

平成 19 年 12 月 25 日

各 位

シミック株式会社

health クリックで薬に関する意識調査を実施

当社の子会社である株式会社ヘルスクリック(代表取締役:清水昭、本社:東京都品川区、以下ヘルスクリック)は、同社が運営する健康ポータルサイト『health クリック』(<http://www.health.ne.jp/>)にて、薬に関する意識調査を実施しましたので、その結果をお知らせいたします。

記

『health クリック』は、生活習慣病をはじめとした様々な疾患の予防を目的として、健康一般情報及び疾患に関する情報を提供する、日本で最大級の健康ポータルサイトです(月間 1,100 万ページビュー、ユニークユーザー数 140 万人)。

ヘルスクリックではこの度、一般消費者における薬に関する意識を把握すべく『health クリック』上で意識調査を行い、180 名から回答を得ましたので報告いたします。

なお、アンケート回答結果の詳細は、本日より『health クリック』で公開中です。

(<http://www2.health.ne.jp/bknumber/20071241.html>)

実施期間：2007 年 11 月 7 日～2007 年 12 月 9 日

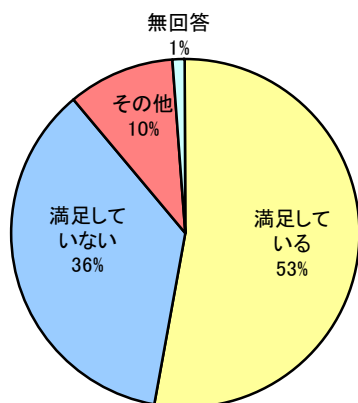
回答者数：180 人

性 別：男性：68 人／女性：110 人／無回答：2 人

年 代：20 代：20 人／30 代：43 人／40 代：48 人／50 代：27 人／60 代：25 人／
70 代：10 人／80 代：3 人／無回答：4 人

■医師や薬剤師の薬に関する説明に満足していない人が約4割も

医師や薬剤師の薬に関する説明に満足していますか？

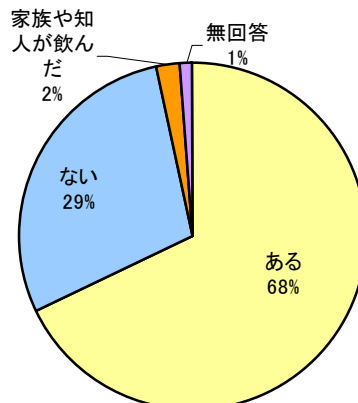
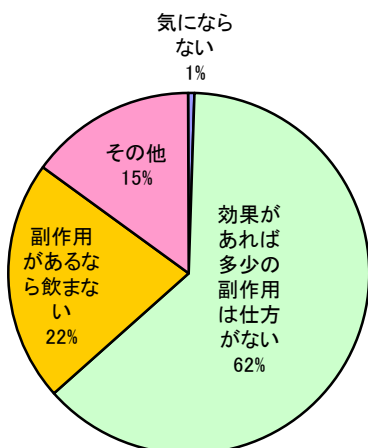


「医師や薬剤師の薬に関する説明に満足していますか？」という問いに対しては、「満足している」(53%)「満足していない」(36%)となり、約4割の人が説明に不満足なまま治療を続けていることが分かる。

自由回答では、「薬に対する基礎知識がないので、受けた説明以上の基礎知識を持ちようがない」「そのときに聞ききれなかったときは、後からネットで調べる」など、医師や薬剤師からの情報提供の内容に対する理解が不足している様子がうかがえる。「薬剤師さんの説明が過剰。カウンターでいちいち病名や症状を言われるのは不愉快」という、情報提供のあり方に関する不満も。

■薬の副作用があるなら飲まない人が2割強

薬の副作用についてどう思いますか？余った薬を自己判断で飲んだことがありますか？



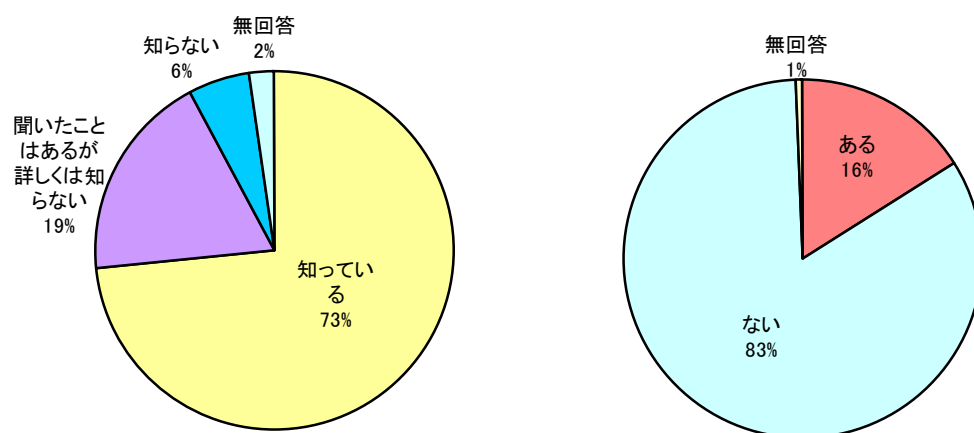
薬の副作用については「効果があれば多少の副作用は仕方がない」(62%)「副作用があるなら飲まない」(22%)「その他」(15%)「気にならない」(1%)という結果となった。

