

一般用医薬品の添付文書における患者の情報収集と選好に 対するピクトグラムの影響

朴 京子*、山下 純、望月眞弓**、日比野治雄*

日本感性工学会論文誌, 18(1), 55-64 (2019).

Effects of Pictograms on Patients' Information Acquisition and Preferences in Package Inserts of Over-the-counter Drugs.

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

ABSTRACT: The purpose of this study is to determine the influence of package inserts of over-the-counter incorporating pictograms on information acquisition and preference. In this study, elderly (mean age=73.0 years) consumers were read one of the 3 inserts (A: insert with pictograms, B: insert with greater spacing between paragraphs, C: insert with larger font size) and asked to perform two information acquisition tasks: (a) Information recalling test, and (b) Information searching test. Afterwards, participants were given all inserts and asked to rank them according to preference using Scheffe's method of paired comparison. Results of Information recalling test shows that the correctness of Group A was significantly higher than that of Group B and C. Information searching test revealed that Group A had an accurate positioning rate that was significantly higher than those of Group B and C. The results of Scheffe's method of paired comparison show that the presence of pictograms was found to contribute positively to preference.

抄録 研究目的は、一般用医薬品の添付文書にピクトグラムを組み込んだ際の情報収集と選好への影響を明らかにすることである。この研究では、高齢の消費者（平均年齢73.0歳）に、3つの説明文書（A：ピクトグラムが併記された文書、B：段落間のスペースが大きい文書、C：フォントサイズが大きい文書）のいずれか1つを読ませ、情報収集における課題：(a) 情報の想起テスト、および (b) 情報検索のテストの2つの課題を実行させた。シェッフエの一対比較法を行うために、その後、参加者に3つすべての文書が手渡され、選好により順位を決めるように求めた。情報の想起テストの結果、Bの文書を読んだグループ（グループB）およびCの文書を読んだグループ（グループC）よりもAの文書を読んだグループ（グループA）の情報の正解率が有意に高いことを示した。情報検索のテストでは、グループBおよびCよりもグループAで情報を正確に特定する速さが有意に高いことが明らかとなった。シェッフエの一対比較法から、ピクトグラムがある方が選好に積極的に作用することを示した。

* 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

** 慶応義塾大学薬学部病院薬学講座

Division of Hospital Pharmacy Science, Keio University Faculty of Pharmacy