

2022年9月5日

報道関係各位

日本一般用医薬品連合会
日本OTC医薬品協会

生活者15万人調査から見たセルフメディケーション税制

対象製品の拡大により、セルメ税制の利用意向は過去最高の高さに 利用者のヘルスリテラシーは高く、セルメ税制は軽減税率と同等のインセンティブ

日本一般用医薬品連合会と日本OTC医薬品協会等の関連団体は、セルフメディケーション税制（以下、セルメ税制）に関する生活者調査を2016年から継続的に実施しています。8回目となる今回の調査は15万人の規模で本年3月に実施しました。2次調査では、1千人強の意識と行動を調べて、セルフメディケーションと税制の浸透状況、レディネス（準備度）、制度利用の阻害要因などを分析しました。

調査の結果、セルメ税制の認知度は66.3%、理解度は22.0%で、利用意向はこれまでの調査で最も高い20.7%でした。2022年からセルメ税制の対象製品の範囲が拡大していることについては、認知度は49.7%、理解度は12.0%でした。

セルフメディケーションに関係する制度や用語の認知度については、「OTC医薬品」は60.9%、「スイッチOTC」は38.7%、「電子レシート（スマートレシート）」は44.2%でした。「セルフメディケーション」については前年比+7.2%で74.2%となりました。

セルフメディケーション（以下、セルメ）とセルメ税制の浸透状況を確認するために、意識と行動を調査しました。「OTC医薬品使用により、受診が減り、医療費を増やさないと、医療資源の有効活用につながる」と回答したのは、セルメ税制利用群ではその28.2%でしたが、一般生活者の群は2.6%にとどまりました。また、セルメ税制利用のメリットとして、「税金が還付される」が「あてはまる」と回答したのは、セルメ税制利用群ではその50.4%でしたが、一般生活者の群では4.1%でした。

レディネス（準備度）について、レシートを「全て保管している」のは、セルメ税制利用群ではその80.2%でしたが、一般生活者の群では10.2%でした。

セルメ税制利用の阻害要因として、セルメ税制利用群では、「医療費控除と併用できない」42.0%、「レシート保管が面倒」39.7%、「1.2万円超の購入」35.9%、「対象となるOTCの種類が少ない」32.8%、「明細書の作成が面倒」26.0%、などの回答がありました。

セルメの推進策として、複数の政策を比較したところ、セルメ税制利用群では、セルメ税制は「消費税非課税」や「軽減税率」と同等の魅力があり、「マイナポイントでの還元」や「健保の購入費用補助」よりも強いインセンティブであることが示唆されました。

初めての試みとして、ヘルスリテラシーに着目した分析を行いました。ヘルスリテラシーが高い人ほどセルフメディケーション行動（OTC医薬品やセルメ税制対象製品の購入）を行い、セルメ税制利用の準備度（制度の理解、領収書保管、健診または予防接種を受ける）が高い傾向がみられました。セルメ税制利用とヘルスリテラシーの間には有意な関連がみられませんでした。ヘルスリテラシーと関係のない下限額超の購入要件や手続きの手間が障壁となっている可能性が示唆されました。

●本リリースの「セルメ税制に関する生活者15万人調査」の詳細は日本一般用医薬品連合会のホームページで公開しています。

【調査結果概要】

| | |
|---------|--|
| 調査対象 | ・男女 20 歳～69 歳 ・二次調査対象者は、2020 年(令和2年)の確定申告状況、セルメ税制利用意向、OTC の年間購入金額、税制対象品購入金額などによって抽出 |
| 調査地域・手法 | インターネット調査 一次調査は生年代別・エリア別人口構成比率に合わせてウェイトバックを行った |
| 抽出フレーム | インテージグループ インターネットリサーチモニター * マスコミ、広告、市場調査、シンクタンク関連の勤務者と家族を除外。学生を除外 |
| これまでの調査 | 第 1 回:2016 年 11 月 1,144 名 第 2 回:2017 年 3 月 1,277 名 第 3 回:2017 年 8 月 1,167 名 第 4 回:2018 年 3 月 153,379 名 第 5 回:2019 年 3 月 160,378 名 第 6 回:2020 年 3 月 161,894 名 第 7 回:2021 年 8 月 158,751 名 第 8 回:2022 年 3 月 152,643 名 |
| 回収数 | ■一次調査:n=152,643 ■二次調査:n=1,209 (①～⑦に群分け) (1)セルメ税制利用群:n=131 ①セルメ税制トライアル群 n=26 ②セルメ税制主利用群 n=70 ③医療費控除主利用群 n=35 (2)セルメ税制利用予備群:n=882 ④医療費控除のみ利用 ⑤確定申告あり(医療費控除・セルメ税制以外) ⑥確定申告なし、税制認知、利用意向あり (3)一般生活者 n=196 ⑦確定申告なし、税制認知、利用意向なし |
| 調査項目数 | ■一次調査:15 問以内 ■二次調査:15 問以内 |
| 実施日 | ■一次調査:2022 年 3 月 25 日～3 月 29 日 ■二次調査:2022 年 4 月 15 日～4 月 19 日 |
| 調査実施機関 | 株式会社インテージヘルスケア |

