

市販薬のインターネット販売解禁がもたらす購入チャネルの変化について

井上 海岬(21311032mi@tama.ac.jp)

1. 背景

2009年に施行された薬事法改正では薬剤師とは別に、新たに登録販売者制度が登場した。この薬事法改正の背景には国民の健康意識の高まり、セルフメディケーションの意識も高くなり始めたことがある。それに伴い市販薬のリスクの程度に応じて登録販売者をはじめとする専門家が販売に関与し、適切な情報提供等がなされることが求められている。また最近では市販薬のインターネット販売について話題になっている。これは今までリスクの少ない医薬品のみインターネット販売を認めていたが、リスクの高い医薬品も認めようとする動きがある。

この一連の流れについてセルフメディケーションや、インターネット販売のメリット・デメリットに注目し、既存のドラッグストアチェーンやインターネット販売ではどのような購入チャネルの変化があるのか明らかにしていく。

2. 内容

医薬品は「医療用医薬品」と「一般用医薬品」に分類することができる。医療用医薬品とは医者などの診断に基づき、薬剤師が提供する処方箋の薬などを指す。一般用医薬品がいわゆる大衆薬（市販薬）であり、副作用などのリスクに応じてリスクの高い薬から「第1類」、「第2類」、「第3類」と区分されている。一般用医薬品の市場規模は2011年、約6000億円ⁱである。またリスク別では第2類が大半を占めており、第1類が5.1%、第3類が29.2%である。

現状、市販薬の購入チャネルはドラッグストアではすべての分類、コンビニや家電量販店では登録販売者が販売できる第2類と第3類、インターネットでは第3類を販売している。今回話題になっているインターネット販売解禁では、第1類と第2類がインターネットにおい

て販売可能になる。

電通総研によるとⁱⁱインターネット販売解禁には賛否の声があり、男性の40代や50代では70%を超える賛成がいた。男女では女性の賛成が少なく、60代女性では40%ほどである。しかし反対は全体で10%程度だった。インターネットの購入意向では77%が「あり」と答えている。また「今まで購入していない製品をインターネットで購入するか」という問いには、46%の人が「購入する」と答え、購入チャネルのシフトだけでなく市場規模拡大もあることが分かった。購入チャネルのシフトが多そうな商品はアンケートから「育毛剤」や「妊娠検査薬・排卵予知薬」、「外用消炎鎮痛剤」など人前では買いにくい商品の割合が高かった。他にも「薬用酒」や「ドリンク剤」などお店で買うと荷物になるものも高かった。今まで購入していない商品でも同様な結果となった。

メリット・デメリットの意見はデメリットに薬の飲み合わせの判断や副作用が起きた場合の対応など、インターネット販売ならではの回答に女性の割合が多かった。「インターネット販売に求められるサービス」でも同様に副作用情報が表示されることを女性が多く求めている。

3. 提案

デメリットで多く上がった副作用の情報提供を、インターネット上でも行える「購入シミュレーション」のようなページを作成することを提案する。これにより、女性の割合が高かった「薬の飲み合わせの判断」を安易にできるようになる。

ⁱ 2013年1月12日 日本経済新聞 朝刊2ページ

ⁱⁱ 電通総研「市販薬のインターネット販売に関する意識調査」より