

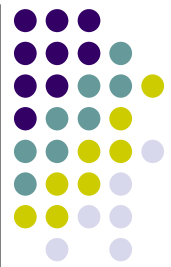


**OTC医薬品**  
-薬をよく知り、正しく使おう  
中学生と「くすり教育」を考える-  
**集計結果報告書**



2012年4月  
朝日新聞東京本社広告局

# 1. 調査概要



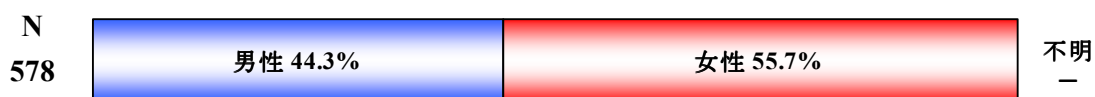
- 対象紙面 2012年2月29日(水)付 朝刊 全面広告
- 地域 全国版
- 集計対象者 上記広告に応募した男女個人
- 応募者数 704人(ハガキ 315人、FAX 39人、インターネット 350人)
- 集計対象者数 578人(ハガキ 209人、FAX 37人、インターネット 332人)  
※応募者数 704人より、同一回答者による複数応募を除いた。



## 2. 回答者の属性

### ①性別

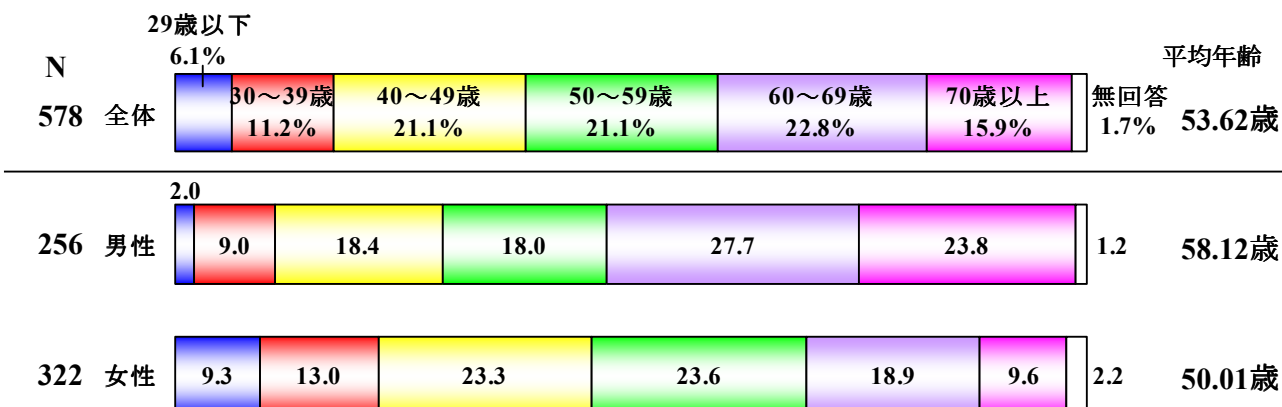
男性が44.3%、女性が55.7%で、女性が過半数を占める。



### ②年齢

「40～49歳」(21.1%)、「50～59歳」(21.1%)、および「60～69歳」(22.8%)がそれぞれ2割以上であり、回答者全体では40代から60代が多くなっている。「30～39歳」(11.2%)、および「70歳以上」(15.9%)は、1割台である。回答者の平均年齢は、53.6歳である。

【性別】男性では、「60～69歳」(27.7%)、および「70歳以上」(23.8%)が、それぞれ2割以上を占めている。女性では、「40～49歳」(23.3%)、「50～59歳」(23.6%)の年代が、それぞれ2割以上である。「60～69歳」(18.9%)、および「70歳以上」(9.6%)の割合は、それぞれ男性に比べて低くなっている。平均年齢は、男性が58.1歳、女性が50.0歳で、男性の方が8歳近く上回っている。





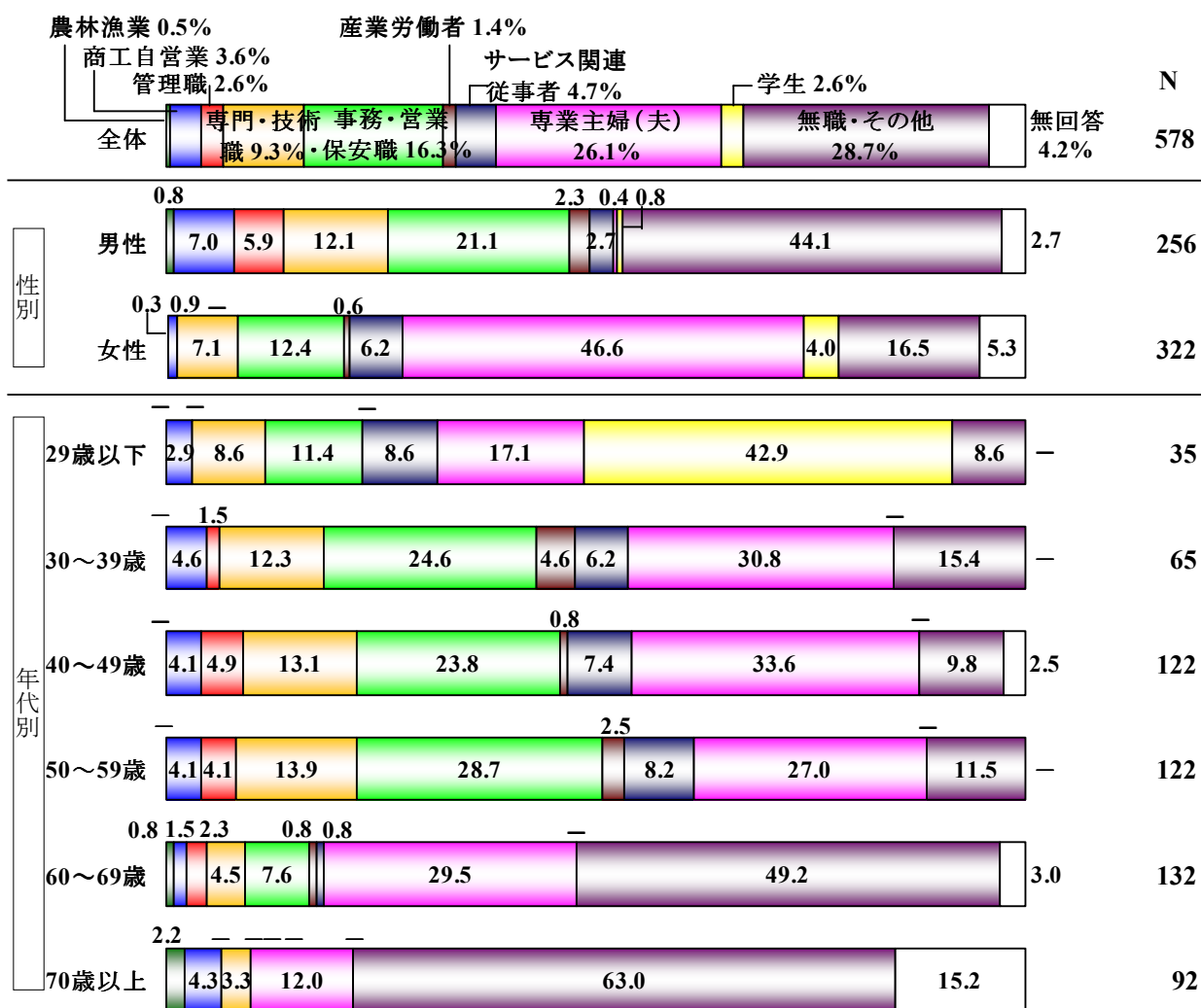
### ③職業

#### —全体、性別、年代別—

「専業主婦(夫)」(26.1%)、および「無職・その他」(28.7%)が多くなっている。有職者では、「事務・営業・保安職」(16.3%)、「専門・技術職」(9.3%)が主なところである。