1. 浸透状況(用語の認知・理解)

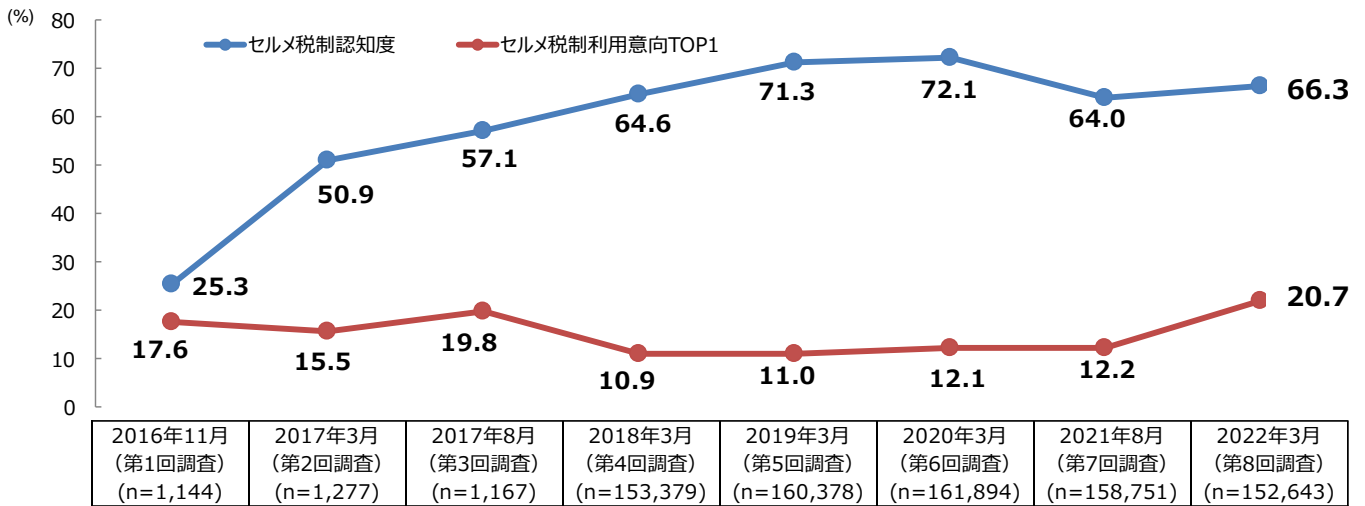
セルフメディケーションに関係する制度や用語の認知度については、「OTC 医薬品」は 60.9%、「スイッチ OTC」は 38.7%、「電子レシート(スマートレシート)」は 44.2%でした。「セルフメディケーション」については前年比+7.2%で 74.2%となりました。

| | n=152,634 | % |
|------------------|-----------|---|
| セルフメディケーション | 74.2 | |
| OTC医薬品 | 60.9 | |
| リスク区分 | 69.9 | |
| スイッチOTC | 38.7 | |
| 電子レシート(スマートレシート) | 44.2 | |

「よく理解している」「ほぼ理解している」「聞いたことはあるがあまり理解していない」「聞いたことはあるが理解していない」「聞いたことがない」のうち、「聞いたことがない」以外の割合(%)

2. 浸透状況(セルメ税制の認知・理解)

