

コンタック総合研究所

**かぜ薬購入時のビジネスパーソンと
薬剤師のコミュニケーション実態調査**



2010年11月

グラクソ・スミスクライン株式会社

調査概要

『1日2回でずっと効く』総合感冒薬『新コンタック®かぜ総合』を製造販売するグラクソ・スミスクライン株式会社(本社:東京都渋谷区、以下 GSK)のコンタック総合研究所^{※1}(<http://contac.jp/soken/>)は、本格的なかぜシーズンに向け、薬局やドラッグストアなどでかぜ薬を購入するビジネスパーソンと、購入時に接する薬剤師との店頭コミュニケーションの実態を調査をしました。同調査では、かぜや軽いけがなどの軽度な体調不良は、一般用医薬品(OTC 医薬品)を利用して自分で手当てすること(セルフメディケーション^{※2})に着目し、ビジネスパーソンのセルフメディケーションの実行率もあわせて調べました。

※¹コンタック総合研究所:消費者のかぜや鼻炎の症状などにの意識をウェブサイト上で調査

※²自分自身の健康に責任を持ち、軽度な身体の不調は自分で手当てすること(世界保健機関[WHO])

【調査方法】

インターネットでのアンケート調査

【調査対象】

■ビジネスパーソン:全国のビジネスパーソン

男女年齢

男性20-29歳	155人	25%
女性20-29歳	155人	25%
男性30-39歳	155人	25%
女性30-39歳	155人	25%
合計	620人	100%

職業

会社員(事務系)	251人	40.5%
会社員(技術系)	165人	26.6%
会社員(その他)	152人	24.5%
公務員	48人	7.7%
その他	4人	0.7%
合計	620人	100.0%

■薬剤師:全国の OTC 医薬品の販売と相談に関わる薬剤師

男性薬剤師	55人	53.4%
女性薬剤師	48人	46.6%
合計	103人	100.0%

【調査期間】

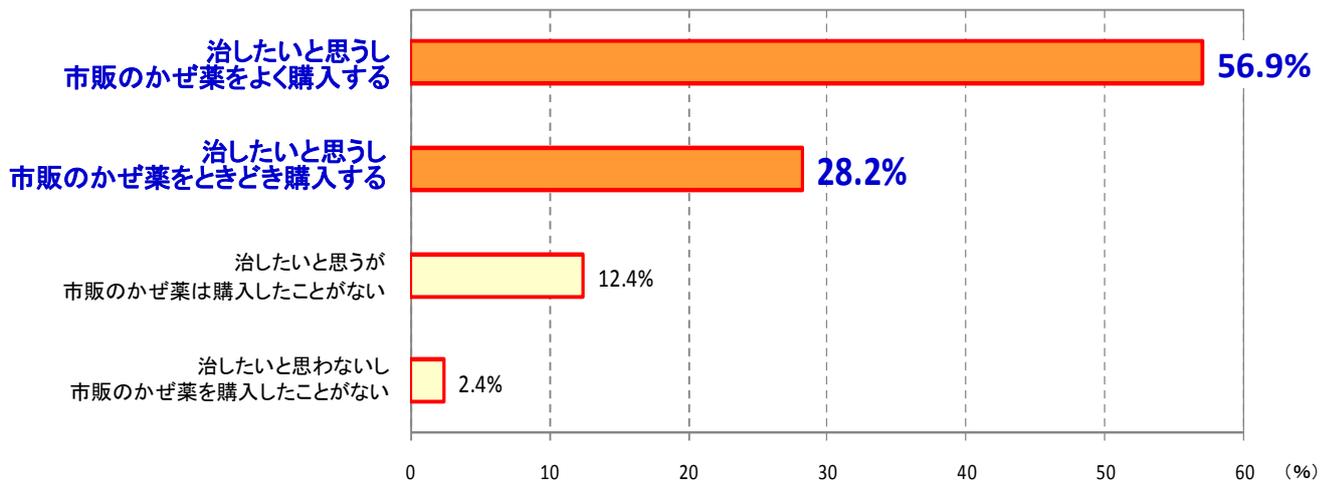
2010年9月28日-2010年9月30日

ビジネスパーソンに対する調査結果

●医者に行かず市販のかぜ薬を買って自分で治す『セルフメディケーション』派、約 85%

約 85%のビジネスパーソンが、軽いかぜであれば病院に行かず市販のかぜ薬で治す『セルフメディケーション』を実行していることがわかりました。また、市販のかぜ薬でかぜを治したい、という意味は約 98%に上りました。その背景には、ビジネスパーソンは気軽に仕事を休めず、医療機関に行く時間がないため、市販のかぜ薬を上手く利用し、自身でケアしようという意欲が高いからだと考えられます。

