

Title	一般用医薬品の需要決定要因の分析
Sub Title	
Author	秋葉直人(Akiba, Naohito) 古川公成
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1987
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1987年度経営学 第521号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001987-0521">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001987-0521</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名 秋葉直人 主査 古川公成  
(エーザイ株式会社) 副査 滝沢茂  
所属ゼミナール 古川公成研 田中滋

## 一般用医薬品の需要決定要因の分析

本研究は、一般用医薬品に対する消費者の認識と態度及び服用医薬品についての購買行動を調査し、これに製薬企業の抱えている一般用医薬品に対する認識を併せて、これに基づいて一般用医薬品の需要決定要因を考察するものである。

調査研究の対象とした一般用医薬品は、風邪薬、胃腸薬、ビタミン剤、ドリンク剤の4つの製品群である。これらを選定した理由は、一般用医薬品市場でこの4製品群が約70%の構成比であること、そしてこの4製品群がそれぞれ、疾病の治療、健康の維持、健康の増進、疾病の予防という異質な性格を代表する製品群であるからである。

消費者の認識と購買行動は調査の対象となった440人のものである。消費者に対するアンケート調査の結果、次の3点が明らかになった。

- (1) 消費者による一般用医薬品の購買行動には6つのパターンがある。
- (2) 購買行動の違いは一般用医薬品に対する認識の差から生じている。
- (3) 製品の特性が異なれば同じユーザーであっても異なった購買行動をとる。

一方、製薬企業大手11社への面接調査によって企業側は一般用医薬品をどう認識しているのか、消費者をどう理解しているのかについて情報を収集した。その結果、11社の中で大半の企業が、製品に対する認識、広告に対する認識で、消費者の認識と大きく異なっていることが分かった。企業間の業績格差などを勘案すると、一般用医薬品の需要は次の3点、(1)薬に対する依存意識の強弱、(2)一般用医薬品に対する信頼感の強弱、(3)健康に対する関心の高低、から決まっていると考えられる。