

# JACDS

JAPAN ASSOCIATION OF CHAIN DRUG STORES

日本チェーンドラッグストア協会 会報誌

APRIL 2017 **164**

## 第17回JAPANドラッグストアショー開催報告

## 二重申請解消に関する状況報告について

## 日本のドラッグストア実態調査

## 協会活動

- ・偽造薬問題の再発防止に向けた活動
- ・3月度月次活動報告
- ・議事録

## 協会からのお知らせ

登録販売者試験受験対策支援  
万引防止キャンペーン 開催期間変更のお知らせ  
健康サポート薬局研修案内  
介護情報提供員募集について  
薬剤師資質向上研修ネットセミナー・集合研修 募集のご案内  
各種アドバイザー養成講座募集案内  
ダブルライセンス認定制度実施  
日本ヘルスケア協会ご案内  
薬剤師賠償責任保険  
「そらぶちキッズキャンプを創る会」支援募金

## 行政・団体からのお知らせ

厚生労働省、経済産業省、農林水産省、消費者庁、新潟県

# 日本チェーンドラッグストア協会

## 協会活動の5原則

この5つの原則は、日本チェーンドラッグストア協会設立にあたり、発起された方々によって確認されたものです。協会活動は、永くこの原則にのっとり、社会・業界の発展に貢献するものとします。

### 1. 民主的な組織と運営を貫くこと

この協会の組織や運営には、協会の目的達成以外の論理や秩序を持ち込むことなく、さらには会員の派閥や覇権争いの場と化すことなく、各会員の意見集約とその具現化の場として民主的な運営に努めること。

### 2. 論議の場であること

この協会は、様々な案件や建議について多くの人々や関係者、有識者の意見を交換する議論の場であること。

### 3. 会員は協会の目的達成のために力を合わせる事

協会の民主的な手続によって決定された事柄に関して、会員はその実施に当たり絶大な協力を行なうこと。

### 4. 正義を貫くこと

この協会の運営に係わる事柄は、得か損かで判断・意思決定するのではなく、社会的に正しいか否かで判断すべきである。この協会は常に正義を貫くこと。

### 5. 志高き人々の集団たれ

この協会は、より良い社会、より良い業界、より良い企業づくりに貢献したいと願う、志高き人々の集団であれ。

第17回JAPANドラッグストアショーは、プレビュー開催も含めた4日間で、約13万人の来場者をもって大盛況で終了しました。関口周吉実行委員長(龍生堂本店社長)をはじめ青年部会の委員の皆様、常任理事の皆様、そして出展社、関係者の皆様等々、本当にお疲れさまでした。海外来場者も例年通り多く、友好関係を結んでいますアジアの団体も数多く来場されました。

テーマブースでは「街の健康ハブステーション構想」をメインテーマに、ドラッグストア業態進化を説明しました。多くの方が足を止め、展示内容を写真に収めていました。ドラッグストア業界の最新情報やJACDS活動内容なども前回より大きなスペースで紹介しました。また、いずれドラッグストアの大きな柱の 카테고리になるであろう機能性表示食品やスマイルケア食の小ブースゾーンを近接状態で設置し、スマイルケア食は試食も行いました。また、あまり店頭で見かけない商品も多く並んでおり、最新情報発信基地ともなりました。そして、転倒防止「10分間ながら筋トレ体操」を共同開発し、発表したのも大きな反響を集めました。

若い発想と今後のドラッグストア再成長を核としたJAPANドラッグストアショー。これからもドラッグストア業界を牽引するイベントとして、発展していくと思います。

**CONTENTS**

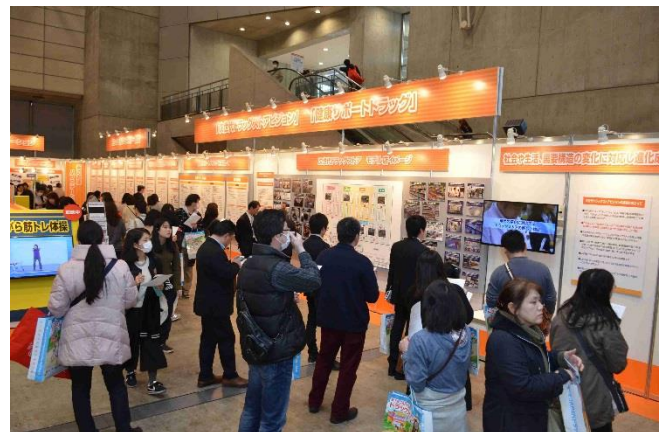
- 第17回JAPANドラッグストアショー開催報告
  - ・第17回JAPANドラッグストアショー速報
  - ・第12回セルフメディケーションアワード表彰&発表
  - ・第5回健康セルメ川柳受賞作品発表
  - ・コンプライアンス委員会セミナー開催報告
  - ・標準EDI推進特別セミナー開催報告
  - ・勤務薬剤師会セミナー開催報告
  - ・こどもやくざいし体験コーナー開催報告
  - ・実践セミナー開催報告
  - ・日本薬業専門学校連絡協議会 開催報告
  - ・健康サポート薬局 届出のポイントセミナー
  - ・健康サポート薬局研修 開催報告
  - ・アジア各国から訪日団
- 薬局、店舗販売業許可の二重申請解消に関する状況報告について
- 日本のドラッグストア実態調査
- 協会活動
  - ・偽造薬問題の再発防止に向けた活動  
「薬局間における医療用医薬品の譲受・譲渡に関するガイドライン」を作成
  - ・3月度月次活動報告
  - ・議事録
- 協会からのお知らせ
  - 登録販売者試験受験対策支援
  - 万引防止キャンペーン 開催期間変更のお知らせ
  - 「健康サポート薬局研修」ご案内
  - 介護情報提供員募集について
  - 薬剤師資質向上研修ネットセミナー・集合研修 募集のご案内
  - 各種アドバイザー募集案内
  - ダブルライセンス認定制度実施
  - 日本ヘルスケア協会 ご案内
  - 薬剤師賠償責任保険
  - 「そらぷちキッズキャンプを創る会」支援募金
- 行政・団体からのお知らせ
  - 厚生労働省、経済産業省、農林水産省、消費者庁、新潟県

## 第17回JAPANドラッグストアショー セルフメディケーションで、幸せいっぱいの街づくり！

「セルフメディケーションで、幸せいっぱいの街づくり！～ニッポンの元気を応援するドラッグストア～」というテーマのもと、第17回 JAPAN ドラッグストアショーが3月17日(金)、18日(土)、19日(日)の3日間、千葉幕張メッセにおいて開催されました。今回は 366 社 1,371 小間と過去最高の出展社、小間数となりました。また今年は天候にも恵まれ、128,637 名もの方々が来場され、大盛会となりました。

	天候	来場者数
3月16日(木)	晴れ	1,188人
3月17日(金)	晴れ	42,732人
3月18日(土)	晴れ	42,673人
3月19日(日)	晴れ	42,044人
合計		128,637人

前回に引き続き、前日の16日(木)に業界関係者・マスコミ関係者を対象に、プレビュー開催が行われました。14時より18時まで、4ホールと5ホールの一部においてテーマブース2017をはじめ、143社の出店ブースを開放し、約 1,200 人の来場がありました。



### 感謝の言葉

第 17 回JAPANドラッグストアショーは 366 社、1371 小間のご出展を賜り、3日間で 128,637 名と 13 万人近い方々のご来場をいただきました。これもひとえに、ご出展くださいました皆様をはじめ、会員の方々のご支援の賜物と心より御礼申し上げます。

今回のドラッグストアショーでの新しい試みとしまして、協会のテーマブースの近くにスマイルケア食と機能性表示食品を展示する特別企画ゾーンを設けました。スマイルケア食の試食をしたり担当者に質問をする姿が多くみられ、関心の高さがうかがわれました。また、高齢者の転倒防止のための10分間“ながら筋トレ体操”も随所で紹介され、来場者も一緒に体操され楽しんでいただけたと思います。

今後も業界発展に役立てるショーにしたいと思っておりますので、皆様方のご更なるご支援をよろしくお願い申し上げます。



第 17 回 JAPAN ドラッグストアショー  
実行委員長

関口 周吉



テープカット



テーマブース

第17回JAPANドラッグストアショー 実行委員

役職名	氏名	役職	企業名
実行委員長	関口 周吉	代表取締役社長	(株)龍生堂本店
副実行委員長	富山 浩樹	代表取締役社長	(株)サッポロドラッグストアー
委員	佐久間 雄治	FC企画部長	(株)マツモトキヨシホールディングス
委員	小沼 健一	営業統括本部 執行役員 営業企画部長	ウエルシア薬局(株)
委員	皆川 友範	代表取締役社長	(株)アカカベ
委員	長基 健人	常務取締役社長室長	(株)コメヤ薬局
委員	杉浦 伸哉	常務取締役営業本部 本部長 兼 ウェルネス事業部 事業部長	(株)スギ薬局
委員	江黒 太郎	代表取締役社長	(株)クスリのマルエ
委員	青木 孝憲	専務執行役員 店舗運営本部長	(株)クスリのアオキ
顧問	根津 孝一	代表取締役会長	(株)ぱぱす
顧問	槌屋 茂康	顧問	ウエルシア薬局(株)
顧問	江黒 純一	取締役会長	(株)クスリのマルエ
顧問	浦上 晃之	代表取締役社長	ゴダイ(株)
顧問	皆川 友夫	代表取締役会長	(株)アカカベ
顧問	石田 岳彦	取締役副社長	ウエルシア薬局(株)
顧問	松本 清雄	代表取締役社長	(株)マツモトキヨシホールディングス
顧問	貴島 浩史	代表取締役社長	(株)ミック・ジャパン
特別顧問	宗像 守	事務総長	日本チェーンドラッグストア協会

## ■プレビュー開催

今回で3回目になりますが、前日の16日(木)には業界関係者・マスコミ関係者を対象にプレビュー開催を行いました。14時より18時まで、4ホールと5ホールの一部においてテーマブース2017をはじめ、143社の出展ブースを開放し、約1200人の来場がありました。各ブースでは、商品の説明や商談をする姿が見受けられました。



## ■レセプションパーティー

第17回ジャパンドラッグストアショーの開催初日の夕方6時より、国際会議場のコンベンションホールにおいて、レセプションパーティーが行われました。

関口実行委員長、青木会長の挨拶ののち、ヘルスケア議員懇話会会長 参議院議員 林芳正氏、ヘルスケア議員懇話会事務局長 衆議院議員秋元司氏、厚生労働省医政局経済課長 大西友弘氏からご挨拶いただきました。

その後、第12回 セルフメディケーションアワード受賞者の発表、第5回 健康(セルメ)川柳 コンクール 受賞作品発表、新商品コレクション 業界関係者の部の発表、ブースコンテスト表彰が行われました。



ヘルスケア議員懇話会 会長  
参議院議員 林芳正 氏



ヘルスケア議員懇話会 事務局長  
衆議院議員 秋元司 氏



厚生労働省 医政局  
経済課長 大西 友弘 氏

★ブースコンテスト

部門	受賞名	受賞社名	
総合の部	最優秀大賞	(株)コーセー/コーセーコスメポート(株)	ビューティケア
	大賞	シオノギヘルスケア	ヘルスケア
	準大賞	花王グループ	ビューティケア
	準大賞	第一三共ヘルスケア(株)	ヘルスケア
	準大賞	資生堂ジャパン(株)	ビューティケア
	優秀賞	Chunichi/TOSHO	ファーマシーソリューション
	優秀賞	クラシエホームプロダクツ販売(株)/クラシエ薬品(株)/クラシエフーズ(株)	ヘルスケア
	優秀賞	L-AND(株)	ビューティケア
	優秀賞	(株)龍角散	ヘルスケア
	優秀賞	オカモト(株)	ヘルスケア
	バイヤーズ賞	(株)ネイチャーラボ	ビューティケア
	バイヤーズ賞	(株)GypsophilA(ジブソフィラ)	ビューティケア
	バイヤーズ賞	佐藤製薬(株)	ヘルスケア
	バイヤーズ賞	(株)明治	ヘルスケア
	バイヤーズ賞	(株)井田両国堂	ビューティケア
特別賞の部	協会会長特別賞	(株)ジャパン ゲートウェイ	ビューティケア
	協会会長特別賞	武田薬品工業(株)	ヘルスケア
	協会会長特別賞	ロート製薬(株)	ヘルスケア
	実行委員長特別賞	ユニリーバ・ジャパン	ビューティケア
	実行委員長特別賞	共創未来グループ 東邦薬品(株)	ファーマシーソリューション
	実行委員長特別賞	(株)ライズアップ	ビューティケア
	審査委員会特別賞	アース製薬(株)	ホームケア
	審査委員会特別賞	田辺三菱製薬(株)	ヘルスケア
	審査委員会特別賞	(株)ウエルネスジャパン	ビューティケア
	バイヤーズ特別賞	(株)太田胃散	ヘルスケア
	バイヤーズ特別賞	コカ・コーライーストジャパン(株)	フーズ&ドリンク
	バイヤーズ特別賞	久光製薬(株)	ヘルスケア
	デザイン賞	ハッソー(株)	ヘルスケア
	デザイン賞	大幸薬品(株)	ヘルスケア
	デザイン賞	大木ヘルスケアホールディングス(株)	ヘルスケア

★新商品コレクション2017

	日本チェーンドラッグストア協会特別賞	第17回JAPANドラッグストアショー実行委員長賞	日本チェーンドラッグストア協会 会長賞
業界関係者投票部門	佐藤製薬(株) ナザールα AR0.1% (季節性アレルギー専用)	江崎グリコ(株) アーモンド効果(チョコレート)	コカ・コーライーストジャパン(株) コカ・コーラ プラス
一般来場者投票部門	大正製薬(株) リポビタンファインプレシヤス [販売名]リポビタンファインP	アース製薬(株) QunQum 服の上からサラテクト	エステー(株) お部屋の消臭力 Premium Aroma

## 第12回セルフメディケーションアワード開催報告 グランプリ ノミネート作品のご紹介と最終審査結果

3月17日(金)、第17回JAPANDラッグストアショーイベントステージにおいて、グランプリ候補作品と一般部門特別賞の発表、ならびに表彰式が行われました。会場には大勢の方が来場され、発表者のプレゼンに熱心に耳を傾ける姿が数多く見られました。

最終審査の結果は以下の通りです。※敬称略

★グランプリ	大掛 皆美(登録販売者)	(株)龍生堂本店
★準グランプリ(団体の部)	大倉 順一(薬剤師)	(株)ユタカファーマシー
※準グランプリ(個人の部)は該当者なし		
★会長賞	中野 由加里(薬剤師)	(株)ユタカファーマシー
★実行委員長賞	山崎 成美(登録販売者)	(株)カメガヤ
★審査委員長賞	大垣 秀雄(薬剤師)	(株)クスリのアオキ
★審査委員特別賞	日比 孝至(登録販売者)	(株)ユタカファーマシー
◆学生部門特別賞	小山 愛海	早稲田速記医療福祉専門学校

以上7作品は次ページ以降に紹介します。



熱心に発表に聞き入る多くの来場者



表彰後の記念撮影

### 優秀賞受賞作品

#### ■薬剤師の部

No. 11011 : 後藤 貢世	(株)龍生堂本店
No. 11034 : 吉見 隆之	(株)ユタカファーマシー
No. 11035 : 鷺見 朋子	(株)ユタカファーマシー

#### ■栄養士・管理栄養士の部

No. 13008 : 稲葉 綾子	(株)ぱぱす
No. 13038 : 戸田 裕美	(株)ユタカファーマシー

#### ■登録販売者の部

No. 12021 : 相原 恵	(株)丸大サクラキ薬局
No. 12087 : 藤岡 梢	(株)ユタカファーマシー

#### ■薬学生・薬業専門学校生の部

No. 21029 : 武田 歩美	ハーベスト医療福祉専門学校
-------------------	---------------

### 佳作受賞作品

#### ■薬剤師の部

No. 11021 : 佐久本 芳恵	(株)龍生堂本店
--------------------	----------

#### ■登録販売者の部

No. 12089 : 秦 剛二	(株)キリン堂
------------------	---------



## グランプリ [登録販売者]

『ドラッグストアならではの美容と健康のサポートを目指して』

(株) 龍生堂本店 大掛 皆美

### 作品概要

登録販売者の資格を活かし、美容と健康の専門家としての実践について発表されました。専門家として知識だけではなく、コミュニケーションの重要性を改めて認識された作品です。店頭でお客様との間に素晴らしい信頼関係築かれている様子が生き生きと発表され、審査員から非常に高く評価されました。



団塊の世代が75歳以上となる2025年以降は、超高齢化社会となり、国民の医療や介護の需要がさらに増加することが想定されている今、私たち医療関係者には何ができるのでしょうか。

私の働く龍生堂薬局は高齢者・外国人が23区内でも特に多い新宿区にある調剤併設型ドラッグストアです。一般的なドラッグストアより化粧品が特化しているお店で、日用品やお薬などの販売だけでなく、美容相談やお顔にエステの施術を行っています。お客様は、地域に住んでいる方が多く、皆さん「こんにちは」と笑顔で来店されます。そんなアットホームな雰囲気の中、お客様との日常会話を楽しみながらカウンセリング販売を行っています。



【店内 化粧品コーナー】



【お肌の診断中】

そんな私がこの職業に踏み込んだキッカケは接客業をやっている両親に「人を笑顔にできるのが接客業の魅力だよ」と言われたその言葉からでした。入社してからその言葉通り、お客様の笑顔を作ることに心がけてきました。そんな私が入社1年目の出来事です。

よく来店してくださる常連のお母さんはいつもメモに買うものを書いて「お姉ちゃん、これわかる？」とメモを渡してきます。どうやらお嬢さんに頼まれているようでした。わたしがメモを見て商品を準備すると「いつもありがとう」と帰っていきます。ある日、いつものお母さんとそのお嬢さんがご一緒に来店されました。ひきこもりがちのお嬢さんはすこし人と話すのが苦手とお母さんから聞いていました。そんなお嬢さんに「お姉さんみたいなメイクをしてみたい」と言

われ、肌状態をチェックし、カウンセリングをしてお嬢さんに合う化粧品を一緒に選びました。

「お姉さん親切にしてくれてありがとう。また会いにきたい。」と笑顔で帰っていきました。後日、いつものお母さんが来店され、「こないだはありがとう。毎日家にいて外にでなかったのに、あなたのおかげでおしゃれにも興味を持って龍生堂に行きたい。と言って外にできるようになったのよ。」と喜ばれました。

心があたたかくなり、接客業の奥深さを知った瞬間でした。今は便利な時代です。インターネットで検索すればすぐに情報を手に入れることが出来、また自宅から外出することなく買い物も出来ます。ただお店で購入する良さは、こうした人と人とのあたたかい繋がりを感じることができるところではないでしょうか。実際に、アメリカの薬局ウォルグリーンでは、自殺願望者の人が薬局の店員の接客・笑顔を見て「私も昔こうやって笑っていたな」と思いだし、家に帰って自分が笑っていた頃の写真を見返して、もうすこし頑張ろうと自殺を思いとどまった。という素敵な話があります。私たち販売者は、ただ商品を売ることが業務ではなく、カウンセリングにより商品にさらなる価値をつけてあげることも出来ます。また、人の心を動かすような接客も出来るのだと知りました。

さまざまなお客様が訪れる中で、聴覚が不自由なお客様もいらっしゃいます。「こちらのお薬は一緒に飲めないですよ」と、その説明も聞こえなければ伝えることができません。いつもは筆談でお話をするのですが、そのお客様と気軽に会話をしたくて少しずつ手話を覚える努力をしています。先日、「手話を少し覚えました」と紙に書き、“おはようございます”と手話をしてみたところ、驚いた表情で、とても喜んで頂けました。それからお店でお会いするたび、新しい手話を一つずつ教えて下さいます。

これから東京オリンピックもあり、外国人の方など言葉の通じないことも多々あると思います。どんなお客様でも相手の立場に立って、こうしたコミュニケーションを取れたらお客様の満足度は変わるのではないかと思います。

セルフメディケーションの第一歩である「自分の身体に興味を持つ」こと。こうした経験から、お化粧品からでもお手伝いが出来るのではないかと私は思いました。実際に今、「化粧療法」に注目が集まっています。化粧療法とは、化粧には「気分を明るくする」「気持ちを引き締める」「自信が持てる」など、新しい洋服を着た時のように、気持ちに変化を与える力があります。またファンデーションやアイシャドーなど使うアイテムが多く、配置やカラーを選びながら行うため、脳の活性化につながるとも言われており、その動作は食事の動作に比べ、筋肉の負荷が2倍から3倍にもなるとの報告もされています。この化粧のチカラでスキンシップをはかりながら、健康サポートだけでなく、キレイになることで毎日楽しく過ごして頂くこと。これも一種のセルフメディケーションに繋がるのではないかと私は思っています。

日本の平均寿命は世界1位です。しかし介護などを必要とせず、元気に過ごせる期間を指す健

健康寿命はまだまだ延ばす必要があると言われていています。平均寿命と健康寿命の間には男性で9年、女性で13年の差があります。この差が広がるほど医療費や介護費が増大になってしまいます。近年では運動習慣や、食生活、喫煙、近代社会のストレスなど生活習慣によって引き起こされる生活習慣病が増え続けています。毎日をいかに健康に生きるか問われるなかで、注目されているのが「セルフメディケーション」です。タニタ食堂や「機能性表示食品」制度のスタートにより健康食品はさらに手にとりやすくなり、世間では少しずつ健康意識が高まって来ています。超高齢化社会に向かっている中で、健康寿命を延ばすために、薬局・ドラッグストアはお客様の1番身近な医療施設として、気軽に相談できる環境を作り、「発病を予防する」セルフメディケーション推進のお手伝いをしていかなければならないと思います。また、薬以外の健康知識も身につけ、健康管理の呼びかけをしていくことで健康寿命の延伸に貢献できるのではないかと思います。

ドラッグストアだからこそできる“美容と健康のサポート”これは他のお店との差別化になり、当店の強みでもあると思います。「新しい口紅ほしい。」「最近疲れが抜けないな・・・。」「そうだ、あのお姉さんに相談してみようかな。」と美容でも健康でも日常のことで、あの人に相談しようと思われる信頼関係をお客様と築いていくことをこれからも目標にします。セルフメディケーション推進のためには、知識も必要になりますが、ひとりでも多くのお客様の笑顔を作れるように、まずは自分が笑顔でいることを心掛け、心地よい買い物ができるよう接客技術も磨いていくことも重要だと考えています。



【店内 商品展開写真】



【実際のお客様と】

# 準グランプリ (団体の部) [薬剤師]

『外国人住民にも優しい薬局作り』

(株) ユタカファーマシー 大倉 順一

## 作品概要

これまでも外国人住民への対応についての作品応募は有りましたが、地域の実情に即した取り組みであること、具体的に実践した結果を数値で表して成果を具体的にまとめている点、さらに、今後の他言語への対応を表明している点などの取り組みの姿勢が高く評価されました。



## 1 : 目的

近年、日本にも外国人住民が年々増加している傾向が見られ、法務省の統計によれば2016年6月末で総在留外国人数は276万人である。それに伴い外国人住民に対するサービスの必要性が高まっている。私の勤務している滋賀県のユタカ調剤薬局近江でも例外ではなく、外国人の方へ対応を行う頻度は増加がみられている。総務省の統計によれば滋賀県はポルトガル語を母国語にされているブラジル国籍の方が多く、ポルトガル語への対応を行う機会が増加している。しかし、ポルトガル語を十分に話せるスタッフはおらず、外国人の方への薬局の受け入れ態勢に関しては改善の余地があると考えていた。

当薬局ではポルトガル語しか話せない患者様と日本語が通じる方とセットで来局されているケースがよく見受けられており、通訳の方を介して説明を行うという状況が頻繁にあり、日本語の言語だけでは限界を感じていた。

それで今回、ポルトガル語を母国語にしている患者様にも来局されてお薬の説明を行える環境を整えることが外国人住民に対してお薬を適正に使用を行うことができるようになり、地域の健康増進やセルフメディケーションへとつながっていくのではないかと考えた。

今回、実施したのは、ポルトガル語の簡易的なお薬を説明する際のポルトガル語の間診票の内容の見直し、お薬の説明を行う際の簡易的なポルトガル語の会話集の作成、宗教上の理由で服薬に問題が発生する可能性があるお薬のリスト作成、最後に作成した内容を実際に日本語とポルトガル語のふたつの言語が出来る患者様に見て頂いて内容に問題ないかを確認して頂いた。

## 2 : 実施内容

### 1) ポルトガル語の間診票

病歴や副作用に関しては厚生労働省のホームページに簡易的なものがあり、当薬局もそれと同一の内容の記載で埋められている。

記載内容は・症状、・いつからその症状はあるか?・現在治療中の病気・薬、食べ物でのアレルギーの有無・現在服用中の薬・飲む薬の財形の有無・既往歴・妊娠の有無の記載がある。この項目にさらに患者様の生活習慣に関する質問を交えながら投薬を行いより安全なお薬の管

理ができるように内容の変更を行った。

生活習慣に関する質問を YES (Sim)、NO (Não) で返答をして頂けるように問診票の改善を行った。

- ・ Você dirige carro ou motocicleta? (自動車・バイクを運転しますか?)
- ・ Você consome álcool com frequência? (アルコール)
- ・ Você fuma (たばこ)
- ・ Você consome café/chá (コーヒー/お茶)
- ・ toranja(grapefruit) (グレープフルーツ)
- ・ Você está grávida? (妊娠していますか?)
- ・ Você está amamentando? (授乳していますか?)
- ・ Tem preferência por remédios genéricos? (ジェネリック医薬品を希望されますか?)

## 2) お薬説明時の会話集

お薬の説明を行う際に、ポルトガル語と日本語が話すことができる通訳者が薬袋やメモ用紙に飲み方をポルトガル語で記載を行い、お薬の服用の補助を行う場面があった。今回、お薬の簡易的な会話集の準備を行い日本語の理解だけでは不十分な方には薬袋にポルトガル語を追記して服用の理解を行えるサービスを行った。

よく使用をする内容例

- ・ 1日1回 (1 vez ao dia)
- ・ 1日〇回服用 (〇vezes ao dia) 例 1日3回服用 (3 vezes ao dia)
- ・ 1週間に1回 (1 vez por semana)
- ・ 朝 (De manhã)
- ・ 昼 (Ao meio-dia)
- ・ 夜 (À noite)
- ・ 寝る前 (Antes de dormir)
- ・ 起床時 (Assim que acordar)
- ・ 食前 (Antes das refeições)
- ・ 食後 (Após as refeições)
- ・ 抗生物質です (É um antibiótico)
- ・ 胃のお薬です (É remédio para o estômago)
- ・ 風邪のお薬です (É remédio para resfriados)
- ・ 睡眠薬です (É um soporífero)

## 3) 宗教上の理由により配慮がいる薬

- ・ 宗教上の理由により特別に配慮が必要な事項 (Cuidado(s) especial(is) por motivos religiosos) に対する準備を行った。

お薬の種類によっては宗教上の理由により配慮すべき原材料を含むものがある。

メーカーへ問い合わせを行ってみることで気づいたのだが、カプセル剤はゼラチンで豚や牛由来のものが使用されている場合があり、また、薬本体にも動物由来のものが使用されていることを確認した。メーカーへ確認した内容をリストにして、患者様の希望を汲み取って財形変更を行えるように調べた内容を共有化した。

### 3：結果

実際に作成した、問診票、会話集、宗教上の理由により配慮がある薬のリストの使用を行い患者様へ接客を行った。

11月～12月の間に14件に対して問診票を用いて服薬指導を行った。状況に応じて会話集、宗教上の理由により配慮がある薬のリストを用いて投薬を行った。

#### 1) 実施後、実感したこと

実施してから外国人住民の方への対応がより丁寧に行えることになったことにより笑顔になって頂ける件数が増えたと実感を致しました。特に会話集を薬袋へ記載を行う際に特に喜んで頂いた。

また、服薬説明を行った内容を後でも把握することができるようになったためより安全にお薬のお渡しができるようになった。

#### 2) 効果的だった事例

作成した内容を日本語、ポルトガル語共に理解されている方へ見てもらい内容の不備がないかを確認して頂き、内容の充実を行った。

会話集の内容が充実したことにより以下の様な対応がスムーズに行うことができるようになった。

問診票で YES (Sim) をチェックした場合にポルトガル語での説明例

- ・車、バイクを運転します→眠くなることがありますので、車の運転などの機械操作はしないでください。(Este remédio pode causar sonolência, evite dirigir veículos e operar máquinas.)
- ・アルコールを服用します→お酒と一緒に飲むと薬の作用が強くなる場合がありますので、飲酒は控えてください (Deve-se evitar a ingestão concomitante deste remédio com bebidas alcoólicas, a mistura poderá causar reações adversas.)
- ・グレープフルーツを飲みます→グレープフルーツジュースを飲まないで下さい。(Não coma toranja (inclusive em forma de suco))

#### 3) OTC 対応について

医療用医薬品を使用する際に OTC の併用の有無の確認を行った。

問診票に OTC 併用の有の記載があった方は1名だけでしたが鼻炎薬の外用剤の併用をされているということで併用の安全性を確認した上で医療用医薬品の説明を行うことが出来た。会話集も用意してあったこともあり、患者様にも同様に安心してお薬の説明ができた。

#### 4：考察

今回、近隣にお住いの外国人住民の方で最も多いポルトガル語を話す方に対して焦点を合わせて薬局での対応の充実を図ることを行った。実施を行っていく中で患者様から笑顔が多く見られ、喜んでいただいた患者様が新しく患者様を紹介して薬局に来ていただける傾向がみられた。実際にポルトガル語を話す外国人住民の方の処方箋枚数も前年比 152%と増加が見られた。取り組みの積み重ねを行っていくことで外国人住民の方にも来局をして頂きやすい環境に近づいた。

今後の目標としては取り組みを続けてより信頼される薬局を目指していきたいと考えております。また、近隣の外国人住民の人口割合で次に多い、中国語に関しても同様に対応ができるように薬局の準備を行っていきたいと考えております。地域住民にとって相談をしやすい薬局になれるように喜んでいただける薬局を目指します。

## 会長賞 [薬剤師]

### 『小児への OTC 推奨促進に向けて』

(株)ユタカファーマシー 中野 由加里

#### 作品概要

これまで積極的な対応が進んでいなかったと思われる小児への OTC 推奨の促進に取り組んだ事例である事、また、取り組んだ内容についてアンケートを実施し、取り組み前後の変化についてや今後の改善についてまとめている点もとして高く評価されました。



日本は平均寿命が高く長寿大国として有名ですが、一方で健康寿命はそれほど高くありません。近年ではそうした現状を打破するべくセルフメディケーションへの意識が高まっています。WHOによるとセルフメディケーションは自分自身の健康に責任を持ち、軽度な体の不調は自分で手当てをすることとされています。

2017年1月よりセルフメディケーション税制がスタートします。OTC薬についての関心が高まることでしょう。それに先立ち、より安全に適切なOTC薬をお使いいただくために私たちが何をすべきか考えました。そこでOTC薬での制限が多いと考えられる小児のOTC薬にターゲットを絞りOTC薬を案内するために活用できるようなツールとして小児用OTC薬一覧とパンフレットを作ろうと考えました。作成した一覧とパンフレットについてユタカ店舗スタッフ30名にアンケートを行いました。

#### 実施内容

小児用OTC薬の一覧(図1)とパンフレット(図2)を作成し店舗スタッフにアンケートを行った。

#### <アンケート内容>

Q1. あなたの役職を教えてください。

薬剤師 登録販売者 それ以外の販売スタッフ

Q2. あなたがOTC薬を商品案内する際どの年代にご案内するのが得意ですか。順位を付けてください。(20歳未満の方が対象の場合は保護者への説明を想定)

1→もっとも得意 6→もっとも苦手

小学生未満(6才以下)のお子さん 小中学生(7-15才) 高校生~成人(16-20才)

成人(20-50才) 成人(50-64才) 高齢者(65才以上)

Q3. あなたは、小児用薬をどのくらいの頻度でご案内していますか。(10-12月)

ほぼ毎日 1週間に2~3回程度 1週間に1回程度 1ヶ月に2~3回程度

1ヶ月に1回程度 2~3ヶ月に1回程度 それ以下

Q4. 6才以下のお子さんに向けた薬の提案について特に気を使っている点はなんですか。



(症状、年齢以外に)

剤形（錠剤、粉、シロップなど） OTC薬の年齢制限 味の好み

対象者以外に他に使う人がいるか 1日使用回数 併用薬

Q5～Q8は小児用OTC薬一覧、パンフレットそれぞれについて質問した

Q5. (Q7はパンフレットについて同様の質問をした)

小児用OTC薬一覧を見て以下の項目について[あてはまる、ややあてはまる、どちらともいえない、あまりあてはまらない、あてはまらない]を選んでください。

・わかりやすい ・商品案内しやすい ・目新しい ・自分にとって魅力的

Q6. (Q8はパンフレットについて同様の質問をした)

あなたが買う立場なら小児用OTC薬一覧を利用したいと思いますか。

利用したい やや利用したい どちらともいえない

あまり利用したくない 利用したくない

Q9. 商品案内をする際にどちらを利用したいですか。

どちらも利用したい どちらかといえば一覧

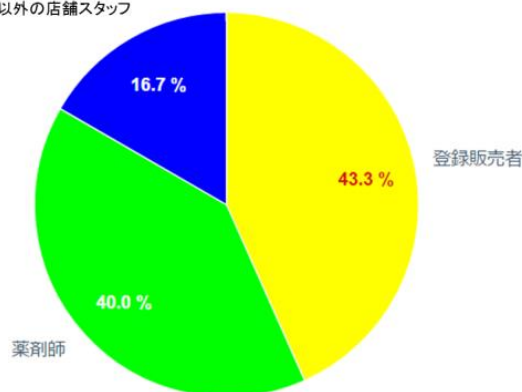
どちらかといえばパンフレット どちらも利用したくない

Q10. 小児用薬一覧、パンフレットについてご意見があればご記入ください。

## 結果

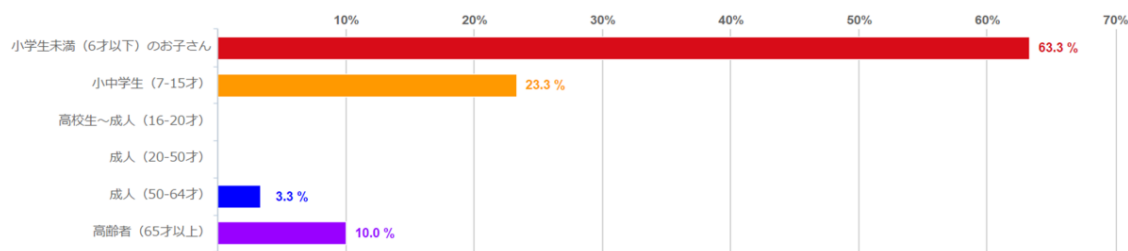
Q1.

それ以外の店舗スタッフ

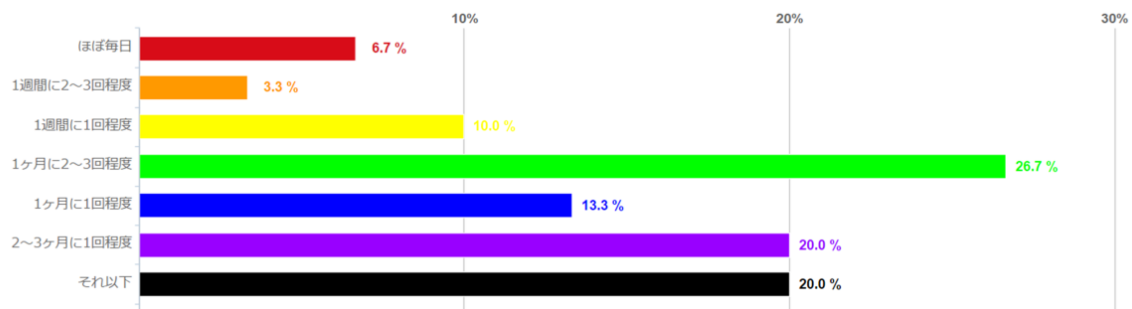


Q2.

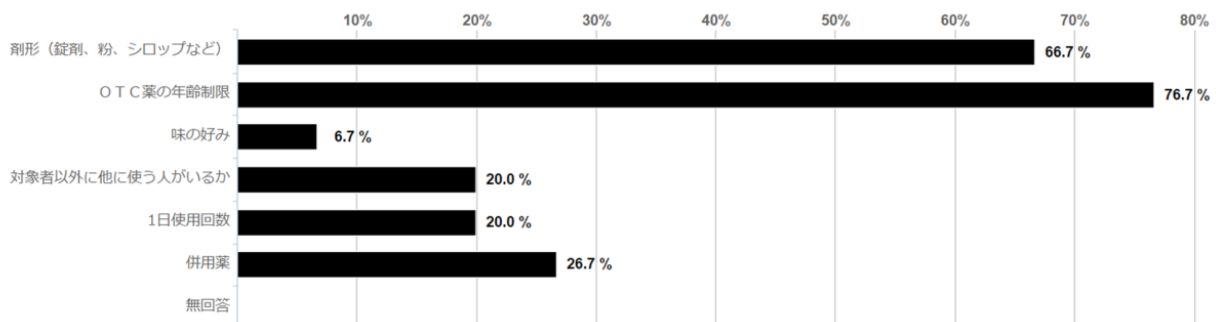
6位(もっとも苦手)



### Q3.



### Q4.



### Q5.

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない ■ 無回答

分かりやすい



商品案内しやすい



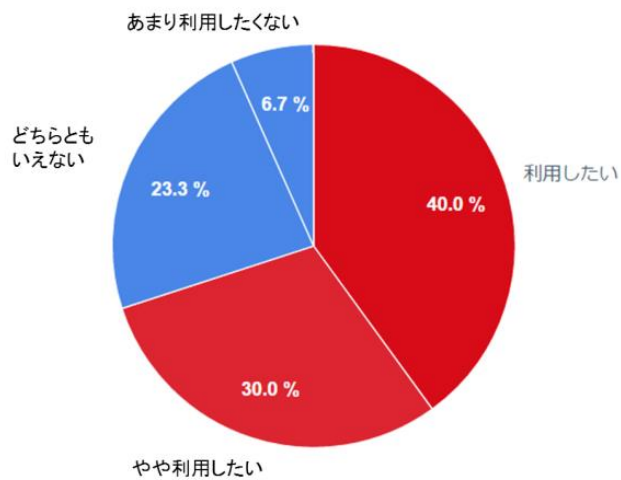
目新しい



自分にとって魅力的



Q6.



Q7.



わかりやすい



商品案内しやすい



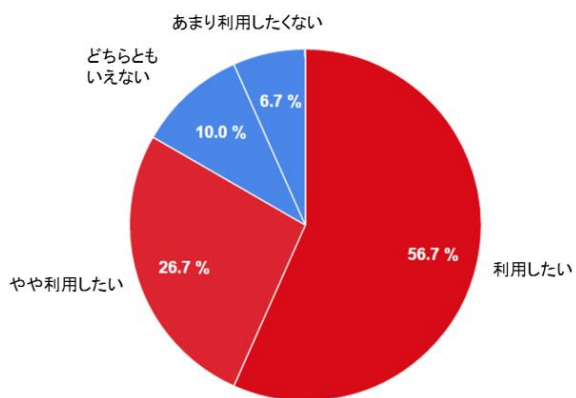
目新しい



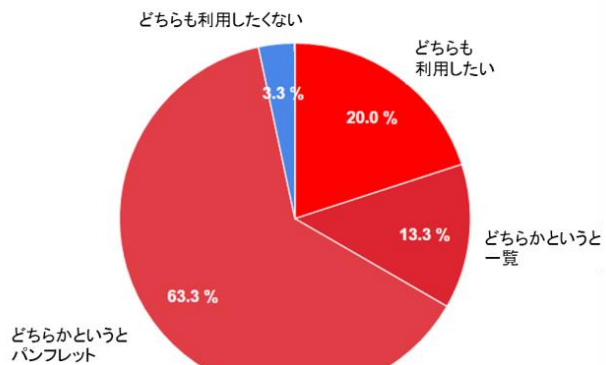
自分にとって魅力的



Q8.



