

OTC 医薬品添付文書におけるピクトグラム表示の試み

朴京子*, 小山慎一*, 山下純,
望月真弓**, 日比野治雄*

医薬品情報学, 20(1), 20-28 (2018).

Evaluation of Pictograms in Package Insert of Over-the-Counter Drugs

Jingzi Piao, Shinichi Koyama, Jun Yamashita,
Mayumi Mochizuki, and Haruo Hibino

ABSTRACT Objective: In order to improve the comprehension of Over-The-Counter (OTC) drug package inserts, we developed corresponding precautionary pictograms before usage and implemented a comprehension test. In this study, pictograms were included in OTC-drug package inserts and we evaluated their influence on consumer attention and comprehension degree towards usage precautions. Methods: Three package insert versions (A, B, C) were designed regarding a stomach medicine that is currently in the market. A contained text only, B contained intelligible pictograms and text, and C contained unintelligible pictograms and text. Both an eye-tracking survey (attention) and questionnaire (comprehensibility) were conducted among university students. In the eye tracking survey, research objects evaluated a randomly selected package insert, following which they were separated into three groups (A, B, C) and compared. Results: The eye-tracking survey revealed that group B's dwell time was longer than group A in the [Lactating women] and [Consultation matter before use] sections. The comprehension test indicated that group B scored higher than group A in terms of [Symptoms that require consultation before use] accuracy. Conclusion: The eye-tracking survey results indicate that group B's pictograms can help consumers better understand information in OTC-drug package inserts, directing consumers' attention to information that might easily be overlooked. The comprehension test results confirm that group B's pictograms positively enhance comprehension degree.

抄録 目的：一般用医薬品（OTC薬）添付文書の理解度向上のため、有害事象の使用前予防を目指し、注意事項に対応するピクトグラムを開発して理解度テストを実施した。この研究では、OTC薬添付文書にピクトグラムを配置した際に、使用上の注意に対する利用者の注意と理解度へのピクトグラムの影響を評価した。方法：現在市販されている胃薬において、3つの添付文書（A、B、C）を作成した。Aは文字情報のみを含み、Bはわかりやすいピクトグラムと文字情報を含み、Cはわかりにくいピクトグラムと文字情報を含んでいる。大学生を対象に、視線解析（注目度）と質問紙調査（理解度）の両方を実施した。視線解析では、研究対象者はランダムに選択された3グループ（A、B、C）に分けられ、添付文書の1つを評価させ、その内容を比較した。結果：視線解析では、[授乳婦]の個所と[使用前の相談すること]の個所で、グループBの

滞在時間がグループ A より長いことが明らかとなった。理解度テストでは、グループ A よりもグループ B のスコアが [使用前に相談が必要な症状] が正確に伝わったかにおいて、高いことが示された。結論：視線解析の結果より、グループ B のピクトグラムの方が、利用者は OTC 薬添付文書の情報をよりよく理解し、見過ごされやすい情報に利用者の注意を向けることができることを示した。理解度テストの結果は、グループ B のピクトグラムが積極的に理解度を高めることを確認した。

*千葉大学大学院工学研究科デザイン心理学研究室

Design Psychology Unit, Graduate School of Engineering, Chiba University

**慶應義塾大学薬学部医薬品情報学講座

Division for Evaluation and Analysis of Drug Information, Keio University Faculty of Pharmacy