

報道関係各位

ニュースリリース

2020年11月19日

株式会社インテージヘルスケア

10～70 歳代の男女 2,849 人に調査
その「カタカナ名」のお薬、漢方薬かも？
6 年間で 27% 増の漢方薬市場、消費者の意識が明らかに

株式会社インテージヘルスケア（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：仁司与志矢）は、京浜・京阪神の 16～79 歳の男女 2,849 人を対象に、「健康」に関する意識と実態の把握を目的とした自主企画調査「生活健康基礎調査 2020（第 30 回）」を実施しました。今回はその中から市販の「漢方薬」に対する意識と実態について分析しました。

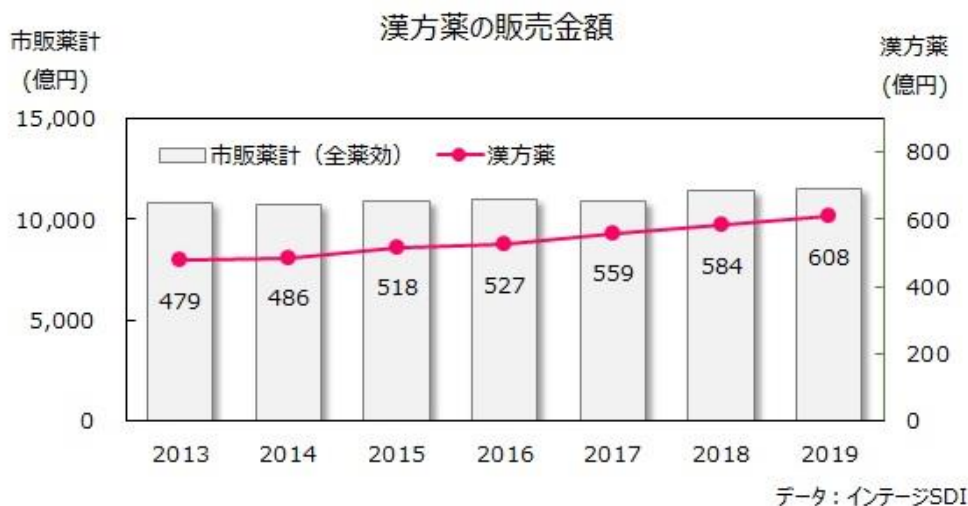
◆分析結果のポイント

- 2013 年以降、漢方薬市場は伸張している
- 商品名がカタカナの漢方成分の商品について、「主成分が漢方薬だと思う」という割合は 1 割に満たない
- 提示した商品を認知している人のうち、「主成分が漢方薬だと思う」人は、そうでない人に比べて、使用意向が最大で約 25 ポイント高い

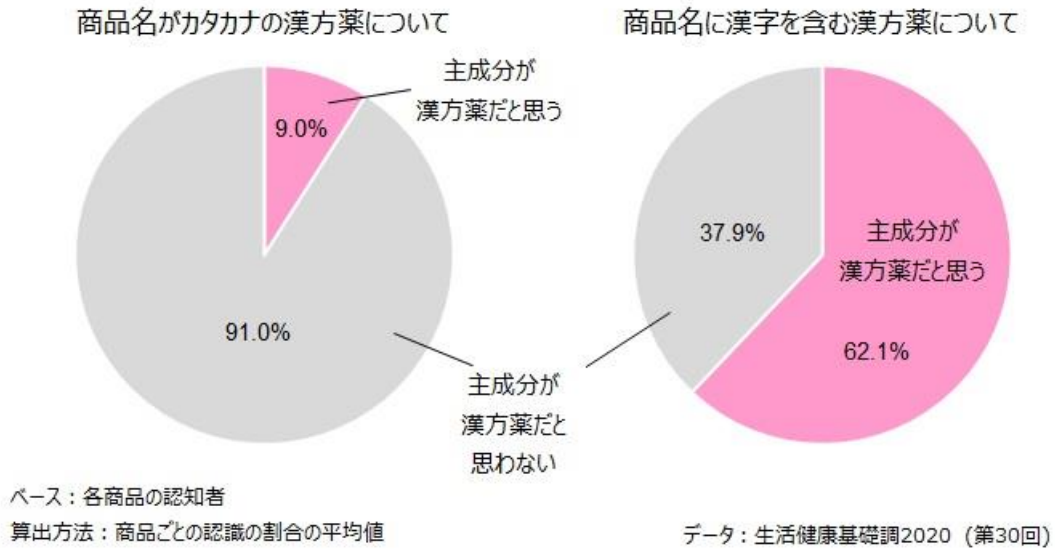
◆調査結果の詳細

市販の漢方薬市場は好調

市販の漢方薬市場は 2013 年以降、伸張しています。2013 年の販売金額が 479 億円であるのに対し、2019 年は 608 億円と、6 年間で約 27% 増加しています。また店頭での売上シェア上位の成分は、葛根湯や防風通聖散などとなっています。

