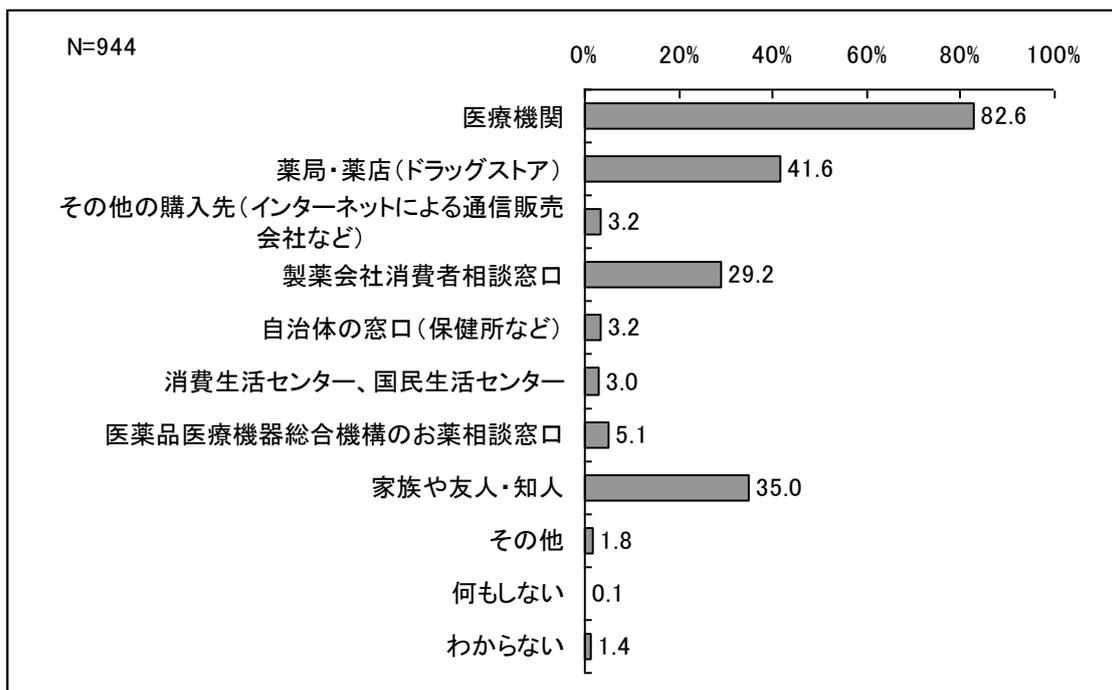


⁵ 「インターネットによる通信販売 (N=1)」「薬局・薬店への電話注文による通信販売 (N=2)」「その他 (N=2)」はNが少数だったためグラフ化していない。

副作用が起きた場合の相談先

「一般用医薬品による副作用経験がない」と答えた人に、もし副作用が起きた場合どこに相談するかを聞いたところ、「医療機関」が82.6%で最も多く、次いで「薬局・薬店（ドラッグストア）」が41.6%、「家族や友人・知人」が35.0%であった。

図表 90 副作用が起きた場合の相談先(複数回答)