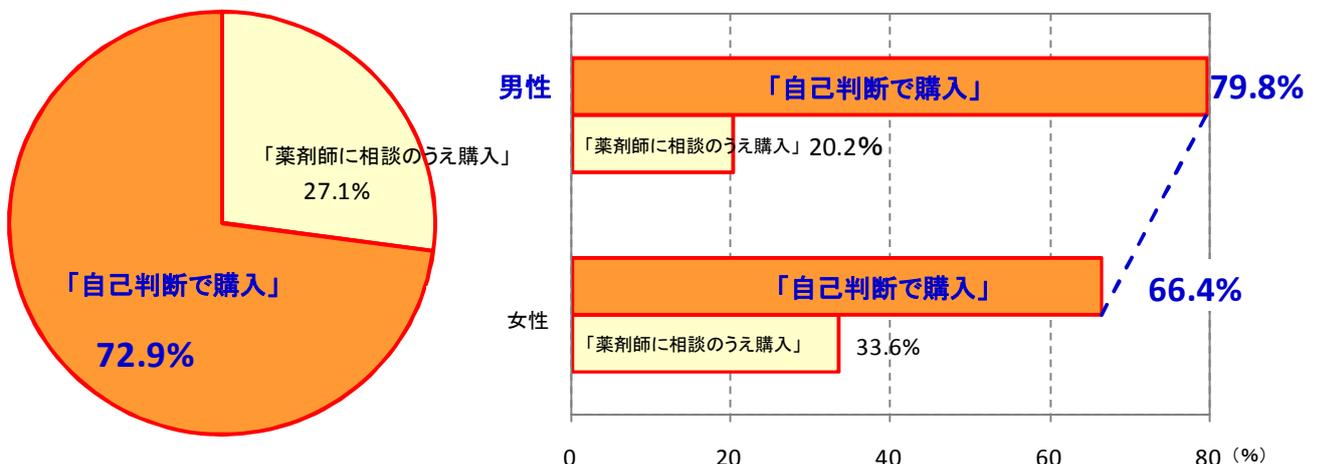
〔Q〕軽いかぜの場合、病院に行かず市販のかぜ薬で治そうと思いませんか？（単一回答〔N=620〕）



●店頭のかぜ薬選びは、自己判断が 7 割。正しい薬選びには薬剤師を味方にして

かぜ薬を購入する際、薬剤師に相談して購入する割合は約 30%に留まり、自己判断で薬を購入している人が約 70%と大きく上回りました。自己判断でかぜ薬を購入する女性は約 66%に対し、男性約 80%で、特に男性は自己判断の傾向が強いです。店頭での薬剤師とのコミュニケーション機会が低いことが明らかとなりましたが、専門知識を持つ薬剤師に相談して自分に適した薬を選択することが、確実な『セルフメディケーション』のためには大切であると考えます。

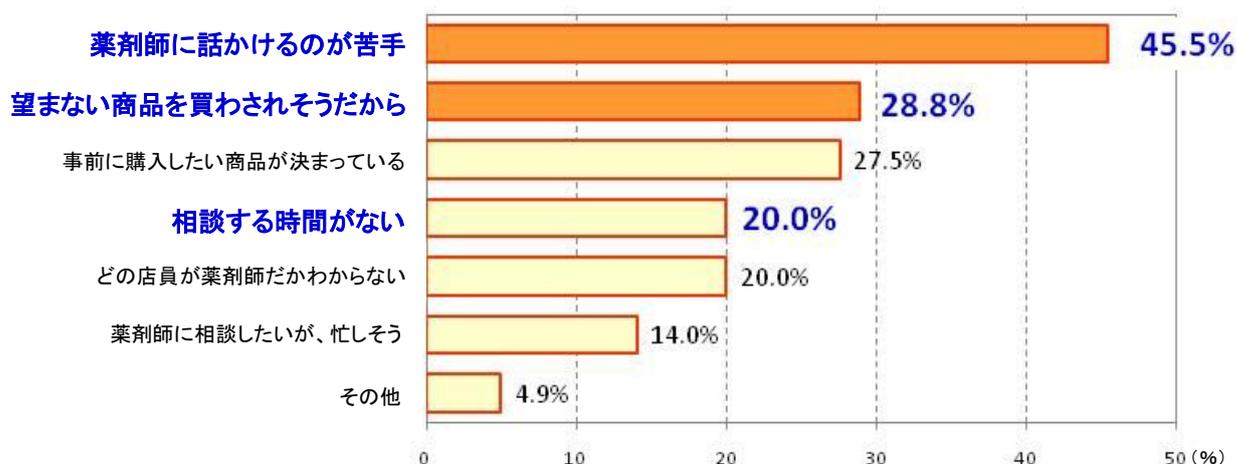
〔Q〕どのように薬局やドラッグストアでかぜ薬を購入しますか？（単一回答〔N=528〕）