Q9.



Q10.

- ・パンフレットは写真付きで目からの情報でわかりやすい。
- ・パンフレットには写真と合わせて用途や商品名も記載がほしい。
- ・一覧にもパンフレット同様にパッケージの写真があるとわかりやすい。
- ・小児用薬一覧にその薬の用法・用量、味の記載があるとわかりやすい。
- ・一覧は年齢別と用途別の両方の区分がほしい。(3名)
- ・パンフレットにおくすり飲めたね。など服薬サポートをするような商品の記載もあるとよい。
- ・パンフレットに薬の紹介とともに飲ませ方のアドバイスなどを記載してもよい。

アンケートの結果より店舗でOTCの接客にかかわっているのは薬剤師と登録販売者が約8割であり、案内する際に小児へのOTC薬の案内はやはり回答者の約半数が1ヶ月に1回あるかないかという機会が少なさからかほかの年代に比べて苦手と答える人が多いことが分かりました。

特に小学生以下の小児に向けては小中学生に比べ明らかに苦手意識を持っている人が多いと考えられます。

小児OTC薬へのこだわりは使用者の年齢や症状以外に剤形とOTC薬の年齢制限を気にされる人が圧倒的に多かったです。

今回商品案内用に作成した小児用OTC薬一覧とパンフレットについてはいずれについても商品案内に利用したいという意見を多く頂きました。また購入者としての立場からでも有用であるという意見が出ました。

小学生以下の小児についての案内頻度が少ない理由に来店する保護者の方もお子様に使用できる薬が制限され、考えるのをやめてしまうことがあげられます。何を選べばよいかわからない状態で結局、以前と同じ薬または病院への受診になってしまうのではないのでしょうか。店頭でパンフレットを展示しておくだけでもOTC薬の選択肢を明確にし、選択しやすい環境を作ることができると思います。パンフレットを見て気になることがあればスタッフに聞くといった商品案内依頼の頻度が増えるきっかけも作れると考えられます。

途方に暮れてあきらめてしまう前にツールやツールを利用した案内で購入者と案内者と一緒にトリアージし適切な判断ができるようお手伝いができればと考えています。

現在、実際の商品案内へのツールの使用はしていませんがその店その店にあった商品やアドバイスなどのアイデアを再考し、より地域のお客様に合わせた商品案内ツールを活用していきたいと思えます。



### 1才から使えるおくすり

使えるかぜ薬たくさんあります!!  
家族みんなで使えるものも

夜泣きや緊張に効く

かぜの総合薬  
ハヤナA

かぜの総合薬  
パロンSα

咳止めに効く  
アポロル

シキニンC

改源

### 2才から使えるおくすり

かさかさした肌のかゆみ、湿疹に

自然由来の漢方薬は使えるものが多いです

のどつかえ感や異物感がある  
ストロージ

かサカサした肌のかゆみ、湿疹に

つかえ感、不安神経症に

体がかたまるなどの症状に

貧血、疲れて

のどつかえ感や異物感がある

ストロージ

### 3才から使えるおくすり

乗り物酔い薬が使えます  
家族旅行にピッタリ!!

元気いっぱい活発な時期には  
胃腸のトラブルが多いものです

食あたりはるくたり・下痢  
富士薬品 赤玉はら薬

かぜの総合薬  
アバロ

かぜの総合薬  
シキニンC

かぜの総合薬  
ハヤナA

かぜの総合薬  
パロンSα

かぜの総合薬  
改源

### 5才から使えるかぜくすり

出先の不調も早めに対処

思い切って錠剤に挑戦!!  
苦い感じが少なくなります

のど痛、せせせ、発熱、鼻みず

かぜの総合薬  
ハヤナA

かぜの総合薬  
アバロ

かぜの総合薬  
シキニンC

かぜの総合薬  
パロンSα

かぜの総合薬  
改源

Bufferin Jr. Cold Tablet

かぜの総合薬  
ハヤナA

### 5才から使えるおくすり

移動の不安もなくなり  
遠足を思いっきり楽しめる!

乗り物酔い

排便がスムーズに  
排し腸痛、便秘  
ポコレン

乗物酔い薬  
トキメドリン

かぜの総合薬  
アバロ

かぜの総合薬  
シキニンC

かぜの総合薬  
ハヤナA

かぜの総合薬  
パロンSα

かぜの総合薬  
改源

乗物酔い薬  
トキメドリン

排便がスムーズに  
排し腸痛、便秘  
ポコレン

### おくすりマップ

出入口

漢方薬  
尿トラブル

レジ

かぜ薬

胃痛薬  
便秘薬

乗り物酔い薬

漢方薬

尿トラブル

かぜ薬

胃痛薬  
便秘薬

乗り物酔い薬

漢方薬

尿トラブル

レジ

## 実行委員長賞 [登録販売者]

『ドラッグストアにおけるセルフメディケーションの推進について』

(株) カメガヤ 山崎 成美

### 作品概要

店舗のスタッフによる登録販売者プロジェクトを実施することで、セルフメディケーション推進に対し、医薬品販売の専門家としてのあり方やお客様との向き合い方を改めて問い直した作品です。



私が勤務している Fit Care DEPOT 相模大野店では“登販プロジェクト“というものをはじめて約七ヶ月になります。このプロジェクトはお客様の生活の中にセルフメディケーションを推進させるべく、ある時間帯で登録販売者にフリーな時間を設け、薬品売り場に常駐してお客様からの体調不良の症状、薬の飲み合わせなどのお悩みを聞き、薬を見比べているお客様には「お薬でお悩みですか?」と積極的に声かけをして、迅速で的確な薬・サプリメントのご案内の接客をしています。

お店には毎日何十通りの症状を抱えたお客様が来店して下さり、「酵素と生酵素何が違うの?」「健康診断で血液がドロドロだと言われてしまった」、「薬の飲み合わせを教えてください」、「今火傷をしてしまって病院が空いていないから来た」、「マイコプラズマと百日咳の違いを教えてください」、「この商品をずっと使っているが最近どのお店にもないのよ…」等々、生身のお客様と接するお仕事ですのでマニュアルは作ることはできません。しかしながら、当店には6名の登録販売者がおり、私たちはプロジェクトを行う上で、ある共通の意識を持っています。それは、“来店して下さったお客様の生活に寄り添い、より良い生活をして頂くためお客様の健康をサポートすること”です。ただやみくもに登録販売者がお客様と接するのではなく、上記のような共通の意識を持ってお客様を接することを心がけています。

まずこの共通の意識を維持するために、月1~2度の登録販売者ミーティングを行っております。ドラッグストアとして軸となる薬、健康食品、化粧品の売上実績の確認はもちろんですが、私たちの日々のセルフメディケーション推進活動にかかせられないツールがあり、その共有をしています。それは、“接客シート”というもので、店長が作成して下さったものです。この接客シートには登録販売者が日々の接客した内容を詳細に残しており、それをミーティング時に登録販売者同士で読み合わせを行い、分からないことは質問してお互い高め合っています。私たちはシフト制で、登録販売者同士が一緒に働くことが出来ないためこの接客シートやミーティングは情報共有するためにはなくてはならないものなのです。接客シートには、お客様の来店時間、年齢、性別、症状、おすすめした商品や接客話法、わからなかったことを調べた内容が記録されています。特に接客時間の記入は、どの時間帯にお客様が薬の接客を求めているのか重要な役割を果たしています。最近では風邪や飲み会のピーク時期前にスタッフ同士でドリンク剤の試飲勉強会を行いました。これは、お客

様より「ドリンク剤ってどれも同じではないのか?」、「ドリンク剤は味が不味いから抵抗ある…」とご意見を頂いたことがきっかけでした。私自身このミーティング後の接客でドリンク剤の必要性についてお客様にお伝えすることができるようになり、接客したお客様より「この前のドリンク剤良かったので他の薬についても聞きたい」というお声を頂けるようになりました。また、登販プロジェクトを始めていく中でスタッフの間では、お客様からのお薬や健康食品の相談の接客時間が多くなったと報告を受けるようになりました。

事実お客様からも「病院でいくほどでもないのだけど最近気になっていることがあって相談に来た」、「この前店員さんから風邪を早く直したかったからドリンク剤がおすすめと言われたから」と、お客様自身が健康のことを気にかけてくださるお声を頂けるようになりました。私たちが、目標としているセルフメディケーション推進がほんの少しでも浸透し始めていることとして実感ができる出来事でした。また、登販プロジェクト活動していく中で、ドラッグストアというお店に求められること、今後の登録販売者に求められるが明確になってきました。まず、ドラッグストアというお店として求められることとして、お客様自身で選ぶことができる売場作りが必要であると感じました。登録販売者は実際に店頭に立っていても、現状“全て”のお客様へセルフメディケーションを推進していくことはできない為、営業する以上お客様自身が売場で選択できる売場づくりが求められているのです。

当社には私たち登録販売者がすぐにお薬の相談に乗ることができない場合に、間接的に私たちの接客をカバーしてくれる重点商品 POP（じゅうてんぽっぷ）というものがあります。これは、他ドラッグストアのような新聞に折り込みされている広告チラシ媒体ではなく、長期的に一定の価格が約束されている POP と流行や季節に変動している POP なのです。POP にはお客様へ二つの機能を果たしてくれる役割があります。一つは同じカテゴリーで比較して断然お買い得の商品を示す“ロス POP”、もう一つは機能特化している商品につける“おすすめ POP”です。この重点 POP は洗剤やお菓子などのお店すべてのカテゴリーについていますが、特にお薬や健康食商品などの接客を要する商品には多く設置されておりお客様に間接的に接客をしてくれているのです。

私は現在、登録販売者であり、また販売責任者という売り場の管理やその売り場の担当者の方の育成が役割としてあります。就任した当初は重点商品 POP がついていない売り場が非常に多く、お客様にはセルフで購入しづらい売り場であることを問題として、なぜ漏れてしまうのかを毎月検証する日々でした。今の時期ですと総合感冒薬の商品には、熱に特化したもの、持続性が高いもの、コストパフォーマンスが高いものなどを POP 表記することでお客様にわかりやすくご自身でも選びやすくしてくれています。

しかし、ただ POP をつけるだけではお客様にとって魅力的な売場にはなりません。相模大野店の医薬品の担当者は重点 POP を活かせる売場へと配置を考え、お客様がお一人でも選びやすいように比較陳列、棚間を調整して手にとってくれやすくして、お客様はつい足を止めてしまうような売場環境になっていると言えます。この取り組みは数値にも表れており、医薬品のロス品、おすすめ品が売上順位表のトップ10を占めるようになり、直接的な接客と間接的な接客を連動させていくことがセルフメディケーション推進活動をしていく上で重要であると考えています。

今後の登録販売者として求められることは、思いやりを持ち接客することが重要だと考えます。



現代はネット社会が急速に普及し、薬やサプリメント、健康グッズなどはネットでも手に入るようになりました。確かに、インターネットは使用方法によっては便利かもしれませんが、パソコンの画面上で購入をすればカートに入れました、品切れですという言葉が表示されるだけです。私たち生身の登録販売者のように、例えば咳、のどの痛みを伴う風邪のお客様に対して「保湿や保温効果があるマスクもありますよ。いかがですか?」、「喉スプレーを持っていれば人が多い所に行った時に喉のイガイガにもつかえますよ」、どうしても要望に応えられない場合には「お役に立てず申し訳ありません。どうぞお大事にしてください」とお客様を思いやる気持ちを伝えることはできないでしょう。だからこそ、一対一で接客をする際、単に症状にあった薬を選ぶだけではなく、お客様の生活や気持ちに寄り添い接客をすることがお客様にとって“健康を維持したい”、“生活をよりよいものにしたい”とセルフメディケーションの推進に繋がると思っております。そして七か月間登販プロジェクトを継続し、

プロジェクトをやらなければ分かり得なかったこと、学ぶべきこと、団結力を持つことができました。店長をはじめ、グループリーダー、相模大野店のスタッフに感謝をこめて、より一層お客様のために一致団結していきたいと思っております。

# 審査委員長賞 [薬剤師]

『ドラッグストア併設薬局におけるセルフメディケーションの推進、  
口臭測定と疾病予防・地域の健康増進について』

(株)クスリのアオキ 大垣 秀雄

### 作品概要

お客様の口臭に関する自身の体験をもとに、口内臭と疾病に関する学術的な研究について紹介し、ドラッグストアの店舗内に口臭測定器を設置する事で、患者様、お客様への疾患予防の啓発に関する実践の発表が行われました。さら医療機関連携に関しても提言がありました。



昨今、皆さんの周りで口臭が気になる事が良くありませんか？特に仕事での接客時や投薬での会話、上司・同僚・部下との会話など様々な場面で口臭が気になる事が多いと思います。単にタバコやにんにく臭ならまだしも、思わず顔を背けたくなるような事ありませんか？でも、目の前のその人に「あなた口が臭います」と中々指摘できないですよね。

でも最近、口内臭と疾病に関して様々な関連がわかってきました。

多くの口臭の原因は歯周病や虫歯によって引き起こされています。その他、関連される疾患と臭いの種類を下記の表1に、また日本臨床歯周病学会ホームページから歯周病が全身に及ぼす影響図1を添付しました。

表 1

	口臭と関連される疾患名			臭いの種類
1 呼吸器系	肺癌	肺結核	肺腫瘍	壊疽臭
2 消化器系	胃癌	食道カンジタ	便秘	主に壊疽
3 耳鼻咽喉系	副鼻腔炎	扁桃炎	咽頭膿瘍	壊疽臭
4 肝機能障害	肝硬変	肝臓癌		アンモニア臭
5 糖尿病				アセトン臭

実に様々な病気が関連していることがわかります。

例えばピロリ除菌で来局される患者さんの多くに独特の口臭があります。ピロリ菌が胃酸を中和するために胃の中の尿素を分解してアンモニアを作り出す事やピロリ菌により胃のもたれや消化不良による食べ物の異常発酵臭が血液を介して肺からの呼気として息に混じるからだと思います。また、歯科治療特に歯茎の腫れや化膿治療後の患者さんは口臭



がきつく感じられますし、高血糖の患者さんも独特の臭いを感じる事があります。

このような場合、口臭の感じる方々に薬剤師の立場として何かアドバイスができないかと日頃より悩んでいました。どうかしてご本人にアドバイスできる方法はないだろうか？！と

そこで考えた方法が薬局でできる簡易口臭検査です。口臭測定コーナーを設置し誰でも気軽に自分の口臭を測定してもらいます。口臭は気にはなりますが自分ではわからない事が多く、また気軽に測定する場所も機械も無いのが現状です。

自分で測定する方法としては日本歯科医師会が紹介する単純に両手の中に息を吐き出して臭う方法や大きめのカップに息を吹き込んで直ちに本などで蓋をして、一呼吸二呼吸おいてから、蓋を開けカップの中を臭う方法がありますがレベルはわかりません。臭いの強弱が具体的にわからなければ、本人のその後の行動に差が出ると思うのです。

つまり、かかりつけ薬局としてご利用していただく患者さん方にご自身の口臭レベルを測定してもらい程度が高い方には表1や図1のような資料を渡し、ご自身の疾患の可能性と今後の口臭予防に役立ててもらう事が目的です。では、口臭を予防する事でどのような利点があるのでしょうか。第一は歯槽膿漏の予防です。某歯磨きメーカーのCMで著名な俳優が全て自分の歯であることを宣言し、歯槽膿漏の予防の大切さをアピールしていました。「80-20 運動」でも言われていますが、80歳で20本の歯を残す事が健康維持のひとつ。やはりおいしく自分の歯で食事は健康につながります。ところで皆さんは歯周病の原因菌が病気の引き金になっている事をご存知でしたか？

その代表的な原因菌はジンジバリス菌 (*P. gingivalis*) と言われる嫌気性菌です。空気に弱く閉ざされる口腔の中で増殖し、他の原因菌と歯垢と言われるオーラルバイオフィルムを作ります。その中でしつこく生息し歯周病を悪化させるばかりでなく、最近の研究では血管に侵入し狭心症や心筋梗塞の要因になる血管内プラークの中に存在している事が確認されています。またこの菌は血流に乗り全身に廻り図1で示されるあらゆる疾病に関連している事がわかりはじめました。

もちろん口臭の最大の要因なので、口臭を測定し基準を知る事でその人のその後のセルフメディケーションにつながれば、発病率を減らせることが可能になると考えました。自分はドラッグ併設の調剤薬局勤務なので口臭対策でいろいろなアドバイスが可能です。例えば歯周病予防の歯磨き、歯周ポケット用の歯ブラシや歯間ブラシ、歯茎が腫れて歯ブラシが使えない方用の液体歯磨き、口腔乾燥でなり易い舌苔用ブラシなどに至るまでのトータルケアが提供できます。

更には口腔商品を取り扱うメーカー様とタイアップした「口臭チェックイベント」を企画し、地域住民の方々のセルフメディケーションを幅広くカバーすることが可能と考えました。

これから長寿高齢化社会を迎える日本にとって日頃からお口の健康を守る事、口臭をチェックする事が非常に重要な事と気付かれたと思います。

では具体的どのようにすれば良いのでしょうか。口臭測定器には高額な機器もありますが、全ての口臭をチェックできるわけではありません。高額な機器を全ての薬局に配置することは不可能なので市販の製品で仮に代表的簡易測定器(株)タニタブレスチェッカー HC-212S と(株)ロゼンスター社製 SR-104の2種類を置く事にします(図2)。2製品を置く理由は機器には測定誤差があるため2種類を使う事で判定精度を上げる為です。両製品とも価格が2,500円程度で500回使用可能です。半導体ガスセンサーを使用し使い方は器機に息を吹きかけるだけです(図2)。

ロゼンスター、タニタとも口臭が無しの「0」で非常に強いが「5」の6段階表示です。

もし、これらの簡易検査の数値が気になり、疾病予防を気にかける方は予め口臭測定器のある連携した歯科医院に紹介したり、専門病院の診療を勧める事も可能となり地域医療の連携にも一役かう事ができます。

図 2



これらを薬局の口臭チェックコーナーに設置し、来局の患者さんやドラッグ来店のお客様に気軽に測定してもらう事でご自身の口臭レベルを把握していただき、その後のセルフメディケーションに積極的に薬剤師がかかわる事で歯周病や口臭が関連する疾病の予防と地域の健康増進に係わる薬局になりたいと思います。

## 審査委員特別賞 [登録販売者]

### 『登録販売者として、できること』

(株)ユタカファーマシー 日比 孝至

#### 作品概要

自らの体験をもとに、ドラッグストア店舗での資格者間の情報共有や、2017年1月から始まっているセルフメディケーション税制の紹介の実践事例について発表が行われました。実践事例として高く評価されましたが、一般従事者による情報提供の範囲において疑問点、問題点を指摘する意見がありました。



#### <健康に関する個人的な考え>

私は、愛知、岐阜、滋賀、京都を中心に、ドラッグストア事業、調剤事業を進める株式会社ユタカファーマシーに勤務し、15年目になります。

まだ、登録販売者制度が始まる前ですが、私には忘れることのできないお客様とのやり取りがあります。

それは、ドラッグストアの店舗スタッフとして勤務していた時の話になります。

その日、体調がすぐれなかったのですが、どうしてもシフト上休むことができず、出勤していたところ、薬の説明をお客様から求められ、対応させていただいていた中で、そのお客様より、「体調を悪くしていたら、薬の説明する者として、説得力がないでしょう。」とおっしゃられた一言です。

まさに、その通りでした。健康そうでもないのに、接客している自分が恥ずかしくもありました。この時のやり取りが、私のドラッグストアに勤務する者としての原点となっています。

人間、生きていくには、何が大事でしょうか？

お金でしょうか？

確かに、お金なくして、生活を続けていくことは難しいでしょう。しかし、もっと、根本的に大事なことがあると私は思います。

それは、健康で居続けることだと私は考えます。

「健康でいるからこそ、着たい服を着ることができる。」

「健康でいるからこそ、食べたい食事をおいしく食べることができる。」

「健康でいるからこそ、そこに住んでいくことができる。」

私は、健康でいることこそが生きていくうえで何より、大事なことだと考えています。

話は戻りますが、先のお客様とのやり取りにおいて、この健康に関する考えが大事なことだとはっきり気付かされたということなのです。

私は、現在、登録販売者として勤務させていただいており、健康で居続けるために、セルフメディ

ケーションの推進がいかに大切であるか、いかに直結している内容であるか、接客を通じてお客様にお伝えすることが、ひとつの使命だと考えています。

実際、世界的な長寿社会を迎え、年々、お客様の健康意識の高まりを店頭で直に感じています。

「自分自身の健康は、自分自身で管理する。

やはり、その人の体調は、その人しかわからないもの。

だから、自分自身で管理していく。」

その中で生まれたのがセルフメディケーションですから、そのお手伝いをさせていただくのは、ドラッグストアに努める者として当然の登録販売者の役目なのです。

具体的には、ドラッグストアに勤務している以上、日々、様々な健康相談を受けます。

風邪の相談であったり、体の疲れの相談であったり、多種多様にわたりますが、その時に、ただ単に、薬の説明で終わるだけでは、お客様にとって親切な相談にはなっていないのではないか、薬の説明から養生法までお伝えしてこそ親切な相談といえるのではないかと考え、セルフメディケーションに沿った内容をお伝えすることこそ、接客時において大事なことだと考えています。

- ・風邪の相談を持ち掛けられた場合は、「体を温かくしてくださいね。」
- ・打ち身や筋肉痛の相談を持ち掛けられた場合は、「患部を冷やしすぎないようにしてくださいね。」
- ・口内炎の相談を持ち掛けられた場合は、「食べ物で刺激物は控えてくださいね。」

など、養生法を添えることを心がけています。

そうすることでこそ、お客様に安心や信頼を持ってもらえるものと思っています。

以上が、私自身が抱えている個人的な考えになります。

そのためにも、登録販売者として、他の資格者のスタッフにも十分な商品知識などを共有して接客に臨む必要があります。

その一例として、下記のようなシーズン品である花粉症材の商品知識の企業内部資料などを作成し、まず、従業員に伝えていくことも実施しています。

沢山のスタッフの知識向上が接客上につながり、これこそがセルフメディケーションの底上げにつながっている取組と考えております。



つら〜い花粉症、しっかりと接客をするために！！

花粉症の時期を迎えます。  
花粉症の症状、大まかなもので



鼻水、鼻づまり、くしゃみ、眼の痒みや充血などがあります。

さて、その症状を緩和するのに様々な成分が配合された医薬品があります。

<第一世代抗ヒスタミン薬>

成分名	薬効	配合される市販薬		
		NB	PB	
カルビノキサミンマレイン酸塩	くしゃみや鼻水を抑える 眼の痒みや充血の緩和			
		パブロン鼻炎カプセル など		
クロルフェニラミンマレイン酸塩	くしゃみや鼻水を抑える 眼の痒みや充血の緩和			
		プレコール持続性 カプセルなど	ハヤナ鼻炎カプセル	ハヤナ持続性鼻炎 カプセル

<第二世代抗ヒスタミン薬(I類)>

成分名	薬効	配合される	
		NB	PB
アゼラスチン	くしゃみや鼻水を抑える 眼の痒みや充血の緩和		
		スカイナーAL錠など	
フマル酸ゲトチフェン	くしゃみや鼻水を抑える 眼の痒みや充血の緩和		
		ザジテンなど	ジキナ鼻炎錠

<第二世代抗ヒスタミン薬(II類)>

成分名	薬効	配合される	
		NB	PB
エビナスチン	くしゃみや鼻水を抑える 眼の痒みや充血の緩和		
		アレジオン20など	
フェキソフェナジン	くしゃみや鼻水を抑える 眼の痒みや充血の緩和		
		アレグラなど	ジキナFX

点鼻薬、点眼薬についても同様の成分が配合されますので割愛します。

第一世代の抗ヒスタミン薬は、抗アセチルコリン作用があるので、眠気が強く、口渇、便秘が現れることがあります。第一世代と第二世代(ゼスランのみ)は緑内障や前立腺肥大に禁忌で  
第二世代の抗ヒスタミン薬は抗アレルギー薬とも呼ばれます。I類はてんかん、熱性痙攣を悪化させることがあるので注意が必要です。眠気は第一世代よりも弱いです。

II類はI類よりも眠気は少なく、アレグラには添付文書上に車の運転注意の記載がありません。

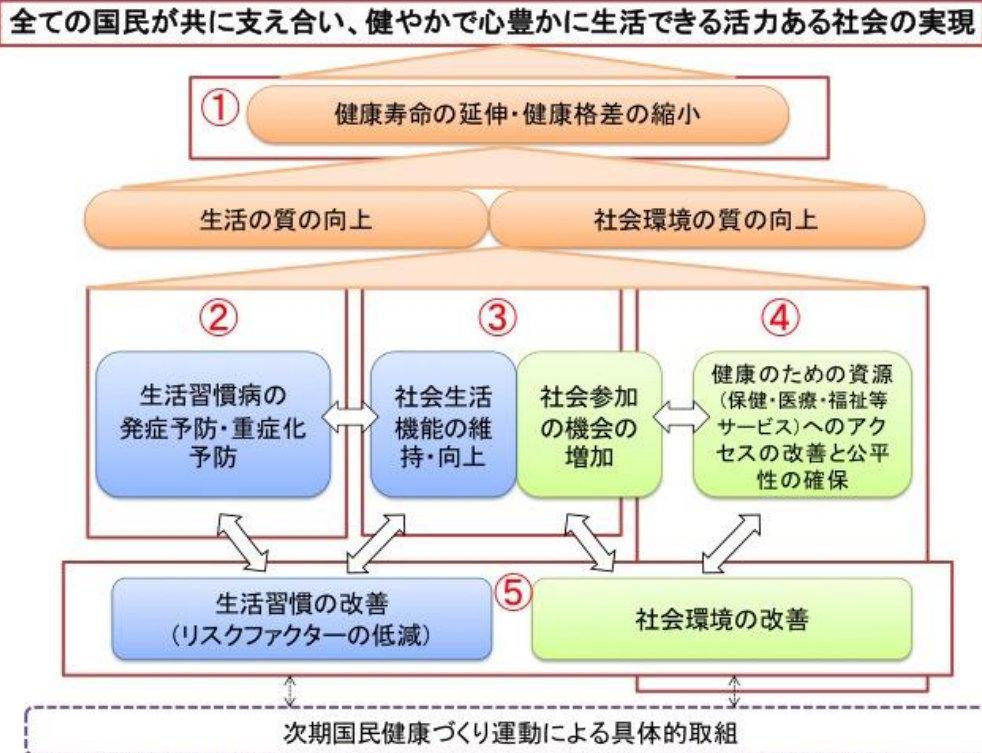


しっかりと商品の症状を把握して  
おすすめしていきましょうね！！

<健康に関する日本の動き>

現在、厚生労働省において、「健康日本 21（第 2 次）」が策定されています。

## 健康日本21（第2次）の概念図



（健康日本 21（第 2 次）の推進に関する参考資料）より抜粋

健康日本 21 の根本である「全ての国民が共に支え合い、健やかで心豊かに生活できる活力ある社会の実現」にこそ、登録販売者としてできることがあると私は考えています。

健康で幸せに暮らせる社会とは、1人で生きていることでは実現できず、周りの人々の支えがあって生かされているからこそ実現できるものです。私も登録販売者として、その支えの一助になれば、と考え従事しています。

そこで、日々取り組んでいるのが、薬の接客説明時に、形式的な説明ではなく、お客様の立場に立った分かりやすい説明にすること、そして、その先の健康改善、体調改善に向けたサポートとなるような内容にすること、これらを心掛けていくことです。

健康日本 21（第 2 次）の基本的な方向は、ご存知の通り、下記の 5 項目が柱となっています。

- ① 健康寿命の延伸と健康格差の縮小
- ② 主要な生活習慣病の発症予防と重症化予防
- ③ 社会生活を営むために必要な機能の維持及び向上
- ④ 健康を支え、守るための社会環境の整備
- ⑤ 栄養・食生活、身体活動・運動、休養、飲酒、喫煙及び歯・口腔の健康に関する生活習慣及び社会環境の改善

この中で、登録販売者としてできることは、次の 3 項目が中心です。

- ② 生活習慣病の発症予防と重症化予防生活習慣の改善のアドバイスをすること、それによって、生活習慣病予防につなげていきます。
- ④ 健康を支える



健やかな生活を続けていくために、それに関する相談に喜んでお答えさせていただいております。  
 ⑤ 栄養・食生活、身体活動・運動、休養、飲酒、喫煙及び歯・口腔の健康に関する生活習慣改善  
 この⑤こそが、登録販売者として一番身近な項目になると思います。一番身近な項目であるからこそ、その改善の手助けになるよう真剣に取り組んでいきます。

さらには、今後の課題として、特に、注目しているのは「休養・こころの健康づくり（睡眠習慣の改善、働く世代のうつ病の対策）」に関する事です。  
 登録販売者として、病気の診断はできませんが、こころの健康づくりのための、手助けはできるものと思っています。  
 したがって、お客様の相談を受け、アドバイスをすることによっても、こころの健康づくりの手助けは十分にしていけるとと思っています。

＜セルフメディケーション税制＞

今年度より、新しく、セルフメディケーション税制が開始されました。

**セルフメディケーション（自主服薬）推進のためのスイッチOTC薬控除（医療費控除の特例）の創設**  
（所得税、個人住民税）

1. 大綱の概要

適切な健康管理の下で医療用医薬品からの代替を進める観点から、**健康の維持増進及び疾病の予防への取組として一定の取組（※1）を行う個人が、平成29年1月1日から平成33年12月31日までの間に、自己又は自己と生計を一にする配偶者その他の親族に係る一定のスイッチOTC医薬品（※2）の購入の対価を支払った場合において、その年中に支払ったその対価の額の合計額が1万2千円を超えるときは、その超える部分の金額（その金額が8万8千円を超える場合には、8万8千円）について、その年分の総所得金額等から控除する。**

- （※1） 特定健康診査、予防接種、定期健康診断、健康診査、がん検診
- （※2） 要指導医薬品及び一般用医薬品のうち、医療用から転用された医薬品  
（類似の医療用医薬品が医療保険給付の対象外のものを除く。）

（注） 本特例の適用を受ける場合には、現行の医療費控除の適用を受けることができない。

※セルフメディケーションは、世界保健機関（WHO）において、「自分自身の健康に責任を持ち、軽度な身体の不調は自分で手当てすること」と定義されている。

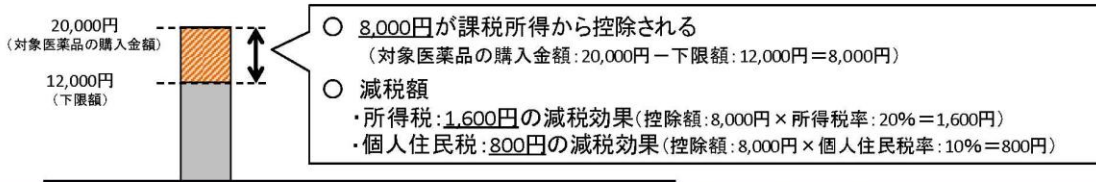
2. 制度の内容

■ 対象となる医薬品（医療用から転用された医薬品：スイッチOTC医薬品）について

- スイッチOTC医薬品の成分数：82（平成27年12月1日時点）
  - 対象となる医薬品の薬効の例：かぜ薬、胃腸薬、鼻炎用内服薬、水虫・たむし用薬、肩こり・腰痛・関節痛の貼付薬
  - （注） 上記薬効の医薬品の全てが対象となるわけではない
  - 具体的な対象医薬品の範囲等は、税制改正法案成立後、関係者と協力して周知を行っていく。

本特例措置を利用する時のイメージ

- 課税所得400万円の者が、対象医薬品を年間20,000円購入した場合（生計を一にする配偶者その他の親族の分も含む）



（厚生労働省より抜粋）

ちょっとした身体の不調などで OTC 医薬品をよく利用される方であれば、一定の条件を満たせば、税金が還付・減額される制度として 2017 年 1 月から始まっています。  
 一定の条件とは、特定の成分を含む OTC 医薬品を 1 年間に 12,000 円以上購入し、更にその年に会社の健康診断や自治体のメタボ検診などを受けていることです。  
 この制度は、自分自身の健康管理を心がけると共に、軽い症状であれば OTC 医薬品を利用することによって、自分で自分の健康を管理すること（セルフケア）を国として推進しようとするものです。

ご存知ですか?  
**OTC医薬品の  
 購入で税金が  
 戻るかも!**

**2017年1月から  
 セルフメディケーション税制  
 (医療費控除の特例)が施行!**

従来の医療費控除制度の特例として、2017年1月から新たに  
**「セルフメディケーション税制(医療費控除の特例)」**がスタート。  
 特定の成分を含んだOTC医薬品の年間購入額が  
**「合計1万2,000円」を超えた場合**に適用される制度です。

※この特例は、平成29年分の確定申告から適用できます。  
 なお、平成29年分の確定申告の一般納税者の場合は、平成30年2月16日から3月15日までです。

確定申告すれば、  
 購入金額の一部が  
 戻ってきます!

こちらが  
 目印です!

**セルフメディケーション  
 税 控除 対象**

公益社団法人 日本薬剤師会  
 一般社団法人 日本保険薬局協会  
 日本製薬団体連合会

日本チェーンドラッグストア協会  
 一般社団法人 日本医薬品卸売業連合会  
 日本一般用医薬品連合会

現在、店頭においては、日本チェーンドラッグストア協会を通じ、このようなポスターなどが掲示されています。

セルフメディケーション税制に関し、まずは、従業員が理解し、お客様に説明できるように、私自身が先頭に立って、知識を深めていきます。

医療費問題対策としての税制制度の側面その他、地域医療の最初の選択肢として、ドラッグストア、調剤薬局を選んでいただけるきっかけとして、この制度を活かさなくてはなりません。

まだ開始したばかりのため、販促告知はもとより、お客様に対して、少しでも早く、認知していただけるように、接客面でもご案内を強化していき、店頭から、制度定着の手伝いをしていきます。そして、お客様にも有意義な制度になれば、と考えております。

#### <まとめ>

登録販売者として、できること、それは、お客様の健康の推進の手助けです。

日々、健康で生活できるように、相談に乗ったり、アドバイスをすることが大切であり、また、相談を受ける自分自身においても、健康でいられるように、健康管理、体調管理に気を付けることも大切です。

ドラッグストアは、医薬品だけでなく、化粧品、日用品、食品なども取り扱います。もちろん、日用品だけを買いに求められるお客様もいらっしゃいます。

そういったいわゆる未病のお客様に対し、健康に関するアプローチをどのようにしていくのが重要になってくると思います。

これからも良き相談相手になれるように、お客様に対して「適度な距離感を持ったお友達」のスタンスで接していくことが、地域に根差したセルフメディケーションの推進につながっていくものと考え、従事してまいります。

# 学生部門特別賞

## 『身近な薬剤師の必要性～すなわち登録販売者の活躍～』

早稲田速記医療福祉専門学校 小山 愛海

### 作品概要

自身の体験をもとに、登録販売者を目指す現在の進路を選ぶきっかけとなった、登録販売者の役割について発表が行われました。アンケート調査や、かかりつけ薬剤師との違い等、内容がしっかりとまとめられているだけでなく、非常に分かりやすい説明が行われ、審査員から高く評価されました。



私は幼少期から薬剤師になりたいと思い、薬剤師を目指してきた。だが今は、登録販売者を目指し、現在の学校で勉強している。なぜ、幼少期から目指してきた薬剤師をやめ、登録販売者になろうと思ったかという、登録販売者という仕事を「身近な薬剤師」という仕事のように感じ、その身近な薬剤師になりたいと思ったからだ。登録販売者という仕事は決して薬剤師とは同じではない。読んで字のごとく、薬剤師は薬剤に対しての「師」であり、薬剤に関するすべてを担うことができる。その反面、登録販売者は調剤どころか第1類医薬品すら売ることができない資格だ。また、世間の人々からの認知度はあまり高くないと言える。私自身も高校2年生までその存在を知らなかった。しかし、その存在はとても身近なものであった。

「最近、冷えてきて少し風邪を引いてしまった」「でも病院に行くほどではないな」と思ったとき、皆さんはどうするだろうか。きっと「ルル」や「パブロン」のような一般医薬品（以下OTC）を買いにドラッグストアへ行ったり、家に備蓄しているOTCを飲んだりするであろう。そのOTCを販売してくれる人こそが登録販売者なのだ。確かに薬剤師が販売しているという店もあるだろう。しかし、現在ではコンビニエンスストアやドラッグストアにおいて登録販売者の従業員を募集し、多くの店で採用している。薬剤師との分業化が進み、ドラッグストア業界や登録販売者という資格が急成長しているのだ。

私が考える「身近な薬剤師」とは、薬剤師よりも密接でより相談しやすく、身近な存在だということである。そのため、かかりつけ薬剤師というわけではない。かかりつけ薬剤師とは、「患者が使用する医薬品について、一元的かつ継続的な薬学管理指導を担い、医薬品、薬物治療、健康等に関する多様な相談に対応できる資質を有するとともに、地域に密着し地域の住民から信頼される薬剤師」とある。

数年前、私は風邪薬を買いたいと思った。その時の私は薬と言えば薬剤師という考えがあり、薬剤師の元へ相談しに行くために薬局へ行った。しかし、薬局には処方箋を持った患者が多くおり、私のようにOTCを買おうとしている人はおらず、とても申し訳ない気持ちになった。私の番になりレジに空箱を持って行くと、薬剤師はとても嫌そうな顔をした。その時、薬剤師にOTCを相談してはいけないのかと私は思った。その後、少し体調が良くなり薬も無くなってきたので、

ドラッグストアへ足を運んだ。薬の前で悩んでいると、薬剤師とは少し風貌の違う人が話しかけてくれた。その方はとても優しく相談に乗ってくれて薬の説明もわかりやすく丁寧だった。その人こそが登録販売者なのであった。

私は現在、ドラッグストアと併設の調剤薬局でアルバイトをしている。そこでは常に患者が来局し処方箋を持ってきたり、第1類医薬品を求めてきたりする。ある日、OTCを持ってきたお客が来た。しかし、薬剤師はこう言った。「3類医薬品はあちらのレジになります」「一般医薬品に詳しいものをお呼びいたしますので、そちらで少々お待ちください」と。私の職場にいる登録販売者は、調剤室にある呼び出しボタンやドラッグストア側のレジにあるボタンで、バックヤードから呼び出されお客にOTCの説明をしている。呼ばれない限りはあまり外での作業をしていない。私はいくら分業化が進んでいるにしても説明くらいはいいのではないかと思った。そこで私は薬剤師に尋ねた。「どうしてお客さまに効能などを教えたり、相談に乗ったりしないのですか」と。薬剤師いわく、「OTCはOTC、調剤は調剤」「登録販売者がいるのだからOTCは任せて薬剤師は調剤に専念したい」「薬の効能は分かるけれど、登録販売者の試験は薬剤師でも難しい」と。

私は冒頭、薬剤師は薬剤に関するすべてを担えると述べた。しかし分業化が進む今、それは事実ではないのかもしれない。

現在の日本の医療費は40兆円を超えている。割合として大きいのは入院だが、その次に多いのは調剤となっている。調剤では医療費を減らすためにジェネリック医薬品を勧めているが、頑固な人や不安を持つ人が多くなかなかうまくいかない。このままいくと、50兆円を超えと言われ、私は破綻するのではないかと不安を感じている。こういった問題がある中、先ほども述べたが、現代社会はドラッグストア業界が急成長している。その理由はセルフメディケーションの普及だ。「自分自身の健康に責任を持ち、軽度な身体の不調は自分で手当てすること」というのが、セルフメディケーションの定義であるが、これを実現するためにも登録販売者が必要だと私は考える。なぜなら、健康でいるために行うことを相談する人が必要なのである。すなわち「身近な薬剤師」である登録販売者だ。

