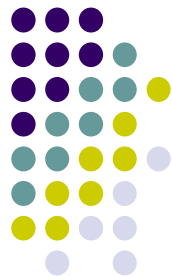




**OTC医薬品**  
**-予防社会の懸け橋に**  
**～生活者のニーズに応じて～**  
**集計結果報告書**



2016年5月  
朝日新聞東京本社広告局



# 1. 調査概要

- 対象紙面 2016年3月31日(木)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 514人(ハガキ 147人、FAX 27人、インターネット 340人)
- 集計対象者数 463人(ハガキ 98人、FAX 26人、インターネット 339人)  
※応募者数 514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

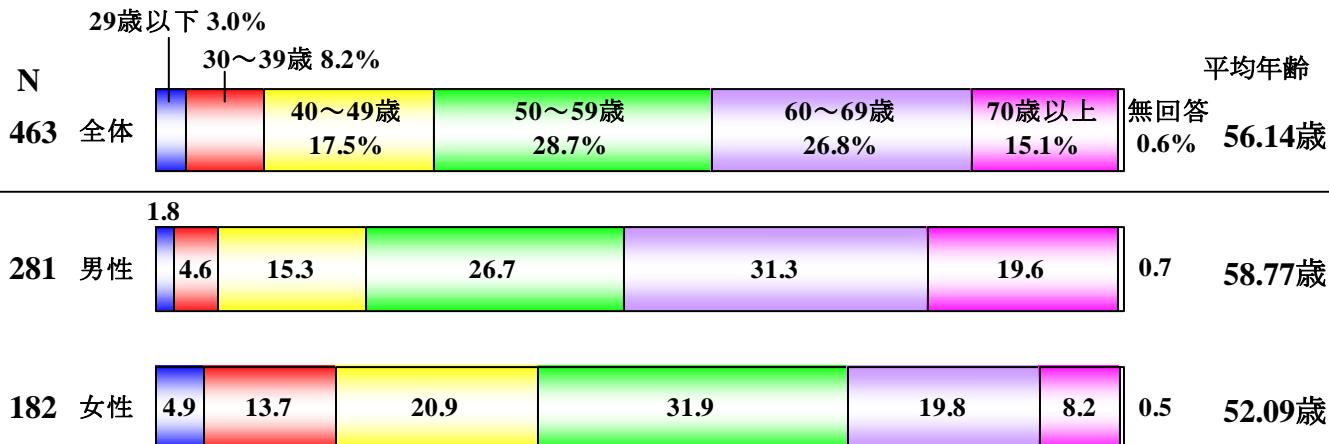
男性が60.7%、女性が39.3%であり、男性が6割を占めて女性を上回っている。



### ②年齢

「50～59歳」(28.7%)が3割近くを占めており、次いで、「60～69歳」(26.8%)が2割半ばである。以下、「40～49歳」(17.5%)、および「70歳以上」(15.1%)が、それぞれ1割半ば、「30～39歳」(8.2%)、および「29歳以下」(3.0%)は1割未満となっている。回答者の平均年齢は、56.1歳である。

【性別】男性では、「60～69歳」(31.3%)が男性の3割を占めて最も多い。次いで、「50～59歳」(26.7%)が2割半ば、「70歳以上」(19.6%)がほぼ2割である。女性では、「50～59歳」(31.9%)が3割を占めて最も多い。また、「29歳以下」(4.9%)、「30～39歳」(13.7%)、および「40～49歳」(20.9%)の割合は、それぞれ男性に比べて高くなっている。平均年齢は、男性が58.8歳、女性が52.1歳で、男性の方が7歳近く上回っている。