【性別】男性では、「無職・その他」の割合が44.1%で、4割以上を占めている。次いで、「事務・営業・保安職」(21.1%)、「専門・技術職」(12.1%)とつづいている。女性では、「専業主婦」が46.6%で4割以上を占めている。以下、「無職・その他」(16.5%)、「事務・営業・保安職」(12.4%)が1割台である。

【年代別】29歳以下では、「学生」が42.9%で4割以上である。30代から50代の年齢層では、「事務・営業・保安職」が2割以上、「専業主婦(夫)」が3割前後である。60代、および70歳以上では、「無職・その他」の割合が目立っている。





## ④居住地 —全体、性別、年代別—

「東京都」「神奈川県」「埼玉県」「千葉県」「その他関東」を合わせた“関東”(48.0%)が半数近くを占める。「大阪府」「兵庫県」「その他近畿」を合わせた“近畿”(20.4%)が2割、「中部」(13.3%)が1割以上である。

【性別】男性、女性ともに、「東京都」の割合が最も高く、男性では16.8%、女性では19.6%である。

【年代別】29歳以下、および40代では、「東京都」の割合がそれぞれ2割以上であり、他の年代に比べて高い傾向にある。



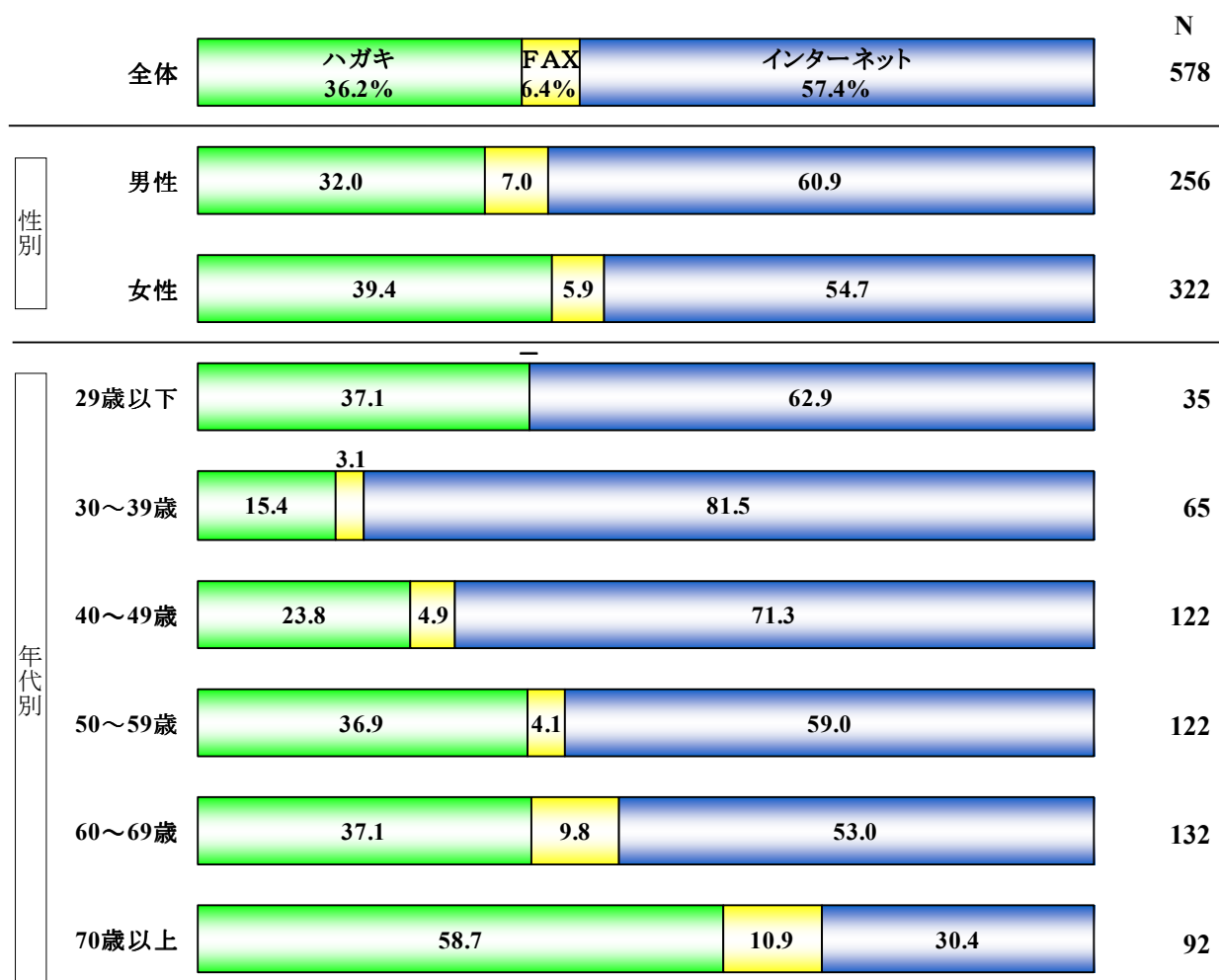


## ⑤応募方法 －全体、性別、年代別－

「ハガキ」が36.2%、「FAX」が6.4%、「インターネット」57.4%で、回答者全体ではインターネット6割近くを占めている。

【性別】男性では、「インターネット」の割合が60.9%で6割を占めており、女性の54.7%に比べて高くなっている。女性では、「ハガキ」による応募が39.4%で、男性に比べて多い傾向にある。

【年代別】29歳以下では、「ハガキ」(37.1%)が4割近く、「インターネット」(62.9%)が6割台である。30代、および40代では、「インターネット」の割合が7割以上であり、「ハガキ」は3割を下回っている。50代、および60代では、「ハガキ」の割合がそれぞれ4割近くを占めており、「インターネット」は6割を下回っている。70歳以上では、「ハガキ」(58.7%)の割合が6割近くを占めており、「インターネット」(30.4%)を上回っている。