「風邪をひいたときのために薬を備蓄したい」とか「サプリメントはどれがいいのだろう」とか、そういったことを気軽に相談することができれば、今よりもっと自分の健康に関心を持つ人が増え、結果的にセルフメディケーションが実現するのだと思うし、医療費削減にも繋がるのだと私は思う。また、これからの時代は登録販売者が調剤補助をできるようになるのではないかと言われている。これが実現することにより、薬剤師の負担が減り、薬剤師も嫌な顔をせずにOTCを売ることができたり、薬剤師不足というのが解消したりするだろう。

つまり現在、一番大切なのは自分で責任を持って健康管理する「セルフメディケーション」や、何もかも薬剤師ということではなく登録販売者の活躍なのである。

## 第5回 健康(セルメ)川柳コンクール 受賞作品発表

国民の皆様幅広く遊び心で参加していただくことで、JACDSが取り組んでいるセルフメディケーション推進を広く一般の方に知っていただきたく、第5回目の開催となりました。

国民にセルフメディケーションという言葉を知っていただくという目的が着実に成果をあげていると感じています。

健康(セルメ)川柳コンクール実行委員長 櫻井 清

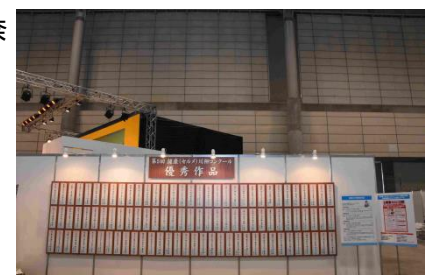
### 《コンクール全体概要》

- ・ 作品募集期間：2016年10月1日～2017年1月31日（4ヶ月間）
- ・ 応募方法：パソコン・携帯電話による応募フォームの利用、ハガキ、FAX等々
- ・ 応募作品総数：約16,000作品
- ・ 優秀100作品および受賞作品をイベントステージ横に掲示、
- ・ 受賞作品はイベントステージおよび、レセプションパーティーにおいて発表後、イベントステージ横に掲示

### 《受賞作品》

☆大賞：1作品	健康も 給油も レジも 今セルフ	オガコ
☆準大賞：1作品	トランプの 光をセルメで 見届ける	ハルル
☆日本チェーンドラッグストア協会会長賞：2作品	AIとセルメが背負う 近未来 ときめきとセルメが老いを 輝かす	汐海岬 正さん
☆JAPANドラッグストアショー実行委員長賞：2作品	健康の ハブ空港に 薬剤師 申告で セルメ一年 振り返る	風信子 鯖南
☆健康(セルメ)川柳コンクール実行委員長賞：2作品	ホソメから フトメになって 今セルメ 税制が セルメする背を ちょっと押し	のんたん たおやめ

★ウエルシア薬局賞：	神ってる 五感で不調 当てる母	やる気こんぶ
★キリン堂賞：	医者知らず 美田はないが 子孝行	とりこし九郎
★クスリのアオキ賞：	医療費を 救うセルメと ジェネリック	相模秋苗
★マツモトキヨシホールディングス賞：	芸は身を セルメは国を 助けます	雪乃丞
★第一三共ヘルスケア賞：	しゃべること それが一番 効く薬	渋澤 花奈
★大正製薬賞：	OTC セルメ家族の キーワード	カジ
★武田薬品工業賞：	人生が 足し算になる 自己管理	涼虫
★東邦薬品賞：	セルメする アプリとサプリ ニ刀流	ペースかめ



コンプライアンス委員会セミナー 開催報告

「個人情報漏えい、サイバーリスクの脅威に備える」

～ コンプライアンス遵守の観点から見た企業がとるべき対応について ～

コンプライアンス委員会では3月17日(金)に「個人情報漏えい、サイバーリスクの脅威に備える」～コンプライアンス遵守の観点から見た企業がとるべき対応について～と題して、東京海上日動リスクコンサルティング(株) ビジネスリスク本部 松下 健 氏、並びに東京海上日動火災保険(株) 横浜中央支店新横浜支社 日退 駿 氏にご講演をしていただきました。

講演内容ですが、松下氏には個人情報漏えい、サイバーリスクの現状とセキュリティ対策について具体的な事例をもとにご説明いただきました。その後、日退氏には企業としてのコンプライアンス遵守におけるリスクマネジメントの観点からとるべき対応についてご説明いただきました。

セミナー内容が専門的な内容であったことから、他のセミナーに比べて参加者が若干少なかったのですが、内容については大変すばらしく、参加者は熱心に耳を傾けていました。また、セミナー終了時には講演者との名刺交換を行なう光景も見られました。



▲ 榎屋委員長の挨拶の様子



▲ 東京海上日動リスクコンサルティング(株) 松下 健 氏の講演の様子

コンプライアンス委員会セミナー開催概要

日 時 平成28年3月17日(金) 11:00～12:30

場 所 千葉県幕張メッセ国際展示場

「第17回JAPANドラッグストアショー」展示会場内セミナールーム B

参加数 約30名

セミナーの主な内容

1. コンプライアンス委員長挨拶 榎屋 茂康

2. テーマ1: 個人情報漏えい、サイバーリスクの現状とセキュリティ対策について

講演者: 東京海上日動リスクコンサルティング(株) ビジネスリスク本部 松下 健 氏

3. テーマ2: 企業として取るべきリスクマネジメントの考え方と対応について

講演者: 東京海上日動火災保険(株) 横浜中央支店新横浜支社 日退 駿 氏

標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー 開催報告

「標準EDI(流通BMS)導入の必然性」

～2020年問題への対応と課題について～

第17回JAPANドラッグストアショーの初日の平成29年3月17日(金)に千葉県幕張メッセ国際展示場内セミナールームにて、毎年恒例となっております「標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー」が開催されました。今回は「標準EDI(流通BMS)導入に向けた課題と取り組み」～2020年に向けた課題と対応について～と題して開催いたしました。

冒頭江黒委員長と経済産業省 流通政策課の佐藤課長補佐からご挨拶いただき、その後NTT東日本様より今回のテーマである2020年問題の発端の「INSネット(ISDN)データ通信」終了に向けた内容について、その背景や影響について詳しく解説していただきました。

次に伊藤忠食品株式会社様から、食品卸としての標準EDIの取り組みについてのご報告、独立行政法人中小企業基盤整備機構様から、流通BMS導入における軽減税率対策補助金の活用についてのご報告、株式会社ユニックス様から、流通BMS導入に失敗しないための注意点などについてご報告いただきました。そして最後に、一般財団法人流通システム開発センター(流通BMS協議会)様から今回のセミナーのまとめや他団体の導入状況について、わかりやすくご報告していただき終了いたしました。

参加した方でないといけない具体的な話と、流通BMSの導入や今度の新しいシステム構築に関わる内容を報告していただき、大変参考になるセミナーとなりました。

今後も引き続き、標準EDIの普及に向けた活動を積極的に進めてまいります。



▲佐藤氏 挨拶



▲セミナーの様子

標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー開催概要

日時 平成28年3月17日(金)13:30～15:30

場所 千葉県幕張メッセ国際展示場

「第17回JAPANドラッグストアショー」展示会場内セミナールーム

参加数 約70名

講演者(講演順)

【挨拶】

業界標準化推進委員会(株式会社クスリのマルエ取締役会長) 委員長 江黒 純一  
 経済産業省 商務情報政策局 商務流通保安グループ 流通政策課 課長補佐 佐藤 猛行氏

【講演】

NTT東日本電信電話株式会社 第一部門 ネットワーク担当課長	山内 健雅氏
伊藤忠食品株式会社 情報システム本部 情報システム開発部部长	福岡 隆氏
独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援部経営企画支援課	
消費税軽減税率対策費補助金統括室参事	前田 和彦氏
	副参事 清水 敬広氏
株式会社ユニックス 基幹系事業部	苺和 元気氏
流通BMS協議会 事務局 一般財団法人流通システム開発センター	
ソリューション第2部新規事業グループ 研究員	梶田 瞳 氏

共催：JACDS勤務薬剤師会／日本薬業研修センター

## 第1回薬剤師学術セミナー 開催報告

- コミュニティー・ファーマシストをめざして -

勤務薬剤師会では3月18日(土)、19日(日)の2日間に渡り、第1回薬剤師学術セミナーを開催いたしました。薬剤師向けの学術セミナーは業界として初めての試みです。このため、2日間にわたるタイムリーで多彩なプログラムを用意いたしました。受講者は熱心に講義に聞き入り、各セッションの終了後には講義内容に基づく質疑応答も盛んに行われました。

今回のセミナーは、「かかりつけ薬剤師」要件となる研修認定薬剤師になるために必要な単位(研修受講シール)を取得可能とするため、日本薬業研修センターとの共催で開催しました。勤務薬剤師会では今後ともご要望に応じてセミナー等の開催を模索いたしますので、ご意見やご要望等があれば、事務局までご連絡ください。



▲国際会議室 103号室でのセミナーの様子



▲イベントホール内セミナー室でのセミナーの様子

### 第1回薬剤師学術セミナー開催概要

日時：2016年3月18日(土)11:00～16:40

場所：千葉 幕張メッセ 国際会議場103会議室

テーマと講師

セッション1：検査値と医薬品情報からみる医薬品の適正使用

新都市医療研究会 関越病院 薬剤科長 安野 伸浩

セッション2：薬剤師の新しい機能 ～ポリファーマシー対策とマネジメント能力～

東京大学大学院 医学系研究科 地域医薬システム学講座 今井 博久

セッション3：漢方とエビデンス ～更年期障害に向き合って～

横浜薬科大学 薬学部長 教授 石毛 敦

日時：2016年3月19日(日)11:00～16:40

場所：千葉 幕張メッセ 国際会議場103会議室(※セッション4は4ホール セミナールームA)

セッション4：薬局・薬剤師行政の課題と展開

厚生労働省医薬食品・生活衛生局 総務課 医薬情報室長 紀平 哲也

セッション5：医薬品の嚥下フィジカルアセスメント ～剤型、在宅、誤嚥予防～

明海大学 PDI 浦安歯科診療所 歯科医師 大西 孝宣

セッション6：高齢化と健康寿命 ～薬剤師として知っておくべき基礎から臨床まで～

千葉大学大学院 薬学研究院 内科医師 神崎 哲人



調剤事業推進委員会主催

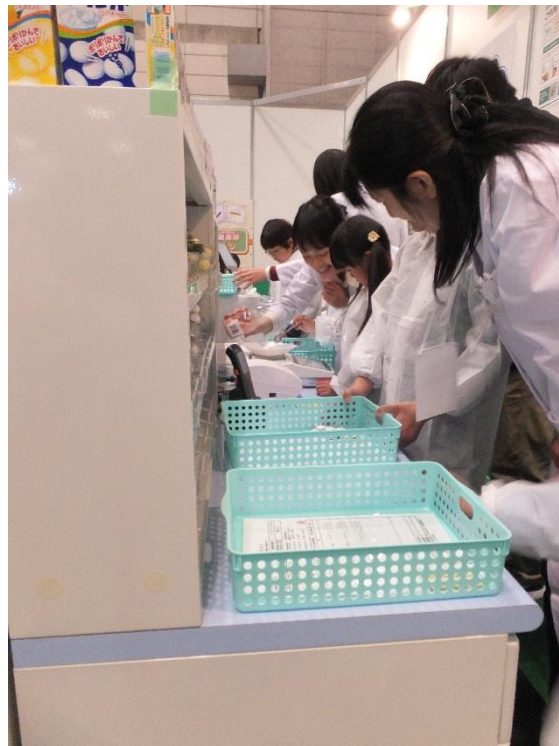
**「こどもやくざいし体験コーナー」開催報告**

平成29年3月18日(金)、19日に千葉県幕張メッセ国際展示場内ヘルス&ビューティ情報ステーション2017 内において、「こどもやくざいし体験コーナー」を実施しました。

体験を通して、ドラッグストアでの調剤や薬剤師の仕事に関心を持っていただくため企画したものです。昨年初めて開催し、大変好評でしたので今年是小間数を広げました。本年も2日間、朝から夕刻まで順番待ちの列ができるほどの大盛況でした。

親子ともども、通常入ることのない調剤室の中でのような工程で作業が行われているのか、分包機に入れた薬がどのような動きをするのか、興味は尽きない様子でした。

体験後はお薬(お菓子)と修了証を持って記念撮影。子供用の白衣はそのまま差し上げましたので、会場内で白衣の子供たちを目にした方も多いのではないのでしょうか。



## 《開催概要》

日時: 2017年3月18日(土)、19日(日)10:00~17:00

場所: ヘルス&amp;ビューティ情報ステーション2017内

参加者数: 約700組

日本チェーンドラッグストア協会主催  
**「アドバイザーのための更新セミナー」開催**  
 最新情報を習得し、自己学習・店頭でのアドバイスに活かす

3月17日(金)に第17回JAPANドラッグストアショーの同時開催として更新セミナーが千葉・幕張メッセで行われました。当日は多くの受講者をご参加され、熱心にメモを取りながら講師の話に耳を傾けていました。参加された方からは、「毎年参加していますが、今回も店頭で役立つ知識をたくさん教わりました」、「これからは正確な情報を入手してお客様に伝えていきたい」などの感想が寄せられました。

**更新セミナー①**

『インターネットを活用した健康情報の集め方と活用法』

医薬情報研究所 / 株式会社エス・アイ・シー  
**堀 美智子 氏**

だれでも手軽に様々な情報を収集できる現在、健康に関する情報も玉石混合、専門家として情報を正しく判断するための方法について講義いただきました。スマホやパソコンを活用して、最新の正しい健康情報を収集するための具体例や活用方法などのお話がありました。

参加者からは「一般の人と専門家の違いは情報評価能力の差との堀先生の言葉に、誤った情報を正していく必要性を感じました」「薬局、薬店は生活者のヘルスリテラシーを高めるための情報提供施設であるので、常に新しく正しい情報発信に努めていきたいと思いました」などの感想が寄せられました。



堀先生の実際の店頭での対応例や具体的な情報収集を紹介

**更新セミナー②**

『ダイエットについてあらためて考える』

健康科学アドバイザー  
**福田 千晶 氏**

以前流行ったダイエット方法から最近話題のダイエット方法の紹介など、ダイエットを成功させるために必要なことをデータを交えて講義が行われました。肥満による健康への影響やダイエットを妨げる様々な落とし穴と正しい目標設定など、ダイエットについて改めて考えさせるお話をしていただきました。

参加者からは、「世の中にいろいろなダイエットが開発されているが、実は危険なものが多くあることにびっくりした」「実際に福田先生が診断された例に基づいたお話はとても分かり易く、食と運動の生活バランスを考えて実行する基本的な事が大事であることを再認識できました」などの声が寄せられました。



実現可能な糖質制限ダイエットについて、問題点や解決策を実際の写真を使用して紹介

平成28年度日本薬業専門学校連絡協議会開催報告

**各校の近況や登録販売者制度などについて  
活発な意見交換が行われました！**

平成29年3月18日(土) 14:00  
～16:00、「第17回JAPANDラッグストアショー」開催中の幕張メッセ国際  
展示場内4ホール会議室で行われました。

8校9名の学校会員の先生方及び、日本  
薬業研修センター 川島理事長の出席にて開  
催されました。

新学期前の多忙な中、ご参加頂いた、先  
生方からは、各校の現状や、課題とされて  
いること等をお話頂きました。他の先生方  
からは、共感や、意見の交換が行われまし  
た。

登録販売者試験について、試験や受験者の  
傾向など、川島理事長との意見交換が行わ  
れました。川島理事長より登録販売者資質  
向上研修についても紹介され、登録販売者  
に望む習得して頂きたい知識についてもお  
話がありました。

また事務局からは開催中のJAPANDラッグストアショーの見所についての紹  
介が行われ、テーマブースにて上映されているビデオが上映されました。



8校9名の学校会員の方々と  
川島理事長が参加されました



開催中のラッグストアショーの見所  
についても紹介されました。

**参加学校会員 (50音順)**

あいちビジネス専門学校  
国際デュアルビジネス専門学校  
仙台医療福祉専門学校  
東京医薬専門学校

日本薬科大学  
沼津情報・ビジネス専門学校  
福岡医健専門学校  
早稲田速記医療福祉専門学校

協力団体: 日本薬業研修センター主催セミナー

## 「健康サポート薬局届出方法のポイント」開催報告

平成28年3月16日(木)JAPANドラッグストアショープレビュー開催日に、千葉県幕張メッセ国際展示場内セミナールームにおいて「健康サポート薬局届出のポイントセミナー」が開催されました。

平成28年4月から施行された「健康サポート薬局」と、その申請方法のポイントについて紹介されました。特に健康サポート薬局申請にあたっては、新たに作成する「健康サポート薬局」業務指針、その他の多様な申請書類の提出が求められています。本セミナーでは、「健康サポート薬局」そのものの狙いと位置づけに加え、その申請に当たっての提出書類モデル様式を作成し、セミナー参加者に提供しました。さらに申請が受理されるためのポイントを詳細に解説しました。

また日本薬業研修センターが「健康サポート薬局」研修の実施機関として、日本薬学会から確認を得たことを前提に、今後の研修実施計画と参加のご案内等についての紹介がありました。



### 《開催概要》

日時: 2017年3月16日(木)

場所: 千葉 幕張メッセ 国際展示場ホールセミナールーム

参加者数: 約 100 名

### 講演内容

13:30~15:00 健康サポート薬局届出方法のポイント

一般社団法人 日本薬業研修センター認定講師 筑波 純

15:10~16:00 健康サポート薬局研修のご案内

一般社団法人 日本薬業研修センター 横田 敏

## JAPANドラッグストアショー開催に合わせて開催 日本薬業研修センター健康サポート薬局研修スタート

日本薬業研修センターによる、健康サポート薬局研修が、3月16日(木)の技能習得型研修よりスタートした。今回の研修は、17日(金)から千葉・幕張メッセにて開催された、JAPANドラッグストアショーに合わせて実施され、16日は幕張勤労市民プラザ、17日は幕張メッセ・国際会議場にて行われた。

技能習得型研修は、次のようなプログラムにて実施される。技能Ⅰ「健康サポート薬局の基本理念」、技能Ⅱ「薬局利用者の状況把握と対応」、技能Ⅲ「地域包括ケアシステムにおける多職種連携と薬剤師の対応」。

両日共、技能Ⅰ、技能Ⅲ、技能Ⅱの順で実施された。午前10時～20時迄の長時間の研修であったが、グループ討議とその発表等も行われ、活気溢れる研修となった。

### ●3月16日幕張勤労市民プラザ

日本薬業研修センター認定講師・堀 美智子先生を講師に迎え実施された。技能Ⅲに於いては、千葉県健康福祉部薬務課より企画指導班 班長の荒木 会美氏に会場頂き、千葉県の地域包括ケアシステムの現状をお話頂いた。

研修はグループ形式で実施され、各講義にて、グループ討議が行われた。技能Ⅲ、技能Ⅱでは、討議の成果を各グループ別に発表し、それに対し他のグループや講師との質疑応答が展開された。



グループによる発表と、その質疑に対して、コメントする講師

### ●3月17日幕張メッセ・国際会議場

翌日は、ドラッグストアショー会場に隣接する幕張メッセ・国際会議場に会場を移し、技能Ⅰ、技能Ⅲを認定講師・筑波 純先生、技能Ⅱを岡田 洋介先生にて実施された。

講師による講義や、地域包括支援センター紹介の映像等の動画の後、グループ討議、発表、質疑、講師による総括の流れで進行した。技能Ⅱでは、“こんな来局者にどう対応するか”についての3つのケースを、各グループで討議・発表し、最後に講師による総括が行われた。

この日も前日同様、活気溢れる研修となった。



模造紙によるグループ発表。図や付箋を活用し、様々工夫した発表が行われた。

## JAPANドラッグストアショーにアジアの各国から訪日団

中国、台湾、韓国など6団体が視察

第17回JAPANドラッグストアショーの視察にアジア各国の業界団体が訪れ、JACDS執行部に表敬訪問されました。

JAPANドラッグストアショー初日の17日(金)には、韓国から「韓国チェーンストア協会」様(25名)、中国から「中国医薬商業協会」様(5名)、台湾から「中華商店経営発展協会」様(30名)と「台湾製薬工業同業公会」様(35名)。18日(土)は中国の「中国保健協会」様(約20名)、「中国質量協会」様(12名)が来場しました。会場内を見学し、JACDS執行部と面談を行いました。

JACDS執行部との面談では、日本経済の近況やドラッグストア経営の問題について熱心に質問をし、意見交換が行なわれました。また、JAPANドラッグストアショーについては「大変参考になるイベントで、注目している。今後、さらなる交流を通じて、友好と発展を目指したい」とコメントされました。



▲中国医薬商業協会



▲台湾製薬工業薬公会



▲中華商店経営発展協会



▲中国質量協会

## 薬局、店舗販売業許可の二重申請解消に関する状況報告について —3月31日付厚生労働省 課長通知と今後の対応について—

ドラッグストアの会員各社より要望が高かった、調剤併設店舗における「薬局」と「店舗販売業」二重申請許可問題ですが、解消に向けた新たな動きとして「3月31日付厚生労働省 課長通知」が発出されました。

1. 規制改革実施計画(平成28年6月閣議決定)について  
すでに次の2項目が閣議決定されております。

【事項1】薬局における薬剤師不在時の第2類、第3類医薬品の取り扱い見直し

(販売可能とするように規制を見直す)→平成28年度検討・結論、平成29年度上期措置

【事項2】薬局と店舗販売業の併設許可に係る指導の統一化→平成28年度検討・結論・措置

2. 3月31日付け厚生労働省医薬・生活衛生局総務課課長通知の発出

このたび発出された課長通知は上記の【事項2】についての考え方およびその考えに基づいたQ&Aについてです。(通知全文を添付します)

- ① 薬局と店舗販売業を仕切る「壁面」は要らない。床面の線引きなどで区分を行えばよい。
- ② 薬局(許可区分)の利用者が、薬局に出入りするための経路を明らかに認識し、店舗販売業区分であつても容易に薬局に出入りすることができる場合は、共有通路を設ける必要はない。
- ③ 薬局で働く薬剤師は、店舗販売業での同一時間帯で業務することが可能である。ただし、管理者の監督の範囲内で行われること。また、薬局の管理薬剤師は、店舗販売業での勤務はできない。これらの内容も、業界では要望が多かった内容だと思います。このたびの明確化は、大変良かったのではないかと考えております。

3. 薬局、店舗販売業の二重申請の解消について

解消の内容や方向性については次の内容で調整しております。

- ① 薬剤師が「実地に管理」しているとみなせる状況にあること(いつでも連絡がすぐ取れて戻れる)
- ② 調剤の機能に係る区域を閉鎖すること
- ③ 調剤等を求める患者が困ることのないようにすること

現在いくつかの法令的な課題があり調整を進めております。内容が決定次第、ご連絡申し上げます。

薬生総発0331第2号  
平成29年3月31日

日本チェーンドラッグストア協会 会長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長  
(公 印 省 略)

薬局及び店舗販売業の店舗における明確な区別の考え方について

医薬行政の推進につきましては、平素から格別の御配慮を賜り、厚く御礼申し上げます。

標記について、別添のとおり、各都道府県等衛生主管部（局）長あて通知しましたので、御了知いただくとともに、貴会会員に周知いただきますようお願いいたします。



(別添)

薬生総発0331第1号

平成29年3月31日

各 

都	道	府	県		
保	健	所	設	置	市
特	別	区			

 衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長

(公 印 省 略)

薬局及び店舗販売業の店舗における明確な区別の考え方について

薬局及び店舗販売業の店舗の構造設備については、薬局等構造設備規則（昭和36年厚生省令第2号）第1条第1項第3号及び第2条第3号において、当該薬局又は店舗販売業以外の薬局又は店舗販売業の店舗の場所、常時居住する場所及び不潔な場所から明確に区別されていることが求められています。

今般、これらの規定の趣旨について、下記のとおり改めて整理したため、貴職におかれては、その趣旨に鑑み、貴管下の薬局及び店舗販売業の店舗に対する適切な指導をお願いします。

#### 記

1. 当該薬局又は店舗販売業以外の薬局又は店舗販売業の店舗の場所から明確に区別されていることとは、「薬事法施行規則等の一部を改正する省令」（平成21年厚生労働省令第10号）により、一般用医薬品の陳列方法等を定めたことに伴い、購入者から見て一般用医薬品等を販売している薬局又は店舗販売業の店舗を明らかにするためのものであること。
2. 一方、常時居住する場所及び不潔な場所から明確に区別されていることとは、業として調剤の業務及び販売業を行う場所を明確にし、薬局及び店舗販売業の衛生面を担保するためのものであること。
3. 以上のとおり、1. と2. における「明確に区別されていること」とは、同等の方法で区別することを求めるものではなく、1. の場合の「明確に区別されていること」とは、壁等で完全に区画されている必要はないこと。

事 務 連 絡

平成 29 年 3 月 31 日

日本チェーンドラッグストア協会 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課

厚生労働省医薬・生活衛生局監視指導・麻薬対策課

### 薬局と店舗販売業の併設等に関する Q & A について

規制改革実施計画（平成 28 年 6 月 2 日閣議決定）において、「薬局と店舗販売業の併設許可に係る審査基準及び指導基準（以下「審査基準等」という。）が都道府県、保健所設置市及び特別区により異なることについて、現状の調査を行い、その合理性を検証し結果を公表した上で、検証結果を踏まえ、審査基準等について検討し、必要な措置を講ずる。」こととされていることを踏まえ、本日、調査結果を厚生労働省のホームページに掲載したところです。

調査結果によると、審査基準等にばらつきが生じる要因として、薬局等構造設備規則（昭和 36 年厚生省令第 2 号）第 1 条第 1 項第 3 号等の規定の解釈運用による相違があると考えられたため、「薬局及び店舗販売業の店舗における明確な区別の考え方について」（平成 29 年 3 月 31 日付け薬生総発 0331 第 1 号厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長通知）により、その規定の趣旨をお示しいたしました。

上記を踏まえ、今般、薬局と店舗販売業の併設等に関する Q & A を別添のとおり各都道府県等衛生主管部（局）薬務主管課あてお知らせしましたので、御了知いただくとともに、貴会会員に周知いただきますようお願いいたします。

(別添)

事務連絡

平成 29 年 3 月 31 日

各 

都道府県
保健所設置市
特別区

 衛生主管部（局）薬務主管課 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課

厚生労働省医薬・生活衛生局監視指導・麻薬対策課

### 薬局と店舗販売業の併設等に関する Q & A について

規制改革実施計画（平成 28 年 6 月 2 日閣議決定）において、「薬局と店舗販売業の併設許可に係る審査基準及び指導基準（以下「審査基準等」という。）が都道府県、保健所設置市及び特別区により異なることについて、現状の調査を行い、その合理性を検証し結果を公表した上で、検証結果を踏まえ、審査基準等について検討し、必要な措置を講ずる。」こととされていることを踏まえ、本日、調査結果を厚生労働省のホームページに掲載したところです。

調査結果によると、審査基準等にばらつきが生じる要因として、薬局等構造設備規則（昭和 36 年厚生省令第 2 号。以下「構造設備規則」という。）第 1 条第 1 項第 3 号等の規定の解釈運用による相違があると考えられたため、「薬局及び店舗販売業の店舗における明確な区別の考え方について」（平成 29 年 3 月 31 日付け薬生総発 0331 第 1 号厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長通知）により、その規定の趣旨をお示しいたしました。

上記を踏まえ、今般、薬局と店舗販売業の併設等に関する Q & A を別添のとおり取りまとめましたので、貴管下関係団体、関係機関等へ周知いただくとともに、指導等の際に活用いただくようお願いいたします。

【構造設備関係】

(問1) 薬局は、構造設備規則第1条第1項第3号において、当該薬局以外の薬局又は店舗販売業の店舗の場所から明確に区別されていることとされているが、例えば、壁やパーティションを設けたり、床面への線引きや色分け等をしたしななければならないか。

(答) 当該薬局以外の薬局又は店舗販売業の店舗の場所から明確に区別されていることとした趣旨は、購入者から見て一般用医薬品等を販売している薬局又は店舗販売業の店舗を明らかにするためである。このため、業として調剤の業務及び販売業を行う場所を明確にし、薬局の衛生面を担保するために求めている、常時居住する場所及び不潔な場所から明確に区別することと同等の方法で区別することを求めるものではなく、壁等で完全に区画されている必要はない。その他の方法についても購入者から見て薬局と店舗販売業の区分が明確であれば、床面への線引きや色分け等、いずれかの措置に限定するものではない。なお、薬局の閉店時には、店舗販売業の利用者が薬局の医薬品を購入することができないような措置が講じられている必要がある。

(問2) 薬局は、構造設備規則第1条第1項第1号において、調剤された薬剤又は医薬品を購入し、又は譲り受けようとする者が容易に出入りできる構造であり、薬局であることがその外観から明らかであることとされているが、薬局と店舗販売業の店舗を併設し、店舗販売業の店舗の出入口から店舗内を通り抜けて薬局へ出入りする構造の場合、店舗販売業の店舗の面積に含めない共有通路を設ける必要はあるか。

(答) 店舗販売業の利用者であるか否かにかかわらず、薬局の利用者が薬局に出入りするための経路を明らかに認識でき、当該店舗販売業の店舗内を通行して容易に薬局に出入りすることができる場合は、店舗販売業の店舗の面積に含めない共有通路を設ける必要はない。ただし、例えば、薬局以外に複数の施設を併設するため、常時、当該店舗の利用者以外の人を通り抜けることにより、店舗販売業の業務に支障が生じるおそれがある場合は、当該通路部分を店舗販売業の面積に含めずに店舗販売業の許可に必要な面積を確保する必要がある。

【管理薬剤師以外の薬剤師の勤務形態】

(問3) 薬局又は店舗販売業の管理者以外の薬剤師がそれぞれの店舗で勤務する旨を許可申請等の際に提出しており、当該薬局又は店舗販売業における薬剤師の勤務状況が薬局並びに店舗販売業及び配置販売業の業務を行う体制を定める省令（昭和39年厚生省令第3号。以下「体制省令」という。）を満たしていることが明確であれば、当該薬剤師が同一時間帯に薬局及び店舗販売業の両方の店舗を行き来して医薬品の販売等を行うことは可能か。

(答) 当該薬剤師以外の薬剤師が勤務することにより体制省令の基準を満たしていることが明確である場合、薬局及び薬局と併設する店舗販売業の双方で同一時間帯に勤務することを妨げるものではない。ただし、当該薬剤師の業務については、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第8条及び同法第29条に基づき、その業務内容（薬局又は店舗販売業のいずれにおいて業務を行うか等）に応じて、薬局又は店舗販売業の管理者の監督の範囲内で実施される必要がある。

# <第17回 2016年度> 日本のドラッグストア実態調査 調査結果のご報告

- 総店舗数は調査開始から連続増加、1万8,874店舗へ
- 総売上高は6兆4,916億円、前年比伸び率は105.9%と大きく躍進
- 1店舗当たりの売上高も4年続けての前年割れから回復

今回で17回目となる「日本のドラッグストア実態調査」は、マスコミをはじめ内外の銀行・証券、シンクタンク等の市場調査関係者からの問い合わせが年々増加しています。これは、ドラッグストアの役割や当業界への注目度が大きくなっている何よりの証左と言えます。

今回もご多忙の折、貴重なデータの提供をいただきました正会員の皆様のご協力に感謝申し上げます。この会報誌上では、「第17回 JAPAN ドラッグストアショー」での発表内容に補足事項を追加した調査結果のご報告をいたします。

<今回調査の内容>(※詳細は末尾参照)

## 調査目的

- (1)日本のドラッグストアの実態を把握する。
- (2)2000年度を初回とし、毎年同じ方法で調査を実施することにより、日本のドラッグストア業態の動向と変化を明らかにする。

## 実施期間

2016年10月1日～2017年1月31日(会員外会社に対する調査期間を含む)

## 調査項目

- (1)ドラッグストアの売上高(商品別)、取扱い商品数(SKU)
- (2)ドラッグストアの店舗数(規模別、都道府県別を含む)
- (3)ドラッグストアの従業員数(薬剤師、登録販売者、他)
- (4)処方箋取扱い店舗数、処方箋取扱い枚数

注)ドラッグストア対象の調査であるが、「調剤専門店(調剤薬局)」の関連調査を含む

## 有効回答数

正会員128社中116社が回答(ドラッグストア非経営会社は対象外)

回答率94.4%(調査項目により非公開会社もあり、有効回答率は項目により異なる)

## 実施機関及び責任者

日本チェーンドラッグストア協会 執行委員会

執行委員長 根津 孝一(株式会社ぱぱす 代表取締役会長)

## 全国ドラッグストア店舗数調査(推計値)

### ■ 1. 全国ドラッグストア総店舗数 ≫ 1万8,874 店舗

第17回2016年度のJACDSの調査によると、日本のドラッグストア(Dg.S)の総店舗数は、前回2015年度の調査より395店舗増加し、1万8,874店舗であることがわかった。

OTC医薬品のネット販売も日常的なものとなり、さらには登録販売者の受験資格や実務経験の要件が変更され、異業態を含めた企業間の競争はますます厳しさを増している。M&A等による企業数の減少傾向にも歯止めがかからない状態である。

このような情勢においても、店舗数は2000年度の調査開始以来15年以上にわたり増加を続けている。Dg.Sは、消費の多様化、狭小商圈化、高齢化対応など変化する商圈を的確に捉え、変貌を遂げつつ国民生活に浸透し、地域密着を進めている。

	企業数	総店舗数	増減		企業数	総店舗数	増減
2000年度(第1回)	579	11,787	-	2009年度(第10回)	549	15,971	+346
2001年度(第2回)	590	12,558	+771	2010年度(第11回)	535	16,259	+288
2002年度(第3回)	641	13,343	+785	2011年度(第12回)	525	16,815	+556
2003年度(第4回)	642	14,103	+760	2012年度(第13回)	523	17,144	+329
2004年度(第5回)	671	14,348	+245	2013年度(第14回)	501	17,563	+419
2005年度(第6回)	640	14,725	+377	2014年度(第15回)	486	17,953	+390
2006年度(第7回)	621	15,014	+289	2015年度(第16回)	447	18,479	+526
2007年度(第8回)	605	15,384	+370	2016年度(第17回)	431	18,874	+395
2008年度(第9回)	578	15,625	+241				

また、総店舗数に占めるJACDS会員企業の店舗数は年々増加しており、現在は9割を超える店舗がJACDS会員店舗となっている。

#### 正会員と非会員の内訳

	JACDS 正会員			非会員		
	企業数	店舗数	店舗数構成比	企業数	店舗数	店舗数構成比
2000年度(第1回)	232	7,728	65.6%	347	4,059	34.4%
2001年度(第2回)	218	8,151	64.9%	372	4,407	35.1%
2002年度(第3回)	214	8,818	66.1%	427	4,525	33.9%
2003年度(第4回)	206	9,586	68.0%	436	4,517	32.0%
2004年度(第5回)	211	9,886	68.9%	460	4,462	31.1%
2005年度(第6回)	202	10,328	70.1%	438	4,397	29.9%
2006年度(第7回)	193	10,808	72.0%	428	4,206	28.0%

2007年度(第8回)	178	11,203	72.8%	427	4,181	27.2%
2008年度(第9回)	174	11,822	75.7%	404	3,803	24.3%
2009年度(第10回)	176	12,705	79.6%	373	3,266	20.4%
2010年度(第11回)	166	12,997	79.9%	369	3,262	20.1%
2011年度(第12回)	163	13,677	81.3%	362	3,138	18.7%
2012年度(第13回)	163	14,061	82.0%	360	3,083	18.0%
2013年度(第14回)	151	14,973	85.2%	350	2,590	14.8%
2014年度(第15回)	148	15,804	88.0%	338	2,149	12.0%
2015年度(第16回)	141	16,437	88.9%	306	2,042	11.9%
2016年度(第17回)	128	17,109	90.6%	303	1,765	9.4%

## ■ 2. 全国 Dg.S 規模別店舗数 ≧ 大型店増加と中小型店減少の傾向が明確化

有効回答 200 社、1 万 6,410 店舗の集計によると、Dg.S の店舗規模では、150～300 坪クラスが 7,222 店舗で全体の 44.0%を占め、Dg.S の中心的規模には変化はない。従前どおり 150 坪超を大型店とするならば、近年は大型店の比率が 6 割近くになり、一層の増加傾向が鮮明になった。

調剤や食品を中心とする取り扱いカテゴリーの増加に伴う大型店と駅前や繁華街等に出店する小型店の 2 極化傾向が進んでいると見られる。

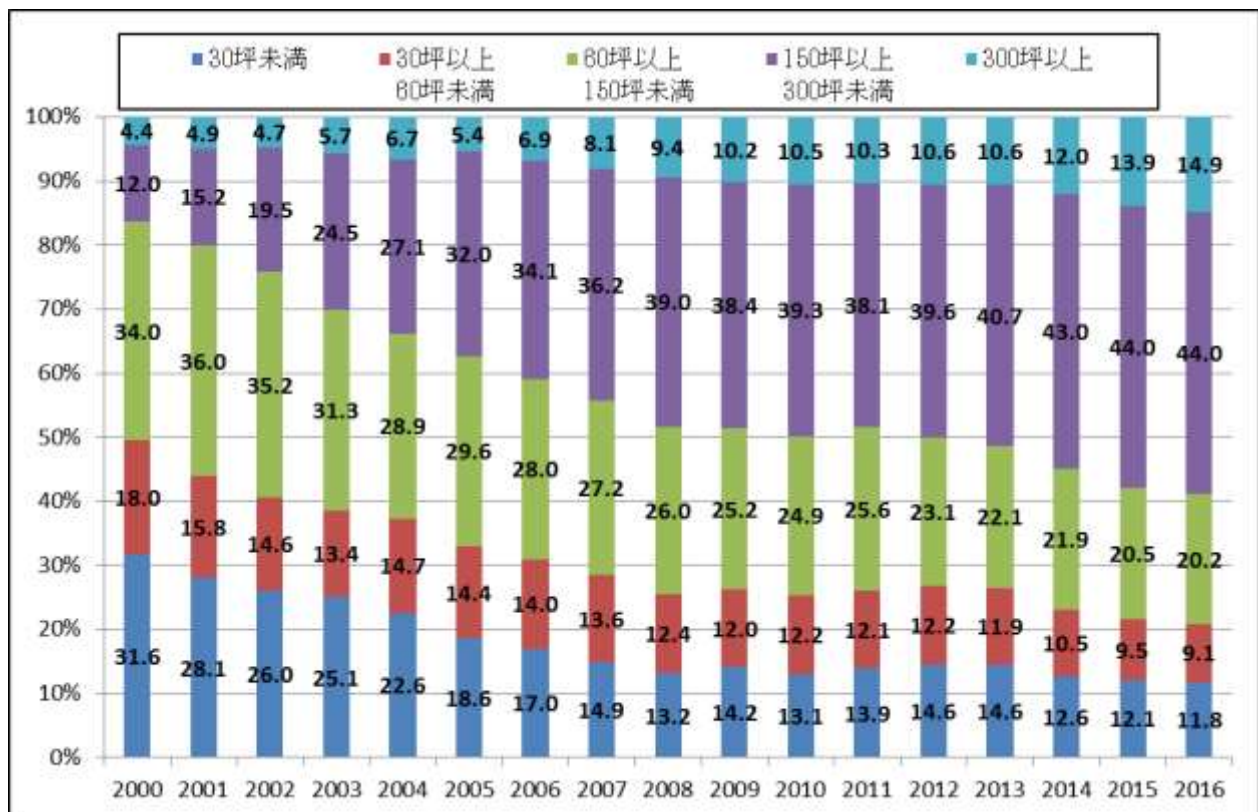
	総店舗数 (店)	規模別店舗数 (店)				
		30 坪未満	30 坪以上 60 坪未満	60 坪以上 150 坪未満	150 坪以上 300 坪未満	300 坪 以上
JACDS 正会員企業 (有効回答; 116 社)	15,611	1,611	1,385	3,175	7,132	2,308
非会員企業 (有効回答; 84 社)	799	329	103	146	90	131
合計 (下段は構成比) (有効回答; 200 社)	16,410	1,940	1,488	3,321	7,222	2,439
	100%	11.8%	9.1%	20.2%	44.0%	14.9%
全国規模別推定店舗数 (有効回答構成比による)	18,874	2,231	1,711	3,820	8,306	2,805