セルメ税制の認知度は66.3%、理解度は22.0%で、利用意向はこれまでの調査で最も高い20.7%でした。2022年からセルメ税制の対象製品の範囲が拡大していることについては、認知度は49.7%、理解度は12.0%でした。



| 理解度 | 認知度 | 理解度 | | | | | 理解 TOP2 (%) | 認知 TOP4 (%) | |
|-----|-----|---|----------|----------------------|-------------------|----------|-------------|-------------|------|
| | | よく理解している | ほぼ理解している | 聞いたことはあるが、あまり理解していない | 聞いたことはあるが、理解していない | 聞いたことがない | | | |
| | | n= | | | | | | | |
| | | セルメデューション税制 (医療費控除の特例) | 5.4 | 16.5 | 26.6 | 17.7 | 33.7 | 22.0 | 66.3 |
| | | セルメデューション税制 (医療費控除の特例) の制度は、2022年分の申告から対象となる製品の範囲が拡大されました | 3.1 | 18.9 | 21.0 | 16.7 | 50.3 | 12.0 | 49.7 |

3. 浸透状況(セルメに対する意識)

「OTC医薬品使用により、受診が減り、医療費を増やさないことや、医療資源の有効活用に貢献できる」が「あてはまる」と回答したのは、セルメ税制利用群ではその28.2%でしたが、一般生活者の群は2.6%にとどまりました。

セルメ税制利用群(①②③)n=131

%

| | |
|--|------|
| 健康に関する関心・理解、予防・健康づくりが進み、症状や状況に応じた適切な行動がとれるようになる | 25.2 |
| 病気の予防、早期対処により、健康寿命が延びる | 23.7 |
| 人生で働くことができる時間が長くなり、消費が増えるので、国の経済成長に貢献できる | 16.8 |
| OTC医薬品の適切な使用により、病院・診療所の受診が減り、時間を有効活用できて生産性が上がる | 26.0 |
| OTC医薬品の適切な使用により、病院・診療所の受診が減り、国全体の医療費を増やさないことや、医療資源の有効活用につながる | 28.2 |

「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」のうち、TOP1「あてはまる」の割合(%)

4. 浸透状況(セルメ税制に対する意識)

セルメ税制利用のメリットとして、「税金が還付される」が「あてはまる」と回答したのは、セルメ税制利用群ではその 50.4%でしたが、一般生活者の群では 4.1%でした。

セルメ税制利用群(①②③)n=131 %

| | |
|---|------|
| 税金が還付される | 50.4 |
| 自分や家族の健康に関する関心・理解、 予防・健康づくりが進む | 19.1 |
| 自分や家族の症状や状況に応じた 適切な行動がとれるようになる | 20.6 |
| OTC医薬品の適切な使用により、病院・診療所の受診が減り、国全体の 医療費を増やさないことや、医療資源の有効活用に貢献できる | 28.2 |

「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」のうち、TOP1「あてはまる」の割合(%)

5. レディネス(準備度)

レシートを「全て保管している」のは、セルメ税制利用群では 80.2%でしたが、一般生活者の群では 10.2%でした。

%

| | |
|---------------------|------|
| セルメ税制利用群(①②③) n=131 | 80.2 |
| セルメ税制利用予備群(④) n=355 | 55.5 |
| セルメ税制利用予備群(⑤) n=343 | 18.4 |
| セルメ税制利用予備群(⑥) n=184 | 16.8 |
| 一般生活者(⑦) n=196 | 10.2 |

「全て保管している」「一部は保管している」「保管していない」「わからない」のうち、TOP1「全て保管している」の割合(%)

6. 制度利用の阻害要因

セルメ税制利用群では、「医療費控除と併用できない」42.0%、「レシート保管が面倒」39.7%、「1.2万円超の購入」35.9%、「対象となる OTC の種類が少ない」32.8%、「明細書の作成が面倒」26.0%、などの回答がありました。

7. セルフメディケーションの推進策

セルメ税制利用群では、セルメ税制は「消費税非課税」や「軽減税率」と同等の魅力があり、「マイナポイントでの還元」や「健保の購入費用補助」よりも強いインセンティブであることが示唆されました。