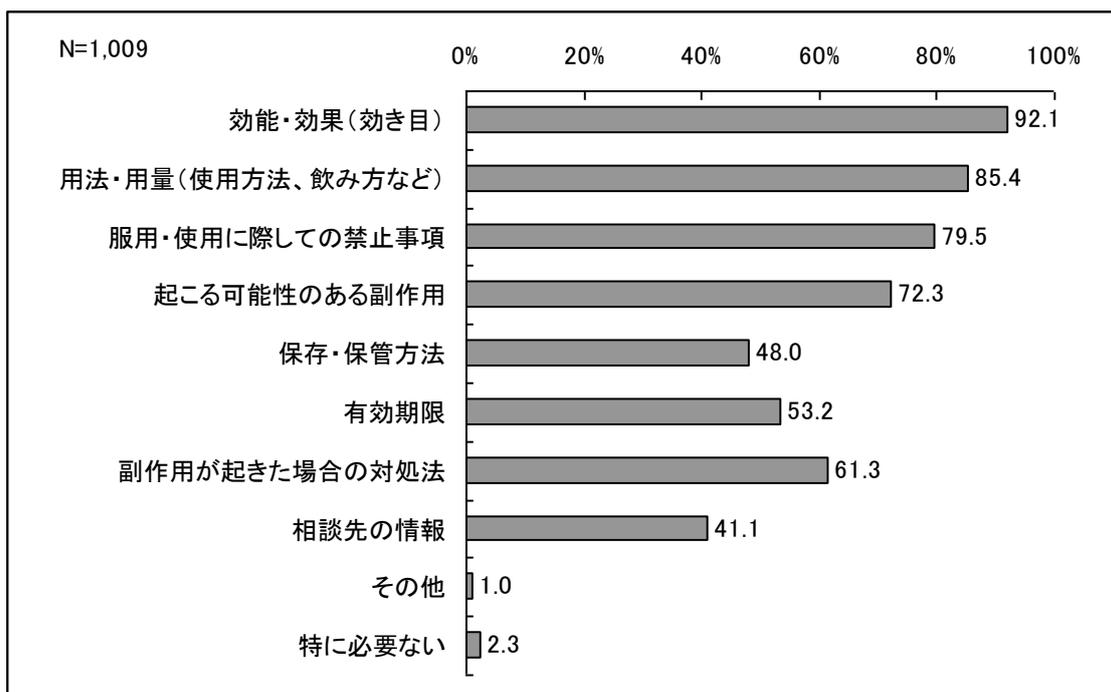


(3) 医薬品購入時に必要な情報および購入時の不安

① 医薬品購入時に必要な情報

医薬品購入時に必要な情報については、「効能・効果」が 92.1%と最も多く、次いで「用法・用量」が 85.4%、「服用・使用に際しての禁止事項」が 79.5%であった。

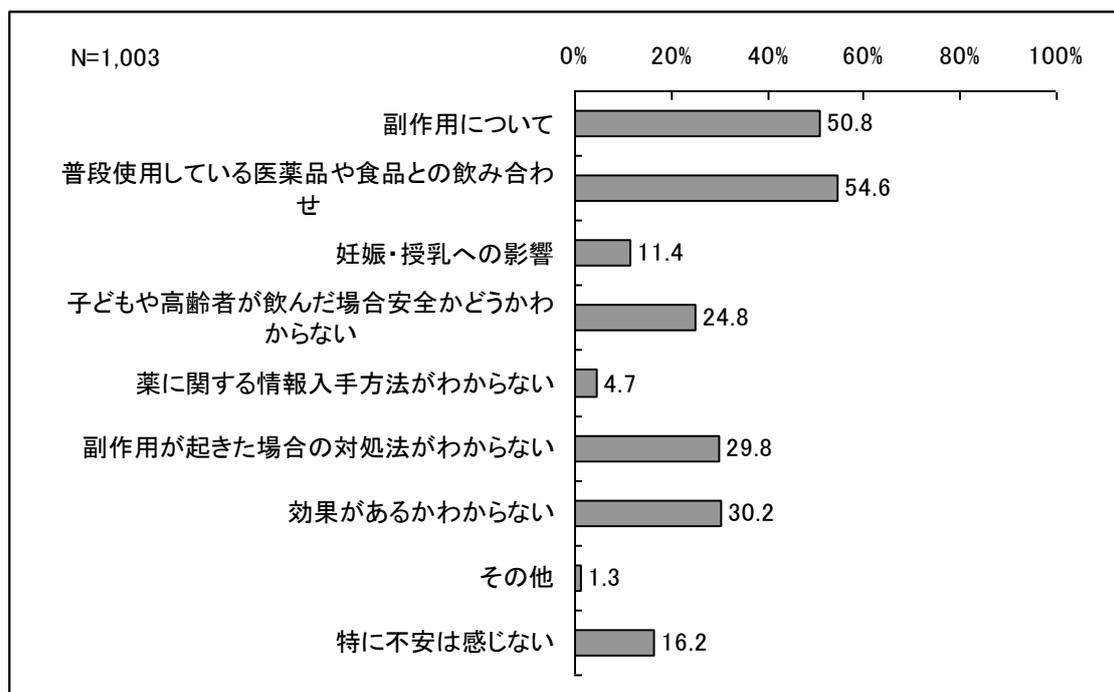
図表 91 医薬品購入時に必要な情報(複数回答)



② 購入時の不安

購入時の不安については、「普段使用している医薬品や食品との飲み合わせ」が 54.6%と最も多く、次いで「副作用について」が 50.8%、「効果があるかわからない」が 30.2%であった。

図表 92 購入時の不安(複数回答)



一般用医薬品の購入状況等についてお聞きします。

◆購入方法について

Q10 あなたは、ここ3年以内に一般用医薬品(大衆薬)(病院・診療所等で処方された以外のお薬)をどのような方法で購入したことがありますか？
当てはまる番号全てに○をお付け下さい。

- 01 薬局・薬店(ドラッグストア)での店頭販売
- 02 インターネットによる通信販売
- 03 薬局・薬店への電話注文による通信販売
- 04 その他()