### 規模別店舗数の増減推移

	第14回(2013年度)		第15回(2014年度)		第16回(2015年度)		第17回(2016年度)	
	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数	増減
30坪未満	2,571	+315	2,258	-313	2,234	-24	2,231	-3
30坪以上 60坪未満	2,097	+58	1,893	-204	1,762	-131	1,711	-51
60坪以上 150坪未満	3,874	-77	3,924	+50	3,796	-128	3,820	+24
150坪以上 300坪未満	7,154	+60	7,724	+570	8,126	+402	8,306	+180
300坪以上	1,867	+63	2,153	+286	2,562	+409	2,805	+243
合計	17,563	+419	17,953	+390	18,479	+526	18,874	+395

### 規模別店舗数構成比の推移



### ■ 3. 全国ドラッグストア 都道府県別店舗数

第17回2016年度の調査による日本のドラッグストアの都道府県別店舗数は以下のとおりとなっている。地域別には、首都圏(1都3県)に5,421店舗(28.7%)、関西圏(2府4県)に3,231店舗(17.1%)がある。

	正会員企業	会員外企業	合計
北海道	744	211	955
青森県	193	29	222
岩手県	187	7	194
宮城県	343	7	350
秋田県	122	12	134
山形県	190	0	190
福島県	210	5	215
茨城県	401	2	403
栃木県	233	25	258
群馬県	314	7	321
埼玉県	1,039	43	1,082
千葉県	804	180	984
東京都	1,859	281	2,140
神奈川県	1,163	52	1,215
新潟県	246	69	315
富山県	164	10	174
石川県	178	0	178
福井県	79	124	203
山梨県	128	5	133
長野県	286	22	308
岐阜県	290	11	301
静岡県	476	11	487
愛知県	832	153	985
三重県	234	2	236

	正会員企業	会員外企業	合計
滋賀県	214	0	214
京都府	378	0	378
大阪府	1,319	176	1,495
兵庫県	716	45	761
奈良県	172	27	199
和歌山県	156	28	184
鳥取県	84	5	89
島根県	102	6	108
岡山県	273	22	295
広島県	397	28	425
山口県	207	4	211
徳島県	107	13	120
香川県	166	3	169
愛媛県	220	4	224
高知県	110	0	110
福岡県	622	58	680
佐賀県	98	12	110
長崎県	144	18	162
熊本県	254	14	268
大分県	147	2	149
宮崎県	143	8	151
鹿児島県	246	3	249
沖縄県	119	21	140
合計	17,109	1,765	18,874

(有効回答) (128社) (303社) 431(社)

## 全国ドラッグストア売上高調査(推計値)

### ■ 1. 全国ドラッグストア総売上高 ≫ 6兆4,916億円

正会員会社（109社 15,147店舗）の集計によると、5兆2,098億円の市場規模であることが確認できた。これを基に店舗の確認ができた全国のDg.S431社 1万8,874店の推定売上高は、6兆4,916億円、2015年度対比の伸び率では105.9%の結果であった。

近年の調剤分野への積極的な取組み、食品取り扱いの強化、意欲的な出店をベースに、訪日外国人によるインバウンド需要を取り込んだことが大幅な成長につながったものと思われる

る。更に、目的来店性の高まりによるワンストップショッピングの効果が大きくでたものと考えられる。

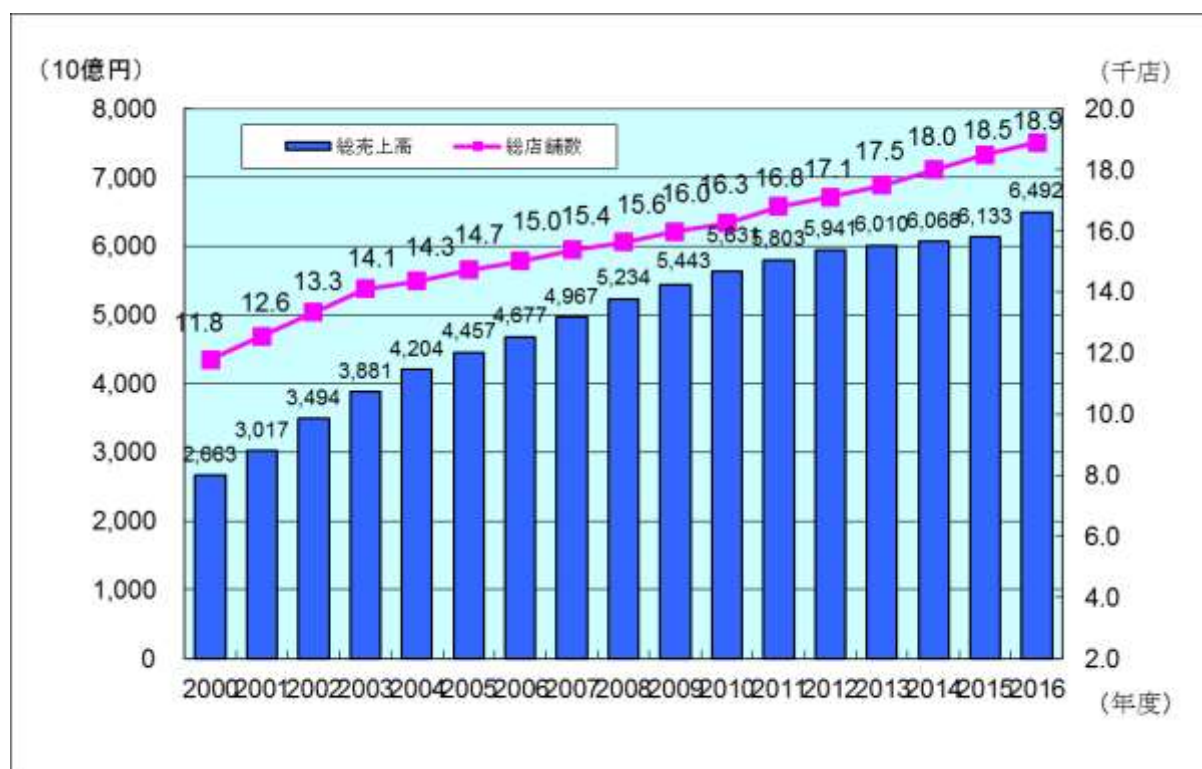
ドラッグストアが日本の産業として国民から信頼され、なくてはならないものとして期待されている証左といえる。

(億円/年、%)

調査年度		2013年度 (第14回)	2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2016年度 (第17回)
JACDS 正会員企業 (有効回答：109社 15,147店舗)	売上高	44,093	47,254	47,765	52,098
	前年比	(106.5) <sup>注</sup>	(106.4) <sup>注</sup>	(103.8) <sup>注</sup>	109.7
全国推定売上高 (431社18,874店舗)	売上高	60,097	60,679	61,325	64,916
	前年比	101.2	101.0	101.1	105.9

注) JACDS 正会員企業欄( )内の前年比は、2013年度は140社12,886店舗、2014年度は141社13,981店舗、2015年度は130社14,393店舗の各実績ベースです。以下に共通。

### 全国ドラッグストア総売上高と店舗数の推移



## ■ 2. 全国ドラッグストア 医薬品売上高 ≧ 2兆0,874億円

正会員会社(109社15,147店舗)の集計では、医薬品売上高は1兆3,973億円となり、伸び率は昨年比110.0%の成長となっている。

これを基に店舗の確認ができた全国のDg.S431社1万8,874店の医薬品売上高を推定すると2兆0,874億円となり、伸び率は昨年比106.2%の成長となっている。

調剤、OTC 個別に売上高、伸び率のデータを協力いただいた一部企業の集計からは、調剤のみならず近年伸び悩んでいた OTC の販売も増加している。

(億円/年、%)

調査年度		2013 年度 (第 14 回)	2014 年度 (第 15 回)	2015 年度 (第 16 回)	2016 年度 (第 17 回)
JACDS 正会員企業 (有効回答：109 社 15,147 店舗)	売上高	12,523	13,078	13,257	13,973
	前年比	(109.0) 注	(106.6) 注	(103.6) 注	110.0
全国推定売上高 (431 社 18,874 店舗)	売上高	19,272	19,479	19,664	20,874
	前年比	102.5	101.1	100.9	106.2

注)「総売上高」の注記に同じ

### ■ 3. 全国ドラッグストア 化粧品売上高 >> 1 兆 3,670 億円

正会員会社 (109 社 15,147 店舗) の集計値では、10,685 億円、昨年比 109.2%であった。これを基に店舗の確認ができた全国の Dg.S431 社 1 万 8,874 店の売上高を予測すると 1 兆 3,670 億円、昨年比 105.4%となった。この数年、前年割れの傾向があったが、今回は大幅に伸びているという結果を得た。

(億円/年、%)

調査年度		2013 年度 (第 14 回)	2014 年度 (第 15 回)	2015 年度 (第 16 回)	2016 年度 (第 17 回)
JACDS 正会員企業 (有効回答：109 社 15,147 店舗)	売上高	9,631	10,203	10,062	10,685
	前年比	(104.7) 注	(105.4) 注	(100.4) 注	109.2
全国推定売上高 (431 社 18,874 店舗)	売上高	13,268	13,260	12,972	13,670
	前年比	98.5	99.9	97.8	105.4

注)「総売上高」の注記に同じ

### ■ 4. 全国ドラッグストア 日用雑貨売上高 >> 1 兆 3,899 億円

正会員会社 (109 社 15,147 店舗) の集計では 1 兆 1,690 億円、昨年比 109.0%であった。これを基に店舗の確認ができた全国の Dg.S431 社 1 万 8,874 店の売上高を予測すると、1 兆 3,899 億円、前年比 105.2%となった。

(億円/年、%)

調査年度		2013 年度 (第 14 回)	2014 年度 (第 15 回)	2015 年度 (第 16 回)	2016 年度 (第 17 回)
JACDS 正会員企業 (有効回答：109 社 15,147 店舗)	売上高	10,101	10,809	10,958	11,690
	前年比	(105.0) 注	(106.5) 注	(105.0) 注	109.0
全国推定売上高 (431 社 18,874 店舗)	売上高	12,788	12,914	13,213	13,899
	前年比	98.8	101.0	102.3	105.2

注)「総売上高」の注記に同じ

## ■ 5. 全国ドラッグストア その他の売上高 ≫ 1兆6,473億円

「その他」に入るカテゴリーは、家庭雑貨、衣料雑貨、そして酒類を含む食品全般、その他であるが、正会員会社（109社 15,147店舗）の集計では、1兆5,749億円となり、伸び率は昨年比110.3%となった。

これを基に、店舗の確認ができた全国のDg.S 431社 1万8,874店の売上高を推定すると1兆6,473億円、伸び率は106.4%となった。

(億円/年、%)

調査年度		2013年度 (第14回)	2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2017年度 (第17回)
JACDS正会員企業 (有効回答; 109社 15,147店舗)	売上高	11,838	13,164	13,488	15,749
	前年比	(110.5) 注	(107.3) 注	(105.7) 注	110.3
全国推定売上高 (431社 18,874店舗)	売上高	14,769	15,026	15,476	16,473
	前年比	104.0	101.7	103.0	106.4

注)「総売上高」の注記に同じ

## ■ 6. 全国商品別売上高構成比 ≫ 医薬品が全体の3割強

Dg.S431社 1万8,874店の集計で見た商品別売上高構成比は、医薬品が32.2%、化粧品が21.1%、日用雑貨が21.4%、その他が25.4%となっており、売上高で見た場合のバランスは、従来の比率と比べて極端な変化はない。

今回の調査では全体的に売り上げが伸びた中で、医薬品とその他の伸び率が化粧品と日用雑貨よりも高く、全体構成の中での比率が若干高くなっている。

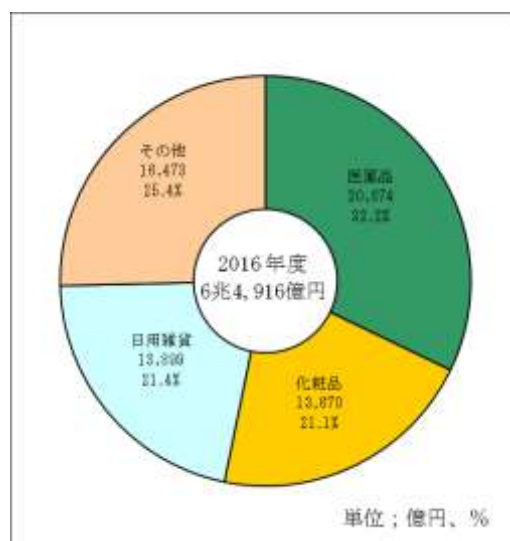
なお、本調査で採用している「商品分類」は、財団法人 流通システム開発センターのJICFS分類コードを参考としているが、今後は用語や含まれるカテゴリーの内容を検討することとしている。

(億円/年、%)

		医薬品		化粧品		日用雑貨		その他		合計
		売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高
JACDS正会員企業 (有効回答; 109社 15,147店舗)	売上高	13,973	26.8	10,685	20.5	11,690	22.4	15,749	30.2	52,098
	前年比	110.0	—	109.2	—	109.0	—	110.3	—	109.7
全国推定売上高 (431社 18,874店舗)	売上高	20,874	32.2	13,670	21.1	13,899	21.4	16,473	25.4	64,916
	前年比	106.2	—	105.4	—	105.2	—	106.4	—	105.9

注) 正会員企業 109社 15,147店舗の有効回答数値を基に推定。

商品別売上高構成比（2016年度）



■ 7. 全国ドラッグストア 1店舗あたり売上高 ≧ 3億4,394万円

今回調査では、日本の Dg.S1 店舗あたりの売上高は 3 億 4,394 万円（前年比 103.6%）となっている。近年続いていた 1 店舗当たりの売上高減少について歯止めがかかった。

	総店舗数	総売上高 (億円)	1店舗当り 売上高(百万円)	前年比
2000年度（第1回）	11,787	26,628	225.9	—
2001年度（第2回）	12,558	30,169	240.2	106.3%
2002年度（第3回）	13,343	34,936	261.8	109.0%
2003年度（第4回）	14,103	38,814	275.2	105.1%
2004年度（第5回）	14,348	42,042	293.0	106.5%
2005年度（第6回）	14,725	44,568	302.7	103.3%
2006年度（第7回）	15,014	46,774	311.5	102.9%
2007年度（第8回）	15,384	49,674	322.9	103.6%
2008年度（第9回）	15,625	52,336	335.0	103.7%
2009年度（第10回）	15,971	54,430	340.8	101.7%
2010年度（第11回）	16,259	56,308	346.3	101.6%
2011年度（第12回）	16,815	58,026	345.1	99.7%
2012年度（第13回）	17,144	59,408	346.5	100.4%
2013年度（第14回）	17,563	60,097	342.2	98.7%
2014年度（第15回）	17,953	60,679	338.0	98.7%
2015年度（第16回）	18,479	61,325	331.9	98.2%
2016年度（第17回）	18,874	64,916	343.9	103.6%

## JACDS 正会員企業に係るその他の調査

### ■ 1. 一社あたり店舗数(チェーン数)

正会員企業からの有効回答 134 社 16,536 店舗から導かれる 1 社当り店舗数は、125.3 店舗と 8.3 店舗の増加となった。大手企業による意欲的な出店と M&A 等による中小企業の退会などの理由から 1 社当たりの店舗数は増加傾向が続いている。

	有効回答企業数	店舗数	1社当り店舗数	増減
2000年度(第1回)	232	7,728	33.3	—
2001年度(第2回)	218	8,151	37.4	+4.1
2002年度(第3回)	214	8,818	41.2	+3.8
2003年度(第4回)	206	9,586	46.5	+5.3
2004年度(第5回)	211	9,886	46.9	+0.3
2005年度(第6回)	202	10,328	51.1	+4.3
2006年度(第7回)	193	10,808	56.0	+4.9
2007年度(第8回)	178	11,203	62.9	+6.9
2008年度(第9回)	174	11,822	67.9	+5.0
2009年度(第10回)	176	12,705	72.2	+4.3
2010年度(第11回)	166	12,997	78.3	+6.1
2011年度(第12回)	163	13,667	83.9	+5.6
2012年度(第13回)	160	14,667	91.6	+7.7
2013年度(第14回)	150	15,170	101.1	+9.5
2014年度(第15回)	148	15,804	106.8	+5.7
2015年度(第16回)	136	15,916	117.0	+10.2
2016年度(第17回)	134	16,536	125.3	+8.3

### ■ 2. 処方箋取扱い店舗数(調剤併設店)

正会員からの有効回答 116 社 15,611 店舗の中で、処方箋を取扱っている店舗(調剤併設店)は、4,482 店舗、28.7%であった。処方箋取扱い店舗数は増加しているが、取扱い率の上昇は足踏み状態と言える。ほぼ3割の店舗が「面分業」に対応した店舗となっている。

	有効回答企業数	店舗数	処方箋取扱店数	取扱率
2000年度(第1回)	132	4,886	964	19.7%
2001年度(第2回)	198	7,484	1,752	23.4%
2002年度(第3回)	191	7,907	1,838	23.2%

2003 年度(第 4 回)	186	8,464	2,128	25.1%
2004 年度(第 5 回)	201	9,822	2,286	23.3%
2005 年度(第 6 回)	202	10,328	2,377	23.0%
2006 年度(第 7 回)	193	10,808	2,502	23.1%
2007 年度(第 8 回)	178	11,203	2,716	24.2%
2008 年度(第 9 回)	174	11,822	2,878	24.3%
2009 年度(第 10 回)	176	12,705	3,092	24.3%
2010 年度(第 11 回)	166	12,997	3,307	25.4%
2011 年度(第 12 回)	163	13,677	3,450	25.2%
2012 年度(第 13 回)	159	12,354	3,458	28.0%
2013 年度(第 14 回)	150	13,366	3,759	28.1%
2014 年度(第 15 回)	148	14,626	4,191	28.6%
2015 年度(第 16 回)	136	14,802	4,262	28.8%
2016 年度(第 17 回)	116	15,611	4,482	28.7%

また、2017 年度の調査で、処方箋取扱い店舗(調剤併設店)について回答いただいた企業のうち、ドラッグストアの店舗規模が確認出来た 80 社のデータによれば、店舗規模の内訳は以下の通りである。

#### 処方箋取扱い率(調剤併設店)

2016 年度(第 17 回)	合計	30 坪未満	30 坪以上 60 坪未満	60 坪以上 150 坪未満	150 坪以上 300 坪未満	300 坪以上
処方箋取扱い店舗	4,482	800	557	760	1,836	529
総店舗数 (有効回答; 116 社)	15,611	1,611	1,385	3,175	7,132	2,308
処方箋取扱い率	28.7%	49.6%	40.2%	23.9%	25.7%	22.9%

### ■ 3. 処方箋取扱い枚数(調剤併設店舗)

処方箋取扱い店舗(調剤併設店)における処方箋取扱い枚数は、処方箋取扱い枚数が確認できた 2,184 店舗(有効回答)の集計では 1 店舗あたり 11,565 枚であった。

調剤専門店を開設している企業で、処方箋取扱い枚数が確認できた 58 社、2,063 店舗(有効回答)のデータから、1 店舗あたりの処方箋年間取扱い枚数を算出すると年間 17,489 枚となり、調剤併設店に比べ 1.5 倍近い取扱い枚数となっている。



2016年度(第17回)	処方箋取扱い店舗(調剤併設店舗)有効回答；80社						[参考] 調剤専門店 (調剤薬局) 有効回答；58社
	合計	30坪未満	30坪以上 60坪未満	60坪以上 150坪未満	150坪以上 300坪未満	300坪以上	
店舗数	2,184	73	119	489	1,163	340	2,063
枚数(千枚)	25,258	1,082	1,612	6,358	10,893	3,135	36,080
1店舗当り 年間枚数(枚)	11,565	16,932	14,898	13,705	9,901	9,576	17,489

※店舗数と処方箋枚数の合計のみを記載した企業があるため合計値と規模別の集計は相違する。

#### ■ 4. 一般用医薬品(OTC)と薬局医薬品の売上高

医薬品の売上高については改正薬事法施行に合わせ、第9回2008年度よりその調査方法を変更し、「一般用医薬品(OTC)」と「薬局医薬品(調剤用医薬品)」に分けている。

今回、医薬品売上高の内訳に関する有効回答数は96社(売上高ベースで96.8%)に及び、売上高の構成は62.4%(8,466億円)が一般用医薬品(OTC)、37.6%(5,095億円)が薬局医薬品となっている。薬局医薬品の比重が年々高まってきている傾向が明らかである。

なお、薬局医薬品(調剤用医薬品)の売上高には、一般的に調剤技術料等の付帯費用が含まれている。

(億円/年、%)

	一般用医薬品(OTC)		薬局医薬品 (調剤技術料等を含む)		合計 (有効回答率) <sup>注</sup>
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高
2011年度(第12回) 有効回答；153社	7,634	72.4%	2,916	27.6%	10,550 (95.3%)
2012年度(第13回) 有効回答；133社	8,018	68.7%	3,658	31.3%	11,676 (96.9%)
2013年度(第14回) 有効回答；127社	7,989	69.0%	3,585	31.0%	11,577 (92.4%)
2014年度(第15回) 有効回答；124社	8,527	66.8%	4,237	33.2%	12,764 (97.0%)
2015年度(第16回) 有効回答；99社	7,875	66.0%	4,438	34.0%	12,311 (96.8%)
2016年度(第17回) 有効回答；96社	8,466	62.4%	5,095	37.6%	13,561 (97.1%)

注)有効回答率とはJACDS正会員の合計売上高に対する比率。

2011年度；145社11,070億円、2012年度；133社12,048億円、2013年；140社12,523億円、2014年；140社13,159億円、2015年度；136社12,712億円、2016年；109社13,973億円

#### ■ 5. 取扱い商品数(SKUベース)

正会員からの有効回答が58社、1社当りの平均取扱い商品数(SKU)は全体では3万5,099SKUであった。取扱い商品数は年々増加しており、医薬品、化粧品、日用品、生活雑貨、食品など多岐にわたる品ぞろえの拡充を行っていることが読み取れる。

(単位 ; SKU)

	取扱い総商品数	一般用医薬品 (OTC)	薬局医薬品	化粧品	日用雑貨	その他
2011年度(第12回) 有効回答 ; 91社	29,812	3,145	1,408	10,644	6,994	6,994
2012年度(第13回) 有効回答 ; 72社	31,380	3,155	3,057	12,196	7,322	8,372
2013年度(第14回) 有効回答 ; 64社	32,423	3,321	2,247	12,072	9,594	8,928
2014年度(第15回) 有効回答 ; 70社	34,573	3,612	1,799	11,593	8,785	8,806
2015年度(第16回) 有効回答 ; 59社	34,617	3,351	2,176	11,612	9,249	8,270
2016年度(第17回) 有効回答 ; 58社	35,099	3,839	3,783	11,409	10,509	8,745

注)カテゴリー毎に、有効回答数による平均値を算出。

## ■ 6. 従業員数(ドラッグストア)

正会員企業の総従業員数は、有効回答 93 社の回答から、14 万 8,552 人がドラッグストア業務に従事している結果であった。内訳としては薬剤師が 1 万 3,761 人、登録販売者が 6 万 79 人、その他の一般社員が 7 万 4,771 人であった。

(単位 ; 人)

		総従業員数	薬剤師		登録販売者	その他 一般社員
			ドラッグストア 全体	内、処方箋 取扱い店舗		
2011年度(第12回) 有効回答 ; 127社 9,422店	人数	99,099	13,555	13,156 (2,070店)	34,169	51,657
	1店舗当り	10.5	1.4	6.3	3.6	5.5
2012年度(第13回) 有効回答 ; 110社 10,362店	人数	113,265	13,340	13,170 (2,376店)	37,837	62,087
	1店舗当り	10.9	1.3	5.5	3.6	5.9
2013年度(第14回) 有効回答 ; 112社 10,823店	人数	126,380	13,251	12,948 (2,537店)	38,538	69,290
	1店舗当り	11.7	1.2	5.1	3.6	6.4
2014年度(第15回) 有効回答 ; 101社 8,423店	人数	105,309	10,081	9,930 (2,044店)	47,459	47,770
	1店舗当り	12.5	1.2	4.8	5.6	5.7
2015年度(第16回) 有効回答 ; 99社 11,235店	人数	132,163	12,763	12,544 (2,780店)	45,955	73,446
	1店舗当り	11.8	1.1	4.5	4.1	6.5
2017年度(第17回) 有効回答 ; 93社 12,838店	人数	148,552	13,761	13,501 (2,530店)	60,079	74,711
	1店舗当り	11.6	1.1	5.3	4.3	5.8

注)パート社員は労働時間を 1 日 8 時間で換算した値を計上。

【参考】 調剤専門店(調剤薬局)における薬剤師数と処方箋取扱い枚数

	薬剤師数	処方箋取扱い枚数
2011年度(第12回) 有効回答:70社 973店	3,914人	15,920千枚/年
	4.0人/店舗	4,067枚/人
2012年度(第13回) 有効回答:70社 964店	3,685人	16,879千枚/年
	3.8人/店舗	4,580枚/人
2013年度(第14回) 有効回答:61社 1,306店	5,330人	25,792千枚/年
	4.1人/店舗	4,839枚/人
2014年度(第15回) 有効回答:50社 1,308店	5,666人	27,760千枚/年
	4.3人/店舗	4,899枚/人
2015年度(第16回) 有効回答:54社 1,711店	6,087人	30,772千枚/年
	3.6人/店舗	5,055枚/人
2016年度(第17回) 有効回答:58社 2,063店	7,269人	36,080千枚/年
	3.5人/店舗	4,964枚/人

(単位:人)

	有効 回答 企業数	1社当り薬剤師 <sup>注</sup>		1社当り登録販売者 <sup>注</sup>		1社当り一般社員 <sup>注</sup>	
		人数	増減	人数	増減	人数	増減
2000年度(第1回)	207	50.9	—	—	—	234.8	—
2001年度(第2回)	196	65.5	+14.6	—	—	226.4	-8.4
2002年度(第3回)	189	79.3	+13.8	—	—	245.0	+18.6
2003年度(第4回)	162	80.6	+1.3	—	—	299.2	+54.2
2004年度(第5回)	184	83.6	+3.0	—	—	321.1	+21.9
2005年度(第6回)	176	96.9	+13.3	—	—	358.0	+36.9
2006年度(第7回)	153	93.3	-3.6	—	—	386.0	+28.0
2007年度(第8回)	159	104.3	+11.0	—	—	557.2	+171.2
2008年度(第9回)	156	106.4	+2.1	—	—	540.9	-16.3
2009年度(第10回)	144	97.0	-9.4	199.9	(+199.9)	449.2	(-91.7)
2010年度(第11回)	142	99.2	+2.2	246.8	+46.9	456.6	+7.4
2011年度(第12回)	123	110.4	+11.2	273.2	+26.4	416.9	-39.7
2012年度(第13回)	110	121.3	+10.9	344.0	+70.8	564.4	+147.5
2013年度(第14回)	112	118.3	-3.0	344.1	+0.1	618.7	+54.3
2014年度(第15回)	101	99.8	-18.5	469.9	+125.8	472.9	-145.8
2015年度(第16回)	99	128.9	+29.1	464.2	-5.7	741.8	+268.9
2016年度(第17回)	93	147.9	+19.0	646.0	+181.8	803.3	+61.5

注)パート社員は労働時間を1日8時間で換算した値を計上。

2009年度(第10回)調査より登録販売者とその他一般社員を分離。

## おわりに

ドラッグストア業界は、セルフメディケーションの推進をスローガンに、国民の生活に密着した産業として発展を遂げている。しかし、この数年は1%前後の伸びが示す通り、成長の踊り場とも言える状態が続いていた。

今回の調査ではインバウンド需要の取り込み、調剤や食品の伸びに特徴が見られるが、目的来店性の高まり、ワンストップショッピングの効果で各カテゴリーが伸びているのではないと思われる。

しかし、こうした良い状況が長続きするとは思えない。いまこそ、将来のドラッグストアの役割、機能、システム整備について真剣に考え、必要な投資を行うことが求められるのではないだろうか。

## 日本のドラッグストア実態調査 調査概要

### ①調査目的

- (1)日本のドラッグストアの実態を把握する
- (2)2000 年度を初回とし、毎年同じ方法で調査を実施することにより、日本のドラッグストア業態の動向と変化を明らかにする

※ドラッグストアの定義(JACDS 版)

ドラッグストアとは、店舗規模に関係なく「医薬品、化粧品、日用雑貨、食品等を取り扱う小売店舗」としている。いわゆる「調剤専門店」は、本調査の対象外となっている(ただし、参考用に関連調査を行なっている)。

### ②調査実績と予定

- －第 1 回 2000 年度  
(2000 年 10 月 10 日～ 2001 年 1 月 15 日)
- －第 2 回 2001 年度  
(2001 年 10 月 1 日～ 2002 年 1 月 10 日)
- －第 3 回 2002 年度  
(2002 年 10 月 10 日～ 2003 年 1 月 10 日)
- －第 4 回 2003 年度  
(2003 年 10 月 1 日～ 2004 年 1 月 6 日)
- －第 5 回 2004 年度  
(2004 年 10 月 1 日～ 2005 年 1 月 6 日)
- －第 6 回 2005 年度  
(2005 年 10 月 1 日～ 2006 年 1 月 20 日)
- －第 7 回 2006 年度  
(2006 年 10 月 1 日～ 2007 年 1 月 31 日)
- －第 8 回 2007 年度  
(2007 年 10 月 1 日～ 2008 年 1 月 31 日)
- －第 9 回 2008 年度  
(2008 年 11 月 21 日～ 2009 年 1 月 31 日)
- －第 10 回 2009 年度  
(2009 年 10 月 8 日～ 2010 年 1 月 20 日)
- －第 11 回 2010 年度  
(2010 年 10 月 14 日～ 2011 年 1 月 21 日)
- －第 12 回 2011 年度  
(2011 年 10 月 19 日～ 2012 年 2 月 10 日)
- －第 13 回 2012 年度  
(2012 年 10 月 15 日～ 2013 年 1 月 31 日)
- －第 14 回 2013 年度  
(2013 年 10 月 15 日～ 2014 年 1 月 31 日)
- －第 15 回 2014 年度  
(2014 年 10 月 1 日～2015 年 1 月 31 日)

- －第 16 回 2015 年度  
(2015 年 10 月 1 日～2016 年 1 月 31 日)
- －第 17 回 2016 年度  
(2016 年 10 月 1 日～2017 年 1 月 31 日)

### ③調査対象企業

原則として、日本国内で Dg.S を 2 店舗以上経営している企業 (JACDS 正会員企業と会員外企業を区分して調査)

※今回調査 (第 17 回 2015 年度) で有効回答を得られた企業数

- (1) JACDS 正会員企業 128 社中 116 社が回答 (正会員中、Dg.S 非経営企業は対象外)  
有効回答率 94.4% (一部非公開としている項目もあり、有効回答率は項目ごとに異なる)
- (2) 会員外企業 303 社 (有効回答率は項目ごとに異なる)

### ④調査項目

- (1) JACDS 正会員企業  
総売上高、商品別売上高、取扱い商品数 (SKU)  
総店舗数、規模別店舗数、都道府県別店舗数  
調剤取扱店舗数、薬剤師・登録販売者等従業員数、他
- (2) 会員外企業  
会社名、代表者名、本社所在地  
総売上高、総店舗数、規模別店舗数、他

### ⑤調査方法

JACDS 正会員企業については、アンケート用紙による調査

会員外企業については、正会員企業からの情報などをもとに独自に調査、推計している。

### ⑥予測値算出方法

有効回答を得られた企業の実績値をもとに合計、平均、構成比などを算出。

### ⑦調査実施機関、実施責任者

日本チェーンドラッグストア協会 執行委員会

執行委員長 根津 孝一 (株式会社ぱぱす 代表取締役会長)

## 偽造薬問題の再発防止に向けた活動

### ■「薬局間における医療用医薬品の譲受・譲渡に関するガイドライン」を作成

2月23日に厚労省で行われた「薬剤師・薬局関係団体懇談会」の席上で、武田局長からの求めに応じて、日本薬剤師会、日本保険薬局協会とJACDSの3団体連名で、「薬局間における医療用医薬品の譲受・譲渡に関するガイドライン」を作成することになりました。そして、日薬が作成した原案に対して、JACDS勤務薬剤師会、調剤事業推進委員会の委員に内容を吟味していただき、3月31日に公表しました。以下に掲載していますので、ご活用いただければと思います。

なお、法令が変わったわけではありませんので、これまでどおり、その範囲内できちんと取り引きしていただければ幸いです。しかしながら、ガイドラインを活用・周知することで再認識していただければ、幸いに思います。

### ■「医療用医薬品の偽造品流通防止のための施策のあり方に関する検討会」に参画

3月29日に「医療用医薬品の偽造品流通防止のための施策のあり方に関する検討会」の初会合が行われました。厚生労働省 医薬・生活衛生局総務課が主催の会議です。C型肝炎治療薬であるハーボニー偽造品流通問題の再発防止の施策を検討するものです。JACDSにも委員招聘の連絡があり、実際の医療用医薬品の取引・流通に詳しい方に委員になっていただき、参加することになりました。初回は、このハーボニー偽造医薬品事案の概要説明と、委員の顔合わせが主な内容でした。第2回目は4月21日に行われ、プレゼンされた内容に対して、討議する予定です。

夏までには再発防止の施策を作り上げ、それに見合う法令の準備も行います。あつてはならない事案であり、早期の作成が望まれます。



# 薬局間における医療用医薬品の譲受・譲渡に関するガイドライン【概要】

(日本薬剤師会・日本保険薬局協会・日本チェーンドラッグストア協会)

## 1. 順守事項 (主なポイント)

- (1) 薬局間の医療用医薬品（麻薬や覚せい剤原料など、譲受・譲渡もしくは取り引きにあたり特段の規制が求められている医薬品を除く）の譲受・譲渡にあたり、①薬局開設者、②薬局の管理者（管理薬剤師）、③薬局の薬剤師は、本ガイドラインを順守する。
- (2) 譲渡人は、譲受人に薬局開設許可証（写）の提供を求めるほか、医薬品の受取者に本人確認を行うなど、正確な情報を確認する。情報を確認できない場合には、医薬品の譲渡は行わない。
- (3) 医薬品、容器等の状態、直接の容器等の記載事項、添付文書等を確認し、(2)で確認した情報を含め、必要事項を書面へ記載する（下記「2. 記録事項」）。
- (4) 譲受人は、購入・受領する医薬品の管理状況等について疑念がある場合は、譲渡人における仕入れの経緯や医薬品管理状況等を確認する。
- (5) 医薬品の譲受・譲渡については、当該薬局の従事者が、対面により、譲渡人の薬局で行う。
- (6) 同一法人（開設者が同一）の薬局間の譲受・譲渡であっても、本ガイドラインを順守する（記録書面は双方で保存する）。

## 2. 記録事項

譲受人（購入・受領する薬局） が行うこと	譲渡人（販売・授与する薬局） が行うこと
<p>(1) 記載事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>医薬品に関する情報</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 製造販売業者</li> <li>② 医薬品名</li> <li>③ 規格</li> <li>④ 数量</li> <li>⑤ 製造番号・記号</li> <li>⑥ 使用期限（有効期間）</li> </ol> </li> <li>➤ <b>譲受日、譲渡人に関する情報</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>⑦ 譲受年月日</li> <li>⑧ 薬局名</li> <li>⑨ 薬局の連絡先</li> <li>⑩ 医薬品を渡した者（担当薬剤師 または窓口対応者）</li> </ol> </li> </ul> <p>(2) 保存期間：記載の日から3年間</p>	<p>(1) 記載事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>医薬品に関する情報</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 製造販売業者</li> <li>② 医薬品名</li> <li>③ 規格</li> <li>④ 数量</li> <li>⑤ 製造番号・記号</li> <li>⑥ 使用期限（有効期間）</li> </ol> </li> <li>➤ <b>譲渡日、譲受人に関する情報</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>⑦ 譲渡年月日</li> <li>⑧ 薬局名</li> <li>⑨ 薬局の連絡先</li> <li>⑩ 薬局開設許可番号</li> <li>⑪ 医薬品を受け取った者</li> </ol> </li> </ul> <p>(2) 保存期間：記載の日から3年間</p>

## 薬局間における医療用医薬品の譲受・譲渡に関するガイドライン

薬局間における医療用医薬品の譲受・譲渡（薬局による分割販売を含む）にあたり、薬局開設者及び薬剤師による適正な流通及び品質の確保に係る記録及び管理の徹底のため、薬剤師・薬局関係団体として自主基準（ガイドライン）を作成した。以下、その内容を示す。

### 1. 用語

- 本ガイドライン（以下、「GL」）における「医薬品」とは、特段の説明がない限り、医療用医薬品（麻薬や覚せい剤原料など、譲受・譲渡もしくは取り引きにあたり特段の規制が求められている医薬品を除く）を意味する。
- 本 GL において、「法」とは「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」、「施行規則」とは「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律施行規則」、「麻向法」とは「麻薬及び向精神薬取締法」を指す。
- 本 GL において、「譲受」とは医薬品を購入・受領すること、「譲受人」とは医療用医薬品を購入・受領する薬局をいう。
- 本 GL において、「譲渡」とは医薬品を販売・授与すること、「譲渡人」とは医療用医薬品を販売・授与する薬局をいう。

### 2. 本ガイドラインの位置付け

- 本 GL では、薬局間における医薬品の譲受・譲渡にあたり、適正な流通及び品質の確保に係る記録及び管理の徹底のため、①薬局開設者、②薬局の管理者（以下、「管理薬剤師」）、③薬局の薬剤師のそれぞれについて、順守事項や責務・義務を整理している。
- 本 GL は、薬剤師・薬局関係団体として共同で取りまとめた自主基準であり、薬局が備えるべき手順書（マニュアル）ではない。各薬局におかれては、本 GL を踏まえた具体的な手順書を作成し、薬局開設者及び薬剤師による適正な



流通及び品質の確保に係る記録及び管理の徹底に努めていただきたい。

- 本 GL は、薬局間における医薬品の譲受・譲渡を対象としている。基本的な考え方については、「卸売販売業者及び薬局における記録及び管理の徹底について」（平成 29 年 2 月 16 日・薬生総発 0216 第 1 号、厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長通知）などを参考としているので、併せて確認されたい。

### 3. 薬局開設者、管理薬剤師、薬局の薬剤師としての責務、義務

#### (1) 薬局開設者

##### <責務>

- 薬局開設者は、医薬品等の品質、有効性及び安全性の確保、そして、これらの使用による保健衛生上の危害の発生及び拡大の防止に努めなければならない。【法第 1 条の 4】

##### <管理薬剤師の意見の尊重>

- 薬局開設者は、管理薬剤師が保健衛生上支障を生ずるおそれがあるとして必要な意見を述べた場合、当該意見を尊重しなければならない（薬局開設者が自らその薬局を実地に管理する場合を除く）。【法第 9 条第 2 項】

##### <環境の整備>

- 薬局開設者は、管理薬剤師がその責務（薬局における医薬品の管理に責任を負っていること）を遂行できる環境を整える必要がある。

#### (2) 管理薬剤師

##### <義務>

- 管理薬剤師は、保健衛生上支障を生ずるおそれがないよう、その薬局の業務について必要な注意をしなければならない。【法第 8 条第 1 項】

##### <薬局開設者に対する必要な意見の具申>

- 管理薬剤師は、保健衛生上支障を生ずるおそれがないよう、その薬局の業務につき、薬局開設者に対して必要な意見を述べなければならない。【法第 8 条第 2 項】

##### <医薬品の管理責任>

- 管理薬剤師は、薬局における医薬品の管理に責任を負っていることを改めて認識する必要がある。

### (3) 薬局の薬剤師

#### <責務>

- 薬局の薬剤師は、医薬品等の有効性及び安全性その他これらの適正な使用に関する知識と理解を深めるとともに、これらの使用の対象者及びこれらを購入又は譲り受けようとする者に対して、これらの適正な使用に関する事項に関する正確かつ適切な情報の提供に努めなければならない。【法第1条の5】