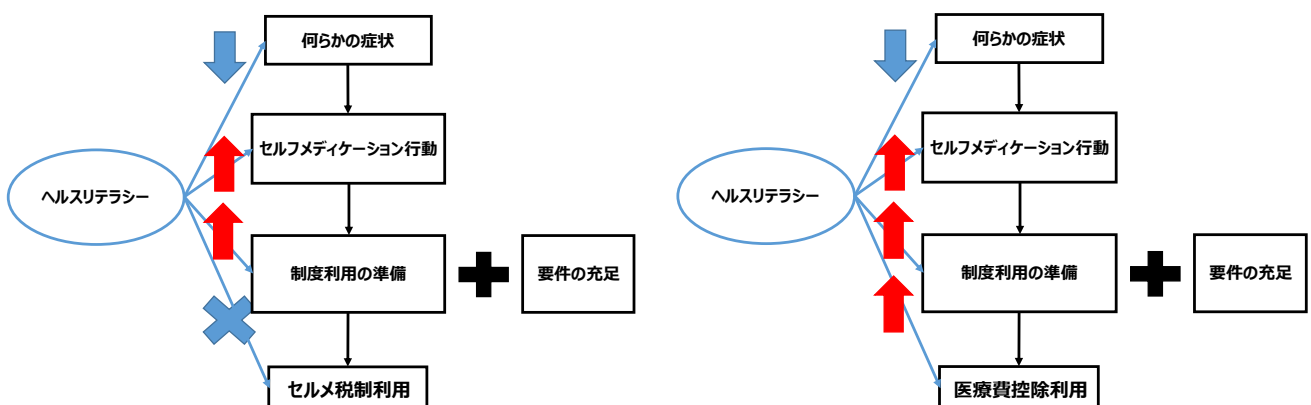
| | |
|--|------|
| ①セルフメディケーション税制(2022年から申告対象となる品目範囲が拡大されました) | 58.8 |
| ②OTC医薬品に対して、消費税が非課税となる | 60.3 |
| ③OTC医薬品に対して、消費税の税率が軽減される | 54.2 |
| ④OTC医薬品をキャッシュレス決済で購入すると、購入費用の一部がマイナポイントで還元される | 42.0 |
| ⑤勤務先や健康保険組合から、OTC医薬品購入費用の一部が補助される | 44.3 |
| ⑥OTC医薬品を自動販売機で購入できる | 30.5 |
| ⑦その年に購入したセルフメディケーション税制の対象品目の合計金額がわかり、セルフメディケーション税制の申告に必要な残りの金額が表示される | 37.4 |
| ⑧セルフメディケーション税制の申告に必要な明細書を自動で作成してくれる | 42.0 |

「利用したいと思う」「まあ利用したいと思う」「どちらともいえない」「あまり利用したいと思わない」「利用したいと思わない」のうち、TOP1「利用したいと思う」の割合(%)

8. ヘルスリテラシーとセルメ税制利用

初めての試みとして、ヘルスリテラシーに着目した分析を行いました。制度の利用状況別にヘルスリテラシー得点を比較すると、医療費控除利用者が最も高く、セルメ税制利用者はどちらも利用しなかった者よりやや高い得点でした。セルメ税制利用に至るプロセスと、ヘルスリテラシーとの関係进行分析すると、ヘルスリテラシーが高い人ほどセルフメディケーション行動(OTC 医薬品やセルメ税制対象製品の購入)を行い、セルメ税制利用の準備度(制度の理解、領収書保管、健診または予防接種を受ける)が高い傾向がみられました。制度利用については、医療費控除ではヘルスリテラシーが高い人のほうが利用していた一方、セルメ税制利用とヘルスリテラシーの間には有意な関連がみられませんでした。この理由として、セルフメディケーションを行っていても、下限額を超えた対象製品購入などの要件や、控除手続きの手間などにより、セルメ税制利用につながっていない可能性が考えられます。

図 税制利用までのプロセスとヘルスリテラシー(セルメ税制及び医療費控除)



9. 最後に

セルメ税制は着実に浸透しています。2022年から対象製品が拡大したことにより、利用意向は大きく向上していますので、今後の利用者増が期待できます。

セルメ税制は、消費税非課税や軽減税率と同等のインセンティブであり、魅力的な制度であることが改めて分かりました。一方で、ヘルスリテラシーと関連のない手続き面のハードルや下限額の設定がセルメ税制の利用を阻害している可能性が示唆されます。

セルメ税制を一度利用すると、意識と行動変容が定着すると考えられています。コロナ禍において、限りある医療資源の有効活用が求められています。日本一般用医薬品連合会とその構成協会は、セルフメディケーションとセルフメディケーション税制の普及啓発に努めてまいります。

＜本件に関するお問い合わせ先＞
日本OTC医薬品協会(担当:廣川) e-mail: info@jfsmi.jp