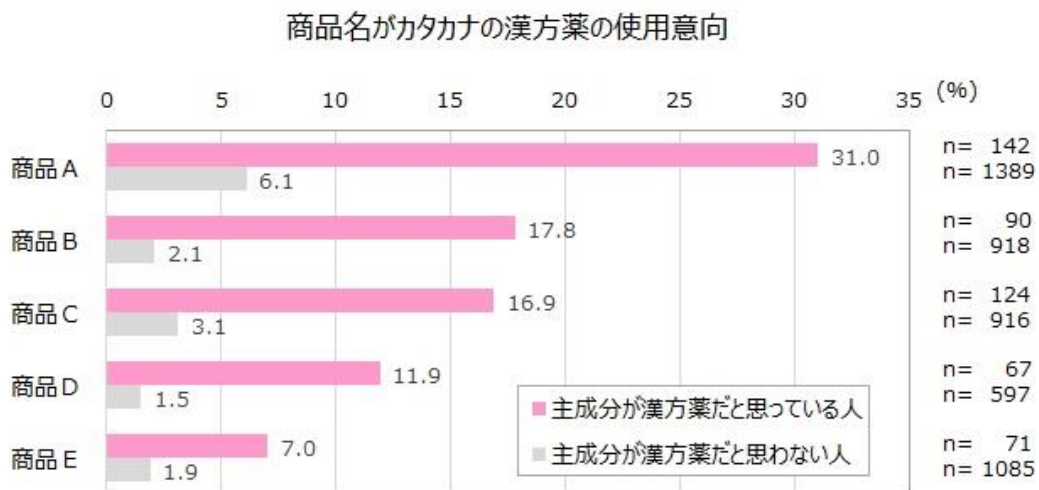


商品名がカタカナの漢方薬は、主成分が漢方薬と認識されている割合が低い



複数の具体的な商品それぞれについて「主成分が漢方薬であると思う」と回答した人の割合は、商品名に漢字を含む漢方薬を認知している人で62%（3商品の平均値）でした。一方、商品名がカタカナの漢方薬を認知している人では9%（9商品の平均値）となっており、商品名に漢字を含む商品と比べると53ポイント低い結果となりました。

商品の主成分が漢方薬と認識している人は、その商品の使用意向が高い



カタカナ名の商品について、それぞれの使用意向を、主成分が漢方薬であることの認識の有無で比較したところ、「主成分が漢方薬であると思う」と回答した人は、そうでない人に比べて使用意向がいずれの商品でも高く、最大で約25ポイントの差がありました。

◆考察

2013 年以降、漢方薬市場は好調を維持しています。生活健康基礎調査で聴取している消費者の考えや行動のうち、「生薬や漢方など、天然成分由来のものを好む」という意識が高まっている世代があることも、要因のひとつとして考えられます。

しかしながら、今回の調査で、一般用医薬品として販売されている漢方成分の商品の中には、主成分が漢方薬であることへの認識が低いものがあることが分かりました。特に、近年増えている商品名がカタカナの漢方薬の商品において、この傾向が強いことから、これらの商品は「漢方薬であること」とは別のポイントで消費者に評価されている可能性があります。

商品名がカタカナの漢方薬は、商品名が効能・効果に沿ったネーミングであったり、適応症状を全面に出したパッケージであったりするなど、「漢方薬であること」より「どんな症状に効果があるか」を訴求した商品が多いようです。それによって、消費者はどの商品が自分の症状に適しているか判断しやすくなり、結果として購買行動につながるのではないのでしょうか。

そのほかに、商品の主成分を漢方薬と認識している人の方が、その商品に対する使用意向が高いことも明らかになりました。

これらの結果から、現在、漢方薬であること以外の点で評価されている商品が今後、漢方薬として認知されていくことで、使用意向の喚起にもつながっていくのではないのでしょうか。

コンシューマーヘルスケア・ソリューション部
 棚倉 佑典

◆生活健康基礎調査について

「生活健康基礎調査」は、生活者の健康状態・健康意識、OTC 薬の使用実態を捉え、OTC 薬と生活者との関わりに関する経年データを整備することを目的としたもので、本年で 30 回目となります。なお、このリリースは本調査の中から、調査結果を抜粋して作成しています。

調査対象者	16～79 歳の男女個人 ※2018 年から対象年齢上限を 69 歳から 79 歳に拡大
調査地域	京浜・京阪神
調査方法	郵送調査
サンプル抽出	株式会社インテージが保有する郵送調査モニターを対象に、国勢調査による人口構成比に合わせて割当抽出
有効サンプル数	男女計 2,849 サンプル
調査実施期間	2020 年 4 月 10 日(金)～2020 年 5 月 1 日(金)
調査主体	株式会社インテージヘルスケア マーケティング・インサイト事業部 コンシューマーヘルスケア・ソリューション部

【株式会社インテージヘルスケア】 <https://www.intage-healthcare.co.jp/>

株式会社インテージヘルスケアは、ヘルスケア領域のマーケティングリサーチおよび医薬品開発・製造販売後調査・安全性業務支援をコアビジネスと位置付けています。インテージグループのヘルスケア領域を担う各社[※]と一体となり、ソリューションを提供。それにより、ヘルスケア領域のあらゆる課題に対して、「医療消費者」起点のデータの価値化による、最適な意思決定をサポートしていきます。

株式会社インテージヘルスケアは2019年4月、株式会社アスクレップと株式会社アンテリオが経営統合し、スタートしました。

※ 株式会社協和企画、株式会社医療情報総合研究所、株式会社プラメド、Plamed Korea Co., Ltd.

【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

経営企画本部 コーポレート支援グループ 広報担当 林（はやし）

TEL：03-5294-8393(代)

お問い合わせ：pr-ihc@intage.com

【本調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

マーケティング・インサイト事業部 コンシューマーヘルスケア・ソリューション部

担当：戸根（とね）／棚倉（たなくら）

TEL：03-5294-8393(代)

「お問合せフォーム」<https://www.intage-healthcare.co.jp/contact/service/>