#### <医薬品の確認の徹底>

- 薬剤師は、患者のため、調剤する医薬品に異常がないことの確認を徹底する。

## 4. 記録及び管理の徹底

### (1) 相手方の薬局（譲渡人、譲受人）の確認

- 薬局開設者は、医薬品の譲受・譲渡を行った場合、譲渡人・譲受人の氏名（すなわち、相手方の薬局名）等の情報を記録し、保存する。【施行規則第14条第1項、第3項】
- これらの情報を正確に記録するため、医薬品を購入・受領する薬局の許可番号や連絡先等の情報について確認する。

医薬品を購入・受領する薬局 （譲受人）が行うこと	医薬品を販売・授与する薬局 （譲渡人）が行うこと
<b>薬局開設者</b> 1) 医薬品を販売・授与する薬局（譲渡人）に正確な情報を提供するため、  ① 当方の薬局開設許可証（写）や連絡先等を記載した書類を提出する。  ② 相手方の薬局で医薬品を受け取る際には、受け取る者（当方	<b>薬局開設者</b> 1) 医薬品を購入・受領する薬局（譲受人）に関する正確な情報を把握するため、  ① 相手方の薬局の許可番号や連絡先等の情報を確認する（薬局開設許可証（写）等の提供を求める）。  ② 医薬品を受け取る者（相手方の薬局の従事者）に対して、身分

<p>の薬局の従事者)に身分証明書等の提示による本人確認を行わせる。</p> <p>2) 確認した情報は、相手方の薬局の名称等の情報と併せて記録する(「4. (3)」の項を参照)。</p>	<p>証明書等の提示を求めて本人確認を行う。</p> <p>2) 確認した情報は、相手方の薬局の名称等の情報と併せて記録する(「4. (3)」の項を参照)。</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

## (2) 医薬品の確認

- 医薬品は、その直接の容器又は直接の被包に、法で定める事項が記載されていないなければならない。【法第 50 条・第 44 条、麻向法第 50 条の 19】
- 医薬品は、これに添付する文書又はその容器もしくは被包(添付文書等)に、法で定める事項が記載されていないなければならない。【法第 52 条第 1 項】
- 管理薬剤師は、保健衛生上支障を生ずるおそれがないよう、適正な医薬品であること(適正な取引による医薬品であることを含む)を確認する。
- 「分割販売」とは、特定の人求めに応じて、通常の小売包装単位と考えられる包装単位である容器又は被包に収められている医薬品の一部を分包して販売することをいう(一般の人の求めに応じ得るようになるため、通常の小売包装単位と考えられない包装単位である容器又は被包に収められている医薬品の一部を予め分包することは「小分け製造」に該当し、本 GL では対象外)。

<p>医薬品を購入・受領する薬局 (譲受人)が行うこと</p>	<p>医薬品を販売・授与する薬局 (譲渡人)が行うこと</p>
<p><b>管理薬剤師</b></p> <p>1) 譲り受ける医薬品が、次の事項について問題ないこと(記載されていること、添付されていることを含む)を確認する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 製造販売業者</li> <li>② 医薬品名、規格、数量</li> <li>③ 製造番号・記号</li> <li>④ 使用期限(有効期間)</li> <li>⑤ 直接の容器又は直接の被包の</li> </ul>	<p><b>管理薬剤師</b></p> <p>1) 譲り渡す医薬品が、次の事項について問題ないこと(記載されていること、添付されていることを含む)を確認する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 製造販売業者</li> <li>② 医薬品名、規格、数量</li> <li>③ 製造番号・記号</li> <li>④ 使用期限(有効期間)</li> <li>⑤ 直接の容器又は直接の被包の</li> </ul>

<p>記載事項 (①～④を除く)</p> <p>⑥ 包装状態 ⑦ 添付文書</p> <p>2) 譲り受ける医薬品の管理状況等について疑念がある場合は、相手方の薬局における仕入れの経緯や医薬品管理状況等を確認し、管理者として必要な注意を行う。</p> <p>3) 譲り受ける医薬品が、直接の容器・被包を開いた分割販売によるものであり、法第 50 条に規定する事項を記載した文書及び第 52 条に規定する添付文書が添付されていない場合は、</p> <p>① 「調剤専用」の文字 ② 分割販売を行う者の氏名 ③ 分割販売を行う薬局、所在地が記載されていることを確認する。</p> <p>その上で、購入・受領する薬局が法第 50 条に規定する事項を記載した文書等（直接の容器又は直接の被包）を所持している場合には、以下の④～⑬の記載が確認できればよい。【施行規則第 216 条第 1 項】</p> <p>④ 製造販売業者、住所（→ 製造販売業者の略号でも可） ⑤ 医薬品名、規格、数量 ⑥ 製造番号・記号 ⑦ 使用期限（有効期間） ⑧ 「日本薬局方」の文字（→ 「日局」又は「J・P」でも可） ⑨ 法第 41 条第 3 項の規定により定められた体外診断用医薬品の基準において、直接の容器・被包に記載するよう定められた事項 ⑩ 「注意—習慣性あり」の文字（→ 「習慣性」でも可）</p>	<p>記載事項 (①～④を除く)</p> <p>⑥ 包装状態 ⑦ 添付文書</p> <p>3) 譲り渡す医薬品が、直接の容器・被包を開いた分割販売によるものであり、法第 50 条に規定する事項を記載した文書及び第 52 条に規定する添付文書が添付されていない場合は、</p> <p>① 「調剤専用」の文字 ② 分割販売を行う者の氏名 ③ 分割販売を行う薬局、所在地が記載されていることを確認する。</p> <p>その上で、購入・受領する薬局が法第 50 条に規定する事項を記載した文書等（直接の容器又は直接の被包）を所持している場合には、以下の④～⑬の記載が確認できればよい。【施行規則第 216 条第 1 項】</p> <p>④ 製造販売業者、住所（→ 製造販売業者の略号でも可） ⑤ 医薬品名、規格、数量 ⑥ 製造番号・記号 ⑦ 使用期限（有効期間） ⑧ 「日本薬局方」の文字（→ 「日局」又は「J・P」でも可） ⑨ 法第 41 条第 3 項の規定により定められた体外診断用医薬品の基準において、直接の容器・被包に記載するよう定められた事項 ⑩ 「注意—習慣性あり」の文字（→ 「習慣性」でも可）</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>⑪ 「注意—医師等の処方箋により使用すること」の文字（→「要処方」でも可）</p> <p>⑫ その他厚生労働省令（または法もしくは麻薬及び向精神薬取締法）で定める事項</p> <p>⑬ 添付文書に記載する事項</p> <p>ただし、上記①～③が記載されている場合であって、購入・受領する薬局が、法第 52 条に規定する添付文書を所持している場合は、⑬は省略することが認められている。【施行規則第 216 条第 2 項】</p> <p><b>薬局の薬剤師</b></p> <p>1) 患者に対し、調剤しようとする医薬品（その容器包装等を含む）の状態を観察し、通常と異なると認められる場合は、これを調剤せず、異常のない医薬品を用いて改めて調剤する。</p> <p>2) また、管理薬剤師に報告するなど適切に対応する。</p>	<p>⑪ 「注意—医師等の処方箋により使用すること」の文字（→「要処方」でも可）</p> <p>⑫ その他厚生労働省令（または法もしくは麻薬及び向精神薬取締法）で定める事項</p> <p>⑬ 添付文書に記載する事項</p> <p>ただし、上記①～③が記載されている場合であって、購入・受領する薬局が、法第 52 条に規定する添付文書を所持している場合は、⑬は省略することが認められている。【施行規則第 216 条第 2 項】</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(3) 書面への記載事項、保存期間

- 薬局開設者は、医薬品の譲受・譲渡の際に確認した情報のうち、必要事項を書面に記載し、3年間保存する。

医薬品を購入・受領する薬局 (譲受人)が行うこと	医薬品を販売・授与する薬局 (譲渡人)が行うこと
<p><b>薬局開設者</b></p> <p>1) 書面への記載事項</p> <p>～医薬品に関する情報～</p> <p>① 製造販売業者</p> <p>② 医薬品名</p>	<p><b>薬局開設者</b></p> <p>1) 書面への記載事項</p> <p>～医薬品に関する情報～</p> <p>① 製造販売業者</p> <p>② 医薬品名</p>

<p>③ 規格 ④ 数量 ⑤ 製造番号・記号 ⑥ 使用期限（有効期間）</p> <p>～譲受日、譲渡人に関する情報～</p> <p>⑦ 譲受年月日 ⑧ 薬局名 ⑨ 薬局の連絡先</p> <p>⑩ 医薬品を渡した者（担当薬剤師または窓口対応者）</p> <p>2) 保存期間 記載の日から3年間</p>	<p>③ 規格 ④ 数量 ⑤ 製造番号・記号 ⑥ 使用期限（有効期間）</p> <p>～譲渡日、譲受人に関する情報～</p> <p>⑦ 譲渡年月日 ⑧ 薬局名 ⑨ 薬局の連絡先 ⑩ 薬局開設許可番号 ⑪ 医薬品を受け取った者</p> <p>2) 保存期間 記載の日から3年間</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(4) 譲受・譲渡の手段、場所

- 薬局間における医薬品の譲受・譲渡については、当該薬局の従事者が対面により、譲渡側（販売・授与）の薬局で行う。

(5) その他の留意事項

- 薬局間における医薬品の譲受・譲渡にあたっては、同一法人（開設者が同一）の薬局であるか否かにかかわらず、本 GL を順守する（譲受・譲渡に関する情報を記載した書面は、双方の薬局で保存する）。
- 薬局開設者は、譲渡人または譲受人に関する正しい情報を確認できない場合には、医薬品の購入・受領または販売・授与を行わない。
- 医薬品の購入・受領または販売・授与を行う薬局間において、過去に取引実績があり、双方が法に基づく薬局開設許可を受けた者等であることを既に確認している場合には、必ずしも「4.（1）」ならびに「4.（4）」の項で示す取り扱いを求めるものではない。

5. 参考（根拠法令、通知）

(1) 卸売販売業者・薬局における記録・管理の徹底【通知の概要】

○譲渡等の記録の正確性の確保  
卸売販売業者及び薬局開設者は、譲渡人の氏名（卸売販売業者等の名称）の確認

の際には、医薬品を納品する者の身分証明書等の提示を求めて本人確認を行うこと。併せて、譲渡人が有する販売業等の許可番号や連絡先等の情報を確認し、確認した情報については、譲渡人の氏名等の情報と併せて記録すること。

ただし、譲渡人との間で取引契約に基づく、継続した取引実績がある場合であって、譲渡人が医薬品の販売業等の許可を受けた者等であることを既に確認している場合はこの限りではない。

#### ○管理薬剤師による医薬品の管理の徹底

卸売販売業者及び薬局の管理者は、法第8条第1項及び第36条第1項の規定に基づき、保健衛生上支障を生ずるおそれがないように医薬品等を管理する義務がある。このため、譲り受けた医薬品が本来の容器包装等に収められているかどうかその状態の確認を行うとともに、医薬品の管理状況等について疑念がある場合には、譲渡人における仕入れの経緯、医薬品管理状況等を確認し、管理者として必要な注意をすること。

#### ○薬剤師による医薬品の管理の徹底

薬局の薬剤師は、患者等に対し、調剤しようとする医薬品（その容器包装等を含む。）の状態を観察し、通常と異なると認められる場合は、これを調剤せず、異常のない医薬品を用いて改めて調剤するほか、医薬品等を管理する責任を有する管理薬剤師に報告するなど適切に対応すること。

「卸売販売業者及び薬局における記録及び管理の徹底について」（平成29年2月16日、薬生総発0216第1号）厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長通知

### (2) 薬局開設者、薬剤師の責務【法】

(医薬品等関連事業者等の責務)

**第1条の4** 〈中略〉第4条第1項の許可を受けた者（以下「**薬局開設者**」という。）〈中略〉は、その相互間の情報交換を行うことその他の必要な措置を講ずることにより、医薬品等の品質、有効性及び安全性の確保並びにこれらの使用による保健衛生上の危害の発生及び拡大の防止に努めなければならない。

(医薬関係者の責務)

**第1条の5** 医師、歯科医師、**薬剤師**、獣医師その他の医薬関係者は、医薬品等の有効性及び安全性その他これらの適正な使用に関する知識と理解を深めるとともに、これらの使用の対象者〈中略〉及びこれらを購入し、又は譲り受けようとする者に対し、これらの適正な使用に関する事項に関する正確かつ適切な情報の提供に努めなければならない。

### (3) 薬局開設者の遵守事項（薬局の管理者の意見の尊重）【法】

(薬局開設者の遵守事項)

**第9条** 〈略〉

**2** **薬局開設者**は、第7条第1項ただし書又は第2項の規定によりその薬局の管理者を指定したときは、第8条第2項の規定による**薬局の管理者の意見を尊重**しなければならない。

(4) 薬局の管理者の義務（薬局開設者に対する必要な意見の具申）【法】

（管理者の義務）

**第 8 条 薬局の管理者**は、保健衛生上支障を生ずるおそれがないように、その薬局に勤務する薬剤師その他の従業者を監督し、その薬局の構造設備及び医薬品その他の物品を管理し、その他その薬局の業務につき、必要な注意をしなければならない。

**2 薬局の管理者**は、保健衛生上支障を生ずるおそれがないように、その薬局の業務につき、**薬局開設者に対し必要な意見**を述べなければならない。

(5) 医薬品の譲受・譲渡に関する記録【施行規則】

（医薬品の譲受け及び譲渡に関する記録）

**第 14 条 薬局開設者**は、医薬品を譲り受けたとき及び薬局開設者、医薬品の製造販売業者、製造業者若しくは販売業者又は病院、診療所若しくは飼育動物診療施設〈中略〉の開設者に販売し、又は授与したときは、**次に掲げる事項を書面に記載**しなければならない。

- 一 品名
- 二 数量
- 三 譲受け又は販売若しくは授与の年月日
- 四 譲渡人又は譲受人の氏名

**2** 〈略〉

**3 薬局開設者**は、第 1 項の書面を、**記載の日から 3 年間**、〈中略〉保存しなければならない。

**4、5** 〈略〉

(6) 医薬品の直接の容器等の記載事項【法】

（直接の容器等の記載事項）

**第 50 条** 医薬品は、**その直接の容器又は直接の被包に、次に掲げる事項**が記載されていなければならない。ただし、厚生労働省令で別段の定めをしたときは、この限りでない。

- 一 製造販売業者の氏名又は名称及び住所
- 二 名称（日本薬局方に収められている医薬品にあつては日本薬局方において定められた名称、その他の医薬品で一般的名称があるものにあつてはその一般的名称）
- 三 製造番号又は製造記号
- 四 重量、容量又は個数等の内容量
- 五 日本薬局方に収められている医薬品にあつては、「日本薬局方」の文字及び日本薬局方において直接の容器又は直接の被包に記載するように定められた事項
- 六 要指導医薬品にあつては、厚生労働省令で定める事項
- 七 一般用医薬品にあつては、第 36 条の 7 第 1 項に規定する区分ごとに、厚生労働省令で定める事項
- 八 第 41 条第 3 項の規定によりその基準が定められた体外診断用医薬品にあつては、その基準において直接の容器又は直接の被包に記載するように定められた



事項

- 九 第42条第1項の規定によりその基準が定められた医薬品にあつては、貯法、有効期間その他その基準において直接の容器又は直接の被包に記載するように定められた事項
- 十 日本薬局方に収められていない医薬品にあつては、その有効成分の名称（一般的名称があるものにあつては、その一般的名称）及びその分量（有効成分が不明のものにあつては、その本質及び製造方法の要旨）
- 十一 習慣性があるものとして厚生労働大臣の指定する医薬品にあつては、「注意－習慣性あり」の文字
- 十二 前条第一項の規定により厚生労働大臣の指定する医薬品にあつては、「注意－医師等の処方箋により使用すること」の文字
- 十三 厚生労働大臣が指定する医薬品にあつては、「注意－人体に使用しないこと」の文字
- 十四 厚生労働大臣の指定する医薬品にあつては、その使用の期限
- 十五 前各号に掲げるもののほか、厚生労働省令で定める事項

(7) 毒薬、劇薬の表示【法】

(表示)

- 第44条** 毒性が強いものとして厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて指定する医薬品（以下「毒薬」という。）は、その直接の容器又は直接の被包に、黒地に白枠、白字をもつて、その品名及び「毒」の文字が記載されていなければならない。
- 2 劇性が強いものとして厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて指定する医薬品（以下「劇薬」という。）は、その直接の容器又は直接の被包に、白地に赤枠、赤字をもつて、その品名及び「劇」の文字が記載されていなければならない。
- 3 〈略〉

(8) 向精神薬の記号【麻向法】

(容器及び被包の記載)

- 第50条の19** 向精神薬営業者（向精神薬小売業者を除く。）は、その容器及び容器の直接の被包に「☉」の記号及び次に掲げる事項（以下この条において「記載事項」という。）が記載されている向精神薬以外の向精神薬を譲り渡してはならない。ただし、その容器の面積が狭いため記載事項を明りように記載することができない場合その他厚生労働省令で定める場合において、その容器又は容器の直接の被包に、厚生労働省令で定めるところにより、記載事項が簡略化されて記載されている向精神薬を譲り渡すときは、この限りでない。
- 一 成分たる向精神薬の品名及び分量又は含量
  - 二 その他厚生労働省令で定める事項

(9) 添付文書等の記載事項【法】

(添付文書等の記載事項)

**第 52 条** 医薬品は、これに添付する文書又はその容器若しくは被包（以下この条において「添付文書等」という。）に、当該医薬品に関する最新の論文その他により得られた知見に基づき、次に掲げる事項（次項及び次条において「添付文書等記載事項」という。）が記載されていなければならない。ただし、厚生労働省令で別段の定めをしたときは、この限りでない。

- 一 用法、用量その他使用及び取扱い上の必要な注意
- 二 日本薬局方に収められている医薬品にあつては、日本薬局方において添付文書等に記載するように定められた事項
- 三 第 41 条第 3 項の規定によりその基準が定められた体外診断用医薬品にあつては、その基準において添付文書等に記載するように定められた事項
- 四 第 42 条第 1 項の規定によりその基準が定められた医薬品にあつては、その基準において添付文書等に記載するように定められた事項
- 五 前各号に掲げるもののほか、厚生労働省令で定める事項

2 〈略〉

(10) 法第 50 条および法第 52 条に規定する記載事項の表示の特例【施行規則】

(調剤専用医薬品に関する表示の特例)

**第 216 条** 薬局において調剤の用に供するため当該薬局の開設者に、薬局開設者又は卸売販売業者が、その直接の容器又は直接の被包を開き、分割販売する医薬品であつて、当該分割販売される医薬品の直接の容器又は直接の被包に次に掲げる事項の記載のあるものについては、当該医薬品の販売時において当該医薬品の分割販売の相手方たる薬局開設者が当該医薬品に関する次の表の上欄に掲げる法の規定による同表の中欄に掲げる事項が記載された文書又は容器若しくは被包を所持している場合に限り、同表の上欄に掲げる法の規定によつて定められた同表の中欄に掲げる事項の記載は、それぞれ同表の下欄に定めるところにより、同欄に掲げる事項の記載をもつてこれに代え、又は当該事項の記載を省略することができる。

- 一 「調剤専用」の文字
- 二 分割販売を行う者の氏名又は名称
- 三 分割販売を行う薬局又は営業所の名称及び所在地

注) 表は省略

2 前項の規定により、同項に掲げる医薬品について同項の表の中欄に掲げる事項の記載を、それぞれ同表の下欄に定めるところにより、同欄に掲げる事項の記載をもつてこれに代え、又は省略することができる場合において、薬局開設者が所持している同項に規定する文書又は容器若しくは被包に当該医薬品に関する法第 52 条各号に規定する事項が記載されているときは、当該医薬品については同条の規定は適用しない。

(11) 分割販売について【通知の抜粋】

医薬品の販売業者において、医薬品の直接の容器又は被包を開き、その医薬品を分割して販売する行為が、販売の一態様に過ぎない分割販売に該当するか、薬事法に規定する医薬品製造業の許可を必要とする小分け製造行為に該当するかの区別は、当該行為が特定の人の求めに応じて行なわれるのか、それとも一般の人の求めに応じ得るようになるためあらかじめ行なわれるのかの相違により判断すべきである。

「薬事法に対する疑義について（薬事法第 12 条・第 50 条）」（昭和 44 年 11 月 6 日、薬事第 326 号）厚生省薬務局薬事課長回答

**JACDS 3月月次活動報告**

日付・場所	事業活動	活動・討論・検討内容	出席者
3月3日(金) JACDS東京事務所 17:00~18:00	第103回JACDS記者意見交換会	1. 「次世代ドラッグストアビジョン」を機関決定 2. JACDS第32回ブロック総会が終了 3. 2月23日(木) トップ会が終了 4. 第17回ジャパンドラッグストアショー 1) 日程と主な内容 2) テーマブース展開の主な内容 3) ドラッグストア流通記者会の皆様へのご案内 5. 宗像の視点 6. 次回の開催案内	40名
3月16日(木) ホテルニューオータニ 2階「ステラ」 17:30~19:00	第9回常任理事会	1. 第17回JAPANドラッグストアショーについて 2. 薬局の二重申請解消について 3. 偽造薬ハーボニーの対応について 4. 「次世代ドラッグストアビジョン」について 5. 組織委員会 ブロック総会報告 6. 報告事項 7. 今後のスケジュール	20名
3月16日(木) 千葉県幕張メッセ 14:00~18:00	第17回JAPANドラッグストアショー プレビュー開催	4ホールにおいて開催	来場者数 1,188名
3月17日(金)~19日(日) 千葉県幕張メッセ	第17回JAPANドラッグストアショー 商談日:18~20日 一般公開日:19・20日	オープニングセレモニー、記者会見、 実践セミナー、標準EDI推進特別セミナー、コンプライアンス委員会セミナー、 勤務薬剤会主催学術セミナー、特別企画セミナー、ビジネスセミナー、 ヘルス&ビューティケアセミナー、 第12回セルフメディケーションアワード、第5回健康(セルメ)川柳コンクール、 ブースコンテスト、レセプションパーティー、 ヘルス&ビューティ情報ステーション2017、全国うまいものフェア 新商品コレクション表彰式、 お楽しみ抽選会など多数イベントやセミナーが開催された	入場者数 3月18日(金) 42,732名 3月19日(土) 42,673名 3月20日(日) 42,044名 4日間合計 128,637名
3月18日(土) 千葉県幕張メッセ 展示会場内 会議室 14:00~16:00	日本薬業専門学校連絡協議会	1. 挨拶、参加者より一言 2. 登録販売者制度について 1) 28年試験の結果と講評及び29年試験について(川島先生) 10分 2) 登録販売者資質向上研修について 3. ドラッグストアショー(テーマブース)について(動画) 5分 4. コンシェルジュ制度について(篠原部長) 10分 5. アドバイザーバー制度について(宮崎) 5分 6. セルフメディケーションアワードについて	12名
3月24日(木) JACDS東京事務所 10:00~12:00	第6回調剤事業推進委員会	1. こどもやくざいし体験コーナーの報告・反省会 2. 今後の委員会活動について 3. その他 ※次回日程 など	6名
3月28日(火) JACDS東京事務所 11:30~14:30	第5回法制委員会	1. 健康サポート薬局に関する法制上の問題について 2. 厚生労働省との意見交換について 3. その他 次回の開催日程と内容 など	8名

**会議議事録**

**平成28年度 第4回法制委員会 議事録**

日時:平成28年11月29日(火)11:30~14:30  
場所:日本チェーンドラッグストア協会 東京事務所  
出席者:

- 委員長 関 伸治 (株)セキ薬品 代表取締役社長
  - 委員 長基 健司 (株)コメヤ薬局 代表取締役
  - 委員 梶原 秀樹 (株)プレひまわり 代表取締役
  - 委員 徳廣 英之 (株)トモズ 代表取締役社長
  - 委員 藤代 庸一 (株)マツモトキヨシホールディングス  
人事部 採用担当部長
  - 委員 関口 一徳 (株)カワチ薬品 ヘルスケア推進部  
ヘルスケアソリューション室  
兼ドラッグインフォメーション室 室長
  - 委員 田中 賢一 (株)カワチ薬品 店舗運営部  
薬事行政担当サポートリーダー
  - 事務局 中澤 一隆 JACDS専務理事
- 欠席者:  
委員 宮本 幸俊 (株)宮本薬局 代表取締役社長

オブザーバー 宗像 守 JACDS事務総長  
議事

**議題1 医薬品の区分陳列の規制緩和**

事務局作成の国への要望案を審議。店舗販売についてもネット販売の現状に合わせた緩和要望を出すことで合意(次回厚労省との意見交換時に対応)

**議題2 健康サポート薬局に関する問題点**

委員作成の論点資料について意見交換。健康サポート薬局になるための要件が厳しすぎるという点で合意。今後、会員企業の意見をアンケート調査で聞いたうえで、国に要望することとなった。具体的には、①ブロック総会前に調査を開始し、②次回委員会で調査結果を整理・分析、③次々回委員会で見直し要望を取りまとめ、④その後、厚労省と意見交換 という日程を決定した。また、どこかの委員会で、実際に届出をした企業の話の聞きたいとの意見があった。

関連して二重申請が解消した場合のメリットを整理することとなった(3月に委員会で委員が報告)。

**議題3 ユニフォーム、名札の統一**

利用者の視点に立てば業界として統一が望ましいという点で合

意。法制委員会では取り上げるかどうか、組織委員会の意向を確認することとなった(片桐Cから)。

### 議題4

今後の日程を決定。

次回 3月28日  
次々回 5月30日  
次々次回 7月25日

### 平成28年度 第2回組織委員会 議事録

日時：平成28年11月30日(水)11:30~14:30

場所：JACDS東京事務所

出席者

委員長 皆川 友夫 (株)アカカバ代表取締役会長  
東日本副ブロック長  
米城 清司 (株)ヨネキ十字堂 代表取締役会長  
中部ブロック長  
榎原 栄一 (株)スギ薬局 代表取締役社長  
西日本ブロック長  
奥谷 英一 シグマ薬品(株)代表取締役  
西日本副ブロック長  
西本 誠 (株)ニシイチドラッグ 代表取締役社長  
九州副ブロック長  
田中 元伸 (株)くすりのコーエイ 代表取締役社長  
登録販売者制度向上委員会 委員長  
浦上 晃之 ゴダイ(株)代表取締役社長  
JACDS事務総長 宗像 守

議事

皆川委員長 挨拶

### 議事1 第32回ブロック総会の開催について

- 1)案内について
  - ・会員への案内は4ブロックとも12月中旬に行う
  - ・西日本、東日本、九州は1月中旬に再送
- 2)締切について
  - ・中部 1月13日(金)
  - ・西日本、東日本、九州 2月10日(金)
- 3)中部ブロック
  - ・会場が例年と違うので、違いが目立つように連絡する
- 4)参加者について
  - ・中部、九州の支部長会は、一般の正会員もオブザーバー参加
  - ・AJDやNIDでまだ未加入の企業にオブザーバー参加してもらう
  - ・JAPANドラッグストアショーに出展の企業や入会したばかりの企業に参加を呼び掛ける。
- 5)テーマについて
  - ・「健康サポート薬局」とドラッグストア独自の取組について説明してほしい
- 6)参加者について
  - ・参加していない企業へは、委員長、ブロック長、事務局で電話連絡する。

### 議事2 支部長の行政訪問について

- 1)支部長に対し開催の1週間前までに薬務課への訪問をお願いする
- 2)行政用のJAPANドラッグストアショーの招待券を作成してほしい
  - ・支部長が訪問時に持参するが、都道府県、政令指定都市に郵送もする

### 議事3 支部の活動について

(各社が地域で行っている活動についてのアンケート)

- 1)アンケートの項目

- ・健康支援について
  - ・献血、健康フェア、健康相談会など実施場所、どこ(行政、団体)と協力して開催しているか
  - ・地域支援について
    - 協定(防災、物資、健康、防犯、認知症)どんな協定をどの自治体と結んでいるか
  - ・名札について
  - ・登録販売者の外部研修の実態
- 2)依頼文について
    - ・アンケート調査の目的、どう使うのかを明確にする。会員に必ずフィードバックする。

### 議事4 登録販売者制度向上委員会から(支部設立、会員の拡大)

- 1)JACDS登録販売者都道府県支部の設立について
  - ・別団体を立ち上げるわけではなく、JACDSの委員会の下部組織としての支部なので、日登協のような理事や設立総会は必要ない
  - ・支部長には、次回の薬務課訪問の際に登録販売者支部の支部長の名刺も持参していただき、登録販売者に対する情報も送ってほしいと薬務課に依頼する。

### 議事5 その他

- 1)兵庫県薬事審議会の日程
  - 西本西日本副ブロック長から、日程が決まったとの報告があった
  - ・1月13日(金) 詳細は後日とのこと
- 2)榎原中部ブロック長より調剤委員会の進捗について報告があった

### 平成28年度 第3回業界標準化推進委員会 議事録

日時:平成29年2月22日(水)14時~16時

場所:JACDS東京事務所

参加者:

委員長:(株)クスリのマルエ 取締役会長 江黒 純一  
(株)マツモトキヨシホールディングス 執行役員  
情報システム統括部 部長 平松 秀郷  
(株)カワチ薬品 管理本部 情報システム室  
グループリーダー 小関 歩  
ゴダイ(株) 管理本部 本部長 笠原 崇  
杏林堂薬局(株) シニアマネージャー 松山 義政  
(一社)日本医薬品卸売業連合会大衆薬卸協議会 大衆薬システム専門委員 委員  
(株)アルフレッサヘルスケアシステム部 部長 岸 進  
(株)Paltac 佐藤 和弘  
(株)プラネット ネットワーク企画部 マネージャー 石金 克成  
日本情報通信株式会社 インフォトレード事業部  
営業部 部長 谷川 智也  
(一財)流通システム開発センター ソリューションサービス本部  
ソリューション第2部 新規事業グループ 主任研究員 坂本 真人  
○標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー講演者  
東日本電信電話(株) ビジネス開発本部 第一部門  
ネットワークサービス担当課長 山内 健雅  
伊藤忠食品(株) 情報システム本部  
情報システム開発部部長 福岡 隆  
(株)ユニックス 基幹系事業部 プロジェクトチーム 苅和 元気  
基幹系事業部長 村松 敏夫

議事:

### 1. 江黒委員長からの挨拶

- ・ドラッグストアショーについて
- ・NTT「INSネット(ISDN)サービス」終了予定  
など課題がたくさんあるが、終了期間が迫ってきている。普及推進を進めていきます。

### 2. 第17回JAPANドラッグストアショー

#### 「標準EDI(流通BMS)普及推進セミナー」について

・講演者からの講演内容のご説明

○NTT東日本 山内課長

NTT「INSネット(ISDN)サービス」終了予定について、その背景と今後について、ご説明いただく。

#### 【委員からの質問】

・ISDNの切り替え時期について最終はいつまでか。  
→2020年度予定である。2020年～2025年は様子を見て対応していく。終了時期については順次情報を提供していく。  
・補完策につきましてはNTTとして保証は出来ない。ソフトウェアの問題。

○伊藤忠食品 福岡部長

・会社概要、沿革  
・導入状況、割合、社数、データ件数  
・メリット、デメリット  
・標準外、WEBまで対応していたら、間に合わない。

#### 【委員からの質問】

・物流が対応出来ていないのではないのか。  
→アプローチがかけられていない。  
・標準外は受付られないにしてほしい(断定的な表現)。  
・ドラッグストアとの話はあるか。  
→取引比率が少ないが、考えてみる。

○ユニックス 莉和様

・導入実績をふまえた注意点を説明する。  
・店舗や基幹システムのルールはなるべく変更しない。  
・流通BMSを説明し、考慮した形で導入を進めていく手順を発表する。

#### 【委員からの質問】

・失敗のイメージはあるのか。どういう状況なのか。  
→マッピングが思った以上に時間がかかった遅延  
→JCAの自由欄でルールがない状態、それを変更するのに取引先と自社と両方の調整をしていく必要がある。  
→プロトコルだけでなく、業務フローの標準化の話をしていく。  
・今後増えてきたとき、現実的に間に合うのか。  
→現在のシステム状況、業務フローをみて、どう変えていくのかを提案していく。相手もあることだが、1年ぐらい見たほうが良いと考えている。  
→導入企業が増えてくれば、それに比例して導入スピードも加速していくことが考えられる。  
・早め早めに導入を進めていかないと2020年までに間に合わないということで最後に話を締めてほしい。  
・参加者でご相談したい場合の連絡先のご案内を入れていただくようお願いした。

○流通システム開発センター 坂本主任研究員

・前段で金融EDI、後半で普及状況。  
・審査の状況のご報告をお願いした。

### 3. 経産省への軽減税率システム対応内容の確認

・事務局より軽減税率システム対応について、経産省に確認事項を提出する区分記載請求書保存方式と適格請求書等保存方式について、2段階の対応は2重投資となるため、その対応方法(案)について確認をおこなった。  
→後日メールで送付し、確認いただくこととした。

### 4. 報告事項

・第17回JAPANドラッグストアショーについてのご説明を事務局より行った

### 平成28年度 第6回コンプライアンス委員会 議事録

日時:平成29年2月22日(水) 12:00～14:00

場所:JACDS 東京事務所会議室

出席者:(5名)

日本チェーンドラッグストア協会

委員長 榎屋 茂康 (ウエルシア薬局(株) 顧問)

委員 長基 健司 (株)コメヤ薬局 代表取締役

委員 岸本 一男 (株)ケアーズ 代表取締役

委員 西本 誠 (株)ニシイチドラッグ代表取締役社長)

JACDS専務理事 中澤 一隆

検討内容(議事)

冒頭、委員長より挨拶が行われ、その後、議事に沿って会が行われた。

#### 1. JAPANドラッグストアショーでのセミナー開催について

事務局よりセミナー応募状況の説明後、その後委員による検討が行われ、次の意見が出された。

・第17回JAPANドラッグストアショーにおける同時開催セミナーの一覧を基に、セミナーの開催が非常に増えている状況を報告した。  
・進行内容に関し、冒頭に委員長からの挨拶を追加することとなった。  
・司会進行は中澤専務に依頼することとなった。  
・講演者の会場へのアテンド、発表準備は事務局山田が対応することとなった。

#### 2. 小売業における労働災害対策及び安全衛生対策について

前回の委員会で決定した会員企業向け案内について、1月24日に送付した事務連絡をもとに報告を行なった。

#### 3. その他

##### 1)「ハーボニー偽造品」問題について

一連の報道資料を基に状況の確認を行った。また、中澤専務理事より、今後、厚生労働省と日本薬剤師会、日本薬局協会、JACDSの間で再発防止に向けた検討会が開催されることが報告された。

##### 2) JACDS薬剤師学術セミナーの開催について

中澤専務理事より、3月18日、19日に行う薬剤師学術セミナーについて説明が行われた。

##### 3) 次回委員会予定:

平成29年度 第1回委員会

日時:平成29年4月10日(金) 12:00～15:00

場所:東京事務所

平成29年度 第2回委員会

日時:平成29年6月6日(金) 16:00～17:00

場所:東京事務所

### 第17回 JAPANドラッグストアショー 第1回実行委員会議事録

日程 平成28年5月31日(火)

時間 14:00～16:00

場所 JACDS東京事務所

#### ○出席者

実行委員長

(株)龍生堂本店 代表取締役社長 関口 周吉

副実行委員長

(株)サッポロドラッグストア代表取締役社長 富山 浩樹

委員

(株)マツモトキヨシホールディングス FC企画部長 佐久間 雄治

ウエルシア薬局(株) 執行役員 営業企画部 部長 小沼 健一

顧問 (株)ミック・ジャパン 代表取締役社長 貴島 浩史

特別顧問 日本チェーンドラッグストア協会 事務総長 宗像 守  
以上 6名

○関口周吉 実行委員長 挨拶

- ・本日は第1回で決めることが多い。
- ・ご意見をお聞きしながら、方向性を決めていきたい。

○議事

**議事1 基本計画(案)及びスケジュールについて**

事務局より計画案について説明

- ・開催概要の説明
- ・出展促進計画
- ・動員計画

【委員からの意見】

- ・ビジネス商談会のあり方について、海外(特にアジア)向けのビジネス向けの展示会にしたらどうか。インバウンドの掘り起しが必要ではないか。
- 1日増やすと展示会場のコストがかかる。また、出展社への負担もかかる。
- 日本の製品について、海外の来場者は興味がある。
- 海外(アジア)向けのアプローチの強化、海外のツイッターのブロガーなども呼んだらどうか。

○ビジネス商談会についての決定事項

- ・開催をする
- ・名称を「プレビュー開催」に戻す
- ・バイヤーの動員については別途検討

**議事2 テーマについて**

検討の結果、下記のテーマに決まった。

「セルフメディケーションで、幸せいっぱい街づくり！」  
～ニッポンの元気を応援するドラッグストア～

**議事3 出展案内パンフレットのデザイン**

検討の結果

- ・A案で文字のデザインは作り直す
- ・出来上がったデザインを実行委員長が確認して決定する。
- ・パンフレットを冊子ベースに変更する。

**議事4 出展社説明会**

次のように日程と場所が決まった。

12月1日(木)ヤクルトホールで決定した。

**議事5 出展促進活動について**

- ・昨年訪問したが、今回は訪問しない企業と新たに訪問する企業を調整の上、約60社訪問する。
- ・機能性表示食品・スマイルケア食のコーナーを特別企画コーナーとして設け、別途募集をする。
- ・デジタルソリューション系の出展についても今後検討する。

**議事6 今後の開催スケジュール**

9月7日

- 13:00～14:00 第2回青年部会
- 14:00～16:00 第2回ドラッグストアショー実行委員会

10月19日

- 13:00～14:00 第3回青年部会
- 14:00～16:00 第3回ドラッグストアショー実行委員会

11月 9日

- 13:00～14:00 第4回青年部会
- 14:00～16:00 第4回ドラッグストアショー実行委員会

12月 1日

- 16:00～17:00 第5回青年部会

12月 2日

- 10:00～12:00 第5回ドラッグストアショー実行委員会

**第17回 JAPANドラッグストアショー 第2回実行委員会議事録**

日程 平成28年9月7日(水)

時間 14:00～16:00

場所 JACDS東京事務所

○出席者

実行委員長

(株)龍生堂本店 代表取締役社長 関口 周吉

副実行委員長

(株)サッポロドラッグストア 代表取締役社長 富山 浩樹  
委員

(株)マツモトキヨシホールディングス FC企画部長 佐久間 雄治

ウエルシア薬局(株) 執行役員 営業企画部 部長 小沼 健一

(株)アカカベ 代表取締役社長 皆川 友範

(株)スギ薬局 取締役 ウェルネス事業部長 杉浦 伸哉

(株)クスリのマルエ 代表取締役社長 江黒 太郎

顧問

(株)マツモトキヨシホールディングス 代表取締役社長 松本清雄

(株)ミック・ジャパン 代表取締役社長 貴島 浩史

特別顧問 日本チェーンドラッグストア協会 事務総長 宗像 守  
以上 10名

○関口周吉 実行委員長 挨拶

- ・企業訪問は60社ほど行なった。取りこぼしのないように、さらに新規企業を数社訪問する。

○調剤事業推進委員会から報告

- ・子供薬剤師コーナーの実施について、事務局から報告をした。

○議事

**議事1 出展促進活動進捗状況報告(9月7日現在)**

1)出展申込状況

- ・昨年よりも速いペースで申込をいただいている。

2)出展案内発送とテレマーケティング

- ・関係先に案内と電話をした。

3)最重点企業出展促進状況について

- ・事務局から訪問状況、実績について説明
- ・委員長より医科向け企業へのアプローチ、特別企画ゾーンなど、全体像について説明をされた。

4)重点企業出展促進担当について

- ・促進担当者を決めた

**議事2 ドラッグストアゾーン実施概要について**

- ・昨年と出展規定を変更して実施をするかどうか検討

【委員からの意見】

- ・小間数は制限を撤廃すると大手が有利になってしまう。
- ・目的は昨年と同様。
- ・他社とバランスが取れて出やすかった。海外の商談があった。
- ・企業の提案があった。ドラッグストアとしての一体感が出来た
- ・アプリのダウンロードを多くしてもらった。販促効果は大きかった。
- ・採用についての問い合わせはほとんどなかった。
- ・装飾はフリーにすべきではないか。
- ・出展社数を増やす。
- いただいた意見にしたがって、募集・実施をしていく。