### 3. アンケートの回答

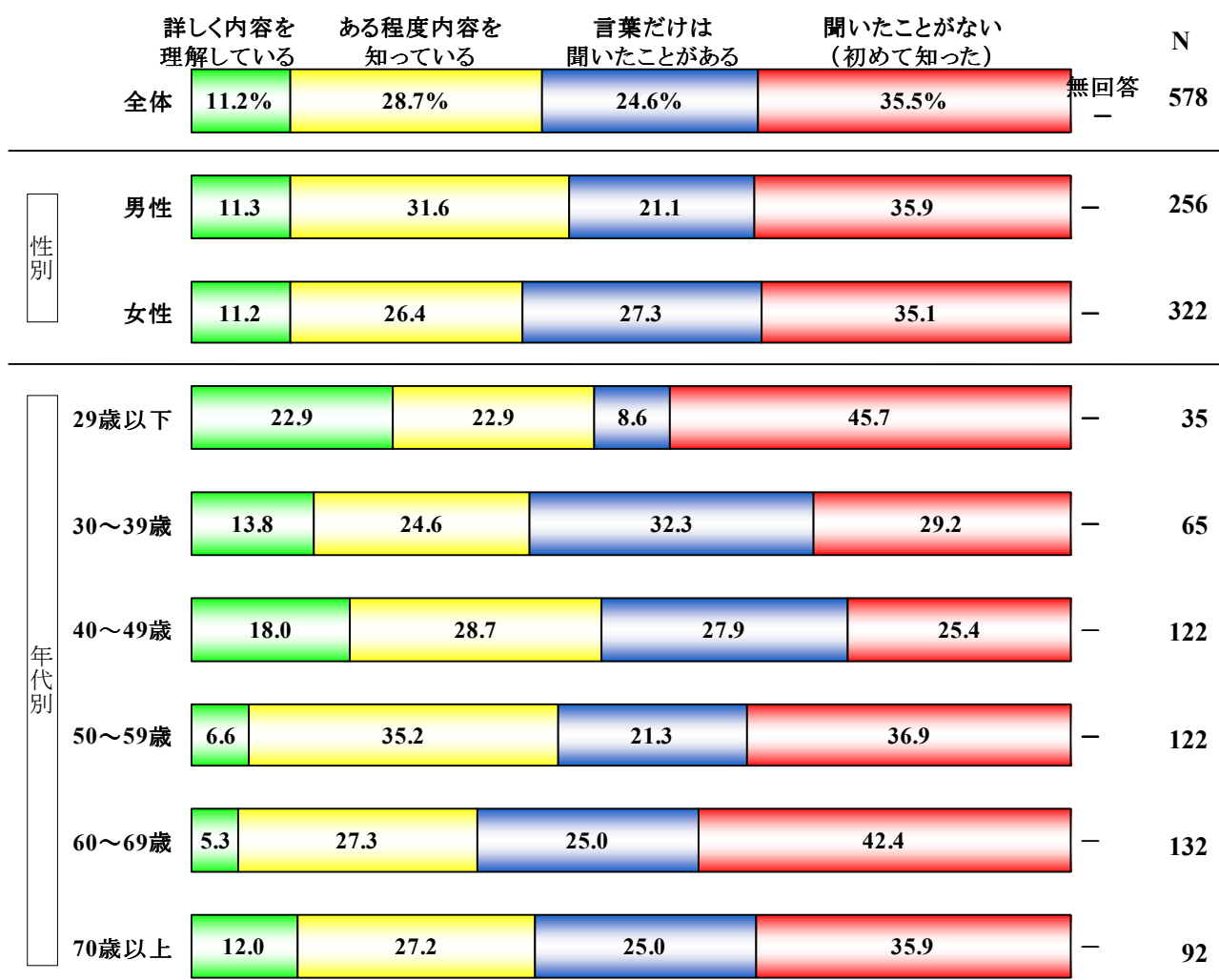
#### (1) 「OTC医薬品」の認知度

－全体、性別、年代別－

「OTC医薬品」という言葉については、「詳しく内容を理解している」(11.2%)、「ある程度内容を知っている」(28.7%)を合わせて、ほぼ4割の人が知っていると回答している。「言葉だけは聞いたことがある」(24.6%)は2割程度、「聞いたことがない(初めて知った)」(35.5%)は3割程度である。

【性別】男性、女性ともに、「詳しく内容を理解している」と回答した人は、1割である。男性では、「ある程度内容を知っている」と答えた人が31.6%であり、女性に比べて多くなっている。

【年代別】「詳しく内容を理解している」と答えた人は、29歳以下で22.9%、40代で18.0%であり、この年齢層では、他の年代に比べて多い傾向がみられる。



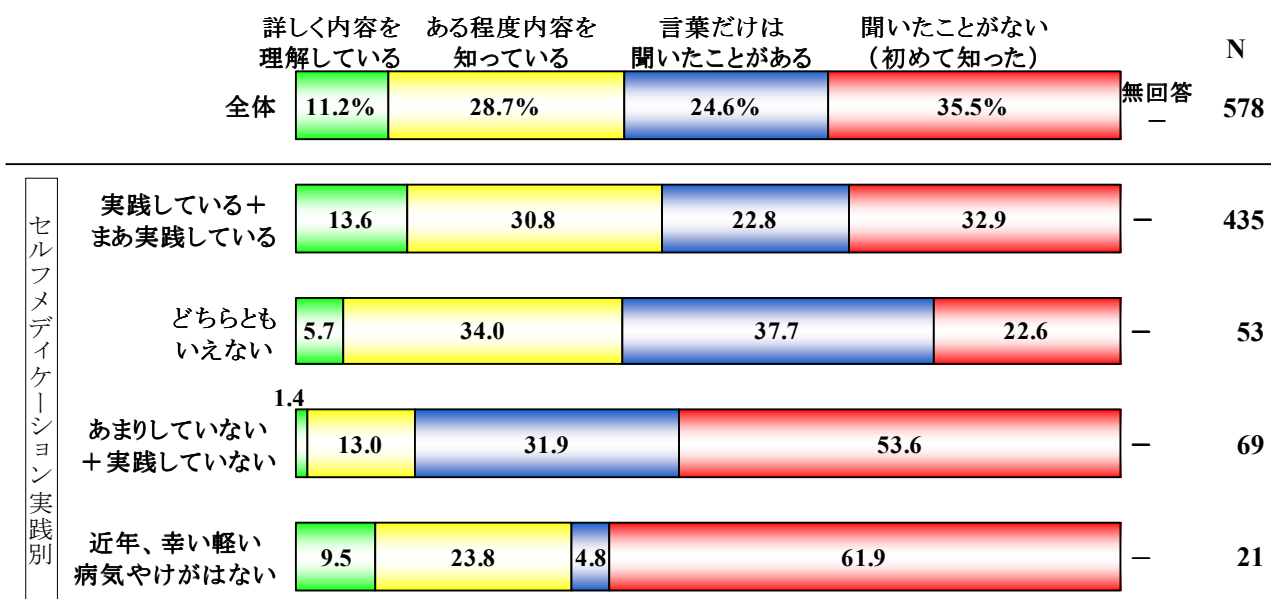


## (1) 「OTC医薬品」の認知度

－全体、セルフメディケーション実践別－

### 【セルフメディケーション実践別】

セルフメディケーションの実践を『している』（「実践している」+「まあ実践している」）と回答した人では、「OTC医薬品」の内容についての認知度が高く、「詳しく内容を理解している」が13.6%、「ある程度内容を知っている」が30.8%である。