自由回答では、「副作用が気になるので、毎食後の指示を朝夕に減らしたりする」などコンプライアンスの低下につながるような意見も見受けられた。また、あまった薬を自己判断で飲んだ人も約 7 割と多く、薬の危険性や適正使用について十分に認識されていないことが分かる。

■「ジェネリック」の名称に関する認知率は 9 割超。自分から処方指定した人は 16%

「ジェネリック医薬品」を知っていますか？

また、自分から「ジェネリック医薬品」を指定したことがありますか？



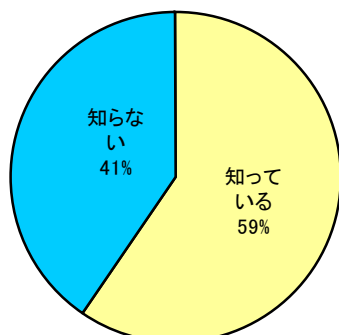
ジェネリック医薬品について聞いたところ、「知っている」が 73%という結果となった。「聞いたことはあるが詳しくは知らない」(19%)を含めると 9 割を超え、「ジェネリック」という名称に関する認知率は高いことから、ジェネリック医薬品企業による TVCM や新聞広告の影響が大きいと予測される。

認知率が圧倒的に高いにもかかわらず、自分から言い出さないことの原因として、自由回答では「恥ずかしい」「医師に言い出しにくい」という意見がある一方、「先発医薬品の方が有効性、安全性に優れているイメージがある」などジェネリックそのものに関する懐疑的な意見も多数見受けられた。

ジェネリック医薬品について CM が認知率向上に一定の効果を上げる一方、身近な存在となるには消費者へのさらなる情報提供、処方する側の意識の変革など使用環境整備が必要と思われる。

■処方薬・市販薬の区別を知っている人は約6割と低い結果に

処方薬、市販薬（OTC）の違いを知っていますか？



処方薬と市販薬との違いについて知っているか聞いたところ、「知っている」（59%）、「知らない」（41%）という結果となった。「知っている」の詳細は男性 54%、女性 62%とわずかながら性差がみられ、女性の方が健康情報に敏感なことが分かる。

TV 番組や雑誌であたらしい健康法が紹介され、つぎつぎとブームが巻き起こるにもかかわらず、約 4 割の人が薬の分類については知らないというアンバランスな状況だ。健康情報が氾濫するなか、薬に関する基本的な情報が欠如していることが懸念される。

■薬剤師の説明以外にも、患者自ら積極的に情報収集

薬局で薬を買うとき、どんな情報を参考にしますか？

薬剤師の説明	115 人
インターネット	81 人
テレビや雑誌、新聞など	62 人
クチコミ	30 人
その他	18 人

（複数回答）

薬局で薬を買うとき、薬剤師に相談するのは 115 人で 1 位。その次にインターネット、TV、雑誌と続き、「調剤薬局によって説明に差がある」「ネットで調べることが出来るので、説明はいらない」などの意見もみられた。

今回の調査から、医師・薬剤師からの情報の他に、インターネットやテレビや雑誌、新聞などから積極的に情報収集するケースが多く見受けられた。なかでもインターネットからの情報収集が最も多く、医薬品を含む医学・健康情報の普及にインターネットが大きな役割を果たしていることが分かる。

今後、一層医師・薬剤師と患者との良好な関係を深めていくためにも、その橋渡し役として『health クリック』では、健康関連産業が有する優良なヘルスケアコンテンツを集約し、ユーザの役に立つ幅広いコンテンツメニューを取り揃え、正しい情報・知識の普及に努めてまいります。

以 上

【「薬に関する意識調査」に関するお問い合わせ】

株式会社ヘルスクリック 担当 八木・三上

03-5745-6505

【シミック株式会社】



日本初のCRO(医薬品開発受託機関)として、モニタリングやデータマネジメント業務、被験者募集や臨床試験コーディネーター業務等、医薬品開発の周辺業務の支援を行ってまいりました。開発から製造、販売まで、製薬企業の医薬品事業をフルサポートする体制を整え、PVC (Pharmaceutical Value Creator)として製薬企業の価値最大化に取り組んでいます。また、日本だけではなくアジア(中国・韓国・シンガポール・台湾)、米国、ブラジルに拠点を構え、幅広く業務を展開しています。詳細はホームページをご覧ください。<http://www.cmic.co.jp/>

【株式会社ヘルスクリック】



株式会社NTTデータとの合併会社として平成15年6月に設立しました。主に、疾病啓発活動(特に「healthクリック」を用いた活動)、疾患に関する意識調査/行動変容調査、病診連携支援システム「連携くん®」の販売・開発、臨床試験の被験者募集業務、24時間健康コールセンターの運営等を行っています。平成19年4月、PCN株式会社から株式会社ヘルスクリックへ商号変更しました。詳細はホームページをご覧ください。<http://www.healthclick.co.jp/>
