

生活者向けOTC医薬品情報提供サイトを大幅刷新

- セルフメディケーションのさらなる推進に向けて、真に生活者の役に立つサイトとしてリニューアル
- 今後は関連団体と連携し、OTC医薬品のデータベースの整備・活用を推進

日本OTC 医薬品協会（会長：杉本 雅史、以下OTC薬協）は、生活者向け情報提供サイト「上手なセルフメディケーション」を大幅リニューアルし、本公開（<https://www.jsmi.jp/selfmedication/>）しました。新サイトには、調査で判明した生活者のニーズを反映させ、体の不調への対処法や薬の飲み合わせ・食べ合わせ、自分にあった薬の選び方などの情報をより分かりやすく掲載したほか、時節に沿った記事や社会課題への対応など新たなコンテンツを掲載しています。



今回のリニューアルは、OTC薬協が取り組む「“生活者に寄り添った”セルフケア・セルフメディケーションの普及啓発」に寄与すべく情報提供に主眼を置き、今後は医療用医薬品・OTC医薬品の一元的な管理による重複投与や飲み合わせのチェック、セルフメディケーション税制の活用サポートなど、OTC医薬品データベースの整備・活用を関係団体と協議・調整のうえプロジェクトを推進していく予定です。

リニューアル後の仕様とコンテンツ

生活者からのアクセスの大半（既存ユーザーの84%）がスマートフォンなどのモバイル機器からであることから、モバイル環境に適した仕様に刷新し、記事は読みやすさを重視し再編成を実施。また、イメージ画像の記事の内容が直感的に伝わりやすいものに一新し、生活者がOTC医薬品について「知りたい」と思う情報も充実させました。主なコンテンツは次のとおりです。

- セルフメディケーションとは
- OTC医薬品（市販薬）の基礎知識
- 自分にあったお薬をえらぼう おくすり検索機能
- OTC医薬品（市販薬）の正しい使い方
- 症状別アドバイス（症状により会員企業各社提供の関連サイトへのリンクも役立つ情報として掲載）
- ピックアップ記事（関心の高いトピックに応じて選定 例：飲み合わせ・食べ合わせ、スポーツと薬、おくすり手帳を作ろう、オーバードーズとは）

リニューアルの背景

OTC薬協による生活者向け情報提供サイト「上手なセルフメディケーション」は、長年にわたりOTC医薬品の基本情報や協会会員企業から提供される新製品情報などを発信してきました。しかし、OTC薬協の主な活動目的がOTC医薬品の普及のみならず、生活者のセルフケア全般、セルフメディケーションのさらなる促進へと拡大する中で、既存コンテンツのみではニーズを満たすことが難しくなっていました。

また、OTC薬協の活動をより充実させるために設置された有識者会議「アドバイザーボード」においても、生活者への情報提供の質・量ともに充実させ、薬の効果面だけでなく、副作用などのリスクや社会課題への対応策などを含め、包括的かつ能動的な情報提供活動が求められるとの提言が成されました。

プロジェクトチームの結成と各委員会との協力

上記リニューアル背景から、2023年8月に会員企業からメンバーを募りプロジェクトチームが結成されました。その後、厚生労働省や独立行政法人 医薬品医療機器総合機構（PMDA）、日本薬剤師会、セルフメディケーションデータベースセンター（JSM-DBC）、お薬手帳関連企業など、各分野の関連団体・企業との意見交換・ヒアリング、および生活者を対象とした意識調査とソーシャルリスニングを実施。調査の結果から、生活者はインターネット上で容易にアクセス可能な、信頼でき、かつ分かりやすい情報を求めていることが判明しました。そのため薬に関する知識や専門性を有したOTC薬協の委員会等と連携し、記事内容の精査や必要に応じた医療関係者による監修を経たコンテンツを充実させました。

生活者向け調査概要

生活者がOTC医薬品に関して知りたいと思う情報・サービスを正しく適切に提供するため、2024年2月に専門企業によるオンライン調査を実施。スクリーニング調査対象5,000人、詳細調査対象2,000人へのアンケート調査に加え、個別インタビュー調査、およびソーシャルリスニング調査（ソーシャルメディアや口コミサイトなどのネット上の生活者の声を収集・分析を実施。リニューアル前のサイトの課題抽出もあわせて実施。詳しくは添付資料を参照ください。

添付資料：

「生活者対象の調査内容および結果概要」

日本OTC医薬品協会について

OTC薬協は、セルフメディケーションの考え方を推進し、皆様の健康的な生活に貢献することを目指して活動する業界団体です。現在、日本のOTC医薬品業界を代表するメーカー75社が加盟しています。

セルフメディケーションとは、日常生活でおこる体の不調やケガの中で自分で判断できる程度の軽い症状を自らOTC医薬品等を使って手当することです。当協会は、このような社会課題に対し、自分の健康は自分のために自分で守るというセルフケアや、軽微な身体的不調は自分自身で治すセルフメディケーションの普及に取り組んでいます。詳しくはウェブサイトを参照ください。<https://www.jsmi.jp/>



【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先】

広報担当：湯浅、木田

電話：(03)5823-4971（代表） メール：press@jsmi.jp

添付資料

OTC 医薬品協会ニュースリリース「生活者向け OTC 医薬品情報提供サイトを大幅刷新」

生活者対象の調査内容および結果概要

日本 OTC 医薬品協会では、情報提供サイトのリニューアルに先立ち、生活者が OTC 医薬品に関して実際に「知りたい」情報・サービスを把握することを目的に調査（アンケート、インタビュー、ソーシャルリスニング、検索行動分析）を実施しました。