●**かぜ薬を購入する際、薬剤師を利用しない理由で最も多いのは「薬剤師に話かけるのが苦手」**

かぜ薬を購入する際、薬剤師に相談しない理由で最も多いのは「薬剤師に話かけるのが苦手(45.5%)」でした。続いて「望まない商品を買わされそうだから(28.8%)」、「事前に購入したい商品が決まっている(27.5%)」という結果になりました。仕事で忙しい 20～30 代のビジネスパーソンですが「相談する時間がない」は 20.0%に留まっており、薬剤師に相談しない背景には、薬剤師とのコミュニケーションに苦手意識を持っており、薬剤師を良き相談者としてではなく、販売者としてとらえていることが要因と考えられます。

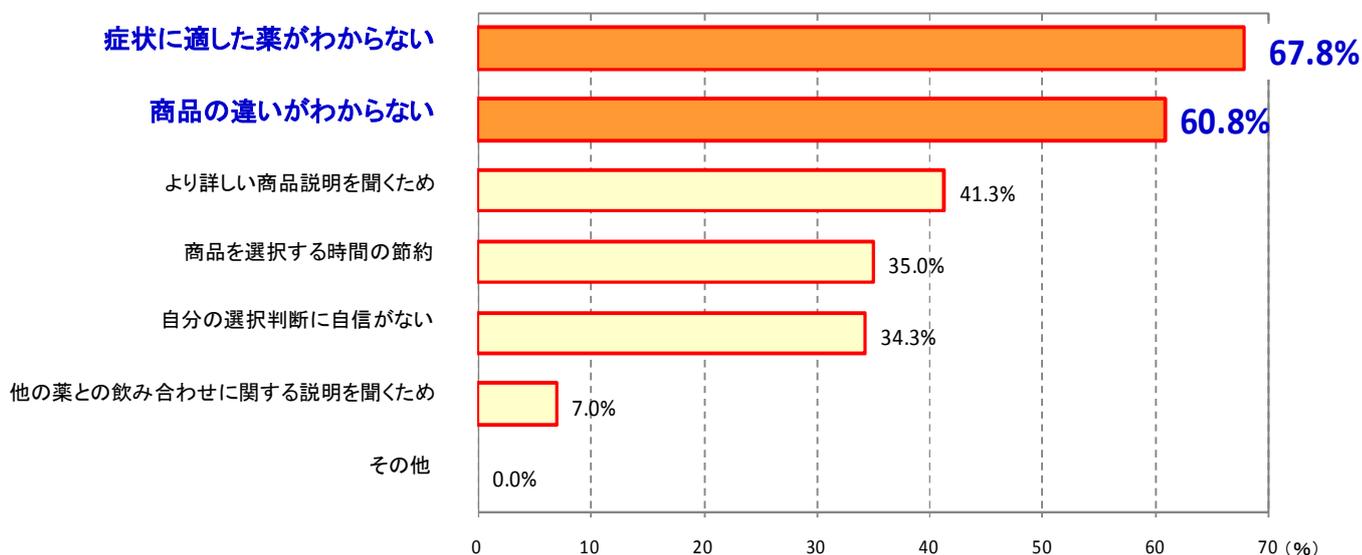
〔Q〕薬剤師に相談しない理由は何ですか？（複数回答〔N=385〕）



●**薬剤師に相談し、かぜ薬を購入する理由で最も多いのは「症状に適した薬がわからない」**

薬剤師に相談してかぜ薬を購入する理由で最も多いのは「症状に適した薬がわからない(67.8%)」、「商品の違いがわからない(60.8%)」で、自己判断で薬を選ぶことに戸惑いを感じていることがわかりました。