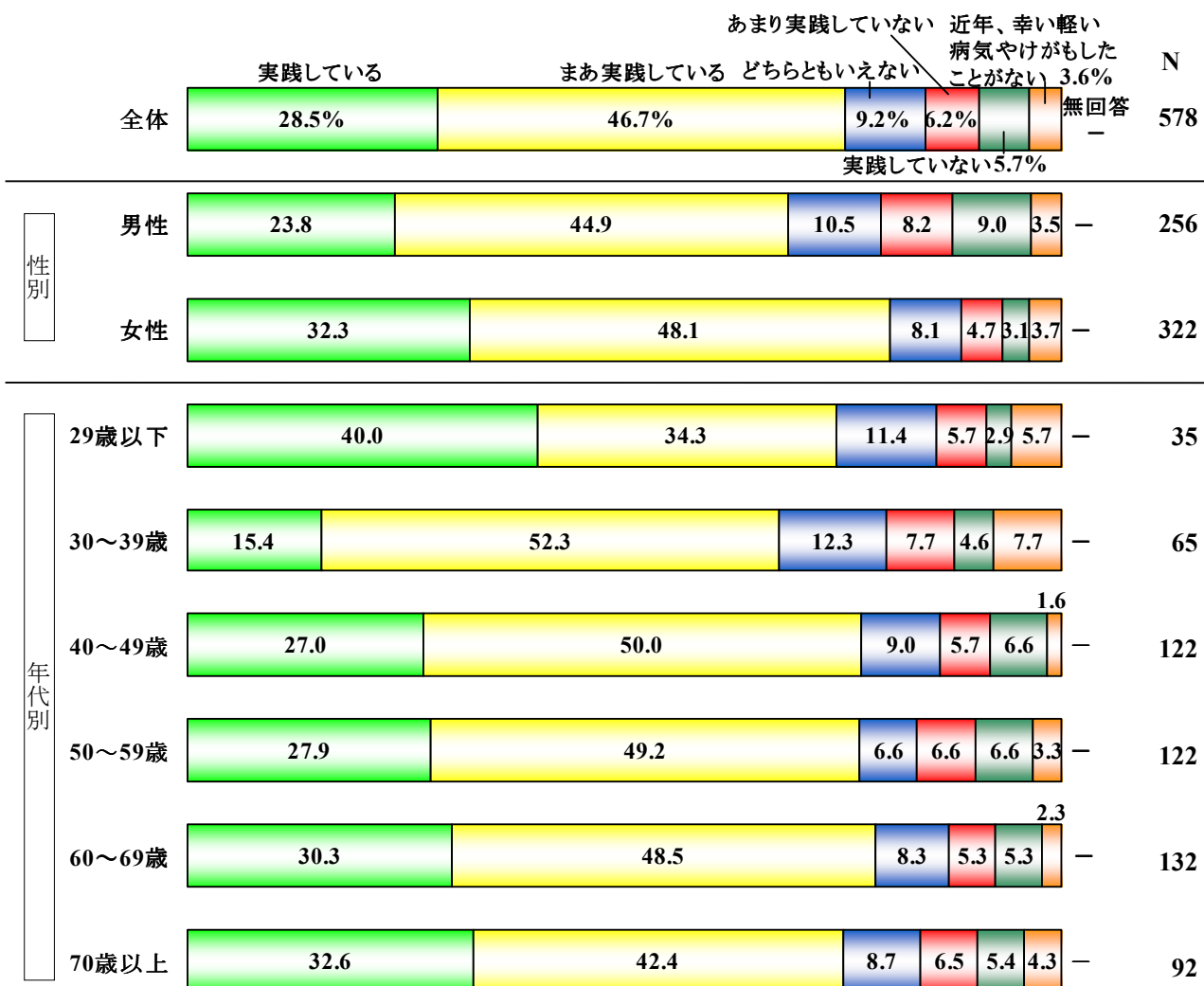


## (2) 「セルフメディケーション」実践状況 -全体、性別、年代別-

自分自身で責任をもって健康状態を管理する「セルフメディケーション」については、「実践している」が28.5%、「まあ実践している」が46.7%で、これらを合わせると4分の3の人が実践していると答えている。「どちらともいえない」が9.2%、「あまり実践していない」が6.2%、「実践していない」が5.7%、「近年、幸い軽い病気やけがもしたことがない」が3.6%である。

【性別】女性では、「実践している」(32.3%)、および「まあ実践している」(48.1%)の割合が、それぞれ男性に比べて高く、女性の方でセルフメディケーションの実践が多くなされている傾向にある。

【年代別】「実践している」と答えた人は、29歳以下、60代、および70歳以上で3割以上である。

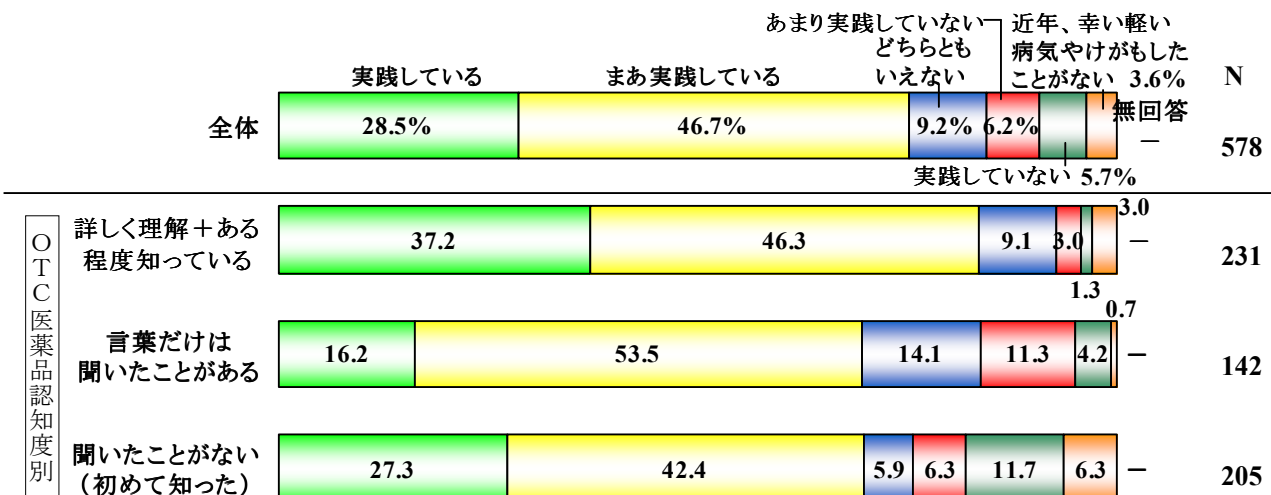




## (2) 「セルフメディケーション」実践状況 -全体、OTC医薬品認知度別-

### 【OTC医薬品認知度別】

OTC医薬品の認知度で『知っている』（「詳しく内容を理解している」+「ある程度内容を知っている」）と答えた人では、「実践している」の割合が37.2%と4割近くである。『言葉だけは聞いたことがある』、または『聞いたことがない』と答えた人においても、「まあ実践している」の割合は4割から5割を占めており、OTC医薬品についての認知度によらず、自分自身の健康状態を意識している習慣があると考えられる。