◆購入した医薬品について

Q11 『Q10』で選択した購入方法全てについて、もっとも多く購入した一般用医薬品(下表から)をそれぞれ一つだけ番号で記入して下さい。

Q12 また、その薬の主な使用者全てに○をお付け下さい。

	01 (ドラッグストア) 薬局・薬店	02 インターネット による通信販売	03 の電話注文による 通信販売 薬局・薬店へ	04 その他
Q11 『Q10』で選択した購入方法全てについてそれぞれ一つだけ番号で記入して下さい				
Q12 主な使用者 (複数回答)	01 自分 02 配偶者 03 兄弟 04 子ども 05 親 06 祖父母 07 孫 08 その他 ()	01 自分 02 配偶者 03 兄弟 04 子ども 05 親 06 祖父母 07 孫 08 その他 ()	01 自分 02 配偶者 03 兄弟 04 子ども 05 親 06 祖父母 07 孫 08 その他 ()	01 自分 02 配偶者 03 兄弟 04 子ども 05 親 06 祖父母 07 孫 08 その他 ()

一般用医薬品(下記の当てはまる番号をQ11に記入して下さい)

- | | | |
|--------------------|-----------------|-------------|
| 01 風邪薬 | 02 咳止め | 03 解熱剤・痛み止め |
| 04 抗アレルギー薬 | 05 胃腸薬 | 06 下痢止め |
| 07 便秘薬 | 08 漢方薬 | 09 ビタミン剤 |
| 10 睡眠改善薬 | 11 眠気防止薬 | 12 酔い止め |
| 13 滋養強壮剤 | 14 薬用酒 | 15 しみ改善薬 |
| 16 かゆみ止め | 17 水虫治療薬 | 18 にきびの治療薬 |
| 19 皮膚疾患(ただれなど)の治療薬 | | 20 痔の治療薬 |
| 21 口内炎・口唇炎等の治療薬 | | 22 消毒薬 |
| 23 禁煙補助剤 | 24 肩こり・筋肉痛・腰痛の薬 | |
| 25 目薬 | 26 点鼻薬 | 27 発毛剤 |
| 28 その他() | | |

◆購入方法別の状況について該当するものをお答えください。

※『Q10』で回答した購入経路についてのみそれぞれお答えください。

	01 薬局・薬店 (ドラッグストア)	02 インターネットによる 通信販売	03 電話注文による通信販売 薬局・薬店への	04 その他
Q13 そこで購入した理由は何ですか？(複数回答)	↓	↓	↓	↓
01 自宅や職場に近いから	01	01	01	01
02 薬剤師や登録販売員に相談できるから	02	02	02	02
03 安心できる購入先だから	03	03	03	03
04 品揃えが豊富だから	04	04	04	04
05 価格が安いから	05	05	05	05
06 普段からその購入先を利用するので 馴染みがあるから	06	06	06	06
07 買いたい時に買えるから	07	07	07	07
08 パッケージ等の表示内容を確認しやすいから	08	08	08	08
09 近くに薬局・薬店(ドラッグストア)がないから	09	09	09	09
10 他の購入先に欲しい医薬品がないから	10	10	10	10
11 他の購入先で購入するのがためられるから	11	11	11	11
12 薬局・薬店(ドラッグストア)に買いに行く 暇がないから	12	12	12	12
13 その他	13	13	13	13
Q14 医薬品を購入した際、どのような方法で使用方法に関する注意点や副作用の 情報を得ましたか？(複数回答)				
01 薬局・薬店(ドラッグストア)での対面 による説明から	01	01	01	01
02 購入先のホームページの情報から	02	02	02	02
03 医薬品の外箱の説明文から	03	03	03	03
04 電話での注文時の説明から	04	04	04	04
05 以前にも使用したことがある医薬品だった 為、既に情報を得ていた	05	05	05	05
06 その他	06	06	06	06
07 情報は、得ていない ※購入経路全て『07』に当てはまる場合、 Q18 へお進みください。	07	07	07	07

	01 薬局・薬店 (ドラッグストア)	02 インターネットによる 通信販売	03 薬局・薬店への電話注文による 通信販売	04 その他
--	--------------------------	--------------------------	------------------------------	-----------

◆『Q14』のいずれかに「01～06」を回答された方にお伺いします。

Q15 購入時にどのような内容の情報を得ましたか？(複数回答)

01 効能・効果(効き目)	01	01	01	01
02 用法用量(使用方法、飲み方など)	02	02	02	02
03 服用・使用に際しての禁止事項 (その薬を服用できない病気、その薬にアレルギーを持っている、妊婦、併用してはいけない薬など使用に関する禁止事項)	03	03	03	03
04 起こる可能性のある副作用	04	04	04	04
05 保存・保管方法	05	05	05	05
06 有効期限	06	06	06	06
07 副作用が起きた場合の対処法	07	07	07	07
08 相談先の情報	08	08	08	08
09 その他	09	09	09	09

Q16 購入時に得られた情報を理解できましたか？

購入経路毎に当てはまる番号に○を一つだけお付け下さい。

01 よく理解できた	01	01	01	01
02 おおむね理解できた	02	02	02	02
03 あまり理解できなかった	03	03	03	03
04 全く理解できなかった	04	04	04	04