**議事3 イベント計画について**

事務局よりイベント計画について説明をした。

【委員からの質問】

- ・おたのしみ大抽選会は並ばせていいのか。
- あえて並ばせている。展示会の重要な要素

**議事4 イベントステージプログラムについて**

- ・昨年までのプログラム内容について報告
- 今回については、事務局で組み立てていく旨を伝えた

### 議事5 海外来場動員(案)について

- ・削減案の提案を行なった
- ・発送先の削減
- ・紹介DVDの制作・発送見送り

#### 【委員からの意見】

- ・SNSの発信をしたらどうか
- ・DVDからYOUTUBEへシフトして、経費を削減する。
- 試算して検討していく。

### 議事6 新規展示会[併催]について

- ・ライフスタイルビジョンforシニアについて説明を行なった。

#### ○その他

- ・手配関係を早めにした旨のご意見があった。
- 薬剤師の手配、サンプル品の手配について、早めに案内する旨を伝えた。

### 第17回 JAPANドラッグストアショー 第3回実行委員会議事録

日程 平成28年10月19日(火)

時間 14:00~16:00

場所 JACDS東京事務所

#### ○出席者

- 実行委員長
- (株)龍生堂本店 代表取締役社長 関口 周吉
- 副実行委員長
- サツドラホールディングス(株) 代表取締役社長 富山 浩樹
- 委員
- (株)マツモトキヨシホールディングス FC企画部長 佐久間雄治
- (株)アカカベ 代表取締役社長 皆川 友範
- (株)コメヤ薬局 常務取締役社長室長 長基 健人
- (株)スギ薬局 取締役 ウェルネス事業部長 杉浦 伸哉
- 顧問
- (株)マツモトキヨシホールディングス 代表取締役社長 松本 清雄
- (株)ミック・ジャパン 代表取締役社長 貴島 浩史
- 特別顧問 日本チェーンドラッグストア協会 事務総長 宗像 守
- 以上 9名

#### ○関口周吉 実行委員長 挨拶

- ・10月7日の常任理事会で企業訪問の実施状況(69社)について報告をした。
- ・医科向けゾーン(仮)や特別企画(機能性表示食品、スマイルケア食)ゾーン、前回、検体測定室コーナーで御協力いただいたメーカーにも全社出展依頼をしたことについてご報告をした。
- ・ビジネス商談会の来場者を昨年より増やすため、健康サポート薬局、認定薬剤師の研修の実施を検討している。

#### ○議事

##### 議事1 出展促進活動進捗状況報告(10月24日現在)

- ・大小間の出展が遅れているため、前回並みの状況と考えられる。
- ・出展案内の送付、テレマーケティングの実施について報告。
- ・JAPANドラッグストアショー最重点企業出展申込について報告、JACDS事務局から検討状況について合わせて報告、委員にも協力をお願いしました。
- ・重点企業促進状況について、確認状況を確認、報告、担当委員にも確認をお願いした。
- ・プレビュー開催出展状況について確認

##### 議事2 ポスタービジュアルについて

- ・事務局より6案提案した。
- ・畑野ファミリーは今回も入れる。
- ・自転車に乗っているデザインで標題は赤店舗の屋号はDRUGS STOREにする。

### 議事3 イベント計画について

- 事務局よりイベント計画について説明をした。

### 第17回 JAPANドラッグストアショー 第4回実行委員会議事録

日程 平成28年11月9日(火)

時間 14:00~16:00

場所 JACDS東京事務所

#### ○出席者

- 実行委員長
- (株)龍生堂本店 代表取締役社長 関口 周吉
- 副実行委員長
- サツドラホールディングス(株) 代表取締役社長 富山 浩樹
- 委員
- (株)マツモトキヨシホールディングス FC企画部長 佐久間雄治
- (株)アカカベ 代表取締役社長 皆川 友範
- (株)コメヤ薬局 常務取締役社長室長 長基 健人
- (株)クスリのマルエ 代表取締役社長 江黒 太郎
- (株)クスリのアオキ 専務執行役員 店舗運営本部長 青木 孝憲
- (株)ぱぱす 代表取締役会長 根津 孝一
- 顧問
- (株)マツモトキヨシホールディングス 代表取締役社長 松本 清雄
- (株)ミック・ジャパン 代表取締役社長 貴島 浩史
- 以上 10名

#### ○関口周吉 実行委員長 挨拶

- ・夏に企業訪問を行なった後も何社か個別に訪問したところが出展につながる見込み。
- ・ファーマシーゾーンについてはある程度まとまりになってきた。

#### ○議事

##### 議事1.出展促進活動進捗状況報告

- 1)出展申し込み状況
  - ・かなり良いペースでの出展申し込みをいただいている状況。
- 2)最重点企業出展促進状況
  - ・出展進捗状況について、事務局より報告した。
  - ・現在まで74社の訪問を行なった。
- 3)重点企業出展促進状況
  - ・ほぼ出展申し込みいただいている。
- 4)プレビュー開催
  - ・出展社数、小間数を確認

##### 議事2. 式典のご挨拶依頼について

検討の結果と後日の確認で役割を決定した。

- 1)オープニングセレモニー 出展社代表挨拶
- 2)レセプションパーティー 乾杯、中締め

##### 議事3. 来場促進活動計画

- ・折り込み広告については、昨年通り。
- デジタル系の案内を検討する。
- 各社ポイント導入企業にも案内を出来る範囲でお願いをする。

##### 議事4. ゾーニングレイアウトについて

- 昨年度比べて、下記内容について変更
- ・イベントステージを8ホールの手前に移動
- ・プレビューゾーンを5ホールのL字に分ける
- ・8ホールにライフスタイルFORシニアを設置
- ・8ホール奥にヘルス&情報ステージ&新商品コレクションを設置

##### 議事5. 出展社説明会

- 事務局より開催内容について説明
- ・日時は平成28年12月1日(木)13:30~16:00
- ・場所はヤクルトホール



・式次第の説明をした。

**議事6. 次回開催スケジュール**

・第5回 平成28年12月2日(金) 10:00~12:00  
JACDS東京事務所

**第17回 JAPAN ドラッグストアショー 第5回実行委員会議事録**

場所 JACDS東京事務所  
日程 平成28年12月2日(金)  
時間 10:00~12:00  
場所 JACDS東京事務所

○出席者

実行委員長  
(株)龍生堂本店 代表取締役社長 関口 周吉  
副実行委員長  
サツドラホールディングス(株) 代表取締役社長 富山 浩樹  
委員  
(株)マツモトキヨシホールディングス FC 企画部長 佐久間雄治  
ウエルシア薬局(株) 執行役員 営業企画部長 小沼 健一  
(株)アカカベ 代表取締役社長 皆川 友範  
(株)スギ薬局 取締役 ウェルネス事業部長 杉浦 伸哉  
顧問  
(株)マツモトキヨシホールディングス 代表取締役社長 松本 清雄  
(株)ミック・ジャパン 代表取締役社長 貴島 浩史  
特別顧問 日本チェーンドラッグストア協会 事務総長 宗像 守  
以上 9名

○関口周吉 実行委員長 挨拶

・来年のブロック総会でもしっかりと案内をしていく。  
・昨日の出展社説明会で概要と見どころをご報告した。  
・大きな今までの違いは機能性表示食品、スマイルケア食の特別企画ゾーンを実施、ファーマシーソリューションゾーンを設置、健康サポートとどうつなげていくかをアピールすることが大事。

○議事

**議事1. 出展促進活動進捗状況報告**

出展申し込み、プレビュー開催申込み状況の報告を実施  
通年の課題として、前回出展社が出展をとりやめしている。  
→実行委員全員でショー当日に企業訪問を実施し、継続して出展をしていただけるようお願いをしていく。

**議事2. 出展社説明会の報告&小間レイアウトについて**

1) 出展社説明会について  
説明会の状況について報告をした。  
2) 小間レイアウト  
レイアウト図を元に説明を行なった。

**議事3. 各種イベント(案)について**

昨年同様、うまいものフェアを開催する。

**議事4. 来場促進活動計画について**

前回のご意見を踏まえ、折込広告を減らし、デジタル広告を新たに実施する方向で進めていく。

**議事5. 直前ポスター(案)および、招待状(案)について**

見本を見ていただき、決定した。

**議事6. 出展社挨拶回りについて**

全出展社への挨拶回りを実施。  
・青年部には分担して、4日間準準化したうえで、訪問を実施する。

**「平成28年度勤務薬剤師会 第3回運営委員会」議事録**

日時 : 平成28年10月12日(水)13:00~15:00  
場所 : JACDS東京事務所  
出席 : 小田会長、佐口委員、高田委員、柳原委員、渡邊委員、

阿部委員、榛村委員、中澤専務

欠席 :

議事

**1. 小田会長挨拶**

・セルフメディケーションをどう伝えていくか。  
・薬局ビジョンを踏まえて、検討していく。  
・かかりつけ薬局、健康サポート薬局について、厚労省の方向性は理解できるが、患者(お客様)のためになるようにしていかなければならない。  
・国からのスタンスにドラッグストアがどう応えていくか。  
・ドラッグストアショーに向けて、勤務薬剤師会としてどう取り組むか検討していく。

**2. 薬剤師研修制度進捗状況**

中澤専務から説明  
・認定薬剤師制度の進捗状況の報告  
認定薬剤師制度のプロバイダーになることは常任理事会で承認をいただき、認証機構に申請を行っている。  
日本薬業研修センターの今までの薬剤師研修やテキストについて、実績が足りない等の指摘を受けたため、日本薬剤師研修センター等のプロバイダーになり、実施することにした。

**3. ドラッグストアショーでのセミナーの検討**

・昨年行なった勤務薬剤師会のセミナーや調剤事業推進委員会のセミナー内容なども含めて、学術セミナーを実施する。  
・1日、90分3小間で2日間実施する。  
・受講料は要検討  
・定員は100名~150名ぐらいと考えている。  
・12月中には内容を固める

**【委員からの意見】**

・JACDSらしいテーマにしてほしい。  
・ランチョンセミナーにしたらどうか。  
・単発(1コマ)の参加も検討したらどうか。  
・大学の先生であれば、謝礼が片手必要。  
・漢方、医薬品情報学等  
**【各委員へのお願い事項】**  
・講師を紹介してほしい  
・会場を確保するが、参加者の動員をお願いするかもしれない。

**4. 厚生労働省委託事業**

**「患者のための薬局ビジョン実現のためのアクションプラン 検討委員会」報告**

・第2回まで終了した。  
・実際の自治体の3事例紹介があったが、ドラッグストアが関与する事例はなかった。柏市はかなり進んでいる。  
・小田会長から、薬局は患者だけではないとの発言もあった。  
・保険者が参加する。情報の連携が大事。  
・かかりつけ薬剤師の評価基準づくりが厚労省の目的。

**5. 報告事項**

○セルフメディケーション税制について  
・商品の把握をしなければならない。  
・商品へのマークはメーカー任意。  
・10万円と1万2千円の違いがお客様にはわかりづらい。  
・マニュアルは検討中  
・来年1月1日から制度スタート。スイッチOTCが対象。  
・身体検査を受けてなければいけない。

**6. その他**

・コクミン 長谷川様が初参加、今後榛村様と委員を交代する。

**7. 次回の開催日について**

勤務薬剤師会第4回運営委員会

平成 28 年 11 月 18 日(金)13:00~15:00

**「平成28年度勤務薬剤師会 第4回運営委員会」議事録**

日時 :平成 28 年 11 月 18 日(水)13:00~15:00

場所 :JACDS東京事務所

出席 :小田会長、高田委員、渡邊委員、佐口委員、阿部委員、  
柳原委員、中澤専務

欠席 :長谷川委員、榛村委員

議事

**1. 小田会長挨拶**

- ・セミナーについては他の団体にない、充実した研修にしてほしい。

**2. ドラッグストアショーでのセミナーの検討**

中澤専務から説明

- ・セッションごとのテーマについて検討
- 来場者が来たくくなるようなテーマが良い。

【委員からの意見】

- ・来られる方は調剤をやりたい薬剤師
- ・かかりつけの要件になっているため、興味がある
- ・運営ルールも決めないといけない  
(1日単位なのか、シールの配布の方法等)
- ・健康サポート薬局研修と参加者がかぶるので、分散するのではないか。

**3. 厚生労働省委託事業「患者のための薬局ビジョン実現のためのアクションプラン第3回検討委員会」の報告**

- ・事務局から検討内容について説明
- ・KPIについて
- ・選択項目について、誘導している設問が多々ある。
- ・薬局機能としてのセルフメディケーション、受診勧奨などの設問がない。ぜひ入れてもらえるように話をしていきたい。

**4. 報告事項**

第17回JAPANドラッグストアショーについて事務局より関連事項報告

**5. その他**

- ・マツモトキヨシでは特定保健指導を自前でやっている。

**6. 次回の開催日について**

勤務薬剤師会第5回運営委員会

平成 29 年 2 月 10 日(金) 13:00 ~ 15:00

**「平成28年度勤務薬剤師会 第5回運営委員会」議事録**

日時 :平成 29 年 2 月 10 日(木)13:00~15:00

場所 :JACDS東京事務所

出席 :小田会長、高田委員、渡邊委員、佐口委員、阿部委員、  
柳原委員、中澤専務、長谷川委員

欠席 :榛村委員

議事

**1. 小田会長挨拶**

- ・ドラッグストアショーが直前
- ・勤務薬剤師会は今年度の節目
- ・ドラッグストアが地域で活躍できるようなことを検討

**2. ドラッグストアショーでのセミナーの検討**

中澤専務から報告

1)経過状況

- ・12月21日、2月3日に会員向けに案内をしている。
- ・日本薬業研修センターのホームページ掲載
- ・薬局メディアで掲載をお願いしている。
- ・11月14日付で(公財)日本薬剤師研修センターに登録し、認定シ

ールを取得、そのセンターHPに掲載。

2)申し込み状況について

【委員からの意見】

- ・健康サポート薬局に参加者を取られている。
- ・社員からは会社負担してもらえれば参加するという方が多い。
- ・会員企業の担当窓口案内を送っているが、勤務薬剤師に案内が届いているか？

- 他社はわからないがアプリで個人に一斉送信している。
- それを2度ほど行なった。

- ・集合研修は難しい。ネットでおこなっている方が多い。
- ・HPの掲載がわかりにくい→掲載方法の見直しを行なう
- ・常任理事会では受けられない方もいるとのことで、実施することになった。集まらなければ必要がないとのことなので、継続する必要はないのではないか。

4)講演者への手続き、経費、説明等

会場費、講演者の講師料、諸経費等について事務局より説明

→参加者数で採算が決まってくる。

→講演内容の詳細は先生におまかせする。

→セッションの司会を座長にお任せし、ご紹介いただく。

5)当日のオペレーションについて

・勤務薬剤師会で直前の打ち合わせを現地でするかどうか

→事前打ち合わせはしないが、座長が個別対応

・控室について

→別に部屋を借りるとコストがかかる。前室で各座長にご対応いただきたい。

→持ち物の保管は受付もしくは会場内に持ち込んでいただく。

・質問をとるかどうか

→最後の10分ぐらいは質問時間にします。

・書物の紹介は

→販売はNG、紹介はOK

・アンケートについて

→短時間に書けるようにする。

→セッションごとにアンケートを作る。

**3. 厚生労働省委託事業「患者のための薬局ビジョン実現のためのアクションプラン第5回検討委員会」の報告**

事務局から報告

- ・現在のところまでの検討だと、評価項目が保険の節約にかたよっている。

- ・セルフメディケーションやOTCについての項目が入っていない。

- ・次回、第6回が最終回。

- ・提案は記録として残してもらえるとと思うので、なるべく提案をしていく。

**4. 報告事項**

- ・第17回JAPANドラッグストアショーについて報告を事務局より行った。

**5. その他**

- ・来年度は日本ヘルスケア協会の活動にも協力をしていく。

**6. 次回の開催日について**

勤務薬剤師会運営委員会

平成 29 年 5 月 12 日 13:00~ 15:00

## 協会からのお知らせ

次々ページ以降に各項目の詳細資料を収載しています。

### 1. 登録販売者試験受験対策支援

☆登録販売者試験受験対策 2016 年実施過去問題集及び共通テキスト(2016 年度改訂版)は販売を開始しました。申し込み用紙 URL [http://www.jacds.gr.jp/tourokuhanbaisya/moushikomi\\_2017.xls](http://www.jacds.gr.jp/tourokuhanbaisya/moushikomi_2017.xls)

☆ヘルス&ビューティ用語事典、ドラッグストア・流通用語事典も引き続き販売しております。ご案内と申込用紙はこちらをご覧ください。

ご案内 URL: <http://www.jacds.gr.jp/yougo/yougoannai.pdf>

申し込み用紙 URL <http://www.jacds.gr.jp/yougo/yougomoushikomi.pdf>

### 2. 万引き防止キャンペーン 開催期間変更のお知らせ

これまで、6月中旬から9月にかけて行っていた万引き防止キャンペーンですが、大量窃盗犯が増加する秋から年末にかけて10～12月に開催することといたしました。

キャンペーン概要の説明、ポスター必要枚数の確認等は改めてご案内いたします。

### 3. 「健康サポート薬局研修」ご案内

日本チェーンドラッグストア協会と日本薬業研修センターが協力して実施する厚生労働省の「健康サポート薬局研修」についてご案内いたします。

【資料:後頁 6 ページ分あり】

### 3. 介護情報提供員の募集について

「介護」に関する様々な内容の概要や介護情報へのアクセス手段等の説明を行うサポートは、店舗の信頼をより高めるものです。ぜひ、地域生活者の信頼を勝ち得ることができる「介護情報提供員」を養成し、今後、介護に関する情報提供体制の環境づくりにご活用願います。

【資料:後頁 2 ページ分あり】

### 4. 薬剤師資質向上研修ネットセミナー・集合研修 募集のご案内

薬剤師への継続研修の実施は「指針の策定」と同様に開設者に求められる義務です。本研修は、厚生労働省に提出し確認していただいた研修内容に沿って実施いたします。

【資料:後頁 2 ページ分あり】

### 5. 「アドバイザー養成講座」受講生を募集中

ヘルスケアアドバイザー、ビューティケアアドバイザーの6月生、漢方アドバイザーの8月生の募集を開始します。一人でも多くの方が受講し、各店頭でのアドバイスのスキルアップを目指してください。

【資料:後頁 3 ページ分あり】

## 6. ダブルライセンス認定制度を実施

JACDS では、医薬品の専門家である薬剤師や登録販売者でアドバイザーを取得した方や、複数のアドバイザーを取得した方に新しい認定名を付け、生活者の信頼や本人の自信を高める人材育成につなげています。

ぜひ、企業や店舗の成長に貢献する人材育成の制度として、ご活用ください。

【資料：後頁 2 ページ分あり】

## 7. 日本ヘルスケア協会 ご案内

健康食品・介護食品の新しいマーケット創造はリアル店舗でないと実現しません。この研究会はスーパーマーケットやドラッグストアの企業や団体が参画し、メーカー・卸・サポート企業が協働することで健康食品市場を拡大させる唯一の研究会です。

【資料：後頁5ページ分あり】

## 8. 「薬剤師賠償責任保険」のご案内

薬局(店舗販売業)契約、勤務薬剤師契約ともに毎月、中途加入が可能です。別紙詳細を参照のうえ、ぜひご加入ください。

【資料：後頁3ページ分あり】

## 9. 「そらぶちキッズキャンプを創る会」支援について

引き続き、JACDSではそらぶちキッズキャンプ募金を支援しています。ご協力をお願いします。

【資料：後頁 1 ページ分あり】

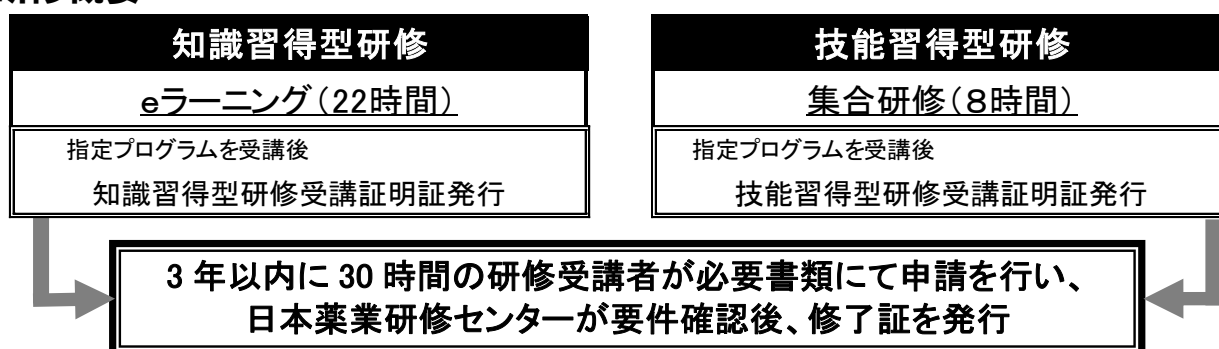
# ～厚生労働省基準に適合し、実践に活用できる～ 「健康サポート薬局研修」ご案内

日本チェーンドラッグストア協会では日本薬業研修センターと協力し、2016年4月からスタートしました、地域における薬局機能向上に向けた厚生労働省の「健康サポート薬局制度」に求められている研修を実施しております。

本研修で使用するテキストは、地域の健康情報拠点薬局として必要な知識を、地域住民目線で分かりやすく説明できるテキストとなっているため、より実務に役立つ研修となっております。今後の地域連携への対応能力の向上や、OTC薬の適正な販売と情報提供に活用いただける研修内容となっている本研修に、ぜひお申込み下さい。

なお、日本薬業研修センターが行う健康サポート薬局に係る薬剤師研修プログラムは、厚生労働省の指定確認機関(公益社団法人日本薬学会薬学教育委員会第三者確認委員会:委員長 赤池昭紀)による確認の結果、適合とされました。

## ■研修概要



## ■研修内容と実施形式、学習方法

### 1) 知識習得型研修

eラーニングで実施します。

研修内容	時間数	実施形式と学習方法
<b>知識習得型研修</b>		<b>eラーニング</b>
①講座: 地域住民の健康維持・増進	2時間	[学習の流れ] ①講座から順番にテキストを学習する。 (PDFのテキスト) ↓ 各講座ごとにテキスト学習終了後、確認試験実施。 70%以上の合格ラインを目指す。* ↓ 合格したら、次の講座に進む。 ↓ ※順番通りの学習となり、確認試験を実施していないと次に進めない仕組みとなっている。 確認試験は、13回(各講座1回) *第1講座のみ、食事バランスシートの作成・提出有
②講座: 要指導医薬品等概説-1	8時間	
③講座: 要指導医薬品等概説-2		
④講座: 要指導医薬品等概説-3		
⑤講座: 健康食品、食品	2時間	
⑥講座: 禁煙支援	2時間	
⑦講座: 認知症対策	1時間	
⑧講座: 感染対策	2時間	
⑨講座: 衛生用品、介護用品等	1時間	
⑩講座: 薬物乱用防止	1時間	
⑪講座: 公衆衛生	1時間	
⑫講座: 地域包括ケアシステムにおける先進的な取組事例	1時間	
⑬講座: コミュニケーション力の向上	1時間	

## 2) 技能習得型研修

内容により3つの区分に分け、実施します。1日8時間のスケジュールを組み、3区分の研修を行いますので、1つだけでも複数でも受講できます。

研修内容		時間数	実施形式と学習方法
技能習得型研修			講義と演習(グループ討議形式)
I 研修:	健康サポート薬局の基本理念	1時間	ビデオ、グループ討議、総評
II 研修:	薬局利用者の状態把握と対応	4時間	ビデオ、グループ討議、全体発表、総評
III 研修:	地域包括ケアシステムにおける多職種連携と薬剤師の対応	3時間	ビデオ、グループ討議、全体発表、総評

※知識習得型研修と技能習得型研修は、どちらを先に受講してもかまいません。  
ただし、最初に受講した研修から3年以内にすべての30時間の研修の受講を終了して下さい。

## ■研修形式と受講料、入金時期

### 1) 研修形式

本研修の研修形式は次の2通りです。

A研修	研修センターまたは、受講者が所属する企業・団体以外が日程・会場を設定し開催する研修
B研修	受講者が所属する企業・団体が日程・会場を設定し開催する研修※

※B研修は、団体、企業の状況、希望にあわせて、企業・団体に所属する薬剤師が受講しやすくすることを目的としています。B研修の会場費、講師料等は当該企業・団体で負担いただきます。受講者が所属する企業・団体が実施する研修に企業・団体がとりまとめて、申込をした場合は以下の各項目のB研修の受講料が適用されます。

### 2) 受講料と入金時期

(税込)

受講料と入金時期		JACDS会員価格(協力団体会員価格)※ (申込:企業・団体一括、個人)			一般価格 (申込:企業・団体一括、個人)		
		A研修	B研修	入金時期	A研修	B研修	入金時期
★技能習得型	I・III	2,250円	1,500円	A、Bともに、企業・団体は後日入金、個人は事前入金	3,750円	1,500円	A、Bともに、企業・団体は後日入金、個人は事前入金
	II	2,250円	1,500円		3,750円	1,500円	
知識習得型		1,500円	1,000円	事前入金	2,500円	1,000円	事前入金
計		6,000円	4,000円		10,000円	4,000円	

※JACDS会員企業に勤務の方は、協力団体会員価格で受講いただけます。

★技能習得型研修受講料 I・IIIは、2講座あわせた金額です。どちらかのみ受講の場合でも指定の金額が必要です。

① **B研修を実施する企業・団体に所属している場合でも、他企業・他団体が実施するB研修を受講する場合は、A研修の料金が適用されます。**

② 受講料の中に、修了証交付費用(各自がネットからダウンロード)が含まれています。別途、紙媒体の修了証の作成を希望の場合は、1枚 500円で作成し、郵送します。

③ 入金確認後、会員番号とパスワードをご連絡します。

知識習得型研修の受講は、知識習得型研修の受講料が入金された翌月から受講できます。技能習得型研修は、受講人数が30名以上参加いただける見込みがある会場から随時開催します。B研修につきましては、人数に制限はありません(30名未満でも可)。

【振込先】 みずほ銀行 虎ノ門支店 普)2966970 一般社団法人 日本薬業研修センター  
シャ)ニホンヤクギョウケンシュウセンター

## ■技能習得型研修開催予定

現在、以下の地区で受講者を募集しております。

この日程で申込を希望の方は、後頁の申込書①に必要事項を記入のうえ、お申込み下さい。

他地区での受講を希望の場合、または知識習得型研修を先に受講希望の場合は、後頁の申込書②に必要事項を記入のうえ、お申込み下さい。

### 〔2017年7月～10月開催 技能習得型研修開催予定日程・地区〕

今後、この日程以外に開催希望者が多く集まった地区について、開催します。

No.	開催日	地区	会場	研修時間
1	2017年7月2日(日)	東京都渋谷区	協励会館	<b>9時～17時40分予定</b> I 研修:9時～10時 「健康サポート薬局の基本理念」 III 研修:10時10分～13時10分 「地域包括ケアシステムにおける多職種連携と薬剤師の対応」 II 研修:13:40分～17時40分 「薬局利用者の状況把握と対応」
2	2017年7月30日(日)	宮城県仙台市	戦災復興記念館	
3	2017年9月3日(日)	大阪府大阪市	日邦・大阪センター	
4	2017年9月10日(日)	愛知県名古屋市	日邦・名古屋連絡所	
5	2017年9月24日(日)	北海道札幌市	日邦・札幌出張所	
6	2017年10月15日(日)	福岡県福岡市	日邦・福岡営業所	

※日程、会場、開催時間は変更になる場合があります。

※各会場、30名以下の場合は開催を見合わせる場合があります。

※III研修「地域包括ケアシステムにおける多職種連携と薬剤師の対応」につきましては、同一の都道府県参加者によるグループディスカッションを行います。同一都道府県の参加が少ない場合は、参加を見合わせていただく場合があります。

## ■申込・受講の流れ

### 〔技能習得型研修〕

募集・申込
<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修センターHPで技能習得型研修の開催日程をご案内しますので、日程をお選びください。</li> <li>・希望地区の開催が決まっている場合は、日程と地区を選び、お申込み下さい。</li> <li>・開催が決まっていない場合は、希望の地区を記載の上、お申込み下さい。日程が決まり次第、ご連絡します。</li> </ul>

参加希望者の多い地区から随時開催します。研修の開催状況は、研修センターのホームページ(<http://www.yakken-ctr.jp/kensup>)でご案内します。



HPに掲載している申込書などからお申込み下さい。企業で申込の場合は、できるだけ受講者の受講状況管理のため、企業で取りまとめてお申込み下さい。



受講開始
<ul style="list-style-type: none"> <li>・技能習得型研修の開催が決まったら案内を送付します(案内は、すべてメールで送信します)。</li> </ul>

技能習得型研修の開催地区が決まったら、事務局から連絡させていただきます。※研修受講前に、できるだけ地域包括支援センターを訪ね、配布資料や実際の活動についての調査を行ってください。

### 〔知識習得型研修〕

受講申込・受講開始
<ul style="list-style-type: none"> <li>・知識習得型研修は、技能習得型研修とは別にお申込みができます。</li> <li>・申込書と入金確認後、受講用のIDとパスワードを送ります。</li> </ul>

知識習得型研修は、研修用のホームページ(セルメプラザ)でeラーニングの受講を行います。手続き完了後、知識習得型研修実施用のご案内を送付します。

## ■申込方法

1)別紙の「健康サポート薬局研修申込書」に、必要事項を記入の上、メールまたはFAXにてお申込下さい。

●2017年7月～10月 技能習得型研修開催予定地区をお申込みの方 … 後頁申込書①

●開催が決まっていない地区、または先に知識習得型研修の受講をお申込みの方 … 後頁申込書②

・最初に、受講人数と技能習得型研修の希望地区についてお知らせください。

希望地区が未定の方は、blankでも構いません。

・企業申込の場合は、後日、受講者の名前と薬剤師登録番号の一覧表をデータで送付してください。

・できるだけ、受講者の受講状況管理のため、企業取りまとめにて企業一括申込みをお願いします。

2)企業一括申込の場合は、技能習得型研修のB研修での実施を検討して下さい(A研修の受講も可能です)。

・希望の地区、日程での開催が可能となり、費用の軽減化が可能となるB研修での実施については、以下の「■B研修実施について」をご覧くださいか、事務局までお問合せ下さい。

3)技能習得型研修の開催地区については、A研修の場合は、原則参加希望者が30名以上になった時に開催日程を決定します(B研修につきましては、人数に制限はありません)。

・申込時の希望地区で開催が決まっていない場合は、開催が決定次第、ご連絡させていただきます。

・研修センターのHPでも開催日程地区の一覧表を作成し、閲覧できるようにします。

・Ⅲ研修については、勤務先が同一都道府県の方々のグループ研修を行いますので、同一都道府県の参加者が少ない場合、参加を見合わせていただくことがあります。

## ■申込手続きの流れ

1)企業申込の場合

①申込書に、受講希望者数を記入し、FAX、またはメールにてお申し込みください。

②事務局より、ご記入頂いた連絡先メールアドレスへ会場別受講申込者一覧のデータを送付します。

③開催日の2週間前までに受講案内を企業宛にメールにて送付します。

当日の受付時に必要となりますので、受講者へお渡しください。

④後日、参加した受講者数をもとに請求書を作成し、企業担当者様へ送付いたします。

2)個人申込の場合

①申込書に必要事項を記入し、FAX、またはメールにてお申し込みください。

②事務局より、ご記入頂いた連絡先メールアドレスへ受付完了と振込先をご案内します。

開催の2週間前までに、お振込み願います。

③入金確認後、開催日の2週間前までに受講案内をメールにて送付します。

## ■B研修実施について (詳細は日本薬業研修センターHPをご参照下さい)

団体、企業の状況、希望にあわせて、日程、会場、講師、監査員の手配を当該団体・企業で行うことにより、費用の軽減化を図り、受講の機会を増やします。ぜひ、B研修実施をご検討下さい。

・講師は研修センターの認定が必要となり、薬局実務実習の認定指導薬剤師の方、企業内の薬剤師研修や事業研修等のカリキュラム作成や講師経験を有している方、行政の保健分野に従事した経験を有する方などが対象となります(研修センターに講師を有料で依頼することも可能です)。

・公募が原則ですので、開催会場の席数の10%以上は公募枠となり、B研修実施団体・企業に所属以外の受講者の受け入れをお願いします。公募は、研修センターが行います。

・実施団体・企業には、参加された当該団体・企業所属以外の人数分の還付金をお支払します。

申し込み・  
問合せ先

一般社団法人 日本薬業研修センター <http://www.yakken-ctr.jp>

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜 2-5-10 楓第2ビル4F

TEL:045-478-5453 FAX:045-478-5461 E-mail: [support@yakken-ctr.jp](mailto:support@yakken-ctr.jp)

<http://www.yakken-ctr.jp/kensup> (健康サポート薬局研修サイト)



FAX送信先: 045-478-5461 (日本薬業研修センター行)

7月～10月開催「健康サポート薬局研修」 申込書①

企業 申込	フリガナ 会社名			
	フリガナ 担当者名		部署名 役職	
	住 所	(〒 - )		
	連絡先TEL		連絡先FAX	
	連絡先 E-mail(PC)			
個人 申込	フリガナ 氏名		連絡先 E-mail(PC)	
	住 所	(〒 - )		
	連絡先FAX		薬剤師 登録番号	
	所属先名 (所在地)		都道 府県	区市 町村

※個人申込の方は、所属先の都道府県と区市町村をご記入下さい。企業申込の方は、後日お名前とともにご連絡願います。

■研修申込み(受講希望人数を記入して下さい。個人申込の方も受講する研修すべてに「1」と記入して下さい。)

※各会場、30名以下の場合には開催を見合わせる場合があります。

No.	開催日	地 区	会 場	受講人数			知識習得型研修	
				I 研修	II 研修	III 研修	人数	開始希望月
1	2017年7月2日(日)	東京都渋谷区	協励会館	名	名	名	名	
2	2017年7月30日(日)	宮城県仙台市	戦災復興記念館	名	名	名	名	
3	2017年9月3日(日)	大阪府大阪市	日邦・大阪センター	名	名	名	名	
4	2017年9月10日(日)	愛知県名古屋市	日邦・名古屋連絡所	名	名	名	名	
5	2017年9月24日(日)	北海道札幌市	日邦・札幌出張所	名	名	名	名	
6	2017年10月15日(日)	福岡県福岡市	日邦・福岡営業所	名	名	名	名	

研修時間は、9時～17時40分を予定しております。

III研修につきましては、同一の都道府県参加者によるグループディスカッションを行います。  
同一都道府県の参加が少ない場合は、参加を見合わせていただく場合があります。

■申込手続きの流れにつきましては、前頁に記載の申込手続きの流れをご参照下さい。

会場設営、およびグループ分けの都合上、**開催2週間前までに**  
申込み者のご連絡をお願いいたします。

受講者が確定できない場合は、参加枠の確保にも対応いたします。詳しくは事務局へご相談下さい。

問合せ先: 日本薬業研修センター <http://yakken-ctr.jp>  
電話 045-478-5453 Email: support@yakken-ctr.jp

※個人情報につきましては、日本薬業研修センターが厳重な管理体制の元で保管し、健康サポート薬局研修会実施の目的のみで使用します。企業申込の方は、登録の内容について企業担当者に連絡する場合がございます。  
※III研修では勤務先所在地ごとにグループ分けを行いますので、店舗所在地の都道府県名をご記入下さい。  
店舗が移動になった場合は、ご連絡下さい。

健康サポート薬局研修 申込書② FAX 送信先:045-478-5461(日本薬業研修センター行)

企業 申込	フリガナ 会社名			
	フリガナ 担当者名		部署名 役職	
	住 所	(〒 - )		
	連絡先TEL		連絡先FAX	
	連絡先 E-mail(PC)			
個人 申込	フリガナ 氏名		連絡先 E-mail(PC)	
	住 所	(〒 - )		
	連絡先FAX		薬剤師 登録番号	
	所属先名 (所在地)		都道 府県	区市 町村

※個人申込の方は、所属先の都道府県と区市町村をご記入下さい。企業申込の方は、後日お名前とともにご連絡願います。

■ 申込手続きの流れ

- 1) 知識習得型研修と技能習得型研修と、どちらを先に受講してもかまいません。
- 2) 現在、開催が決定している地区については、日本薬業研修センターのホームページでご案内しております。それ以外の地区、日程をご希望の方は、申込書に希望地区と人数をお知らせください。申込み地区と人数により、技能習得型研修の開催地区、日程を決めます。
- 3) 参加希望を出していただいた地区が、開催候補地区となった場合、詳しい案内と申込確定のための案内書をメールにて、ご案内させていただきます。

■ 申込書記入について(受講希望地区と人数の記入をお願いします)

- 1) 企業申込の方は、A研修での受講か、B研修での受講が選択して下さい。地区ごとに、実施方法が異なっても構いません。個人申込の方は、すべてA研修での受講となります。
- 2) III研修については、勤務先が同一都道府県の方々でのグループ研修を行いますので、同一都道府県の参加者が少ない場合、参加を見合わせていただくことがあります。
- 3) 技能習得型研修の参加希望者が30名以上集まり次第、開催地区として決定します。

※健康サポート薬局の研修を修了するためには、技能習得型研修Ⅰ・Ⅱ・Ⅲと知識習得型研修の受講が必要です。

		技能習得型研修							知識習得型研修			
		実施形式		研修名			地区名 (都道府県)	人数			人数	開始 希望月
		A研修	B研修	I	II	III		I 研修	II 研修	III 研修		
〔記入例〕	企業		○	○	○	○	神奈川県	20~25	20~25	15~20	20~25	H29.4頃
			○			○	静岡県			3~5		
		個人	○		○	○	○	大阪府	1	1	1	1

※個人情報につきましては、日本薬業研修センターが厳重な管理体制の元で保管し、健康サポート薬局研修会実施の目的のみで使用します。企業申込の方は、登録の内容について企業担当者に連絡する場合がございます。

※III 研修では勤務先所在地毎にグループ分けを行いますので、店舗所在地の都道府県名をご記入下さい。店舗が移動になった場合は、ご連絡下さい。

# ドラッグストアの新しい役割となる JACDS 認定「介護情報提供員」 受講者募集中

超高齢社会の日本では、ドラッグストアは地域の生活支援はもとより、高齢者の新たなニーズを発掘し、新しい役割を担っていくことが重要です。JACDSでは、複雑な介護サービスについて、その地域にあった適正な情報を提供できる専門家を育成する「介護情報提供員制度」を実施しています。「介護」に関する様々な内容の概要や介護情報へのアクセス手段等の説明を行うサポートは、店舗の信頼をより高めるものです。ぜひ、地域生活者の信頼を勝ち得ることができる「介護情報提供員」を養成し、今後、介護に関する情報提供体制の環境づくりにご活用願います。

## ■ 受講資格

JACDS「ヘルスケアアドバイザー」認定者または受講者

- ※「ヘルスケアアドバイザー」受講者は、認定後に介護情報提供員の認定が行われます。
- ※以前認定者で更新手続きを行わなかった「未更新者」や講座の受講が修了できなかった「未修了者」の方は、再認定および再受講の方法を用意していますので、事務局までお問い合わせ下さい。