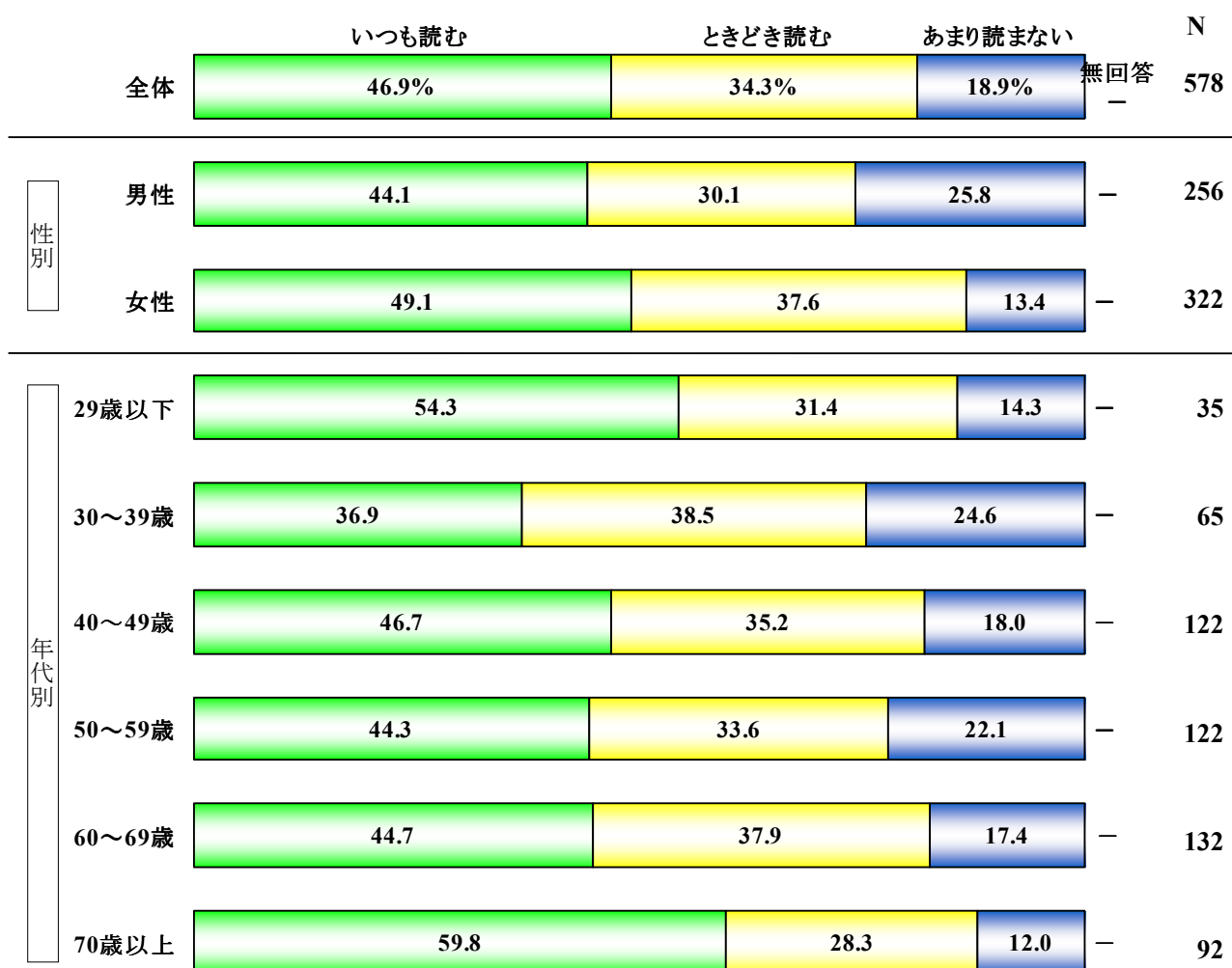


### (3) 添付文書（薬の説明書き）を読むかどうか -全体、性別、年代別-

「OTC医薬品」の添付文書（薬の説明書き）については、「いつも読む」が46.9%、「ときどき読む」が34.3%、「あまり読まない」が18.9%である。

【性別】男性、女性ともに、「いつも読む」と答えた人が最も多くなっている。女性では、「いつも読む」（49.1%）、および「ときどき読む」（37.6%）の割合が、それぞれ男性に比べて高くなっている。男性では、「あまり読まない」と答えた人が25.8%で、女性の13.4%を大きく上回っている。

【年代別】29歳以下、および70歳以上では、「いつも読む」の割合がそれぞれ5割以上を占めており、他の年代に比べて高くなっている。





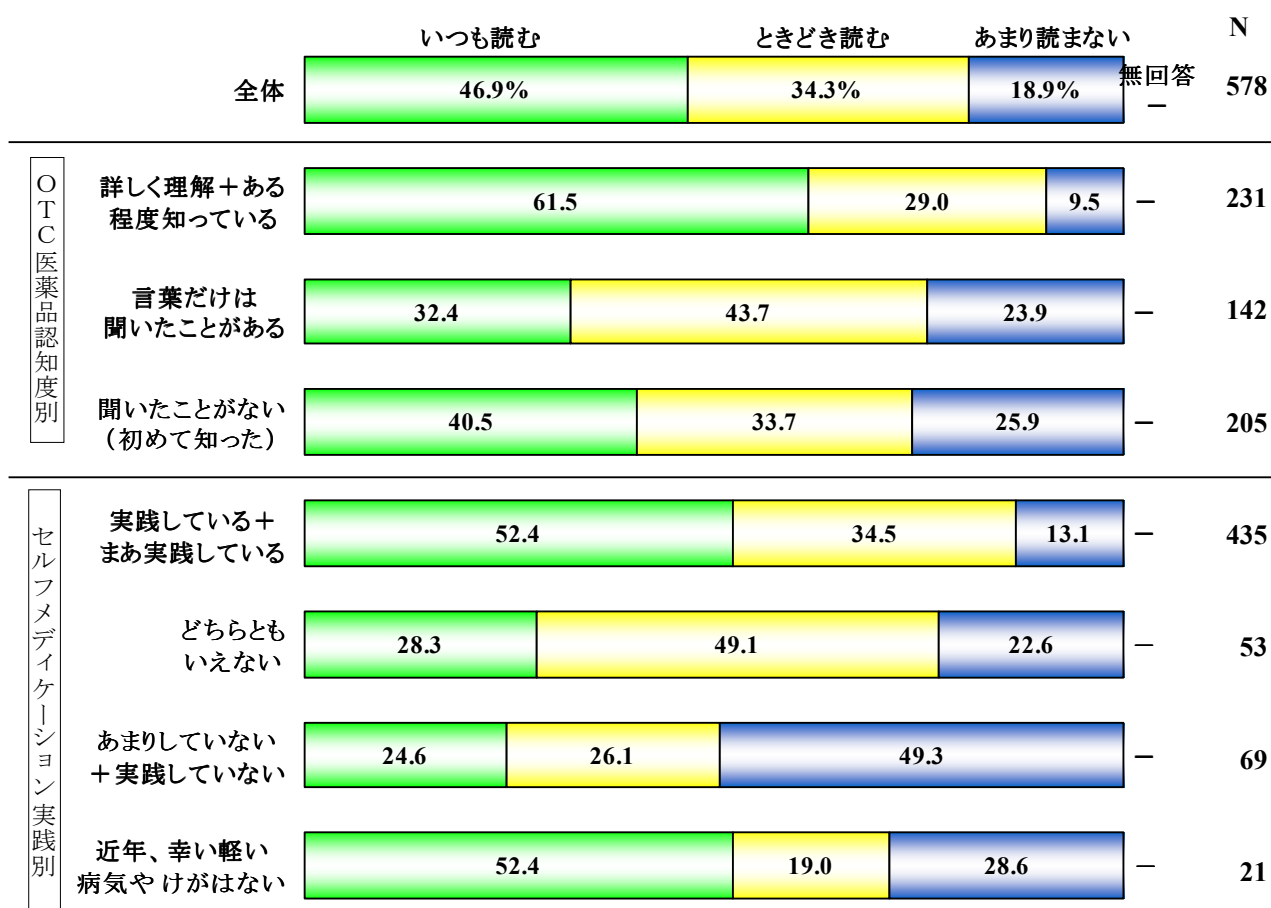
### (3) 添付文書（薬の説明書き）を読むかどうか -全体、OTC医薬品認知度別、セルフメディケーション実践別-