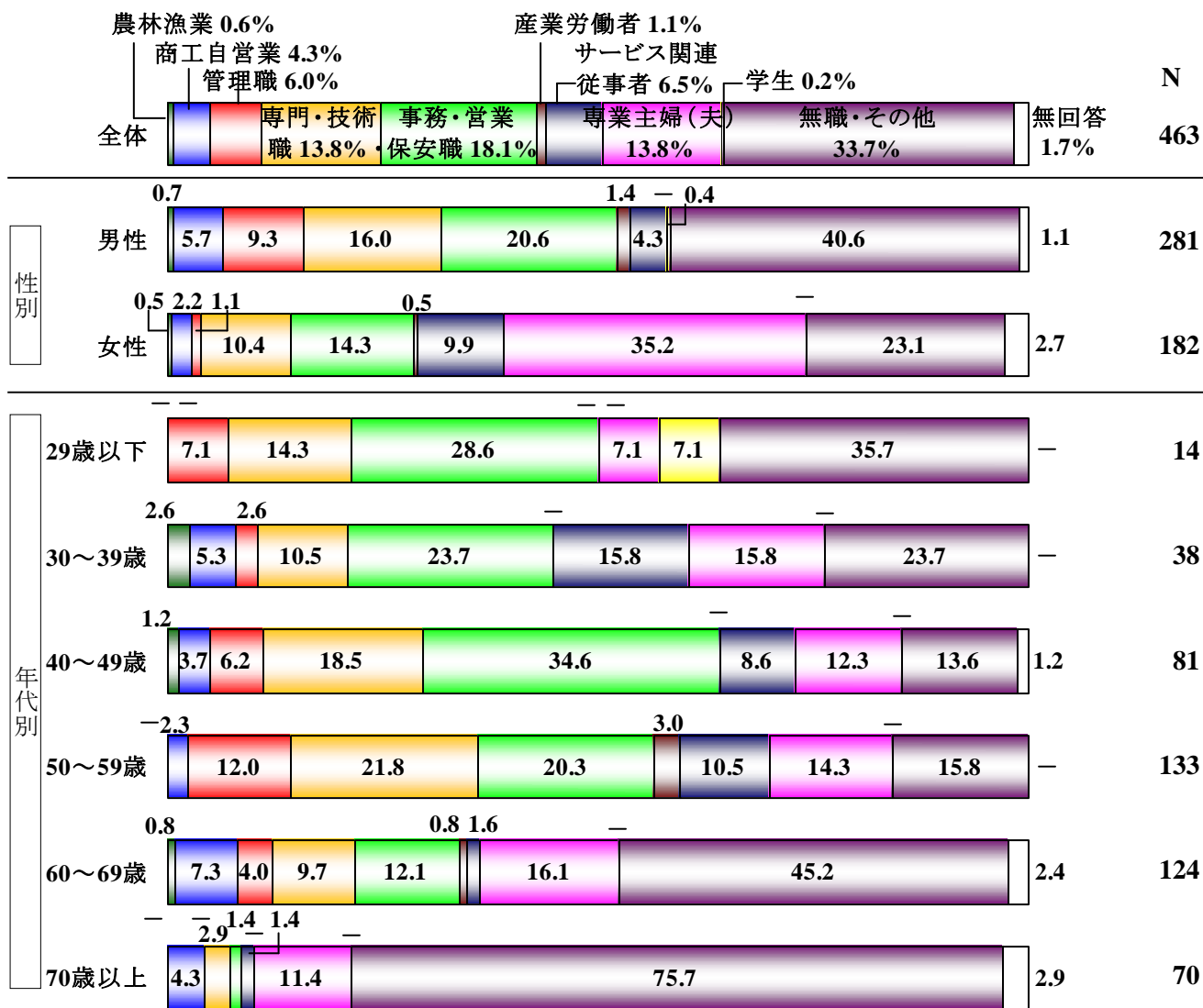
### ③職業

#### —全体、性別、年代別—

「無職・その他」(33.7%)が3割以上を占めている。有職者では、「事務・営業・保安職」(18.1%)が2割近く、「専門・技術職」(13.8%)が1割以上である。また、「専業主婦(夫)」(13.8%)も1割以上を占めている。

【性別】男性では、「無職・その他」(40.6%)が4割を占めて最も多い。以下、「事務・営業・保安職」(20.6%)、「専門・技術職」(16.0%)とつづいている。女性では、「専業主婦」(35.2%)が3割半ばを占めており、以下、「無職・その他」(23.1%)、「事務・営業・保安職」(14.3%)とつづいている。

【年代別】30代から50代の年齢層では、「事務・営業・保安職」や「専門・技術職」などの有職者が多く、「専業主婦(夫)」は1割台である。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。





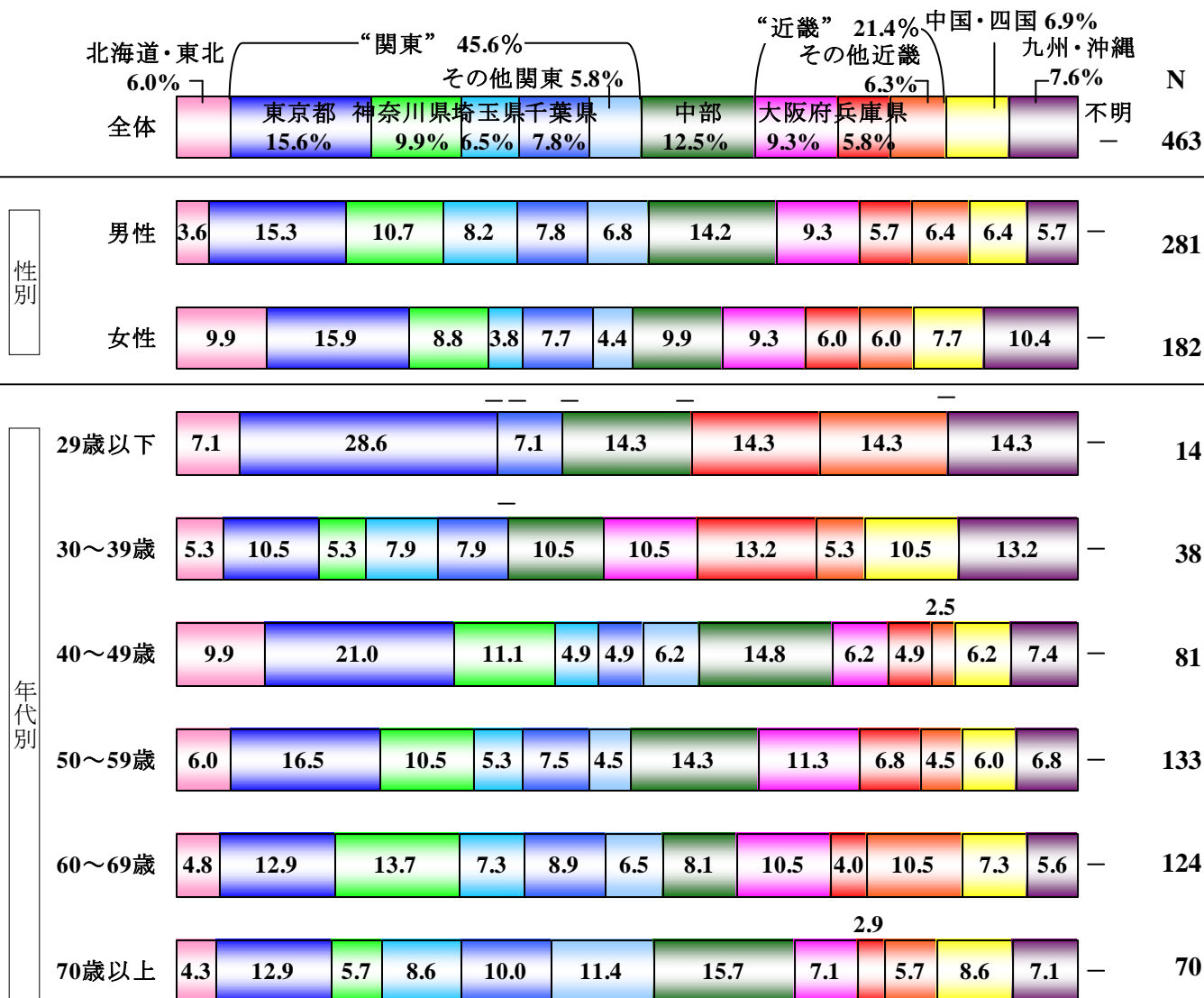
## ④居住地

—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”(45.6%)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”(21.4%)が2割、「中部」(12.5%)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15.3%、女性では15.9%である。

【年代別】30代では、「大阪府」(10.5%)、「兵庫県」(13.2%)、および「その他近畿」(5.3%)を合わせた“近畿”の割合が、他の年代に比べて高い傾向にある。