## ■ 受講料

eラーニング … 無料

ネット環境が整っていない方には、別途郵送通信（受講料・税込2570円）も用意しています。

## ■ 認定方法

eラーニングでテキストを学習後、地域の介護相談内容と相談先一覧マップの作成により、合否判定。

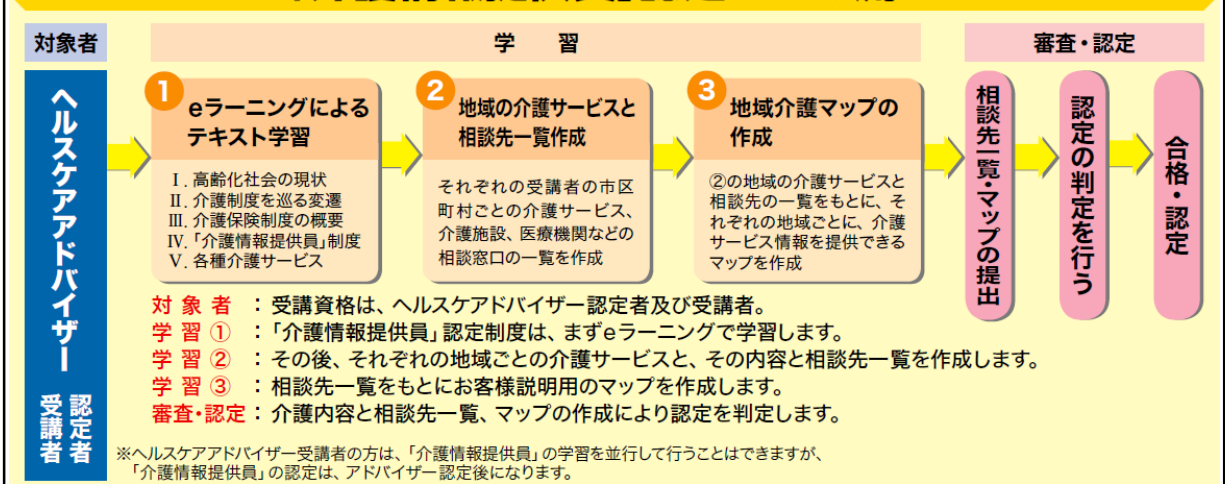
## ■ 主なカリキュラム

テキスト学習

- I. 超高齢社会を取り巻く日本の現状
- II. 介護制度を巡る変遷
- III. 介護保険制度の概要
- IV. 「介護情報提供員」制度
- V. 各種介護サービス
- VI. サンプル 添削レポートー地域の相談窓口を把握しよう

介護の相談内容と主な相談先一覧の作成  
地域の介護マップの作成

## 「介護情報提供員」認定までの流れ



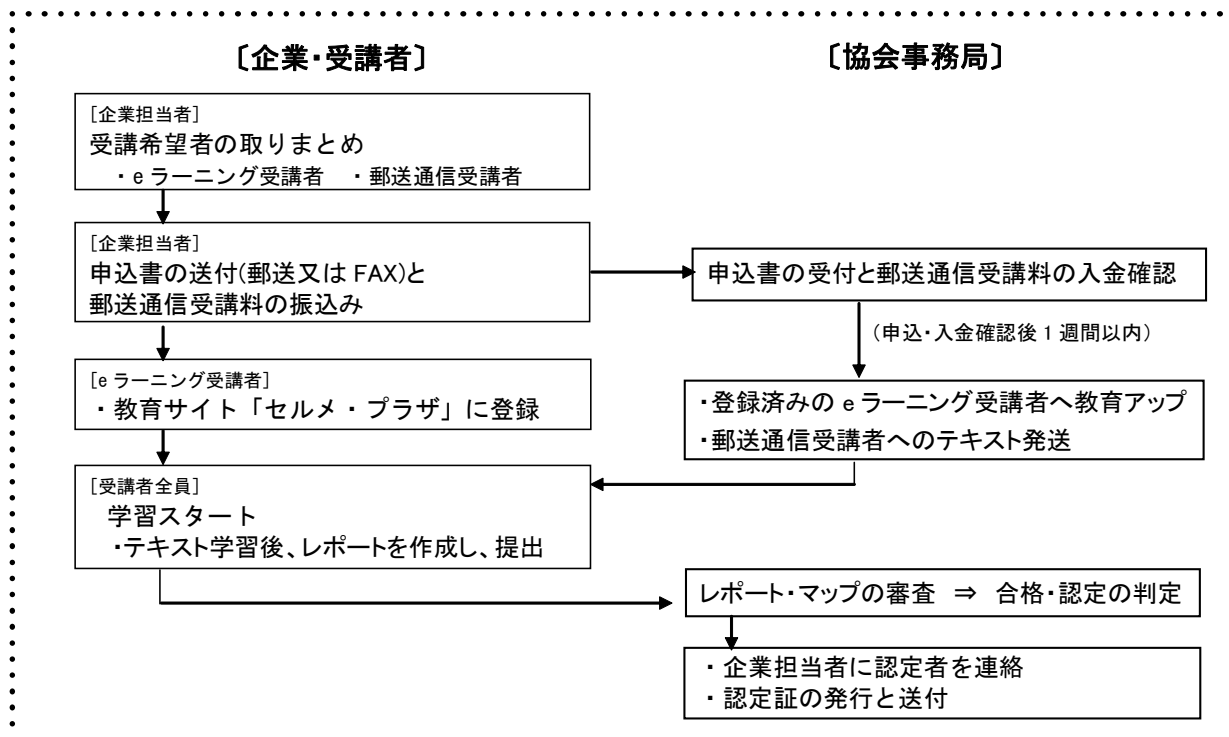
## ■ 学習の狙い

- ① 高齢化社会の現状と介護制度についての概要を学ぶ。
- ② 介護・福祉に関わる施設、専門家の役割、サービスについて学ぶ。
- ③ 地域の実情に合わせた介護・福祉施設、サービスについて学ぶ。
- ④ 地域の介護事業計画、福祉事業計画、医療計画等について学び、各市町村における介護、福祉、医療施設等の役割を学び、それらとの協力、連携について考える。
- ⑤ 顧客からの介護に関わる幅広い相談を受けた際に、適切な相談窓口を紹介できる資質を備える。
- ⑥ ドラッグストアが地域住民の安心・安全を高めるために、地域の介護・福祉事業者とネットワークを図り、ドラッグストアの新たな役割を創造する。

## 「介護情報提供員 申込」について

介護情報提供員の企業一括申込みから受講・認定までの流れは以下の通りです。

企業での介護情報体制づくりのためにも、企業で取りまとめたお申込みをお願いします。



## 「介護情報提供員」の役割

介護情報提供員の役割は、地域ごとの介護サービスとその特徴、それぞれの相談窓口を知り、顧客に適正に相談窓口を提供することです。これから地域包括ケアシステム

の中で、介護、医療、生活支援、予防など分野をシームレスにネットワーク化していく上で、極めて重要な役割が担えるものと期待されます。

受講・申込みにつきましては、ヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センターまでお問い合わせ下さい。

**お申し込み  
お問い合わせ先**

**JACDS ヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センター**

〒 222-0033 横浜市港北区新横浜 2-5-10 楓第2ビル4階

TEL. 045-478-5451 FAX. 045-478-5461 e-mail info@hbc-ctr.gr.jp

# 薬剤師資質向上研修 通信研修・集合研修 募集のご案内

## ● 資質向上研修の実施は開設者の義務

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(以下「薬機法」という。)に伴う体制省令により、薬剤師への継続研修の実施は「指針の策定」と同様に開設者に求められる義務になります。(体制省令 第2条第1項第7号、および第2条第2項)

薬機法では、薬局、店舗販売業の許可の基準に関して、体制省令で定める基準に適合しないときは改善命令等に該当する場合があります、研修の実施は許可要件となります。

(薬局:薬機法第5条第1項第2号 店舗販売業:薬機法第25条第2項第2号)

## ● 継続的な資質向上研修を実施中

本研修は、厚労省に提出し、確認していただいた研修内容に沿って実施いたします。

### ■ 薬剤師資質向上研修概要(通信研修と集合研修の2つから構成されています)

通信研修(1年間)	集合研修(前期・後期開催)
<b>eラーニング ※1)</b> パソコンを使用し、ネットを通じたテキスト学習と自動採点の問題回答に取り組む	<b>1日 ※2)</b> (年1回以上参加下さい) 最新情報やネット形式では学習しにくい内容をスクール形式で学習
年間プログラム ①症状・部位別医薬品通信研修 12回 ②ヘルスケア実践セミナー 12回	①薬事行政情報 ②医薬品販売業に係る法規と制度 ③専門家のための技術・知識 ④確認試験
指定プログラムを修了 <b>1) 通信研修受講証明証を発行</b>	年1回以上の受講 <b>2) 集合研修受講証明証を発行</b>
※パソコンによるネット環境がなく、通信研修が受講できない場合は、郵送による通信教育も用意しています。 (テキスト代、送料等の実費を含み、3,600円)	※1地区50名以上の参加希望者がいた場合に、開催します。

### 資質向上研修受講証明証の発行

#### (3)法律が求める資質向上研修受講証明証を発行

(1)と(2)両方をもとに、体制省令に対応する資質向上研修の受講証明証を発行します。

※必要に応じ、都道府県(保健所)へ資質向上研修を修了した薬剤師の名簿提出等の対応を実施

※通信研修受講中で、受講証明を発行出来ない方へは、求めに応じ、受講歴の証明を発送

### ■ 受講費用

#### 1) 通信研修 2,570 円 (税込)

受講対象者: JACDS 勤務薬剤師会に加入している薬剤師の方  
※郵便による通信研修の場合、テキスト、送料等含め 3,600 円(税込)

#### 2) 集合研修 3,000 円 (税込)

受講対象者: 日本薬業連絡協議会に加盟する団体に加入している企業に勤務している薬剤師の方  
※テキスト代を含みます。 ※昼食は各自でご用意願います。

通信研修と集合研修は個別に受講費用が必要となります。

通信研修 集合研修 合計  
(2,570 円)+(3,000 円) = (5,570 円)

郵送通信 集合研修 合計  
(3,600 円)+(3,000 円) = (6,600 円)

# カリキュラム

## 1) 通信研修

□症状・部位別医薬品通信研修				※基礎講座1から順番に学習します。			
○基礎講座		20	咳②	40	爪から見える病気②	17	強心薬・高コレステロール改善薬・貧血薬(前半)
1	胃腸症状	21	禁煙①	41	すり傷・切り傷・やけど①	18	強心薬・高コレステロール改善薬・貧血薬(後半)
2	疲労・虚弱	22	禁煙②	42	すり傷・切り傷・やけど②	19	抗アレルギー薬・鼻炎薬・点鼻薬(前半)
3	目の症状	23	肩こり①	○応用講座		20	抗アレルギー薬・鼻炎薬・点鼻薬(後半)
4	かぜ症候群	24	肩こり②	1	胃腸薬(前半)	21	解熱鎮痛薬・生理痛専用薬(前半)
5	一般用検査薬	25	頭痛①	2	胃腸薬(後半)	22	解熱鎮痛薬・生理痛専用薬(後半)
6	アレルギー症状	26	頭痛②	3	便秘薬(前半)	23	眠気防止薬・睡眠改善薬・小児鎮静薬(前半)
7	動悸・更年期症状①	27	腰痛・関節痛①	4	便秘薬(後半)	24	眠気防止薬・睡眠改善薬・小児鎮静薬(後半)
8	動悸・更年期症状②	28	腰痛・関節痛②	5	止瀉薬・整腸薬(前半)	25	皮膚疾患薬(前半)
9	痛み(解熱鎮痛薬)①	29	口内炎①	6	止瀉薬・整腸薬(後半)	26	皮膚疾患薬(後半)
10	痛み(解熱鎮痛薬)②	30	口内炎②	7	滋養強壮薬(前半)	27	口腔内用薬・うがい薬・オーラルケア用品(前半)
11	精神神経症状①	31	乗物酔い①	8	滋養強壮薬(後半)	28	口腔内用薬・うがい薬・オーラルケア用品(後半)
12	精神神経症状②	32	乗物酔い②	9	目薬(前半)	29	痔疾薬(前半)
13	虫さされ①	33	スキンケア①	10	目薬(後半)	30	痔疾薬(後半)
14	虫さされ②	34	スキンケア②	11	検査薬(前半)	31	鎮咳去痰薬(前半)
15	オーラルケア①	35	育毛・発毛①	12	検査薬(後半)	32	鎮咳去痰薬(後半)
16	オーラルケア②	36	育毛・発毛②	13	かぜ薬(前半)	33	禁煙補助薬(前半)
17	痔の症状①	37	水虫①	14	かぜ薬(後半)	34	禁煙補助薬(後半)
18	痔の症状②	38	水虫②	15	女性用薬・ハーブ医薬品(前半)	35	外用消炎鎮痛薬(前半)
19	咳①	39	爪から見える病気①	16	女性用薬・ハーブ医薬品(後半)	36	外用消炎鎮痛薬(後半)

□ヘルスケア実践セミナー	
1月	オーラルケア対策
2月	水虫対策
3月	アイケア対策
4月	禁煙対策
5月	香り・リフレッシュ対策
6月	セルフチェックと生活習慣病対策
7月	アンチエイジング・シルバー対策
8月	胃腸対策
9月	かぜ対策
10月	花粉症対策
11月	スキンケア対策
12月	ヘアケア対策

※学習月の内容を学びます

○症状・部位別医薬品通信研修は、テーマごとに病理・薬理・対処法や主な薬効を学習し、情報提供のために必要なポイントを学習します。  
○ヘルスケア実践セミナーは、仕事で活かせる売場づくりや販売促進方法なども含めた内容を学習します。

※通信研修は、eラーニングと郵送通信の内容は、同一です。応用講座のカリキュラムは、継続します。

## 2) 集合研修

スケジュール(予定)	
80分	薬事行政情報
60分	医薬品販売業に係る法規と制度 (昼食 30分)
60分	専門家のための技術・知識① (休憩 10分)
60分	専門家のための技術・知識② (休憩 10分)
80分	専門家のための技術・知識③
20分	確認試験

終了 ※昼食は各自でご対応願います。

### 研修内容

- 薬事行政情報  
リスク区分等の変更があった医薬品等、最新の情報について説明します。
- 医薬品販売業に係る法規と制度  
最新の法規と制度について説明します。
- 専門家のための技術・知識①②③  
専門家として実践力をつける知識を学習します。
- 確認試験  
筆記による確認試験を行います。

※内容、スケジュールについては変更になる場合があります。

## 申込方法

### 1) 通信研修

※毎月20日を受付締切とし、翌日より開始できます。随時申込みを行っております。

・通信研修は研修用ホームページ(セルメブラザ: <http://www.selme.jp>)にて実施します。

### 2) 集合研修

1地区50名以上の参加希望者がいた場合に開催いたします。

・受講をご希望の方は、事務局までお問い合わせ下さい。

研修内容  
問い合わせ先

日本チェーンドラッグストア協会 JACDS 勤務薬剤師会

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜 2-5-10 楓第2ビル4F TEL:045-474-1311 FAX:045-474-2569

専門領域をさらに広げた人材として高く評価

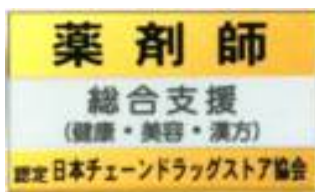
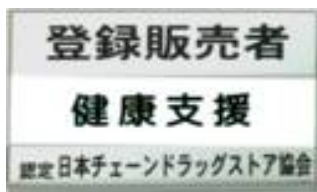
# ダブルライセンス認定制度

これからのドラッグストアは、セルフメディケーションの推進のための知識や技術を習得し、生活者の生活をより健やかにするための人材が重要です。

JACDSでは、医薬品の専門家である薬剤師や登録販売者で各種アドバイザーを取得した方や、複数のアドバイザーを取得した方を、「ダブルライセンス認定者」として新しい認定名をつけ、生活者にアピールしています。

ぜひ、企業や店舗の成長に貢献する人材育成制度として、ご活用ください。

●認定者の方には新しい認定名のネームプレートを発行します（配布物1）



## 対象者と新しい認定名

●それぞれ取得したアドバイザーにより、専門領域の支援名をつけます

ヘルスケアアドバイザー	…	健康支援
ビューティケアアドバイザー	…	美容支援
ベビーケアアドバイザー	…	育児支援
漢方アドバイザー	…	漢方支援

（表①）

●薬剤師・登録販売者で1つのアドバイザーを取得した場合

	薬剤師	登録販売者
ヘルスケアアドバイザー取得	健康支援 薬剤師	健康支援 登録販売者
ビューティケアアドバイザー取得	美容支援 薬剤師	美容支援 登録販売者
ベビーケアアドバイザー取得	育児支援 薬剤師	育児支援 登録販売者
漢方アドバイザー取得	漢方支援 薬剤師	漢方支援 登録販売者

●薬剤師・登録販売者で複数のアドバイザーを取得した場合、アドバイザーが複数認定を受けた場合

総合支援（支援名）※1 + 資格・認定名※2

※1：支援名 → 取得したアドバイザーにより支援名をつけます。表①を参照ください。

※2：資格名・認定名 → 薬剤師、登録販売者、アドバイザー

**例** ヘルスケアアドバイザーと漢方アドバイザーを持っている薬剤師

総合支援（健康・漢方）薬剤師

ビューティケアアドバイザーとベビーケアアドバイザーを持っているアドバイザー

総合支援（美容・育児）アドバイザー

# 一般財団法人 日本ヘルスケア協会

## 活動の紹介と入会のご案内

一般財団法人日本ヘルスケア協会は、超高齢社会における健康寿命延伸とヘルスケア産業育成の実現を目指す、ヘルスケアに関する有識者、産業、関係者が集まった民間唯一の団体です。

当協会は、ヘルスケア産業育成のために次の事業を実践します。

1. ヘルスケアに寄与する制度、社会システム、事業等の研究と政策建議、提言を実践します
2. ヘルスケア産業育成および事業推進に向けた事業連携と、実現のための支援活動を実践します
3. 社会的価値を有する、ヘルスケアに寄与する業界および企業活動への支援を実践します
4. ヘルスケア推進に寄与する制度や事業、システム等を生活者に啓発並びに普及推進するための活動を実践します
5. その他、ヘルスケアの推進および産業育成に関する事業を実践します



一般財団法人 日本ヘルスケア協会  
Japan Association of Health care Initiative



## ■ ごあいさつ



一般財団法人  
日本ヘルスケア協会  
会長 **大西 隆**  
(豊橋技術科学大学 学長  
日本学術会議 会長)



一般財団法人  
日本ヘルスケア協会  
理事長 **松本 南海雄**  
(株)マツモトキョシホールディ  
ングス 代表取締役会長)

我が国の健康政策は、これまでの「生命寿命延伸医療政策」から「健康寿命延伸健康政策」への転換を図り、これを実現する「ヘルスケア産業」を育成する方針が出されました。

この政策を受け、各省庁および地方行政において様々な施策や検討が行われており、民間企業や団体においても多くのヘルスケアに寄与する事業が行われています。また、官民や産学が連携した、ヘルスケア推進団体も多く誕生しています。しかし、この政策に反発する反対勢力が強く、確実にヘルスケアに寄与する施策や事業、活動がほとんど実践できない状況にあります。

新しい政策や事業を実現するためには、そのための新しいロジックや枠組みなどの環境整備が不可欠ですが、それはまだ整っていない状況にあります。

そこで、健康寿命を延伸させるヘルスケア産業界の意見を政策に反映し、しかもその振興および推進を支援する第三者機関が熱望され、よりよい日本の社会づくりに貢献するために「一般財団法人日本ヘルスケア協会」を発足いたしました。

ヘルスケアに関する有識者、産業、関係者の多くの方々に、当協会活動にご参加いただきますようお願い申し上げます。

## ■ 日本ヘルスケア協会の目的——健康寿命延伸とヘルスケア産業の育成を図ります。

### 1) わが国のヘルスケアを実践する

#### 新しいロジックの研究と実現環境を整備します

新しい政策を実施する場合には、これまでの政策との整合性と新政策が効果的かつ合理的に実践されるため、新しい論理や枠組みを構築し、その環境整備を行うことが不可欠である。当協会では新しい政策を実践するためのロジックや環境を整備する。

### 2) ヘルスケア産業育成と効果的かつ効率的実践を実現します

ヘルスケア推進を効果的かつ効率的に実践する様々な業界のヘルスケア産業を育成する。ヘルスケア産業育成の制度化や生産から流通、生活者への普及推進に関する支援活動を行う。

### 3) 健康寿命延伸を実現し、

#### 現行の医療制度を維持させます

ヘルスケア産業がわが国の健康寿命延伸を実現し、高騰する医療費を抑制し、世界にも冠たる医療制度を維持する。これまでの医療や介護に従事する者にとっても、良好な仕事環境を実現する。

### 4) 社会制度に関する不安を解消し、国民の幸福に寄与します

こうした当協会の活動は、単に産業界の発展に寄与するだけでなく、わが国の高齢者および若い世代の社会保障の維持と将来不安を解消し、安心して暮らせる持続的な国民の幸福に寄与することが真の目的である。

## ■ 日本ヘルスケア協会の主な活動——強力な推進力・実践力を発揮します。

### 1) 研究、協議活動

ヘルスケア推進に関する①政策および施策、社会環境に関する研究、②産業、企業活動、サービスに関する研究、③生活者への啓発、普及、推進に関する研究、④その他の研究を行い、その実現のための協議を行います。

### 2) 建議・提案活動

ヘルスケア推進に寄与し社会的価値のある政策や施策、事業について、関係行政や関係機関にその実現に向けた建議や提言、提案を力強く行ってゆきます。

### 3) ロビー活動

制度や規制、事業推進などに関するヘルスケア推進の環境整備について、関係者に力強く働きかけ、問題の解決や新しい施策の実現を図ります。

### 4) 業界、事業連携活動

優れた政策や施策および各業界や企業のヘルスケア推進活動やサービスを、より効果的効率的に実現するために、関係する機関や業界、企業と連携を図ってまいります。

### 5) 啓発、普及推進活動

各業界や企業が提供する優れたヘルスケア推進活動やサービスについて、行政や業界、マスコミ等とも連携し、生活者への啓発と普及推進を行います。

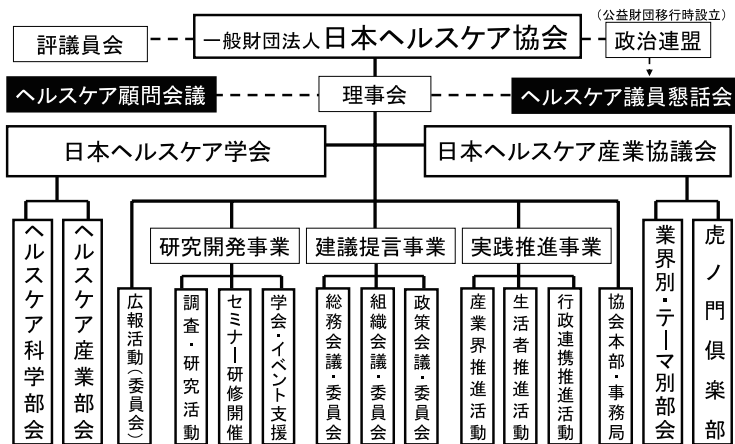
### 6) その他

学術大会や健康イベントの開催など、ヘルスケア推進およびヘルスケア産業育成の活動に力を入れてまいります。

# ■ 日本ヘルスケア協会と構成する組織の概要——ヘルスケア推進の唯一の組織です。

## 「一般財団法人日本ヘルスケア協会」組織概要

※2016年度4月現在、当協会は公益財団への移行を予定



### ○日本ヘルスケア学会 会長(2人制)



(一財)日本ヘルスケア協会 副会長  
ヘルスケア産業部会 部会長  
**上原 征彦**  
(昭和女子大学現代ビジネス研究所  
特命教授)



(一財)日本ヘルスケア協会 副会長  
ヘルスケア科学部会 部会長  
**今西 信幸**  
(東京薬科大学 理事長)

### ○日本ヘルスケア産業協議会 会長



(一財)日本ヘルスケア協会 副会長  
**池野 隆光**  
(ウエルシアホールディングス(株)  
代表取締役会長)

## ■ 基盤組織法人：一般財団法人 日本ヘルスケア協会

国民の健康寿命延伸とそれを支える産業の育成を図り、わが国の優れた医療制度を維持する諸活動を行う基盤組織が、一般財団法人 日本ヘルスケア協会です。

一般財団法人 日本ヘルスケア協会は、その組織を構成する「日本ヘルスケア産業協議会」および「日本ヘルスケア学会」の研究や検討の課題を受け、さらに「ヘルスケア顧問会議」「ヘルスケア議員懇話会」等からの支援を受け、実現のための政策提言・建議、業界・事業の連携、ヘルスケア推進に有益な制度、商品、サービス等の啓発・普及・推進活動を総合的に行う組織です。

## ■ 日本ヘルスケア協会の構成組織

### ◎ 日本ヘルスケア学会

わが国のヘルスケア推進に関する科学分野と産業分野のあり方について、現実的かつ臨牀的な論理と技術の研究を行い、独立性を保ちかつ客観的に、わが国の国民や国政、産業界に提言します。また、ヘルスケア産業の社会的価値およびレベルの向上のため、業界が行う事業の評価や提言を行い、さらに、国や行政が行っているまたは行おうとしている政策や制度を研究し、その提言や問題提起を行います。

日本ヘルスケア学会は、産業や制度を研究する「ヘルスケア産業部会」と予防や医療、介護、専門家等について研究する「ヘルスケア科学部会」からなります。

### ◎ 日本ヘルスケア産業協議会

ヘルスケア産業に関する各業界および研究機関が部会を構成し、さらに各部会に関係団体や関係企業が所属し、それぞれの業界や企業が有するヘルスケア活動を行うための問題や課題を解決する活動を行います。また、それぞれの業界や企業の事業については関係業界と連携し、さらに各業界の施策や企業の優れた商品、サービスを国民に広く啓発、普及、推進を図ります。

日本ヘルスケア産業協議会は、産業・業界別およびヘルスケア推進テーマ別に「部会」を設置し、各分野における問題や課題の解決を図るとともに各事業普及推進の活動を行います。また、ヘルスケアへの知識や経験を持つ方が集まる「虎ノ門倶楽部」を置き、これらの活動が実現するためのご協力をいただきます。

### ◎ ヘルスケア顧問会議

行政、学界、産業界、企業、有識者などの、トップクラスを経験し、政策的かつ実務的な見識と影響力を持つ方により組織された会議体です。日本ヘルスケア協会の活動が、社会的に有益でかつ継続的な事業活動になるように、ヘルスケア顧問会議からのヘルスケアの推進に関する様々な提案、意見、指導を受けて活動してまいります。

### ◎ ヘルスケア議員懇話会

ヘルスケア事業の推進には、規制緩和や事業推進環境の整備など様々な制度や施策が行われなければなりません。ヘルスケア議員懇話会において、こうした新しい制度や施策について検討し、その実現に向けたご意見をいただきます。現在、約20名の国会議員の先生により、ヘルスケア推進の活発な議論と実現のためのアドバイスをいただいております。

### ◎ 理事会、評議員会

理事会は、日本ヘルスケア協会の組織目的を達成するための、事業活動や運営に係る要件を決定する組織です。評議員会は、日本ヘルスケア協会の事業が、公益性の高い事業として健全に行われているかを評議する組織です。

※日本ヘルスケア学会および日本ヘルスケア産業協議会の部会、委員会、研究会において、独立した組織化や部会への昇格等を行う場合、その支援策を行います。

## ■ 会員のメリット——貴業界・貴社の問題・課題を解決します。

### 1) 各業界および企業の商品、サービスの推進に関する支援

ヘルスケア推進に寄与する各業界および各社の商品、サービスの普及や推進に関する内容を相談し、実現に向けたアドバイスや支援を得ることができます。

また、必要に応じて連携すべき業界や企業、有識者等の紹介も行います。(但し、販売先の斡旋、紹介は行いません)

### 2) 日本ヘルスケア産業協議会の部会への参加

(無料、複数部会の参加可能)

各業界や企業が、推進したいテーマについて、部会を通じて実現することができます。また、各業界や企業で抱えている問題の解決に向けて部会で協議し、その実現に必要な政策提言や関係業界・機関との連携、普及推進策を図ってゆきます。各部長の了承のもと複数の部会に参加することができます。また、簡単な所定の手続きにより新しい部会、委員会、研究会等の立ち上げ、設置も可能です。

### 3) 日本ヘルスケア学会の部会への参加

(無料、複数部会の参加可能)

日本ヘルスケア産業協議会の部会だけでなく、学術的研究のテーマについては、日本ヘルスケア学会の部会活動にも参加することができます。制度や産業育成、マーケティング等に関する研究は、ヘルスケア産業部会に参加いただきま

す。また、予防や医療、介護、専門家等に関する研究は、ヘルスケア科学部会に参加していただきます。各部長の了承のもと複数の部会に参加することができます。また、簡単な所定の手続きにより新しい部会、委員会、研究会等の立ち上げ、設置も可能です。

### 4) 協会の主催するイベント等に会員価格で参加

日本ヘルスケア協会および日本ヘルスケア産業協議会、日本ヘルスケア学会が主催するイベントやセミナー、学術大会等に会員価格で参加することができます。最新情報をいち早く知ることができ、ヘルスケアの研究や産業に携わる方の活動や仕事に大いに役立ちます。

### 5) 日本ヘルスケア協会の会員限定HPにアクセスが可能

会員限定ホームページにアクセスし、新制度や運用の最新情報や各部会での活動(会員公表分)、会員サービス情報などを入手することができます。また、各会員の持つ疑問や相談、要望についてもご連絡いただけます。迅速に誠意をもって対応いたします。

### 6) その他

限定出版物の会員価格での購入など、多くの会員サービス事業を増やしてまいります。会員の皆様の要望があればぜひお寄せください。

## ■ 入会申し込み要領

会員の種別(「虎ノ門倶楽部」は別に定めます)

- 1) 法人会員：本会の目的に賛同し、入会した法人(企業)
- 2) 個人会員：本会の目的に賛同し、入会した個人
- 3) 特別会員：本会の目的に賛同し、特別に入会を招聘された法人、個人
- 4) 登録協力団体会員：本会の目的に賛同し、登録した協力団体

年会費(入会金はありません)

- 1) 法人会員：一口10万円/年一口以上
- 2) 個人会員：3千円(人/年)
- 3) 特別会員：会費なし
- 4) 登録協力団体会員：会費なし  
但し、登録協力団体会員からの活動費用賛助、活動協力はお受けいたします。ご協力ください。

備考

- ※会計年度は4月1日より翌年3月31日までですが、当面の間、会費を納入した翌月から12カ月分(1年間)を年会費とします。
- ※会費は理事会の決定により、変更される場合があります。会員には事前に連絡を行います。
- ※個人会員、特別会員、登録協力団体会員は、協議会および学会の各部会への参加を希望される場合、部会長の特別推薦、または招へいが必要などの制限がありますのでご了承ください。

## ■ 入会申し込み手順

- 1) 同封の「入会申込書」(申込書はホームページからもダウンロード可能)に必要事項を記入して、団体、法人内容のわかるもの(ご案内やパンフレットなど)を添えて、協会事務局まで郵送する。FAXまたはメールでも申込みが可能。
- 2) 会費を指定口座に振り込む。なお、請求書が必要な場合は、「入会申込書」送付時にその旨を記入する。
- 3) お振込み確認後、受領書並びに協会ホームページのID、パスワードなどを送信する。

■お振込み先

●振込み口座  
みずほ銀行新横浜支店普通：1692873

●振込み口座名  
一般財団法人 日本ヘルスケア協会

※恐れ入りますが、振込み手数料はご負担願います。

一般財団法人 **日本ヘルスケア協会** Japan Association of Health care Initiative

(2015年11月設立)

(本部) 〒105-0001 東京都港区虎ノ門1丁目15-10 名和ビル3階  
TEL03-5510-7274 FAX03-3504-8103 <http://www.jahi.jp> E-Mail: info@jahi.jp  
(横浜事務所) 〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜2-5-10 楓第2ビル4階(NRKグループ内)  
TEL045-474-2521 FAX045-474-2520

FAX:045-474-2520 または E-mail:info@jahi.jp

一般財団法人日本ヘルスケア協会(J A H I )入会申込書

私は、一般財団法人 日本ヘルスケア協会の趣旨に賛同し、入会を申し込みます。

①申込日と、該当する会員区分を、チェックしてください。

申込日 年 月 日

会員区分 法人会員 個人会員 (どちらか一方をしてください)

②法人会員にお申込みの方はA欄の太線枠内、個人会員にお申込みの方はB欄の太線枠内に、もれなくご記入ください。

【A欄】法人会員の申込み記入欄

法人情報	法人名	(フリガナ) 氏名		
	代表者	(フリガナ) 氏名	役職名	
	法人所在地 (連絡先)	〒		
	業種	TEL: FAX:		
連絡先情報	担当者	(フリガナ) 氏名	役職名	
	担当者所在地 (連絡先)	〒		
		TEL: FAX: E-mail:		
年会費 (一口10万円/年 一口以上) ※申込口数と合計金額を記入				請求書 (どちらかに○)
申込口数 → 口、合計金額(年会費) → 万円				必要 ・ 不要

【B欄】個人会員の申込み記入欄

本人情報	氏名	(フリガナ)	勤務先名 (学校名)	
	住所 (連絡先)	〒		
		TEL: FAX: E-mail:		
年会費	3千円(人/年)		請求書(どちらかに○)	必要 ・ 不要

(注) 1) 入会金はありません 2) 会計年度は4月1日より翌年3月31日まで

◆入会申し込み手順

(入会申込書はホームページからもダウンロードすることができます)

1. 入会申込書に必要事項を記入し、法人案内等を添えて協会事務局まで郵送 (FAXまたはメールでも可) する。
2. 会費を指定口座に振り込む。なお、請求書が必要な場合は、「入会申込書」送付時にその旨を記入する。  
銀行口座：みずほ銀行 新横浜支店 (普通) 1692873 口座名義：一般財団法人日本ヘルスケア協会  
※恐れ入りますが、振込手数料は御社でご負担願います。
3. お振込み確認後、受領書並びに協会ホームページのID、パスワードなどを送信する。

※事務局入力欄(何も記入しないでください)

・備考欄 会員 No. 

--	--	--	--	--	--	--	--

受付	法人案内	入金			
/		/			

# 日本チェーンドラッグストア協会 「薬剤師賠償責任保険」について

## 当団体保険制度の特色

本制度は当協会正会員（従業員・使用人を含む）、正会員企業に勤務する薬剤師及び登録販売者の方が、ドラッグストア特有の次の事故等により、お客様の身体に障害を与えたり、お客様の持ち物を壊して法律上の損害賠償責任を負った場合に保険金をお支払いします。

また、本保険制度は契約者を日本チェーンドラッグストア協会、被保険者を各正会員とする団体契約のため、加入者数により団体割引が適用されるのが特長です。

### ■薬剤師業務に関する事故

- 医薬品等の販売に起因する賠償事故
- 調剤業務に起因する賠償事故

### ■店舗等の施設に関する事故

- 店舗等施設の構造上の欠陥や管理の不備に起因する賠償事故  
【薬局および店舗販売業契約のみ対象】
- 店舗等施設において行う薬剤師業務以外の仕事の遂行に起因する賠償事故

### ■人格権侵害に関する事故

- 不当な身体の拘束等による名誉毀損やプライバシーの侵害による賠償事故

## ご加入にあたって

### ◆ご加入いただける方

- 日本チェーンドラッグストア協会の正会員のみ
  - ・契約者：日本チェーンドラッグストア協会
  - ・被保険者（補償の対象となる方）：会員各社（使用人を含む）  
および勤務する薬剤師・登録販売者（各々契約が必要）

### ◆保険期間

- 平成29年2月15日午後4時から平成30年2月15日午後4時まで

### ◆保険適用地域

- 日本国内のみ

## 補償内容と保険料

### 【薬局および店舗販売業契約】

1店舗あたり年間保険料

区分		支払限度額			免責金額
		1名	1事故	保険期間中	
業務危険			1億円	3億円	3万円
施設危険	対人	5,000万円	5,000万円		3万円
	対物		5,000万円		3万円
人格権侵害		業務危険:1事故1億円 保険期間中3億円 免責金額3万円 施設危険:1名5,000万円 1事故5,000万円 免責金額3万円 ※業務危険の支払限度額または施設危険の対人賠償支払限度額と共有となります。			
保険料(注)		<b>3,460円</b>			

### 【勤務薬剤師・勤務登録販売者契約】

1名あたりの年間保険料

区分		Aタイプ	Bタイプ	Cタイプ	
業務危険	支払限度額	1事故	1,000万円	3,000万円	1億円
		保険期間中	3,000万円	9,000万円	3億円
	免責金額		0円	0円	0円
人格権侵害		※各タイプの業務危険の支払限度額と共有となります。			
保険料(注)		<b>1,260円</b>	<b>1,420円</b>	<b>1,610円</b>	

## 中途加入手続き

◆毎月25日締切り、翌月15日からの加入となります。

◆加入依頼書の送付先：

〒222-0033 横浜市港北区新横浜2-5-10 楓第2ビル4F

日本チェーンドラッグストア協会事務局（薬剤師賠償責任保険担当）

◆保険料を下記口座へお振込みください。

振込先：(銀行名・支店名) 三井住友銀行 新横浜支店

(口座番号) 普通口座 0406415

(口座名義) 日本チェーンドラッグストア協会

## 【中途加入保険料表】平成29年

### ■薬局および店舗販売業契約(1店舗あたり保険料)

＜補償内容＞

業務危険: 1事故1億 保険期間中3億 免責3万

施設危険: 対人1名5,000万 1事故5,000万 免責3万/対物1事故5,000万 免責3万

※人格権侵害の支払限度額、免責金額は、基本契約(業務危険・施設危険)と同一

＜年間保険料＞

3,460円

締切日	保険開始日	加入月数 (ヶ月)	保険料(円)
2月27日	3月15日	11	3,170
3月27日	4月15日	10	2,890
4月25日	5月15日	9	2,600
5月25日	6月15日	8	2,300
6月26日	7月15日	7	2,010
7月25日	8月15日	6	1,740
8月25日	9月15日	5	1,450
9月25日	10月15日	4	1,160
10月25日	11月15日	3	870
11月27日	12月15日	2	580
12月25日	1月15日	1	290

### ■勤務薬剤師・勤務登録販売者契約(1名あたり保険料)

＜補償内容＞

Aタイプ: 業務危険1事故1,000万円 期間中3,000万円 免責0

Bタイプ: 業務危険1事故3,000万円 期間中9,000万円 免責0

Cタイプ: 業務危険1事故1億 期間中3億 免責0

※人格権侵害の支払限度額、免責金額は、基本契約と同一

＜年間保険料＞

Aタイプ: 1,260円

Bタイプ: 1,420円

Cタイプ: 1,610円

締切日	保険開始日	加入月数 (ヶ月)	保険料(円)		
			Aタイプ	Bタイプ	Cタイプ
2月27日	3月15日	11	1,160	1,300	1,480
3月27日	4月15日	10	1,050	1,180	1,340
4月25日	5月15日	9	950	1,070	1,210
5月25日	6月15日	8	840	950	1,070
6月26日	7月15日	7	740	830	940
7月25日	8月15日	6	630	710	810
8月25日	9月15日	5	530	590	670
9月25日	10月15日	4	420	470	540
10月25日	11月15日	3	320	360	400
11月27日	12月15日	2	210	240	270
12月25日	1月15日	1	110	120	130

seriousfun camp

founded by paul newman



そらぷちキッズキャンプ  
北海道滝川市丸加高原

そらぷちキッズキャンプは、  
俳優の故ポールニューマンが設立した  
難病の子どもの国際的キャンプ団体  
シリアスファンチルドレンズネットワークの  
アジア(中東除く)で唯一の正会員です。

難病とたたかう子どもたちの医療ケア付自然体験施設

# そらぷちキッズキャンプ。

現在、日本では約20万人の  
子どもたちが難病とたたかっています。

外で遊びたい！と願う子どもたちの夢の実現のため、  
全国各地から子どもたちや家族を無料でキャンプ場に招待し、  
北海道の豊かな自然の中で、仲間たちとのかけがえのない時間や  
明日を生きるエネルギーをプレゼントしています。