調査結果サマリー

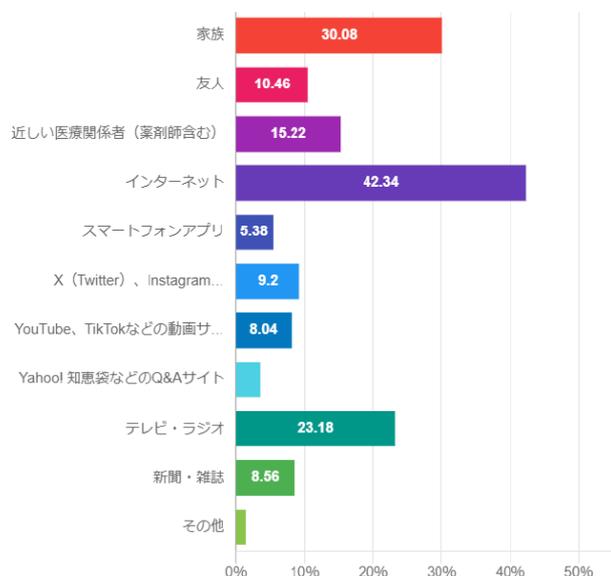
- 健康や薬に関する情報源として、インターネット、テレビ・ラジオ、家族が上位となった。そのなかで信頼できる情報と判断できるかが、生活者にとって情報取得のハードルとなっており、内容がわかりやすい・専門的な情報である・経験に基づいた情報である・自身に症状と近い情報であると、信頼できると感じる傾向にある
- リテラシーの高い生活者は有益な情報源・取得方法を確立している傾向にあり、リテラシーが低い生活者は家族や身近な人からの情報や医師の診断に頼る傾向も見られた。取得したい情報としては症状への対処・予防方法、健康維持方法、自身に合う医薬品の選び方、飲み合わせに関する情報の需要が高い
- SNS や検索エンジンでの情報取得においては、早見表や図説コンテンツの需要が高く、さらに薬剤師や登録販売者、CM による知名度の高い製薬企業の発信であると生活者の反応も出やすい
- アンケート調査やキーワードボリューム調査から「OTC 医薬品」というキーワードの認知度は低く、生活者は具体的な症状名や病名、会社名や製品名で情報取得していることがわかった

調査結果詳細

① アンケート調査

全国 15 歳以上～99 歳以下の男女（男女比、年代ともに均等に割付）5,000 人を対象にインターネット調査を実施しました。

質問例 1：あなたは健康や薬に関する情報をどこから得ていますか？上位 2 つまでお選びください。



健康や薬に関する情報入手先の 1 位はインターネット、次にテレビ・ラジオ、薬剤師を含む近しい医療関係者、家族、の順となった。

調査手法	インターネット調査（アイブリッジ株式会社 Freeasy 提携パネル利用）
調査期間	2024年2月～3月
調査対象	全国15歳以上～99歳以下の男女（男女比、年代ともに均等に割付）
回収数	5,000サンプル

② インタビュー調査

ヘルスリテラシーレベルごとにセグメントを分けて、直接的・間接的なOTC医薬品に対するニーズや健康に関する思考の傾向を分析しました。

- 大半の回答者が不調時に「症状」「（薬の）成分」「副作用/飲み合わせ」など検索するものの、国や医療機関、製薬企業のWebサイトまでで訪問が止まり協会側のサイトまで至ってない
- 情報源としては医師監修（権威性のある）コンテンツ以外に、CMやネットで認知されている製薬企業の情報だと信頼性を感じる傾向にある
- リテラシーが高いユーザーは効率の良い検索方法や有益と感じる情報源が確立している一方、自分の体質との細かい相性の判断に悩んでいる。リテラシーが低いユーザーはチャートや一覧表、1～2分に簡潔にまとめた動画などを好む傾向にあり、誤った先入観や知識を持っているユーザーも見られた

③ ソーシャルリスニング／検索行動分析調査

生活者が健康／OTC医薬品に関して、SNS上でどのような発信をしているか、インターネット上でどのようなキーワードで情報を得ているかを分析しました。

- SNS上では話題化した新商品の情報や、薬剤師や登録販売者による早見表や図説コンテンツに反響が多く見られる
- 協会の会員企業のWebサイトに訪れるキーワードをテキストマイニングにより分析したところ、大きく「頭痛」「痛い」「かゆい」などの「症状」、「風邪」「花粉症」などの「病名」、「治し方」「原因」などの対策、「会社名」や「製品名」に分類される
- 検索ボリュームから「OTC医薬品」というキーワードは使わず、「市販薬」というキーワードを使うか、製品名や症状名での検索となっている。「セルフメディケーション税制」については、「いくら」「レシート」「対象品目」「やりかた」「確定申告」など、具体的な対象項目や自身が対象になるかを判断するための情報を検索する傾向がみられる
- 「お薬手帳」のアプリのニーズが高く、紙のお薬手帳は自分好みにアレンジするなど、自身や家族の服薬管理において独自の工夫をするニーズが存在

日本OTC医薬品協会

調査協力：株式会社博報堂マーケティングシステムズ

以上