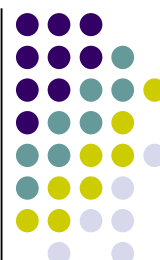
**【OTC医薬品認知度別】**

OTC医薬品の認知度で『知っている』（「詳しく内容を理解している」+「ある程度内容を知っている」）と答えた人では、「いつも読む」（61.5%）が6割以上を占めている。

**【セルフメディケーション実践別】**

セルフメディケーションの実践を『している』（「実践している」+「まあ実践している」）と回答した人では、「いつも読む」と答えた人が52.4%で過半数であり、セルフメディケーションの実践をしていない人に比べて多くなっている。



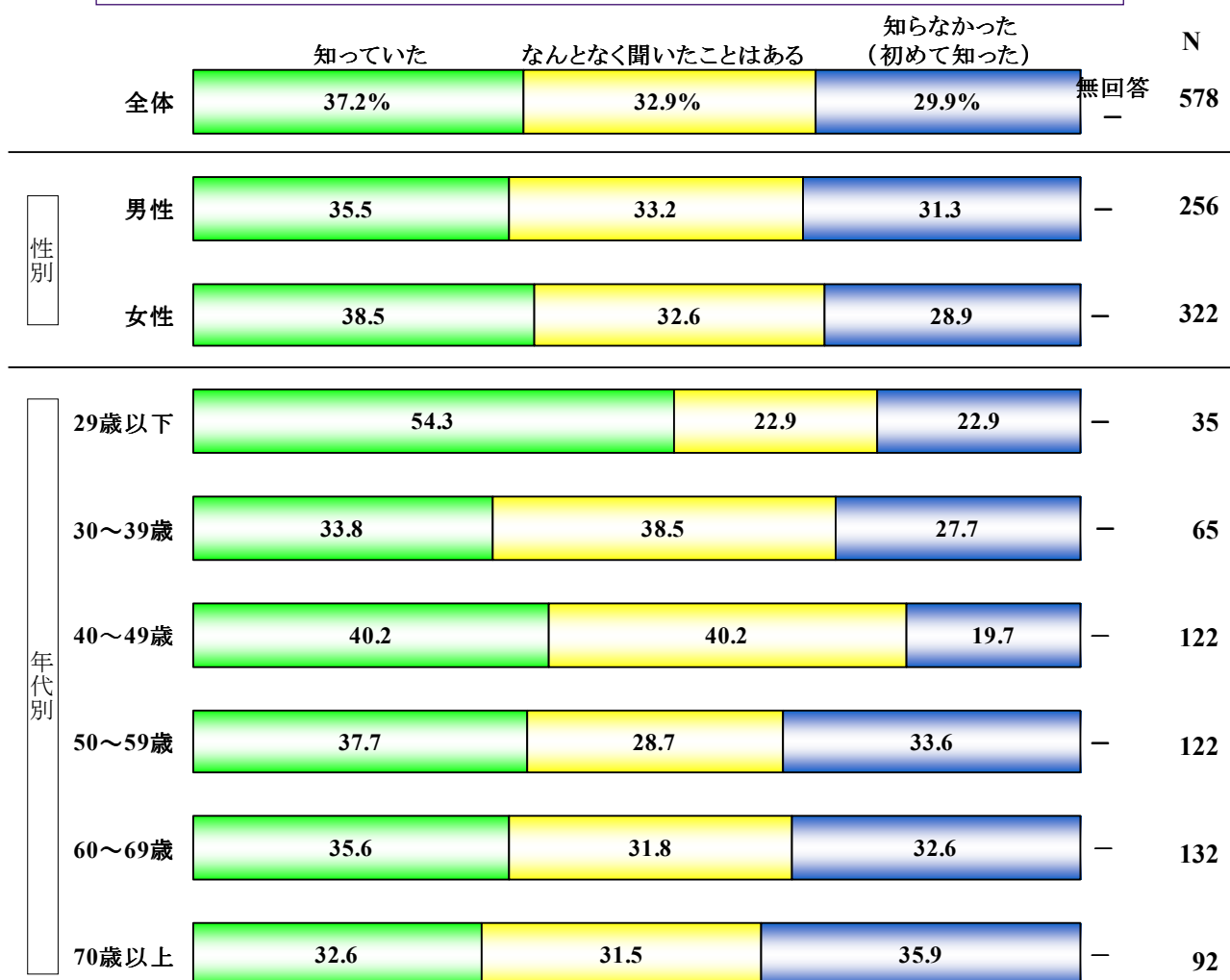


## (4) 「OTC医薬品」の販売方法と分類変更の認知 -全体、性別、年代別-

薬事法が改正され、「OTC医薬品」の販売方法が変わり、製品も第1類～第3類に分類された事については、「知っていた」が37.2%、「なんとなく聞いたことはある」が32.9%、「知らなかった(初めて知った)」が29.9%である。

【性別】男性、女性ともに、同じ様な回答傾向であるが、女性では、「知っていた」と答えた人が38.5%であり、男性の35.5%に比べてやや多くなっている。

【年代別】29歳以下では、「知っていた」の割合が54.3%であり、他の年代に比べて高くなっている。50代から上の年齢層では、「知らなかった(初めて知った)」と答えた人が、それぞれ3割以上を占めている。