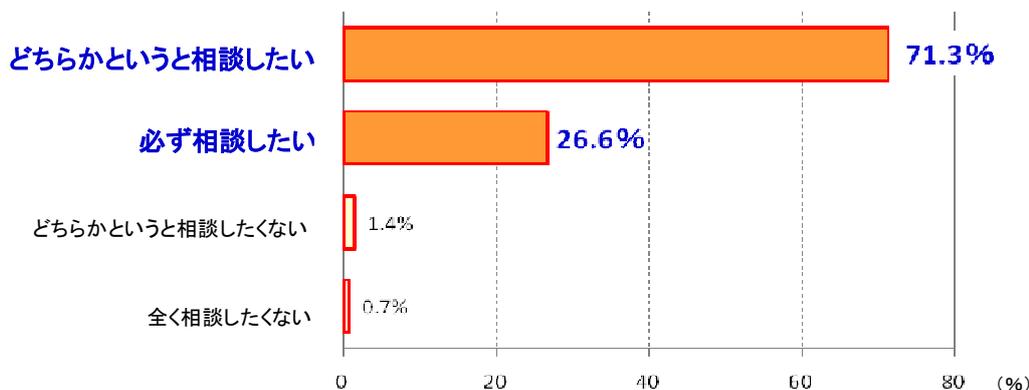
〔Q〕どのような理由で薬剤師に相談しましたか？（複数回答〔N=143〕）



●**薬剤師に相談した約 97%のビジネスパーソンが「また相談したい」と回答。高い満足度が判明**

薬剤師に相談してかぜ薬を購入したビジネスパーソンは、「次回も必ず相談したい(26.6%)」、「どちらかというともた相談したい(71.3%)」と回答しており、約 97%が今後も薬剤師に相談することに対して前向きであることから、薬剤師の対応に対する満足度の高さが伺えます。