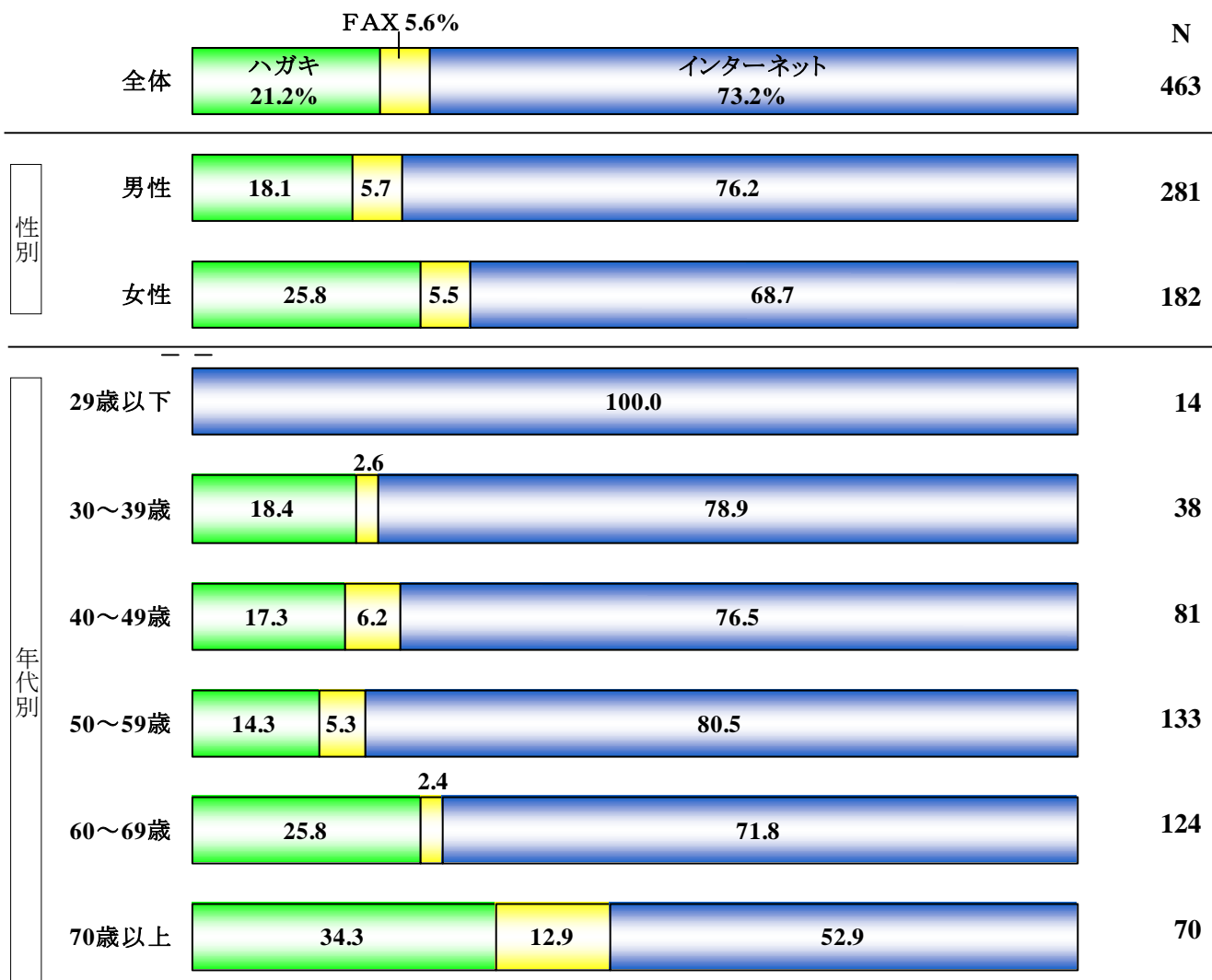


## ⑤ 応募方法 －全体、性別、年代別－

「ハガキ」が21.2%、「FAX」が5.6%、「インターネット」73.2%で、回答者全体ではインターネットからの応募が7割以上を占めている。

【性別】男性では、「インターネット」の割合が76.2%で男性の4分の3を占めており、女性の68.7%に比べて高くなっている。女性では、「ハガキ」による応募が25.8%で、男性に比べて多い傾向にある。