## (4) 「OTC医薬品」の販売方法変更と分類の認知

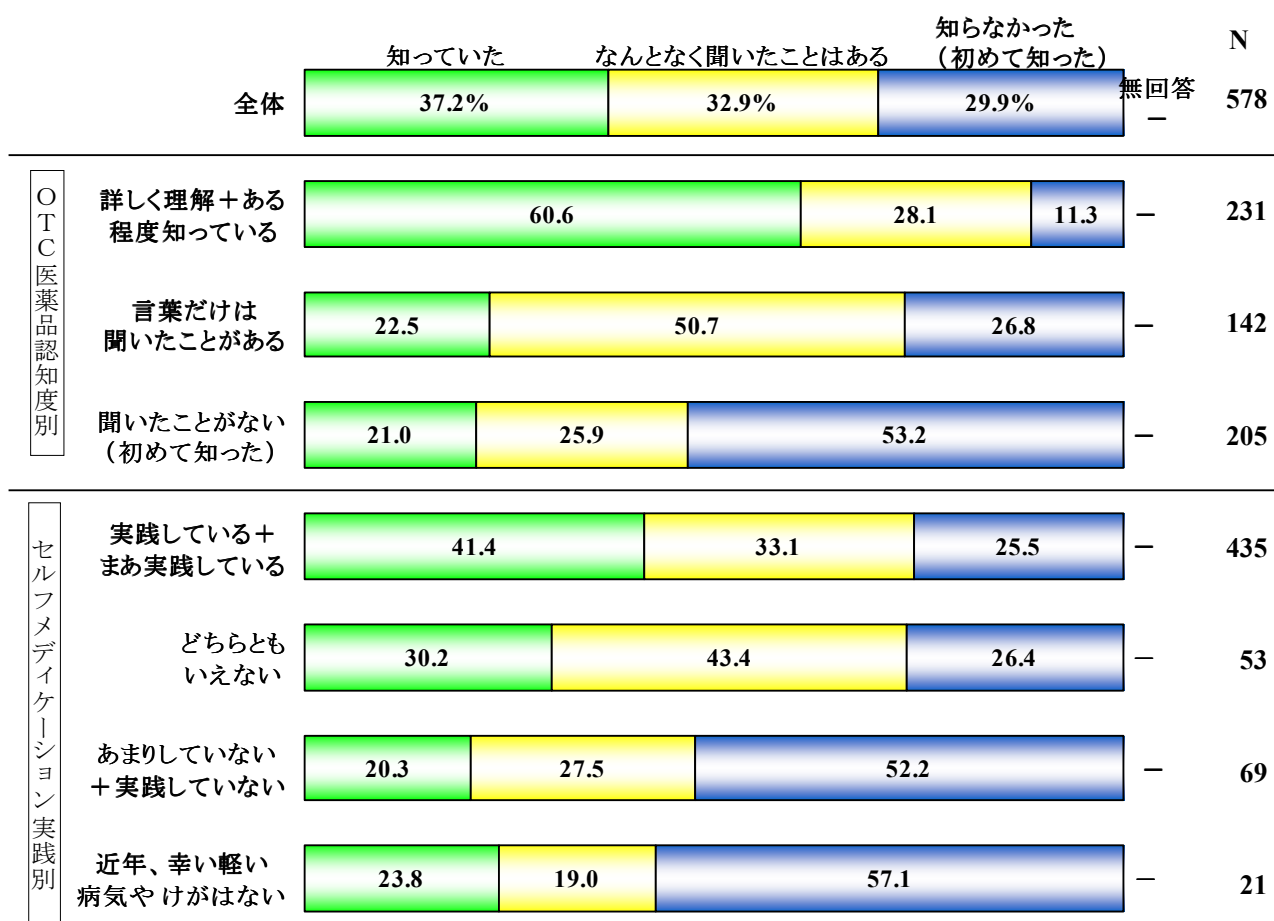
－全体、OTC医薬品認知度別、セルフメディケーション実践別－

### 【OTC医薬品認知度別】

OTC医薬品の認知度で『知っている』（「詳しく内容を理解している」＋「ある程度内容を知っている」）と答えた人では、「知っていた」（60.6%）が6割を占めている。

### 【セルフメディケーション実践別】

セルフメディケーションの実践を『している』（「実践している」＋「まあ実践している」）と回答した人では、「知っていた」と答えた人が41.4%で4割以上である。



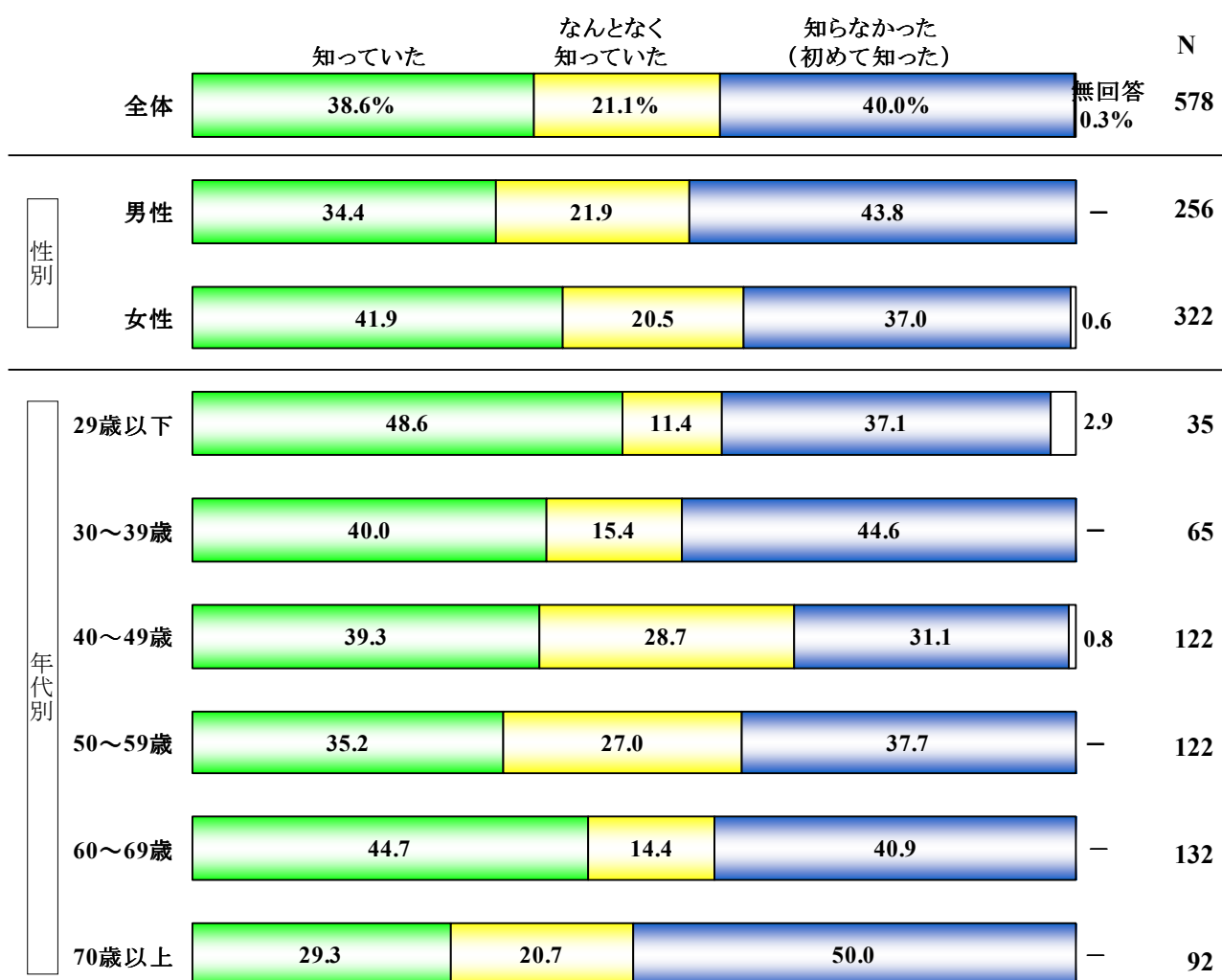


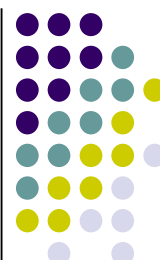
## (5) 「OTC医薬品」購入費は「医療費控除」対象になる事 -全体、性別、年代別-

かぜ薬や胃腸薬などの「OTC医薬品」の購入費も、「医療費控除」の対象になることについては、「知っていた」が38.6%、「なんとなく知っていた」が21.1%、「知らなかった(初めて知った)」が40.0%である。

【性別】男性では、「知らなかった(初めて知った)」が43.8%で4割以上を占めている。女性では、「知っていた」と答えた人が41.9%で、男性の34.4%に比べて多くなっている。

【年代別】「知っていた」と答えた人は、29歳以下では48.6%、60代では44.7%であり、この2つの年齢層では、医療費控除の対象になる事を知っている人が多いと思われる。