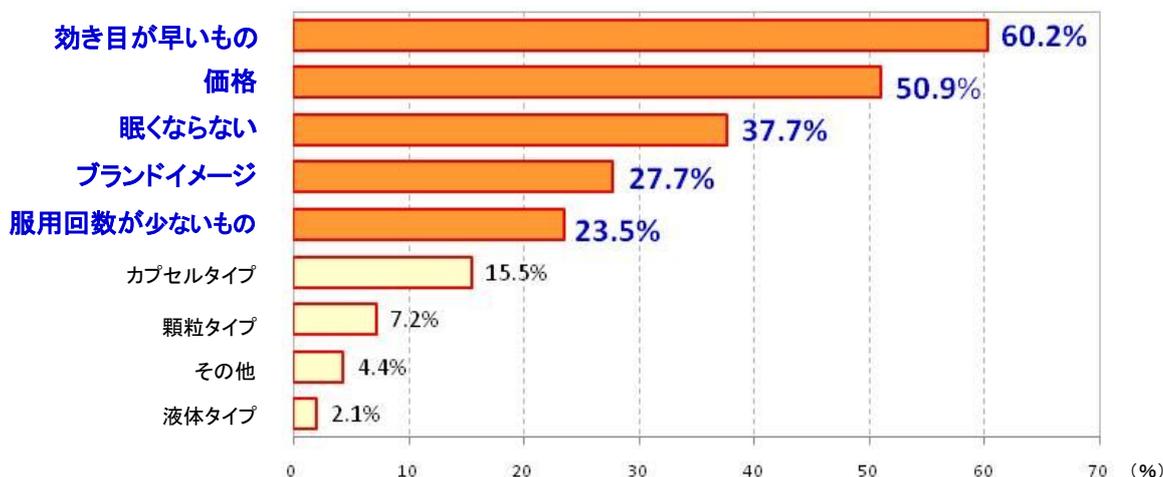
〔Q〕また、薬剤師に相談したいですか？（単一回答〔N=143〕）



●**『セルフメディケーション』の実行率が高いビジネスパーソンは「服用回数が少ない(1日3回より2回)」を重視してかぜ薬を購入**

ビジネスパーソンがかぜ薬を購入する際に重視する特徴は「効き目が早いもの(60.2%)」が最も多く、次いで「価格(50.9%)」、「眠くならない(37.7%)」、「ブランドイメージ(27.7%)」、「服用回数が少ないもの(1日3回よりも2回)(23.5%)」と続きました。20~30代のビジネスパーソンにおいて、かぜ薬は仕事に支障をなるべく与えないといった点を選択の基準にする傾向にあるようです。特に、軽いかぜの場合、病院に行かず市販のかぜ薬をよく購入して治す『セルフメディケーション』の実行率が高いビジネスパーソンは、「服用回数が少ないもの(1日3回より2回)」を重視して選ぶ傾向にあり、「効き目が早い」と「眠くならない」は、薬剤師に相談してかぜ薬を購入する派、また「ブランドイメージ」は、自己判断でかぜ薬を購入する派に多いことが判明しました。

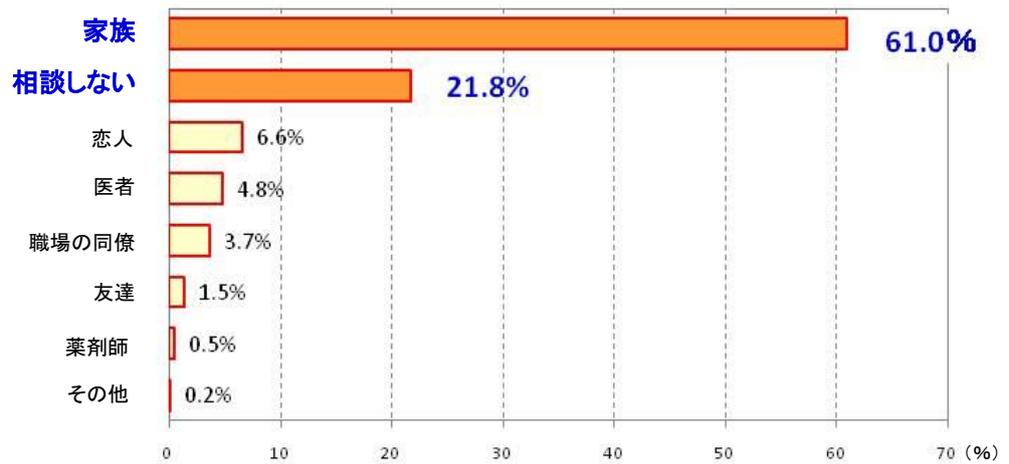
〔Q〕薬局やドラッグストアで市販薬のかぜ薬を購入する際、なにを重要視しますか？（複数回答〔N=528〕）



●かぜをひいたら、医者よりも「家族」に相談約6割。

ビジネスパーソンの約6割が、かぜをひいたらまず「家族(61.0%)」に相談することがわかりました。次いで「相談しない(21.8%)」となり、ビジネスパーソンの約8割はかぜをひいたら誰かに相談していることが判明しました。医者や薬剤師などの専門家を抜いて、「家族」が最も多い相談相手になった背景には、かぜをひいた際の心細さから、精神的に安らげる相手にまずは相談したいという心理が伺えます。また、その他の回答として「自分の体に相談」という冷静な意見も挙がりました。

[Q]かぜをひいたら、まず誰に相談しますか？(単一回答[N=620])

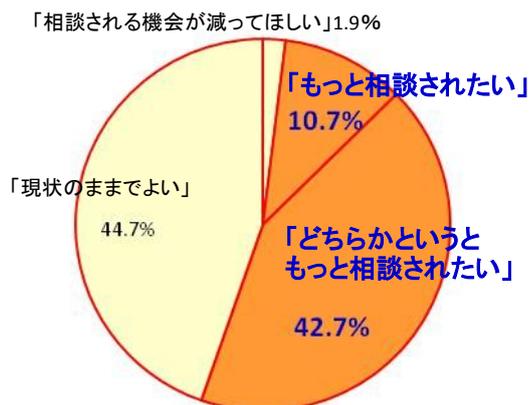


薬剤師に対する調査結果

●薬剤師の約半数(53.4%)が今より相談を受けることに意欲的

お客様から相談されることに対し、10.7%の薬剤師が「もっと相談されたい」、42.7%が「どちらかというともっと相談されたい」と回答しており、半数以上(53.4%)の薬剤師が今よりもお客様から相談を受けることに意欲を示していることがわかりました。

[Q]お客様から、もっと相談されたいと思いますか？(単一回答[N=103])