【年代別】50代では、「インターネット」(80.5%)の割合が8割を占めており、他の年代に比べて高くなっている。





# 3. アンケートの回答

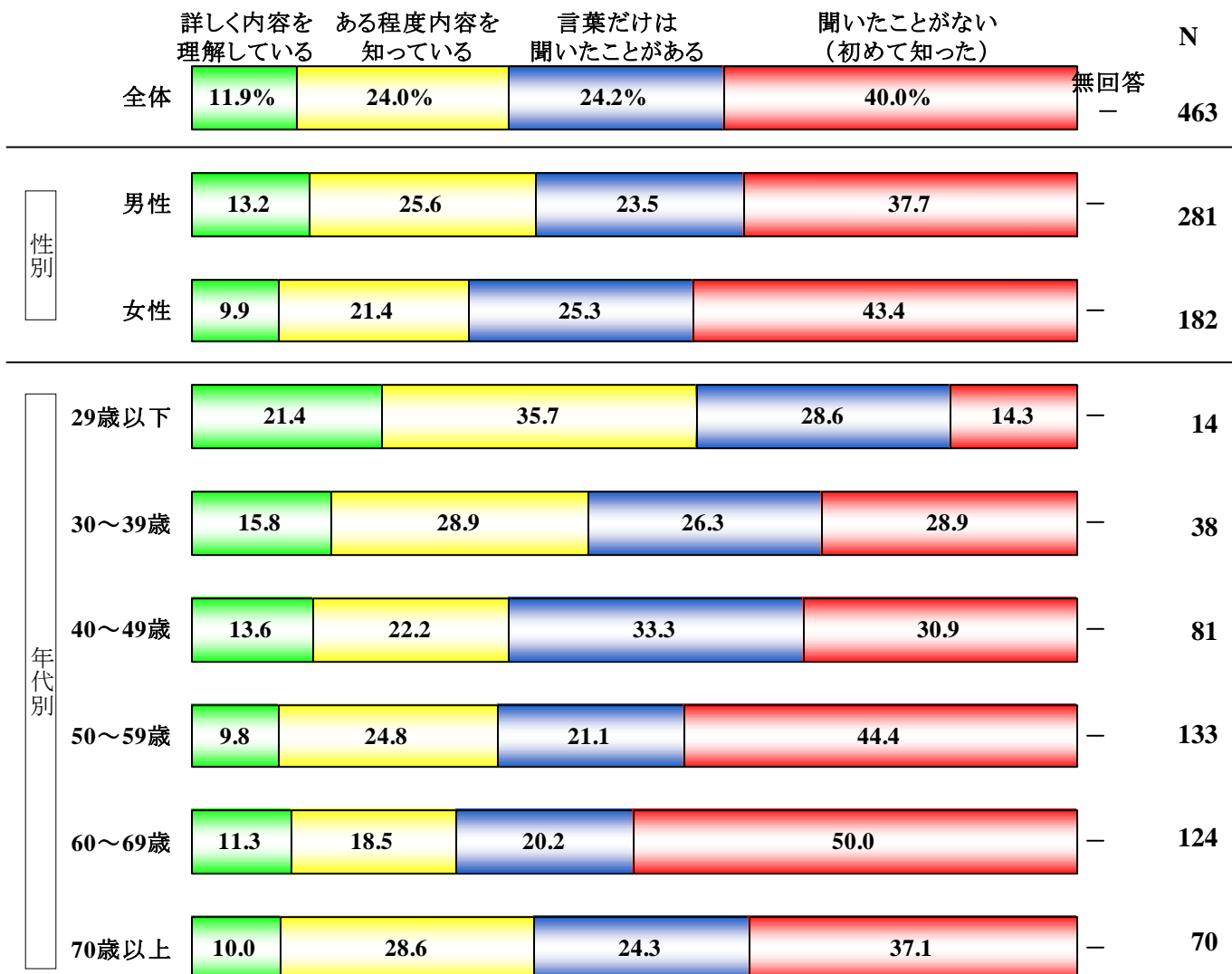
## (1) 「OTC医薬品」の認知度

—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」(11.9%)、および「ある程度内容を知っている」(24.0%)を合わせて、3割以上の人を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」(24.2%)は2割半ば、「聞いたことがない(初めて知った)」(40.0%)は4割である。

【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割前後にとどまっており、「聞いたことがない(初めて知った)」と答えた人が4割前後を占めて最も多くなっている。

【年代別】29歳以下から60代の年齢層では、年代が上がるにつれて、「詳しく内容を理解している」、または「ある程度内容を知っている」と答えた人の割合が減少していく傾向がみられる。

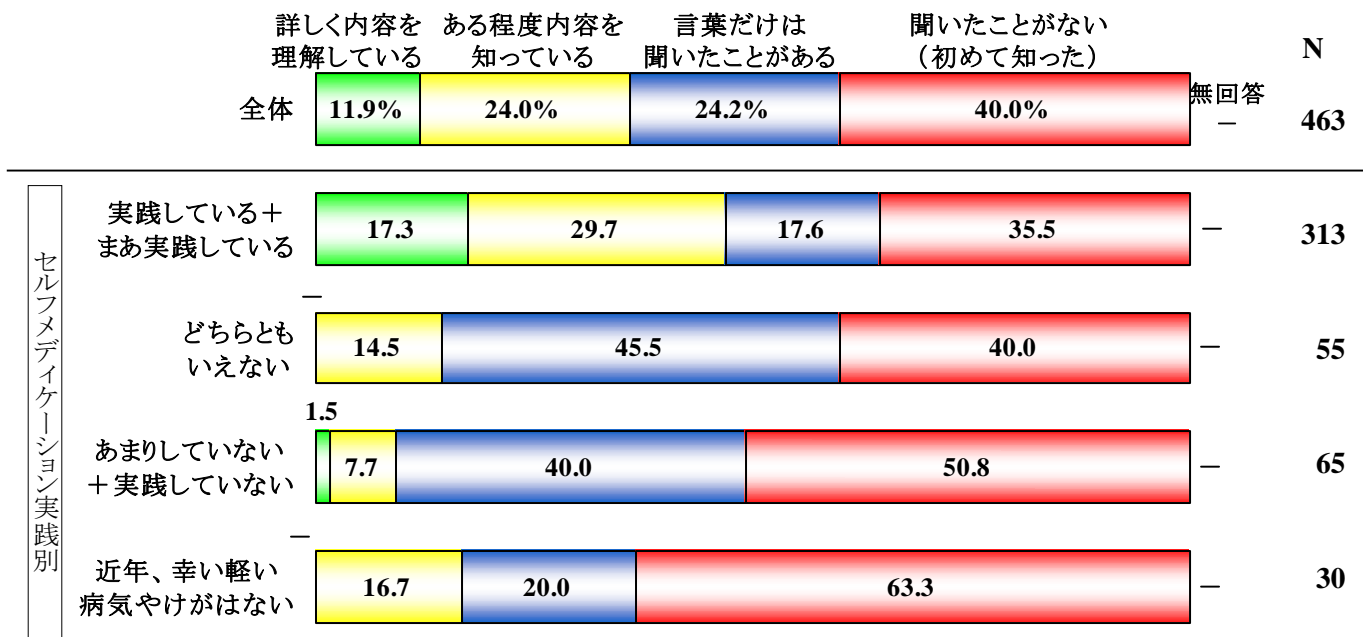




# (1) 「OTC医薬品」の認知度

－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17.3%、「ある程度内容を知っている」が29.7%である。