Q17 得られた情報は役に立ちましたか？

購入経路毎に当てはまる番号に○を一つだけお付け下さい。

01 大いに役に立った	01	01	01	01
02 おおむね役に立った	02	02	02	02
03 あまり役に立たなかった	03	03	03	03
04 まったく役に立たなかった	04	04	04	04

一般用医薬品での副作用経験および副作用が起こった場合の相談先

◆副作用の経験について

Q18 あなたは一般用医薬品(大衆薬)による副作用を経験したことがありますか？

01 副作用の経験がある → 『Q19』へお進みください
 02 副作用の経験がない → 『Q23』へお進みください

◆『Q18』で「副作用の経験がある」と回答された方にお伺いします

Q19 副作用の症状はどのようなものでしたか？(複数回答)

1 皮ふの症状	01 発疹・発赤 04 はれ 06 その他()	02 かゆみ 05 刺激感	03 かぶれ
2 目の症状	01 充血 04 その他()	02 かゆみ	03 はれ
3 消化器の症状	01 食欲不振 04 口内炎 07 下痢	02 悪心・嘔吐 05 胸やけ 08 その他()	03 腹痛 06 便秘
4 精神神経系の症状	01 めまい 04 頭痛 06 その他()	02 不眠 05 ふらふら感など	03 神経過敏
5 その他	01 眠気 04 顔のほてり 06 その他()	02 排尿困難 05 異常なまぶしさ	03 動悸

Q20 その時服用した医薬品をどこで購入しましたか？
 当てはまる番号に○を一つだけお付け下さい。

01 薬局・薬店(ドラッグストア)
 02 インターネットによる通信販売
 03 薬局・薬店への電話注文による通信販売
 04 その他()

Q21 副作用症状が出た際どこに相談しましたか？当てはまる番号全てに○を付け、その中で最も役立った相談先に一つだけ◎を付けて下さい。

- 01 医療機関
- 02 薬局・薬店(ドラッグストア)
- 03 その他の購入先(インターネットによる通信販売会社など)
- 04 製薬会社消費者相談窓口
- 05 自治体の窓口(保健所など)
- 06 消費生活センター、国民生活センター
- 07 医薬品医療機器総合機構のお薬相談窓口
- 08 家族や友人・知人
- 09 何もしなかった
- 10 その他()

Q22 どのようにして相談窓口先の情報を得ましたか？(複数回答)

- 01 薬局・薬店(ドラッグストア)での対面による説明から
- 02 購入先への電話やメールでの問い合わせ
- 03 購入先のホームページの情報から
- 04 医薬品の外箱の説明文から
- 05 医薬品の箱の中の説明書から
- 06 インターネットでの検索
- 07 家族や友人・知人から
- 08 その他()

◆副作用の相談先について

Q23 一般用医薬品(大衆薬)による副作用を経験したことがない方にお聞きします。もし、副作用の症状が出た場合、あなたはどこに相談しますか？(複数回答)

- 01 医療機関
- 02 薬局・薬店(ドラッグストア)
- 03 その他の購入先(インターネットによる通信販売会社など)
- 04 製薬会社消費者相談窓口
- 05 自治体の窓口(保健所など)
- 06 消費生活センター、国民生活センター
- 07 医薬品医療機器総合機構のお薬相談窓口
- 08 家族や友人・知人
- 09 何もしない
- 10 その他()
- 11 わからない → 『Q24』へお進みください

その他

◆必要な情報について

Q24 医薬品購入時にどのような情報が必要と思いますか？

当てはまる番号全てに○をお付け下さい。

- 01 効能・効果(効き目)
- 02 用法用量(使用方法、飲み方など)
- 03 服用・使用に際しての禁止事項
(その薬を服用できない病気、その薬にアレルギーを持っている、妊婦、併用しては
いけない薬など使用に関する禁止事項)
- 04 起こる可能性のある副作用
- 05 保存・保管方法
- 06 有効期限
- 07 副作用が起きた場合の対処法
- 08 相談先の情報
- 09 その他()
- 10 特に必要ない

◆購入時の不安について

Q25 医薬品購入時に何か不安はありますか？

当てはまる番号全てに○をお付け下さい。

- 01 副作用について
- 02 普段使用している医薬品や食品との飲み合わせ
- 03 妊娠・授乳への影響
- 04 子どもや高齢者が飲んだ場合安全かどうかわからない
- 05 薬に関する情報入手方法がわからない
- 06 副作用が起きた場合の対処法がわからない
- 07 効果があるかわからない
- 08 その他()
- 09 特に不安は感じない

アンケートは以上で終了です。ご協力誠にありがとうございました。

