

30pmS-037

OTC 医薬品購入意識調査に見る対面販売の在り方

○竹田 大輔¹, 百瀬 秀一¹, 佐藤 秀俊¹, 関 朋邦¹, 山本 典敬¹(¹モリキ薬局)

【目的・背景】

現在、一部を除く OTC 医薬品がインターネットで購入できる状況にある。ネット販売は利便性が高い等の利点も多いが、一方で安全性をどう確保するか等未だ多くの議論がなされており対面販売を求める意見も根強い。そこで、これから我々が目指すべき OTC 医薬品対面販売の在り方を見出す為に、実際に消費者が求めている情報やネット販売に対する意識等について調査を行った。

【方法】

ドラッグストアや薬局において実際に OTC 医薬品を購入した消費者に対し、その品目に決めたタイミング・選んだ理由・ネット販売を利用したいかどうか等に関するアンケート調査を行った。(2013年8月～9月)

【結果・考察】

回答が得られた約 450 人のうち、146 人 (32%) が店頭に来て購入商品を決めていた。その中で 83 人 (57%) は薬剤師や登録販売者による情報提供を受けていたが、それでも約 8 割の方が「自分の症状に合うのかどうか」や「類似医薬品との違い」等についてのさらなる情報提供を求めており、現状での対面販売における課題が浮かび上がる結果となった。しかし一方で、どの分析においてもネット販売に対し消極的な意見が多かったことから、消費者は OTC 医薬品ネット販売に対して未だ大きな抵抗感を持っており、同時に対面販売に対して高い期待を抱いていることも示唆された。したがって、OTC 医薬品対面販売における情報提供の質を向上させ、より消費者のニーズに応えていく為には、これら意見を把握・分析し現場に生かしていくよう常に考えておかなければならない。