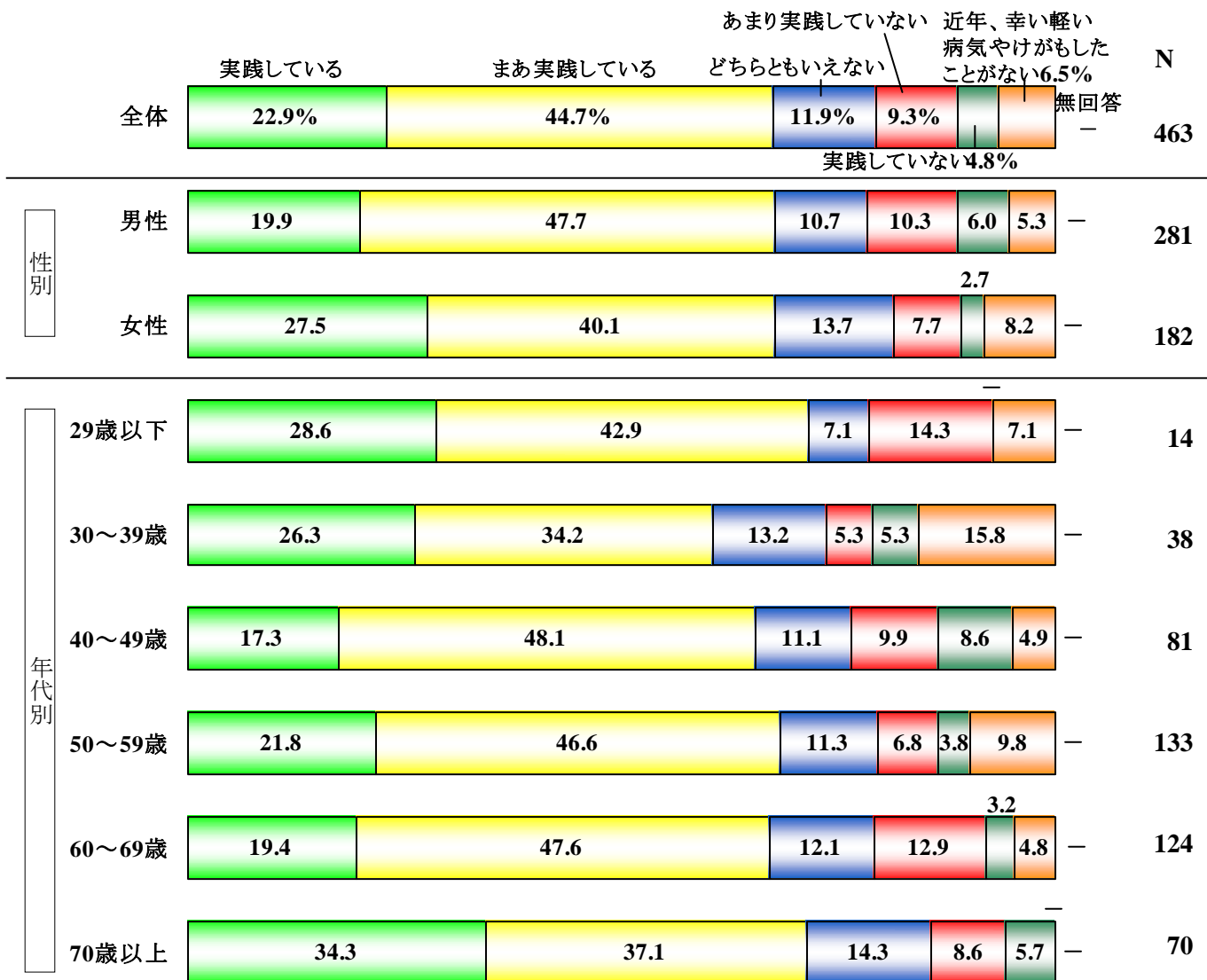
## (2) 「セルフメディケーション」実践状況

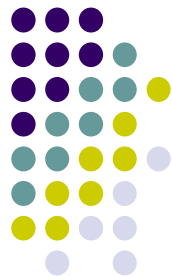
—全体、性別、年代別—

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22.9%、「まあ実践している」が44.7%で、これらを合わせると7割近くの人実践していると答えている。「どちらともいえない」が11.9%、「あまり実践していない」が9.3%、「実践していない」が4.8%、「近年、幸い軽い病気やけがもしたことがない」が6.5%である。

【性別】女性では、「実践している」(27.5%)と答えた人が男性に比べて多く、女性の方でセルフメディケーションの実践がよ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、40代、および60代では2割を下回っており、他の年代に比べてやや低い。



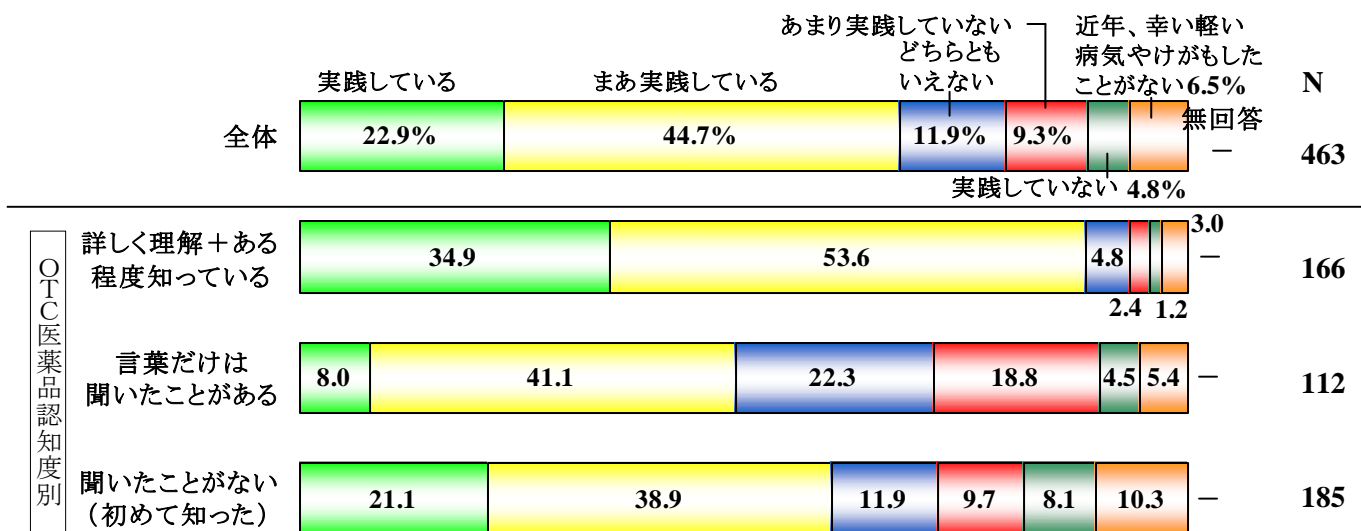


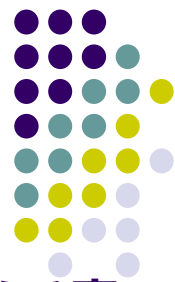
## (2) 「セルフメディケーション」実践状況

－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34.9%と3分の1以上である。『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、「実践している」と答えた人は3割を下回っているものの、「まあ実践している」は4割前後に上っており、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。





