

報道関係者各位

平成21年5月29日  
株式会社 クロス・マーケティング  
(東証マザーズ3629)

## ー「一般用医薬品(大衆薬)」に関する調査ー

改正薬事法施行後の一般医薬品の購入意向に大きな変化はなく、「ドラッグストアチェーン」が8割超で最も高い。「スーパーマーケット」「コンビニエンスストア」は1～2割にとどまる。

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国20～69歳の男女を対象に、「一般用医薬品(大衆薬)」に関する調査を実施いたしました。

### ■調査背景・目的

2009年6月1日より施行される「改正薬事法」により、一般用医薬品(大衆薬)を取り巻く環境は大きく変化しようとしています。本調査は、消費者の一般用医薬品(大衆薬)に関する意識や購買実態、今後の購買意向を明らかにすることを目的に実施いたしました。

### ■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)  
調査対象 : 全国20～69歳の男女  
調査期間 : 09年5月15日(金)～09年5月19日(火)  
有効回答数 : 1,200サンプル(人口構成比に基づいて割付)

### ■調査結果トピックス

- 「改正薬事法」の認知率は8割を超える。理解率は6割にせまるが、三大都市圏と地方都市で7ポイント程度の差異。
- 一般医薬品購入時の重視ポイントは「効果の確実性」が最多。女性は「飲みやすさ／使いやすさ」を重視する傾向にある。
- 消費者は「ブランド」よりも「低価格」、「新成分」よりも「使い慣れている医薬品」、「有名ブランド」よりも「店員のすすめ」を重視する傾向にある。

◆調査結果の続きはこちらから⇒<https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

### 株式会社クロス・マーケティングについて

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

### ■本件に関するお問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング 広報担当: 鷺野(わしの)  
Tel: 03-3549-0222 Fax: 03-3549-0221 Mail: [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

<< 引用・転載時のクレジット表記のお願い >>

本リリースの引用・転載時には、必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

(例) 「クロス・マーケティング調べ」「マーケティングリサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」