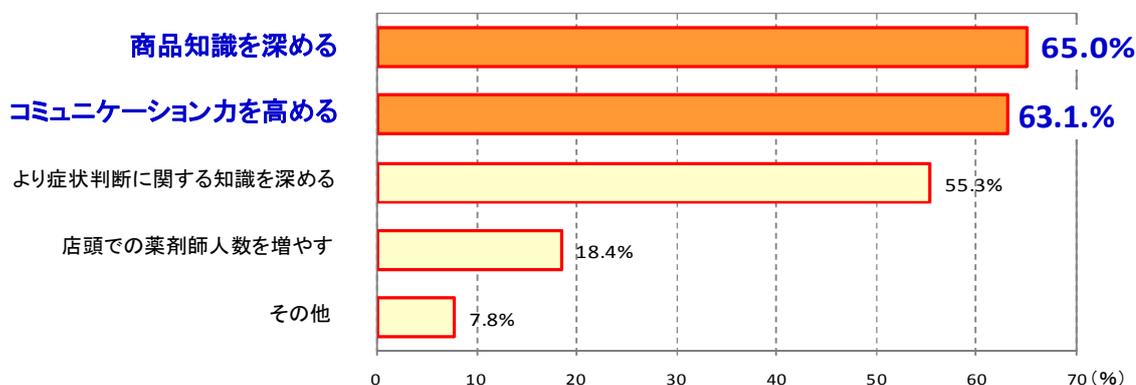


●もっと相談されるためには

「商品知識」と「コミュニケーション力」を高めることが必要と認識

もっと相談されるために必要なこととして最も多くあがったのが「商品知識を深める(65.0%)」で、次いで「コミュニケーション力を高める(63.1%)」となりました。特に「商品知識を深める」は、お客様からもっと相談されたいか？という質問に「もっと相談されたい」、「どちらかというともっと相談されたい」と回答した薬剤師に多い傾向にありました。一方、「コミュニケーション力を高める」は、お客様にもっと相談されることに対する問いの回答に関係なく、全般的に多く選ばれる結果となりました。

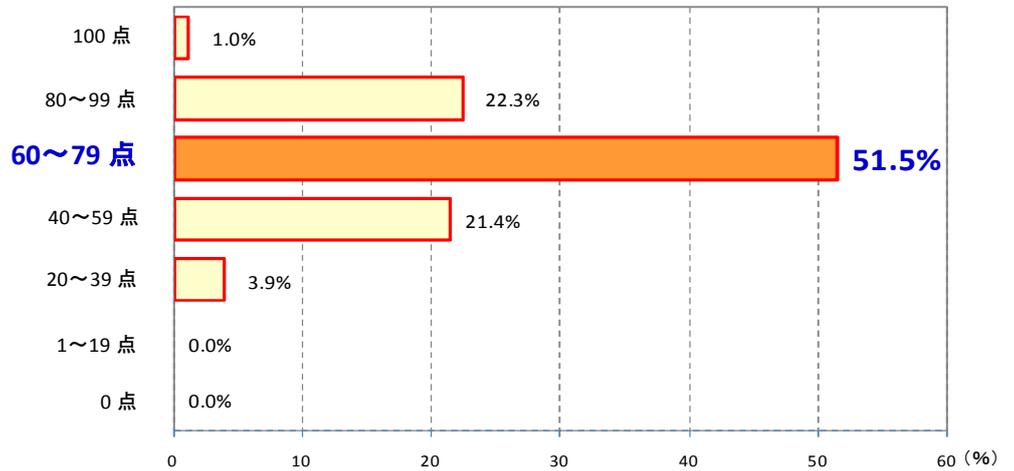
[Q]どのようにしたら、よりお客様が薬剤師に相談しやすくなると思いますか？(複数回答[N=103])



**●薬剤師がお客様に対する説明を自己評価すると
最も多い点数は 60～79 点(100 点満点)**

薬剤師がお客様に対する説明を自己評価(100 点満点)すると、60～79 点が最も多く、全体の約半数(51.5%)に上り、20 点以下は 0 人、100 点は 1 人という結果になりました。