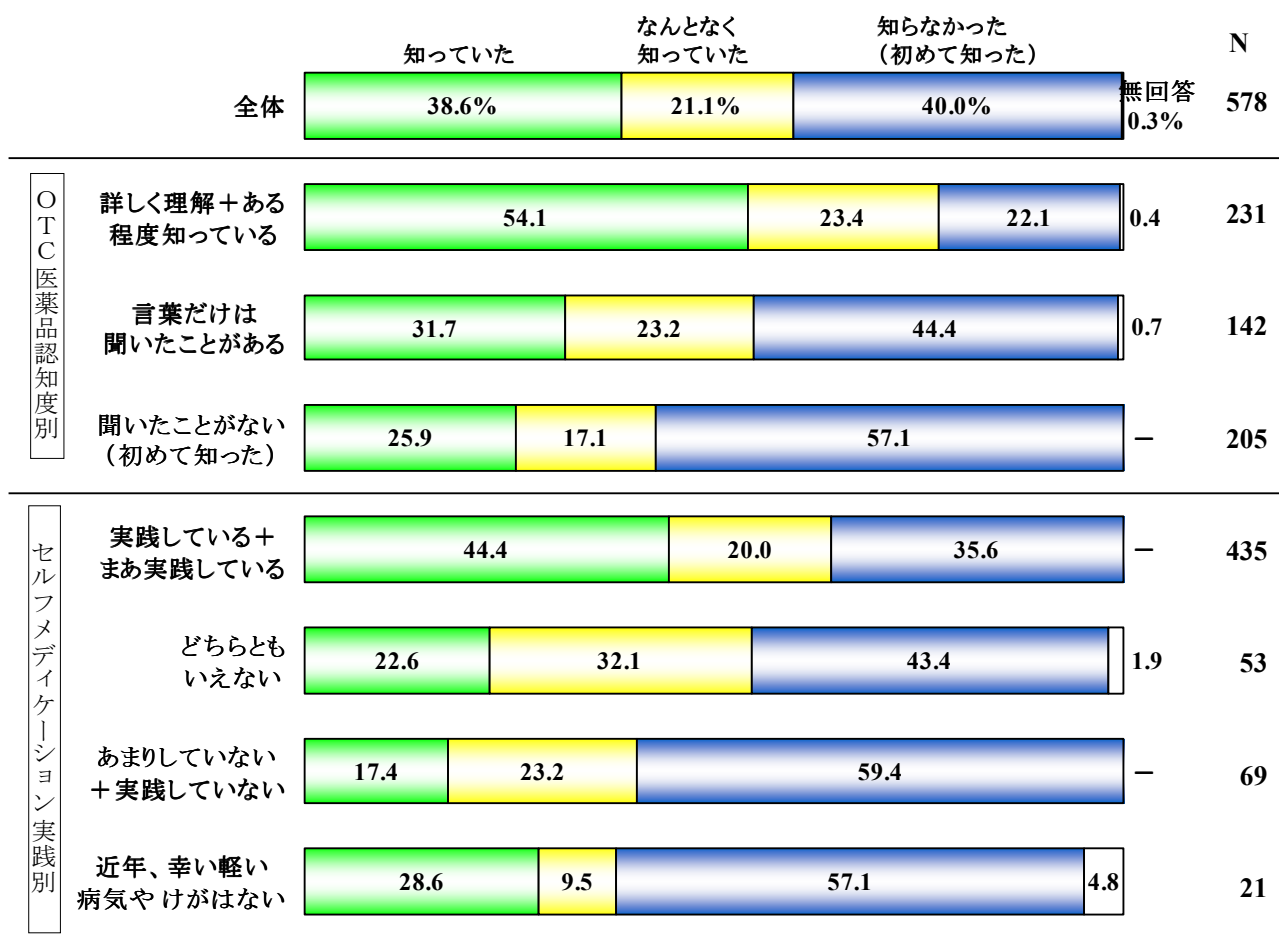




## (5) 「OTC医薬品」購入費は「医療費控除」対象になる事 －全体、OTC医薬品認知度別、セルフメディケーション実践別－

**【OTC医薬品認知度別】**  
 OTC医薬品の認知度で『知っている』（「詳しく内容を理解している」＋「ある程度内容を知っている」）と答えた人では、「知っていた」（54.1%）が半数以上を占めている。

**【セルフメディケーション実践別】**  
 セルフメディケーションの実践を『している』（「実践している」＋「まあ実践している」）と回答した人では、「知っていた」と答えた人が44.4%で4割以上である。







## (6) 本広告特集についての感想や質問（自由記述）

本広告特集、「OTC医薬品」「セルフメディケーション」についての感想や質問を自由に記述してもらったところ、578人中507人から回答があった。その中から任意の300件について、内容を複数回答で分類したものが、下表である。

『本広告特集全体への感想』については、「参考になった・勉強になった」(67人、22.3%)という内容の記述が最も多い。

『OTC医薬品について』では、「OTC医薬品についてわかった」(21人、7.0%)、「OTC医薬品をもっとPRすべき」(16人、5.3%)、「OTC医薬品を初めて知った」(14人、4.7%)、「自分や家族のために、OTC医薬品の勉強をしようと思う」(12人、4.0%)などの内容で多くの意見があげられていた。

分類対象者数：300人中

感想・意見		(人)	(%)
<b>本広告特集全体への感想</b>			
参考になった・勉強になった		67	22.3
内容に興味をもった、関心をもった、もっと知りたい		25	8.3
定期的に掲載してほしい・今後も期待する		14	4.7
読みやすい・わかりやすい		9	3.0
<b>個々の内容への感想</b>			
くすり教育について		27	9.0
OTC医薬品には医療費控除があるとわかった・もっと詳しく知りたい		16	5.3
国の社会保障のためにもセルフメディケーションは必要・大切である		10	3.3
副作用への不安や自己責任の重要性について		3	1.0
<b>OTC医薬品について</b>			
OTC医薬品についてわかった		21	7.0
OTC医薬品をもっとPRすべき		16	5.3
OTC医薬品を初めて知った		14	4.7
自分や家族のために、OTC医薬品の勉強をしようと思う		12	4.0
現在OTC医薬品を利用している、薬局で入手している		11	3.7
OTC医薬品を使ってみようと思う		10	3.3
OTC医薬品の名称がわかりにくい		8	2.7
1類・2類・3類の違いやOTC医薬品であるかどうか等わかりにくい		6	2.0
説明書・注意書きの字が小さい		4	1.3
OTC医薬品はもっと安価であるといい		2	0.7
説明書・注意書きをもっと詳しく・わかりやすくしてほしい		2	0.7
<b>セルフメディケーションについて</b>			
セルフメディケーションがよくわかった・大切である		43	14.3
セルフメディケーションをもっとPRすべき		6	2.0
<b>薬局に対して</b>			
薬局・ドラッグストアでの十分な説明を望む		19	6.3
薬局・ドラッグストアでの購入が不便である（薬剤師不在・知識経験不足等）		15	5.0
かかりつけ薬局は必要・大切である、見つけたい		11	3.7
<b>病院・医者に対して</b>			
病院とOTC医薬品との使い分けが大切である		11	3.7
医者の診断が大事である、病院へ行く方がよい		8	2.7
<b>本広告特集全体への意見・要望等</b>			
内容が分かりづらい、難しい、もう少しわかりやすくしてほしい		9	3.0
症状に対する商品名・メーカー名を具体的にあげてほしい		6	2.0
広告内容についての要望		3	1.0
その他紙面への要望		6	2.0
その他		14	4.7