

## 審査の結果の要旨

氏名 林 真希子

本論文は、市販薬及び健康食品の有効性及び安全性情報に対する消費者の意識及び行動を調査・分析することを通じて、それぞれの購入者における情報提供（情報提供者、情報チャネル、情報提供サイト及び情報特性）の利用実態を明らかにし、課題を検討したものである。すなわち、市販薬及び健康食品の購入者が利用している情報提供のうち、それらの購入と関連性を有するものを定量的に特定し、それが適正なインフォームド・チョイスを実施するうえで適切であるか否かを確認するとともに、市販薬と健康食品は消費者のセルフメディケーションにおいて連続的なものとして扱われることを背景に、一連の購買行動における情報提供の利用状況に関し、健康食品が市販薬と同程度の情報提供必要とされる場合を基準として、両者の相違を明らかにし、特に健康食品における情報提供の利用実態に潜在する課題について考察した研究業績である。

本論文は、市販薬又は健康食品の有効性及び安全性情報に対する消費者の意識及び行動に関するアンケート調査（健康食品（2010年実施）：分析対象者 1388名（回収率 81.6%）、市販薬（2012年実施）：分析対象者 1872名（回収率 93.6%）、いずれも日本チェーンドラッグストア協会主催 JAPAN ドラッグストアショーにおける対面選択記入式調査）結果に基づき、多重ロジスティック回帰分析法を用いて、第一に、消費者（購入者・非購入者ともに含む）を対象として、情報提供者（18種類）、情報チャネル（13種類）及び情報提供サイト（11種類）の利用と市販薬又は健康食品の購入の関連性、並びに、重視する情報特性（6種類：専門性、客観性、具体性、網羅性、個別性及び利便性）と市販薬又は健康食品の購入の関連性を評価している。そして、市販薬の購入は「薬剤師」が「店頭相談」により提供する「個別的」な情報が影響を及ぼし、健康食品の購入は複数の情報提供が影響を及ぼすことを示唆している。第二に、市販薬又は健康食品の購入者を対象として、利用率上位5位までの情報提供者に対する信頼と利用の関連性を評価している。そして、市販薬購入者における利用率上位5位までの情報提供者には、医療関係者（薬剤師及び医師）が含まれており、当該情報提供者に対する購入者の信頼率は利用率を上回るとともに、これらに関連性が認められた一方で、健康食品購入者における利用率上位5位までの情報提供者には医療関係者は含まれず、購入者におけるこれらの情報提供者に対する信頼率は利用率を下回り、さらに、信頼と利用に関連性が認められない情報提供者が含まれているとの相違を明示している。第三に、市販薬又は健康食品の購入者を対象として、重視する情報特性と利用率上位5位までの情報提供者又は情報チャネルの利用の関連性を評価している。そして、情報提供者に関しては、市販薬購入者は、各情報を万遍なく、客観的な情報を除く情報は複数の情報提供者より得ており、さらに、個別的な情報を薬剤師及び医師といった医療関係者から得ていた一方で、健康食品購入者は、客観的な情報及び網羅的な情報は利用率上位5位までの情報提供者から得ておらず、さらに、複数の情報提供者より得ていた情報は具体的な情報と利便性の高い情報のみであり、個別的な情報は、医療関係者からは得ていないことを示唆している。また、情報チャネルに関しては、市販薬購入者は、個別的な情報を店頭相談及び医療機関といった医療関係者と対面相談が可能な情報チャネルから得ていた一方で、健康食品購入者は、そのような情報チャネルからは個別的な情報を得ていない実態を明らかにしている。

以上を踏まえて、本論文では、現状、健康食品購入者は、市販薬購入者と比較して、適切なインフォームド・チョイスに資する情報提供を利用できる状況にはないと結論した。そして、健康食品の購入の意思決定は、対面で情報提供を行う健康食品の専門家が関与していない、必ずしも信頼していない情報提供者が関与している、個別的な情報ではなく、一般的な情報又は内容よりも入手しやすさが優先された情報に基づき行われていることを、適切なインフォームド・チョイスを阻害するおそれのある因子として抽出している。さらに、市販薬購入者との比較により、一連の購買行動において健康食品購入者が利用する情報提供の特徴として、必ずしも信頼していない情報提供者を利用している、得ている情報が希薄である、医療関係者から情報を得ていない、特に、個別的な情報を医療関係者との対面相談により得ていないという状況を抽出し、健康食品に対して市販薬と同程度の情報提供が必要とされる場合、例えば、消費者がそれを望む場合及び消費者がハイリスク・グループ（肥満、生活習慣病及びその予備軍、並びに、アレルギー

体質の者)である場合には、これらの解消が優先されると結論している。

本研究の新規性・独自性は、第一に、消費者における市販薬及び健康食品に関する情報提供の利用状況をそれらの購入と関連づけて定量的に分析し、市販薬購入者及び健康食品購入者が利用している数多くの情報提供のうち、特定のものが購入と関連性を有することを示すと同時に、購入者における利用率・重視率が高い情報提供が、必ずしも購入と関連性を有するわけではないことを明らかにした点にある。それにより、消費者における市販薬及び健康食品購入の意思決定時の情報提供の利用実態が、適正なインフォームド・チョイスを実施するうえで適切であるか否か、適切でない場合は、どのような阻害因子があるかの検討が可能となった。また、購入との関連性が示された情報提供に対する措置は、消費者の購買行動に変容をもたらすことが期待される。但し、本研究は、情報提供の利用と購入について因果関係までは証明しておらず、今後、情報提供がインフォームド・チョイスに及ぼす影響等を検討していく中で、当該事項の更なる追求が望まれる。第二に、市販薬及び健康食品に関する情報を、消費者が要求する主な情報である有効性及び安全性情報に限定し、消費者が重視する情報を、その内容ではなく特性(専門性、客観性、具体性、網羅性、個別性及び利便性)から調査した点にある。これにより、消費者における有効性及び安全性情報の入手状況がより詳細に明らかになり、「健康食品の購入の意思決定は、個別的な情報ではなく、一般的な情報又は内容よりも入手しやすさが優先された情報に基づき行われている」、「健康食品購入者は、個別的な情報を医療関係者との対面相談により得ていない」等の新たな課題が抽出された。当該課題への対処は、消費者の情報に対するアンメット・ニーズ又は潜在ニーズの充足の一助となることが期待される。なお、本研究は、様々な用途、作用を有し、消費者によって定義が必ずしも一致しない「健康食品」をひとまとめにしてアンケート調査を行い、その情報提供の現状と課題を検討したが、総論として一定の示唆を与えた点は大いに評価できるものの、今後、健康食品の情報提供に関し、具体的な解決策を検討する過程においては、さらに健康食品を使用目的等に応じて細分化して分析するなどの展開が望まれる。

近年、セルフメディケーションの推進を目的とした健康産業の育成が医療政策のテーマとして掲げられ、それを達成する手段として、市販薬及び健康食品の利用促進が提示されている。本論文で得られた知見は、適正なインフォームド・チョイスのために、消費者が適切な情報提供を利用できる環境の実現、ひいてはセルフメディケーションの推進に貢献し得る。

以上のような次第で、本論文は、本研究科において博士(薬学)の学位を授与するにふさわしい業績だと評価される。