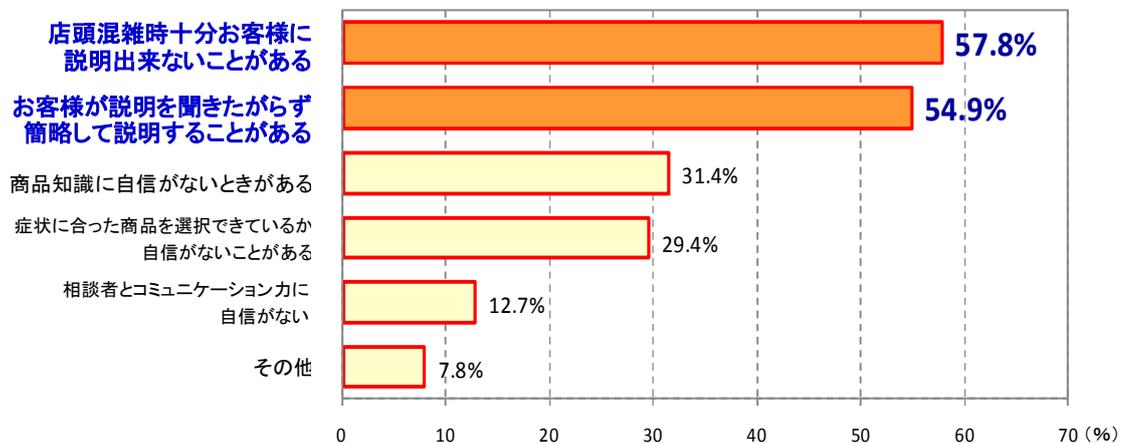
〔Q〕お客様に対する説明を自己採点するなら何点ですか？(単一回答〔N=103〕)



**●100 点にならない理由で最も多いのは
「店頭混雑時十分にお客様に説明が出来ないことがある」**

自己評価が 100 点にならない理由は、「店頭混雑時十分にお客様に説明が出来ないことがある (57.8%)」が最も多く、次いで「お客様が説明を聞きたがらず、簡略して説明することがある (54.9%)」となったことから、薬剤師と消費者であるビジネスパーソン双方のコミュニケーション促進の課題には、プロのアドバイザーとして、薬剤師を認識する消費者の姿勢も大切だと考えられます。

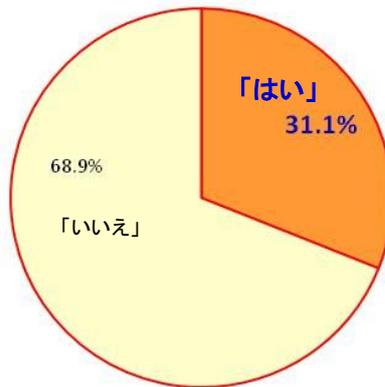
〔Q〕自己評価が 100 点に至らない理由はなんですか？(複数回答〔N=102〕)



●約 3 割の薬剤師が 09 年 6 月の改正薬事法施行以降、かぜ薬の相談増を実感

今回の調査で、09 年 6 月の改正薬事法施行以降、約 3 割の薬剤師がかぜ薬購入について店頭で相談されることが増えたと感じていることがわかりました。法施行で、薬剤師に相談することで、より効き目が高い OTC 医薬品を購入出来るようになり、幅広いタイプの薬から『セルフメディケーション』を行えるようになっていきます。今後、的確な『セルフメディケーション』が浸透することで、薬剤師に相談する人が一層増えることが期待されます。

[Q]09 年 6 月の改正薬事法施行以来、かぜ薬について店頭で相談されることが増えましたか？(単一回答[N=103])



●ビジネスパーソンに販売するかぜ薬は「症状に適している」、「相談者が使用している薬との飲み合わせ」、「眠くならない」、「服用回数が少ない」、「価格」を重視

薬剤師がビジネスパーソンにかぜ薬を販売する際、重要視する要素は「症状に適している(86.4%)」が最も多く、次いで「相談者が使用している薬との飲み合わせ(57.3%)」、「眠くならない(51.5%)」、「服用回数が少ないもの(1日3回よりも2回)(35.9%)」、「価格(15.5%)」となりました。「症状に適している」、「相談者が使用している薬との飲み合わせ」と、専門知識がある薬剤師だからアドバイスできる要素がトップ2つに入りました。3位以降は、かぜをひいても仕事が休めないビジネスパーソンを配慮して「眠くならない」、「服用回数が少ない」といった点を重視する結果となりました。

[Q]20代から30代のビジネスパーソンにかぜ薬を販売する際重要視する要素は何ですか？(複数回答[N=103])