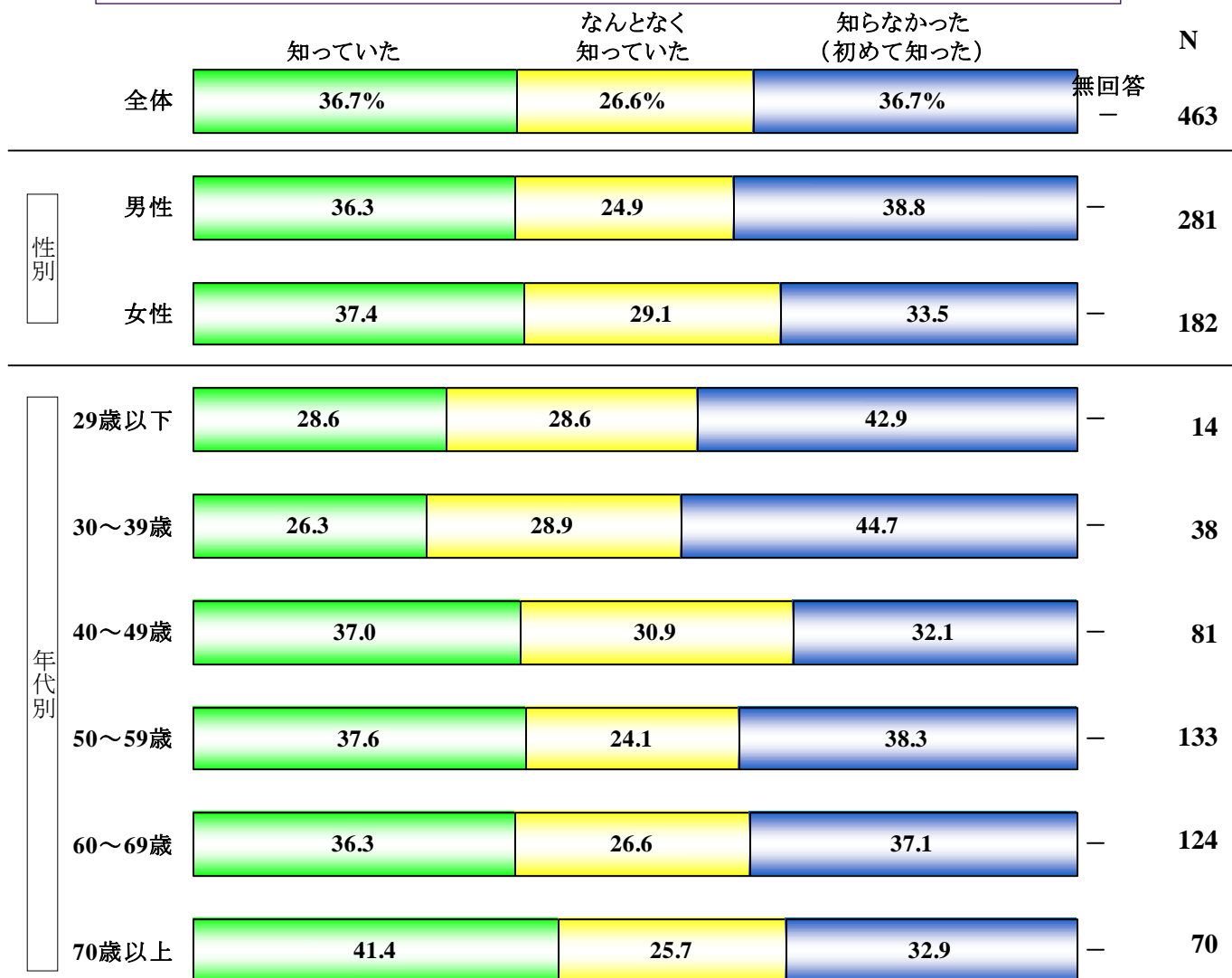
### (3) 「OTC医薬品」購入費は「医療費控除」対象になる事

—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36.7%、「なんとなく知っていた」が26.6%、「知らなかった(初めて知った)」が36.7%である。

【性別】「知っていた」と答えた人は男性、女性で同じ程度であり、男性では36.3%、女性では37.4%である。男性では、「知らなかった(初めて知った)」が38.8%で4割近くを占めており、女性の33.5%を上回っている。

【年代別】40代以上の年齢層では、「知っていた」と答えた人が、3割半ばから4割以上を占めており、この年代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。





### (3) 「OTC医薬品」購入費は「医療費控除」対象になる事

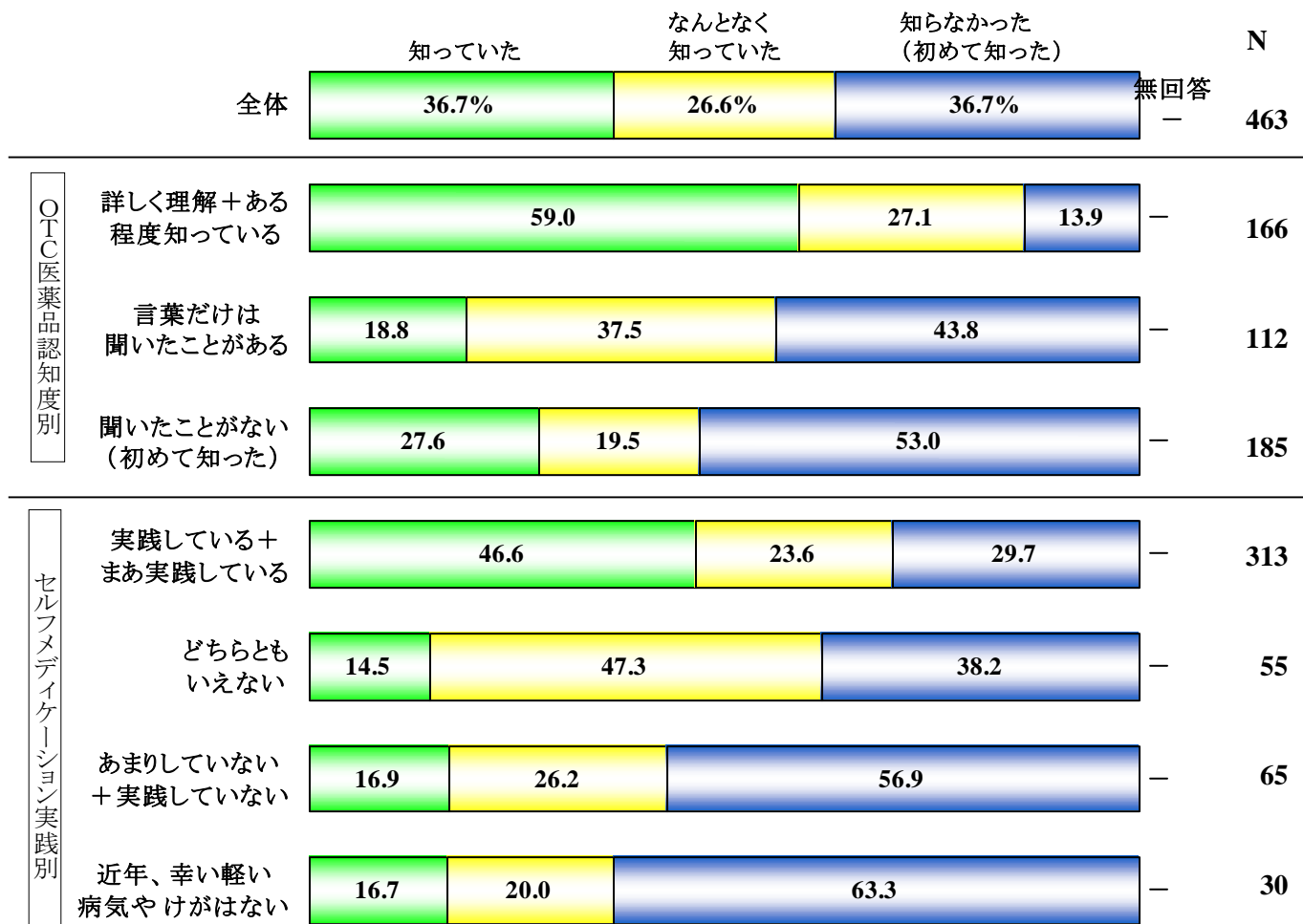
－全体、OTC医薬品認知度別、セルフメディケーション実践別－

#### 【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」（59.0%）が6割近くを占めている。

#### 【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46.6%で4割半ばである。





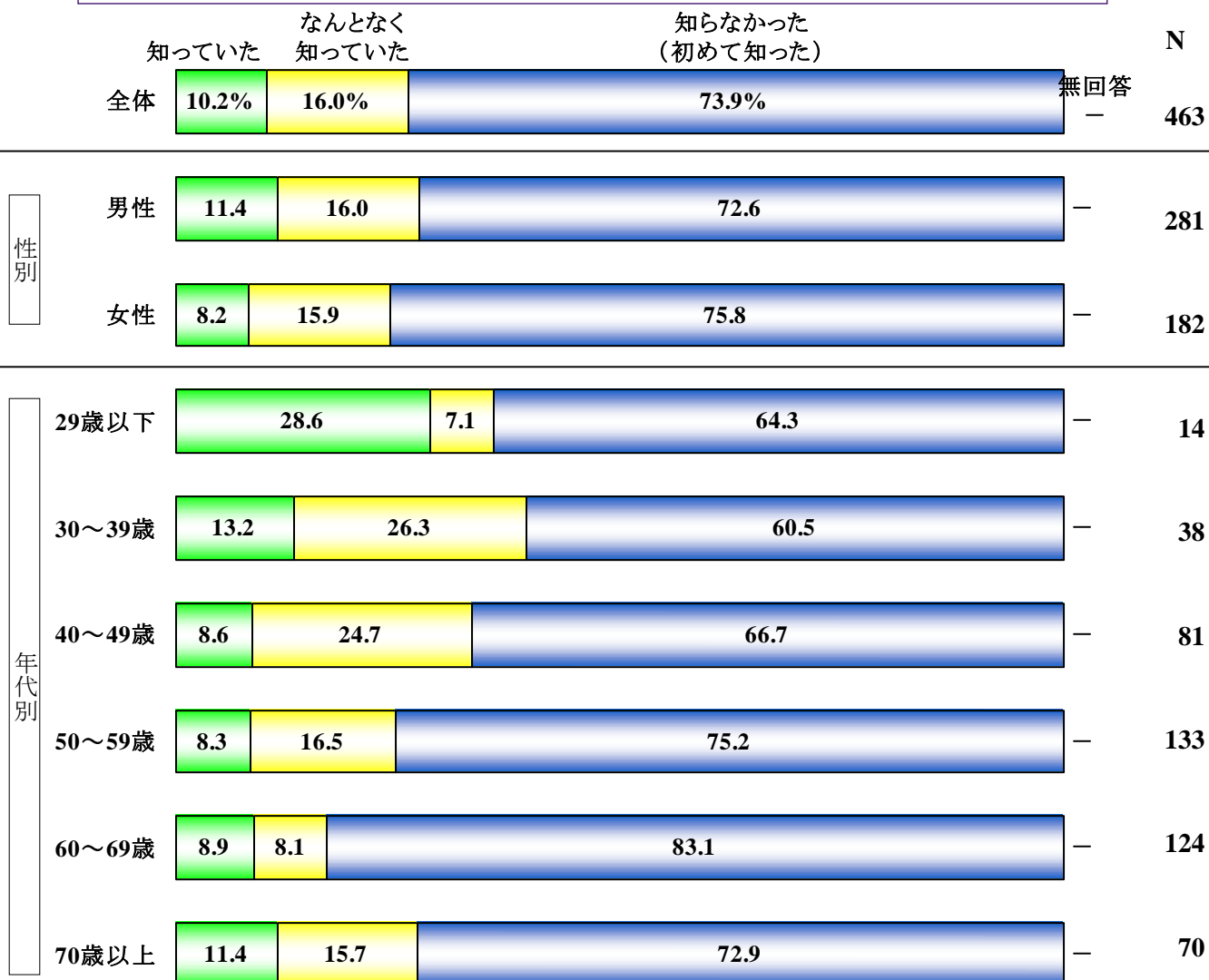
## (4) 特定成分含むOTC医薬品購入も「医療費控除」の認知

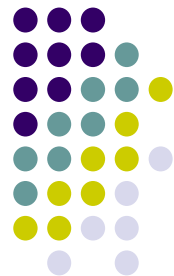
—全体、性別、年代別—

2017年1月から特定成分を含むOTC医薬品の購入のみでも「医療費控除」の対象になることについては、「知っていた」が10.2%、「なんとなく知っていた」が16.0%、「知らなかった(初めて知った)」が73.9%である。

【性別】男性、女性ともに、「知らなかった(初めて知った)」と答えた人が最も多く、男性では72.6%、女性では75.8%である。男性では、「知っていた」と答えた人が11.4%であり、女性の8.2%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歳以下では参考程度で28.6%、30代では13.2%となっており、若い年代で知っている人が多いと思われる。





## (4) 特定成分を含む「OTC医薬品」も「医療費控除」の認知

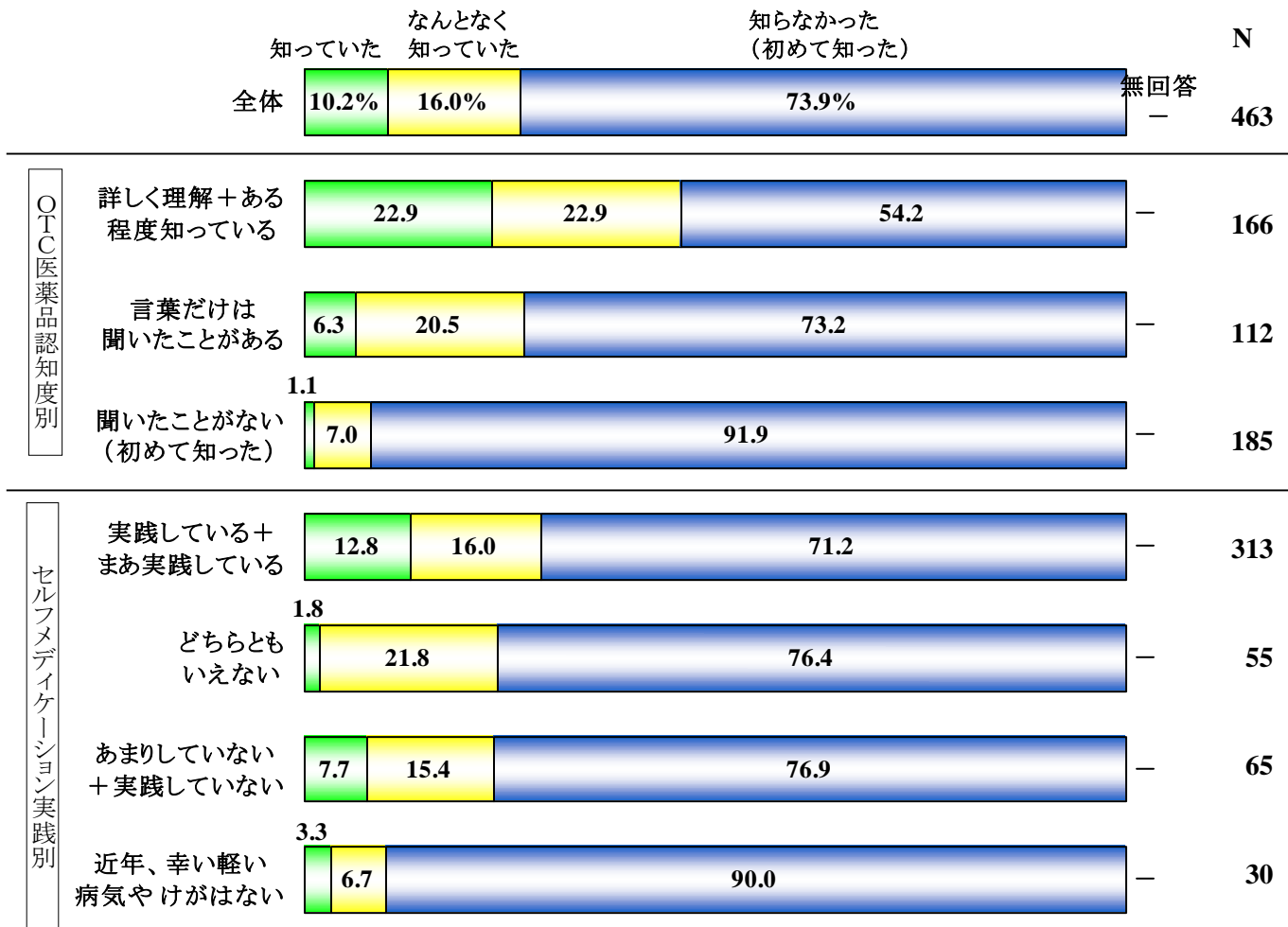
－全体、OTC医薬品認知度別、セルフメディケーション実践別－

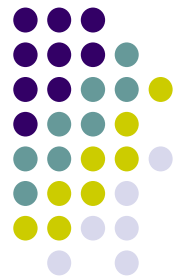
### 【OTC医薬品認知度別】

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」（22.9%）が2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、「知っていた」と答えた人が12.8%で1割を超えている。





## (5) 本広告特集についての感想や質問（自由記述）

本広告特集、「セルフメディケーション」「健康サポート薬局」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、500人中407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」(63人、21.0%)という内容の記述が最も多く、次いで、「内容に興味をもった、関心をもった、もっと知りたい」(38人、12.7%)といった内容があげられていた。

『個々の内容への感想』では、「セルフメディケーションがよくわかった・大切である」(36人、12.0%)、「健康サポート薬局」がよくわかった・大切である」(38人、12.7%)の2つに関する感想や意見が多くあげられていた。

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	63	21.0
内容に興味をもった、関心をもった、もっと知りたい	38	12.7
定期的に掲載してほしい・今後も期待する	17	5.7
読みやすい・わかりやすい	8	2.7
<b>セルフメディケーション・OTC医薬品について</b>		
セルフメディケーションがよくわかった・大切である	36	12.0
セルフメディケーションをもっとPRすべき	18	6.0
医療費等抑制・削減のためにもセルフメディケーションは大切である	15	5.0
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	21	7.0
OTC医薬品を使ってみようと思う	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	7	2.3
OTC医薬品を初めて知った	5	1.7
OTC医薬品をもっとPRすべき	4	1.3
セルフメディケーション・OTC医薬品利用の判断が難しい	10	3.3
OTC医薬品の名称がわかりにくい	6	2.0
OTC医薬品へのその他要望	10	3.3
<b>「健康サポート薬局」・薬局・病院について</b>		
「健康サポート薬局」がよくわかった・大切である	38	12.7
「健康サポート薬局」を初めて知った	4	1.3
かかりつけ薬局や薬剤師に聞くのが大切である	8	2.7
薬局で十分か不安がある（薬剤師不在・知識経験不足等）	15	5.0
薬局・ドラッグストアによる費用負担やサービスの差が疑問である	2	0.7
病院とOTC医薬品との使い分けが大切である	2	0.7
医者の診断が大事である、病院へ行く方がよい	5	1.7
<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	10	3.3
内容をもっと詳しく知りたかった	5	1.7
広告内容についての要望	2	0.7
その他	20	6.7