加盟店舗に募金箱を  
設置しました。

日本チェーンドラッグストア協会はそらぷちキッズキャンプを応援しています

JACDS  
日本チェーンドラッグストア協会

日本チェーンドラッグストア協会  
<http://www.jacds.gr.jp/>

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜 2-5-10 楓第二ビル 4階  
TEL.045-474-1311 / FAX.045-474-2569 e-mail: sec@jacds.gr.jp

solaputi kids' camp  
a seriousfun camp  
founded by paul newman

公益財団法人 そらぷちキッズキャンプ  
<http://www.solaputi.jp/>

〒079-0461 北海道滝川市江部乙町丸加高原 4264-1  
TEL.0125-75-3200 / FAX.0125-75-3211 e-mail: info@solaputi.jp



## 行政からのお知らせ

次ページ以降に各項目の該当資料を収載しています。

### 【厚生労働省】

#### 1. 陸上貨物運送事業における荷役作業の安全対策の推進について～荷役5大災害の防止対策の徹底～—労働基準局(3月16日)

荷役関係の災害防止に関する対策についての周知依頼がありました。商品入荷等で事故などがないよう、よろしくお祈いします。【資料:後頁2ページ分あり】

#### 2. 「小売業の労働災害を防止しよう」の送付について—労働基準局(3月16日)

小売業の労働災害を防止する対策についての周知依頼がありました。事故などがないよう、よろしくお祈いします。【資料:後頁2ページ分あり】

#### 3. フッ化物を配合する薬用歯みがき類の使用上の注意について—医薬・生活衛生局(3月17日)

フッ素として 1000ppmを超えるフッ化物を配合する薬用歯みがき類の使用上の注意に関しての周知依頼がありました。目を通していただきますよう、よろしくお祈いします。【資料:後頁5ページ分あり】

#### 4. 「薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業 第16回集計結果」の周知について—医薬・生活衛生局(3月28日)

平成 28 年7月～12 月までのヒヤリ・ハット事例についての周知依頼がありました。日本医療機能評価機構のホームページに掲載されていますので、ご覧いただき、周知のほど、よろしくお祈いします。【資料:後頁1ページ分あり】

#### 5. リーフレットの発送について—職業能力開発局(4月1日)

「人材育成支援策のご案内」の最新版が送られてきました。関心がおありの企業様には、目を通していただきますよう、よろしくお祈いします。【資料:後頁6ページ分あり】

### 【経済産業省】

#### 6. ドラッグストア販売統計月報について—経済産業省(1月分)

ドラッグストア販売統計月報(確定版)の1月分がアップされていますのでお知らせします。対象となっている企業様には引き続き販売等のデータ提供をよろしくお祈い申し上げます。【資料:後頁15ページ分あり】

### 【農林水産省】

#### 7. 「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～」の周知について—食料産業局(3月31日)

「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～」は、豆腐・油揚製造業者と小売業者との取引関係において、問題となり得る事例を提示し、できるだけわかりやすい形で下請法や独占禁止法の

考え方を示すことにより、取引上の法令違反を未然防止することを目的としています。今般、小売業界団体の御協力の下、食品製造業関係で初めて策定しました。周知依頼がありましたので、掲載します。

「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～」はこちらにアクセスして下さい。

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/tekiseitorihiki.html>

また、わかりやすい動画もできたそうです。掲載します。【資料:後頁4ページ分あり】

### 【消費者庁】

#### 8. 平成 29 年における食品安全をテーマにしたリスクコミュニケーション等の取組の支援について (お知らせとお願い)―消費者庁(3月30日)

消費者庁の協力・支援内容が通知されました。また、これまでの支援内容も載っていますので、一般消費者を対象とした食品の安全に関する企画をお考えの会員企業様には参考にさせていただければと思います。よろしく申し上げます。

【資料:後頁28ページ分あり】

### 【新潟県】

#### 9. 薬局開設許可申請書等に添付する書類の記載方法の一部改正について―新潟県福祉保健部(3月22日)

許可申請及び変更届出の際に求めていた添付書類の一部が改正されました。周知のほど、よろしく申し上げます。他県の会員企業様には何か参考になればと思い、掲載しました。【資料:後頁3ページ分あり】

基安発 0316 第 2 号  
平成 29 年 3 月 16 日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省労働基準局  
安全衛生部長



陸上貨物運送事業における荷役作業の安全対策の推進について  
～荷役 5 大災害の防止対策の徹底～

陸上貨物運送事業（以下「陸運業」という。）における労働災害防止対策については、平成 25 年度から平成 29 年度を計画期間とする第 12 次労働災害防止計画において、平成 29 年の休業 4 日以上労働災害発生件数を平成 24 年に比して 10%以上減少させることを目標として推進しているところですが、平成 28 年の労働災害発生件数は、平成 29 年 2 月速報で、0.4%の増加となっており、目標の達成は、今後相当の努力をしなければ極めて困難な状況となっています。

陸運業における労働災害の約 70%は荷の積み込み、積み卸し等の荷役作業時に発生していることから、「陸上貨物運送事業における荷役作業の安全対策ガイドライン」（平成 25 年 3 月 25 日付け基発 0325 第 1 号。以下「荷役ガイドライン」という。）を策定し、その防止対策を推進しているところです。荷役ガイドラインにおいては、陸運業の事業者（以下「陸運事業者」という。）の取り組むべき事項の他、荷主・配送先・元請事業者等（以下「荷主等」という。）が、陸運事業者の労働者の荷主等の事業場で行う荷役作業による労働災害を防止するために協力実施する事項が示されています。


今般、独立行政法人労働者健康安全機構労働安全衛生総合研究所における調査等により、陸運業の荷役作業における死亡労働災害では、別添パンフレットのとおり、①墜落・転落、②荷崩れ、③フォークリフト使用時の事故、④無人暴走及び⑤トラック後退時の事故（以下「荷役 5 大災害」という。）が約 80%を占めること、保護帽の着用等荷役ガイドラインに示されている基本的な措置事項等が実施されていないことが明らかとなったところです。

については、荷役 5 大災害を防止するため、荷役ガイドラインに示す事項等のうち、陸運事業者及び荷主等が特に重点的に確認・実施する事項を別紙チェックリストに取りまとめましたので、傘下関係事業者等に対する周知・徹底について特段のご配慮をお願いいたします。

<参考>

なお、パンフレット及びチェックリストについては、以下の URL から入手できます。

(<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000139559.html>)



基安安発 0316 第 2 号

平成 29 年 3 月 16 日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省労働基準局  
安全衛生部安全課長

「小売業の労働災害を防止しよう」の送付について

貴団体におかれましては、平素より安全衛生行政の推進に当たり、御支援、御協力を賜っておりますことに厚く御礼申し上げます。

現在、小売業における労働災害の件数が増加していることから、先般、お知らせしましたとおり、本年 1 月より「働く人に安全で安心な店舗・施設づくり推進運動」を展開し、労働災害防止対策の促進を図っているところです。

今般、独立行政法人労働者健康安全機構労働安全衛生総合研究所において、別添のとおり「小売業の労働災害を防止しよう」を作成いたしましたので、貴団体におかれましては、前記の推進運動の実施と併せて、ホームページへの掲載、関係事業場が参集する機会、会報の送付、会員向けのメールマガジンの配信等のあらゆる機会を捉え周知していただき、小売業における労働災害防止対策の推進が図られますようお願い申し上げます。

(別添)

- ・小売業の労働災害を防止しよう

(参考) 小売業の労働災害を防止しよう

小売業における業態別の労働災害の特徴や安全衛生活動事例を紹介し、これらの業種の企業、事業場において、安全衛生活動を実施する上で参考となるものです。なお、厚生労働省ホームページに掲載しています。

[http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou\\_roudou/roudouki\\_jun/gyousei/anzen/index.html](http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudouki_jun/gyousei/anzen/index.html)

## ドラッグストア

### 特徴

狭い店舗内で高密度陳列を行い多くのアイテム数の商品を取り扱うため商品補充の頻度が高く、脚立等からの墜落災害、無理な動作による腰痛等が多発しています。また、バックヤードが狭い店が多く、在庫品を無理に積み上げやすく倒壊リスクが高まります。30代～50代の被災が多いのは、主力商品である医薬品や化粧品の販売に専門知識が必要で、このため、30代～50代の店員中心になることに由来していると考えられます。彼らに対する安全教育の充実が求められます。

### 安全活動事例

- ・脚立の転倒・転落防止対策→脚立に安全確認シールの貼付
- ・毎月、安全衛生委員会だよりの発行による啓発活動（STOP!! 腰痛、通勤災害、熱中症対策、労働災害の防止（脚立、カッター、腰痛、カゴ車、金庫扉等））



## コンビニエンスストア

### 特徴

商品補充が極めて高頻度なため、店舗が狭いにも関わらず、少数の従業員が絶えず店内で作業しており、それが転倒災害の多さにつながっていると考えられます。最近では、おでん、肉まん等に加え保温惣菜の取り扱いが定番化し、店内調理を売りとする店も増え、これがヤケドの多発につながっています。

労働災害の3分の1以上が、22時台～6時台の深夜・早朝時間帯に発生しており、夜間・早朝の救急対応が求められます。

労働災害防止活動は、通常、フランチャイズ本部によるマニュアル指導のため、内容は画一的となりがちで、フランチャイジー（加盟店オーナー）に対し、店舗特性に応じたきめ細やかな教育が求められます。

### 安全活動事例

- ・雨天時の床清掃（手順、道具等）
- ・フィールドカウンセラーによるフランチャイジー（加盟店オーナー）に対する巡回安全指導（マニュアル遵守確認、安全注意事項の伝達等）



事 務 連 絡

平成 2 9 年 3 月 1 7 日

日本チェーンドラッグストア協会 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課

厚生労働省医薬・生活衛生局安全対策課

フッ化物を配合する薬用歯みがき類の使用上の注意について

標記について、各都道府県衛生主管部（局）長宛別添写しのとおり通知しましたので、お知らせします。



薬生薬審発 0317 第 1 号

薬生安発 0317 第 1 号

平成 29 年 3 月 17 日

各都道府県衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課長

（ 公 印 省 略 ）

厚生労働省医薬・生活衛生局安全対策課長

（ 公 印 省 略 ）

フッ化物を配合する薬用歯みがき類の使用上の注意について

フッ化物を配合する薬用歯みがき類（ブラッシングを行うもので、液体の剤形を除く。以下同じ。）で最も高濃度なものは、これまで、フッ素として 1000ppm（0.10%）を配合するものでしたが、本日、これを超えるフッ化物を配合する薬用歯みがき類が医薬部外品として承認されました。併せて、日本歯磨工業会が同日付で別紙のとおり「高濃度フッ化物配合薬用歯みがきの注意表示等について」（以下「自主基準」という。）を策定したとの報告がありました。

つきましては、今後、フッ素として 1000ppm を超えるフッ化物を配合する薬用歯みがき類の使用上の注意に関して、下記のとおり取り扱うこととしましたので、御了知の上、自主基準と併せて貴管下製造販売業者に対し周知をお願いいたします。

記

1. 使用上の注意として、以下の事項を直接の容器等に記載すること。ただし、十分な記載スペースがない場合には、(2)の記載を省略してもやむを得ないこと。
  - (1) 6歳未満の子供には使用を控える旨
  - (2) 6歳未満の子供の手の届かない所に保管する旨
2. また、フッ化物のフッ素としての配合濃度を直接の容器等に記載すること。ただし、1. の記載と別の記載箇所であっても差し支えないこと。
3. 製造販売承認申請書の備考欄の使用上の注意については、「使用上の注意：平成



29 年 3 月 17 日付け薬生薬審発 0317 第 1 号、薬生安発 0317 第 1 号医薬品審査管理課長・安全対策課長連名通知による。」と簡略記載して差し支えないこと。なお、その他追加して記載すべき事項があれば記載すること。

日本歯磨工業会会員各位

日本歯磨工業会  
会長 濱田和生高濃度フッ化物配合薬用歯みがきの注意表示等について

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

会員各社におかれましては、日ごろより歯みがき類の安全対策に努められていることと存じます。

さて、薬用歯みがき類の承認基準では、有効成分としてフッ化物を配合する場合、その配合量の合計はフッ素として1000ppm以下とするよう定められておりますが、今般、その範囲を超え1500ppmを上限とする高濃度フッ化物を配合した薬用歯みがきが厚生労働省に承認されました。つきましては、高濃度フッ化物配合薬用歯みがきの注意表示等に関する自主基準を下記のように作成致しましたので、遵守下さいますようお願い申し上げます。

## 記

フッ素の配合量の合計が1000ppmを超え1500ppm以下である高濃度フッ化物配合薬用歯みがきについては、以下の要領で注意表示及びフッ素濃度を記載すること。

## (1) 注意表示

## 1) 表示内容

- ① 「6歳未満の子供への使用を控える」旨の表示を、使用時及び購入時に確認できるよう、直接の容器及び外部の被包等に記載すること。

表示例) 「6歳未満の子供への使用を控える」  
「6歳未満の子供には使用を控える」  
「6歳未満の子供への使用を避ける」  
「6歳未満の子供への使用はさせない」  
「6歳未満の子供には使用させない」  
上記いずれも、「の子供」は省略可

- ② 「6歳未満の子供の手の届かない所に保管する」旨の表示を、使用時に確認できるよう、直接の容器等に記載すること。

表示例) 「6歳未満の子供の手の届かない所に保管する」  
「6歳未満の手の届かない所に保管する」  
「子供の手の届かない所に保管する」  
「6歳未満の小児の手の届かない所に保管する」  
「小児の手の届かない所に保管する」

なお、これら①②の表示は、1文にまとめて表示することもできるが、その場合は、①が6歳未満に対する注意表示であることがわかる内容とし、①と同様の場所に記載すること。

表示例) 「6歳未満の手の届かない所に保管し、使用させない」

2) 注意表示の強調等

必要に応じて、強調体文字・下線などの方法によって目立たせる工夫を行う。

3) 注意表示の省略について

注意表示のうち②については、内容量が 10g 以下の場合、その表示を省略することができる。

(2) フッ素濃度

1) 表示内容

承認されたフッ化物の配合量に基づくフッ素としての濃度を、使用時及び購入時に確認できるよう、直接の容器及び外部の被包等に記載すること。単位は ppm 又は% (w/w%) (両方併記も可) を用い、次のように 50ppm 又は 0.005% 単位で丸めた値とする。

承認されたフッ化物の配合量に基づくフッ素濃度	表示値
1000ppm (0.1000%) を超えて、1025ppm (0.1025%) 未満	1000ppm 又は 0.100%
1025ppm (0.1025%) 以上、1075ppm (0.1075%) 未満	1050ppm 又は 0.105%
1075ppm (0.1075%) 以上、1125ppm (0.1125%) 未満	1100ppm 又は 0.110%
1125ppm (0.1125%) 以上、1175ppm (0.1175%) 未満	1150ppm 又は 0.115%
1175ppm (0.1175%) 以上、1225ppm (0.1225%) 未満	1200ppm 又は 0.120%
1225ppm (0.1225%) 以上、1275ppm (0.1275%) 未満	1250ppm 又は 0.125%
1275ppm (0.1275%) 以上、1325ppm (0.1325%) 未満	1300ppm 又は 0.130%
1325ppm (0.1325%) 以上、1375ppm (0.1375%) 未満	1350ppm 又は 0.135%
1375ppm (0.1375%) 以上、1425ppm (0.1425%) 未満	1400ppm 又は 0.140%
1425ppm (0.1425%) 以上、1475ppm (0.1475%) 未満	1450ppm 又は 0.145%
1475ppm (0.1475%) 以上、1500ppm (0.1500%) 以下	1500ppm 又は 0.150%

2) 表示方法

フッ素濃度の表示方法は特に規定しない。

表示方法及び表示の例)

- ・注意表示と組み合わせて表示する方法

「本品はフッ素 1400ppm 配合のため、6 歳未満の子供への使用を控える」

- ・単独で表示する方法

「フッ素 1400ppm 配合」

- ・成分欄のフッ化物名に続けて記載する方法

「・・・、薬用成分：フッ化ナトリウム (フッ素として 1400ppm)、・・・」

など

以上

薬生総発 0328 第 4 号  
薬生安発 0328 第 2 号  
平成 29 年 3 月 28 日

日本チェーンドラッグストア協会 会長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長  
(公 印 省 略)

厚生労働省医薬・生活衛生局安全対策課長  
(公 印 省 略)

「薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業 第 16 回集計報告」の周知について

医薬行政の推進につきましては、平素から格別の御高配を賜り厚く御礼申し上げます。

薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業は、公益財団法人日本医療機能評価機構による厚生労働省補助事業であり、平成 21 年 4 月より、薬局から報告されたヒヤリ・ハット事例等を収集、分析し提供しています。この事業は、医療安全対策に有用な情報について、薬局間で広く共有するとともに、国民に対して情報を提供し、医療安全対策の一層の推進を図ることを目的として実施されています。

この度、同機構より、平成 28 年 7 月から 12 月までに報告のあったヒヤリ・ハット事例の報告を取りまとめた「薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業 第 16 回集計報告」が公表されました。この報告は、同機構から各都道府県知事、各保健所設置市及び各特別区長宛に送付されており、同機構のホームページにも掲載されています (<http://www.yakkyoku-hiyari.jcqh.or.jp/>)。

貴職におかれましては、同様の事例の再発防止のために内容を確認の上、関係者に対して周知方お願いいたします。

# 人材育成に取り組む事業主を支援します！ 「人材育成支援策」のご案内

厚生労働省では、人材育成に取り組む事業主・事業主団体の皆さまを支援するために、さまざまな支援策を用意しています。平成29年度からの新設・拡充項目もご案内していますので、従業員のキャリアアップを図る際には、ぜひご活用ください。

## <さまざまな人材育成支援策>

人材育成全般の基盤を  
整備したい

キャリアコンサルティング  
(セルフ・キャリアドック) → P.2

ジョブ・カード → P.2

人材を  
採用したい

基礎的な職業能力を  
身につけている人材を  
採用したい

ハورتレーニング経験者の採用  
→ P.3

従業員を  
育成したい

従業員  
育成費用の  
助成を  
受けたい

正規  
雇用労働者  
向け

非正規  
雇用労働者  
向け

人材開発支援助成金 → P.4

キャリアアップ助成金 → P.3

従業員の  
指導が  
できる場・  
人材がない

訓練の  
場を提供

講師を派遣

ハورتレーニング → P.5

認定職業訓練 → P.5

ものづくりマイスター → P.5

従業員の訓練カリキュラム  
を相談したい

職業能力開発サービスセンター  
→ P.5

自己啓発に  
取り組む従業員を  
支援したい

自己啓発を行う従業員に  
助成制度を紹介したい

教育訓練給付金  
→ P.6

# 人材育成全般の基盤を整備したい

## キャリアコンサルティング（セルフ・キャリアドック）

### ◆キャリアコンサルタント（国家資格）による「キャリアコンサルティング」

キャリアコンサルタントは、労働者のキャリアプランや能力開発に関する助言・指導（キャリアコンサルティング）を行う専門家で、平成28年4月から国家資格になり、守秘義務などが課せられています。これによって、**職業に関する相談を今まで以上に安心してできます。**

企業では、キャリアコンサルティングを通じて、社員の人材育成（職業能力向上）や若手社員の定着支援など、特定の社員層に関する課題の解決などに結びつけることが可能です。

### ◆定期的なキャリアコンサルティング＝「セルフ・キャリアドック」

「セルフ・キャリアドック」とは、労働者がキャリア形成を行うにあたって重要となる「気づき」を支援するために、年齢、就業年数、役職などの**節目において定期的にキャリアコンサルティングを受ける機会を設定する仕組み**のことをいいます。

入社時や役職登用時、育児休業からの復職時など、企業ごとに効果的なタイミングでキャリアコンサルティングを受ける機会を従業員に提供することで、従業員の職場定着や、働く意義の再認識を促すことを目的とします。また、企業にとっても、人材育成上の課題や従業員のキャリアに対する意識の把握、ひいては生産性向上につながるといった効果が期待されます。

政府では、このセルフ・キャリアドックを、企業におけるキャリアコンサルティングの導入促進策として推奨しており、自社の従業員に対してセルフ・キャリアドックを実施する事業主は、「**人材開発支援助成金（キャリア形成支援制度導入コース）**」を受給できる場合があります（P.4参照）。



人材開発支援助成金を活用してセルフ・キャリアドック制度の導入を希望される場合は、**ハローワーク、都道府県労働局**へ

## ジョブ・カード

### ◆個人のキャリアプランを踏まえた能力開発を促進するために。

ジョブ・カードは、「（1）生涯を通じたキャリア・プランニング」および「（2）職業能力証明」のためのツールとして、生涯を通じて活用することができます。

事業主が人材育成を行う際にジョブ・カードを活用することで、従業員のキャリア形成上の課題の把握や、それらを踏まえた能力開発を推進することができます。

また採用活動にあたって、能力証明のツールでもあるジョブ・カードを、通常の履歴書と組み合わせて用いることで、応募者の職業能力に関する情報をより多く知ることができます※1。

（※1：応募書類としてのジョブ・カードの活用は、求職者の判断で行われるものです）

なお、自社の従業員に対してジョブ・カードを活用した人材育成を実施する事業主は、「**キャリアアップ助成金（人材育成コース）**」や「**人材開発支援助成金**」を受給できる場合があります（P.3、P.4参照）。

**ジョブ・カード制度総合サイト**では、ジョブ・カードの活用を支援するさまざまな情報・ツールを掲載していますので、ぜひご覧ください。<http://jobcard.mhlw.go.jp/>



詳しくは、**ハローワーク、都道府県労働局**へ

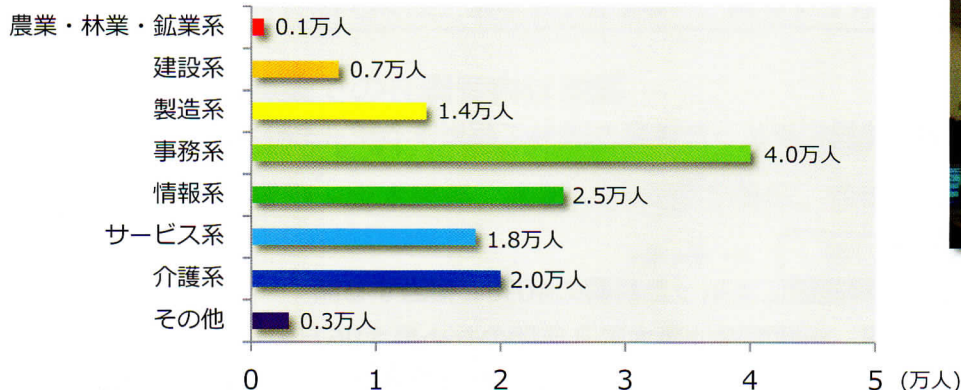
# 人材を採用したい

## ハロートレーニング経験者の採用

国や都道府県では、離職者などが再就職に必要な知識や技能を習得するための職業訓練（愛称：ハロートレーニング）を行っています。平成27年度の総受講者数は約13万人で、訓練分野も多岐にわたります。

ハローワークで求人申込みを行う際には、**ハロートレーニング経験者の採用**をご検討ください。

### 【分野別 離職者向けハロートレーニング受講者数（平成27年度）】



→ → → [詳しくは、ハローワークへ](#)

# 従業員を育成したい

## キャリアアップ助成金

非正規雇用労働者の人材育成を実施した事業主に助成します。

助成内容		助成額													
		注：( )内は大企業の額、< >内は生産性の向上が認められる場合の額													
人材育成 コース	有期契約労働者などに下記の訓練を行った場合に助成  ◆一般職業訓練※1 (教育訓練機関などにおける座学) ※1：育児休業中訓練および中長期的キャリア形成訓練を含む  ◆有期実習型訓練 (「ジョブ・カード」を活用した教育訓練機関などにおける座学と企業における実習を組み合わせた3～6か月の職業訓練)	◆教育訓練機関などにおける座学〔1人当たり〕 賃金助成：1h当たり 760円<960円> (475円<600円>) 経費助成：実費※2 ※2：訓練時間数に応じて1人当たり次の額を限度													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>一般職業訓練 有期実習型訓練</th> <th>(有期実習型訓練後 に正規雇用等に転換 された場合)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100h未満</td> <td>10万円(7万円)</td> <td>15万円(10万円)</td> </tr> <tr> <td>100h以上200h未満</td> <td>20万円(15万円)</td> <td>30万円(20万円)</td> </tr> <tr> <td>200h以上</td> <td>30万円(20万円)</td> <td>50万円(30万円)</td> </tr> </tbody> </table>		一般職業訓練 有期実習型訓練	(有期実習型訓練後 に正規雇用等に転換 された場合)	100h未満	10万円(7万円)	15万円(10万円)	100h以上200h未満	20万円(15万円)	30万円(20万円)	200h以上	30万円(20万円)	50万円(30万円)
		一般職業訓練 有期実習型訓練	(有期実習型訓練後 に正規雇用等に転換 された場合)												
	100h未満	10万円(7万円)	15万円(10万円)												
100h以上200h未満	20万円(15万円)	30万円(20万円)													
200h以上	30万円(20万円)	50万円(30万円)													
	◆企業における実習〔1人当たり〕														
	実施助成：1h当たり 760円<960円> (665円<840円>)														

→ → → [詳しくは、ハローワーク、都道府県労働局へ](#)

# 従業員を育成したい

## 人材開発支援助成金（旧キャリア形成促進助成金）

従業員に対して計画に沿って訓練を実施した場合や、人材育成制度を導入し、その制度を従業員に適用した場合に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部などを助成します。

### ◆平成29年度からの主な拡充内容

- ・特定訓練コースについて、助成対象時間の要件を20時間以上から10時間以上に緩和するとともに、支給限度額の上限を1,000万円としました。
- ・企業の労働生産性の向上が認められる場合、助成率・助成額を引き上げることとしました。
- ・事業主団体等が実施する訓練について、特定訓練コースまたは一般訓練コースの要件を満たす全ての訓練を助成対象としました。

支給対象となる訓練	対象	助成内容	助成率・助成額 注：（ ）内は中小企業以外	
				生産性の向上が認められる場合
<b>訓練関連</b>				
特定訓練コース	中小企業以外 中小企業 事業主団体等	以下の訓練について助成 ・労働生産性の向上に直結する訓練 ・一定の要件(*)を満たす雇用型訓練（認定実習併用職業訓練、中高年齢者雇用型訓練）、若年労働者への訓練、熟練技能者による技能承継訓練等  (*) 訓練時間10時間以上 等	[OFF-JT] ・経費助成 45(30)% 【60(45)% <sup>※1</sup> 】  ・賃金助成 760(380)円  [OJT <sup>※2</sup> ] ・実施助成 665(380)円  〈助成額は最大1,000万円〉	[OFF-JT] ・経費助成 60(45)% 【75(60)% <sup>※1</sup> 】  ・賃金助成 960(480)円  [OJT <sup>※2</sup> ] ・実施助成 840(480)円
一般訓練コース	中小企業 事業主団体等	特定訓練コース以外の訓練について助成	[OFF-JT] ・経費助成 30% ・賃金助成 380円  〈助成額は最大500万円〉	[OFF-JT] ・経費助成 45% ・賃金助成 480円
<b>制度導入関連</b>				
キャリア形成支援制度導入コース	中小企業	セルフ・キャリアドック制度、教育訓練休暇等制度を導入し、実施した場合に助成	・制度導入助成 47.5万円  〈業界検定制度にのみ助成額の上限あり（最大1,000万円）〉	・制度導入助成 60万円
職業能力検定制度導入コース		技能検定合格報奨金制度、社内検定制度、業界検定制度 <sup>※3</sup> を導入し、実施した場合に助成		

※1 以下の場合に適用されます。

- ・雇用型訓練において、建設業、製造業、情報通信業その他高度で実践的な訓練の必要性の高い分野（特定分野）の場合
- ・若者雇用促進法に基づく認定事業主またはセルフ・キャリアドック導入企業の場合

※2 特定分野認定実習併用職業訓練、認定実習併用職業訓練、中高年齢者雇用型訓練に限ります。

※3 業界検定制度の導入に係る助成対象は、事業主団体等（経費助成2/3）です。



詳しくは、ハローワーク、都道府県労働局へ



## 従業員を育成したい

### ハロートレーニング・認定職業訓練

#### ◆ポリテクセンターなどでの在職者向けハロートレーニング

在職者を対象に、ものづくり分野について、2～5日間の集中的なハロートレーニング（職業訓練）を実施しています。既存の訓練コースの他、オーダーメイド型の訓練も実施します。また、ポリテクカレッジでは、主に若手・中堅社員の方向けに、長期間（2年間）のハロートレーニングも実施しています。



詳しくは、[ポリテクセンター](#)、[ポリテクカレッジ](#)、[都道府県能力開発主管課](#)へ

#### ◆認定職業訓練施設での在職者向け訓練

都道府県知事の認定を受けた職業訓練施設でも、在職者向けの訓練を実施しています。

**【主な訓練科】** 建築・土木関係、金属・機械加工関係、理美容関係 など



詳しくは、[都道府県能力開発主管課](#)へ

### ものづくりマイスター

製造業・建設業の職種で優れた技能、経験を備えた「ものづくりマイスター」が実践的な実技指導を行い、若年技能者のスキルアップをお手伝いします。

最適なものづくりマイスターを選定し、企業に派遣します。

#### 【主なものづくりマイスター対象職種】

機械加工、建築大工、造園、和裁、塗装 など

#### 【ものづくりマイスターの認定人数（平成28年度まで）】

8,519人（全国）



詳しくは、[地域技能振興コーナー](#)へ

### 職業能力開発サービスセンター

社会保険労務士や中小企業診断士などの資格を持つ人材育成コンサルタントを無料で派遣し、**企業のご希望に応じた人材育成計画などの策定についての助言**を行います。

また、下記の専門スタッフがキャリア支援のための相談・助言を無料で行います。

- ・キャリア開発アドバイザー（企業相談）
- ・人材育成コンサルタント（企業訪問）
- ・キャリア形成サポーター（キャリアコンサルティング）

#### 【助言指導・情報提供数の実績（平成27年度）】

約29万件



詳しくは、[都道府県職業能力開発協会（職業能力開発サービスセンター）](#)へ

# 自己啓発に取り組む従業員を支援したい

## 教育訓練給付金

＜平成26年10月から「専門実践教育訓練」を創設＞

自ら費用を負担して自己啓発に取り組む従業員への支援策があります。  
自己啓発に取り組む従業員にご紹介ください。

対 象	雇用保険の一般被保険者または一般被保険者だった人で、一定の条件を満たす人が、厚生労働大臣が指定する教育訓練講座を受講し、修了などした場合
支給額	<p>◆一般教育訓練 従業員が教育訓練施設に支払った経費の20%に相当する額（上限10万円）</p> <p>◆専門実践教育訓練</p> <p>① 従業員が教育訓練施設に支払った経費の40%に相当する額 （年間上限32万円、訓練期間は最大で3年間のため最大96万円）</p> <p>② 資格取得などをして、修了から1年以内に一般被保険者として再就職またはすでに雇用されている場合は、従業員が教育訓練施設に支払った経費の20%を追加給付</p> <p>※①と②の合計は、従業員が教育訓練施設に支払った経費の60%に相当する額 （年間上限48万円、訓練期間は最大で3年間のため、最大144万円）</p> <p>※受講開始前に専門のキャリアコンサルタントが作成支援したジョブ・カードまたは専門実践教育訓練の受講について、事業主が承認したことの証明書を添付して事前の手続を行う必要があります。</p>

- 自社の従業員が専門実践教育訓練を受講することを支援する事業主は、「キャリアアップ助成金（人材育成コース）」や「人材開発支援助成金（特定訓練コース）」を受給できる場合があります（P.3、P.4参照）。
- 一般教育訓練と専門実践教育訓練の指定講座については、お近くのハローワークで閲覧できるほか、インターネットの「教育訓練給付制度 厚生労働大臣指定教育訓練講座検索システム」（[http://www.kyufu.mhlw.go.jp/kensaku/T\\_M\\_kensaku](http://www.kyufu.mhlw.go.jp/kensaku/T_M_kensaku)）でもご覧になれます。



詳しくは、ハローワークへ

# 商業動態統計月報

Monthly Report on the Current Survey of Commerce

平成 2 9 年 1 月 分

〔年間補正・基準改定〕

January, 2017

〔Annual Revised・Base Year Revision〕

経済産業省 大臣官房 調査統計グループ

Research and Statistics Department

Minister's Secretariat

Ministry of Economy, Trade and Industry

# 商業動態統計調査 -利用上の注意-

本月報の内容は、商業動態統計調査（以下、「本調査」という。）の結果によるもので、その概要は次のとおりである。

## 1. 調査の目的

全国の商業を営む事業所及び企業の販売活動などの動向を明らかにすることを目的としている。

## 2. 根拠法規

本調査は、統計法に基づく基幹統計調査として、商業動態統計調査規則(昭和28年通商産業省令第17号)に基づいて実施している。

## 3. 調査の範囲

日本標準産業分類「大分類I-卸売業, 小売業」(平成25年10月改定)のうち代理商, 仲立業を除く全国の事業所(企業)である。

## 4. 調査の方法及び経路

本調査は、経済産業省から委任を受けた都道府県が調査員を通じて対象事業所に調査票の記入を依頼し、回収する。ただし、百貨店・スーパー、コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア及びホームセンターの企業本部については、経済産業省が直接企業又は対象事業所に調査票の記入を依頼し、回収する。

## 5. 調査期日

調査期日は、毎月末日現在である。

なお、商品手持額は、四半期(3月、6月、9月及び12月)末日現在である。

## 6. 標本設計

本調査は、平成24年経済センサス-活動調査の対象事業所を母集団とし、標本理論に基づいて抽出された事業所を対象として平成27年7月分から実施している。標本は、下記のとおり個別標本と地域標本の2種類から構成されている。なお、標本の抽出に当たっては、業種別に目標精度が5%以下(卸売業は8%以下)(標準誤差率表示)となるように設計されている。

### (1) 個別標本

①個別標本は全ての卸売事業所、自動車小売、機械器具小売、燃料小売、無店舗小売の各事業所及び従業者20人以上の小売事業所(百貨店・スーパーを含む)を対象としている。なお、企業調査の対象企業傘下の事業所については、標本設計の対象から除外している。

②業種別、従業者規模別に標本抽出枠(以下「セル」という)を設定し、セルごとに標本数を決定している。

### (2) 地域標本

①地域標本は調査区(143調査区)を指定し、その調査区内の従業者19人以下の小売事業所(自動車小売、機械器具小売、燃料小売、無店舗小売の各事業所を除く)を対象としている。

②調査区は平成24年経済センサス-活動調査の調査区をもとに商業動態統計調査用の調査区を作成し、層別(4層)に抽出を行っている。

## 7. 調査票の種類及び対象

調査票の種類は、甲票、乙票、丙票及び丁1～4票の7種類に区分される。

### (1) 甲票の対象範囲

従業者100人以上の各種商品卸売事業所及び従業者200人以上の卸売事業所で、経済産業大臣が指定する事業所。

### (2) 乙票の対象範囲

① 甲票の対象を除いた卸売事業所、自動車小売、機械器具小売、燃料小売、無店舗小売の各事業所及び従業者20人以上の小売事業所のうち、丙票対象及び丁1～4票対象企業傘下事業所を除いた小売事業所で経済産業大臣が指定する事業所。

② 経済産業大臣が指定する調査区内に所在する従業者19人以下の小売事業所(自動車小売、機械器具小売、燃料小売、無店舗小売の各事業所及び丁1～4票対象企業傘下事業所を除く)。

### (3) 丙票の対象範囲

従業者50人以上の小売事業所のうち、百貨店及びスーパー(11.(3)参照)に該当する、経済産業大臣が指定する事業所。

### (4) 丁1票の対象範囲

一定規模以上のコンビニエンスストア(日本標準産業分類 細分類5891)のチェーン企業本部で、経済産業大臣が指定する企業。

### (5) 丁2票の対象範囲

日本標準産業分類に掲げる細分類5931-電気機械器具小売業(中古品を除く)又は細分類5932-電気事務機械器具小売業(中古品を除く)に属する事業所(売場面積500㎡以上の家電大型専門店)を10店舗以上有する企業で、経済産業大臣が指定する企業。

### (6) 丁3票の対象範囲

日本標準産業分類に掲げる細分類6031-ドラッグストアに属する事業所を50店舗以上有する企業もしくはドラッグストアの年間販売額が100億円以上の企業で、経済産業大臣が指定する企業。

### (7) 丁4票の対象範囲

日本標準産業分類に掲げる細分類6091-ホームセンターに属する事業所を10店舗以上有する企業もしくはホームセンターの年間販売額が200億円以上の企業で、経済産業大臣が指定する企業。

本統計表で用いている商品分類は、以下のとおりである。

商品分類等	内容例示
AV家電	テレビ・プロジェクタ（CRT、液晶、PDP）、ビデオディスク、BD・DVD（再生専用、録画再生機）、BS・CS機器、ステレオ、スピーカ、AV編集機器、ラジオ・ポータブルオーディオ、GPSナビゲーション、ヘッドホン、マイクロホン、AV接続機器、電子楽器、VTR、携帯オーディオ機器、ホームオーディオ機器、メディアクリーナなど
情報家電	パソコン・パソコン周辺機器（デスクトップ型・ノート型パソコン、タブレット端末、モニタ、プリンタ等）、ゲーム関連機器、電子手帳・辞書、コピー・シュレッダーなど
通信家電	移動体通信機器（携帯電話機、パーソナル無線、データ通信カード・端末）、電話機・FAXなど
カメラ類	ビデオカメラ・デジキ、デジタルスチルカメラ（コンパクト型、一眼レフ）、カメラアクセサリ、交換レンズなど
生活家電	家事・調理家電（洗濯機・衣類乾燥機、ふとん乾燥機、冷蔵庫・冷凍庫、炊飯器、電子レンジ、オープンレンジ、食器洗い機・乾燥機、電磁調理器、クッキングヒーター、ホームベーカリー、トースター、電子炊飯ジャー、ジャーポット、電気ケトル、コンロ・ガステーブル、電気プレート・鍋、ジューサー・ミキサー類、コーヒーマーカー、もちつき機、精米機、家庭用ゴミ処理機、浄水器・カートリッジ、アイロン・ズボンプレスサ、クリーナ、スチーム・高圧洗浄クリーナ、掃除機等） 理美容・健康関連（シェーバー、ドライヤー・ヘアサロン、フェイスクア器具、ボディケア器具、散髪器具、電動歯ブラシ、電気測定器具（電子血圧計、電子体温計、電子歩数計等）、フィットネス機器、電気マッサージ器具・治療器、吸入器等） 空調・季節家電（エアコン、冷風機・冷風扇、扇風機、換気扇、空気清浄機・除湿機・加湿器、石油暖房器具、温水ルームヒータ、電気温風機・電気ストーブ、家具調こたつ、電気カーペット、電気掛・敷毛布等）
その他	温水洗浄便座、24時間風呂、モニタ付ドアホン、火災警報器、照明器具、電池、管球、配線器具、自然冷媒ヒートポンプ給湯器など

(6) 第6部 ドラッグストア販売

本統計表は、丁3票（7. (6)参照）について集計した表である。

①本統計表で用いている商品分類は、以下のとおりである。

商品分類等	内容例示
調剤医薬品	医師の処方箋に基づき調剤する医療用医薬品・漢方薬・生薬
OTC医薬品	医薬品（医師の処方箋によるものを除く）、漢方薬（医師の処方箋によるものを除く）、生薬（医師の処方箋によるものを除く）など 風邪薬、胃腸薬、目薬、皮膚治療薬、湿布薬、滋養強壮剤（医薬品）など
ヘルスケア用品 （衛生用品）・介 護・ベビー	ヘルスケア（脱脂綿、ほう帯、ガーゼ類、サポータ、マスク、体温計、紙おむつ、殺虫剤（農業用、産業用は除く）、コンタクトレンズ洗浄剤・保存液、衛生用品等） 介護（大人用紙オムツ、尿取りパット、介護用品、ステッキ、介護食等） ベビー（育児用ミルク、ベビーフード、ベビー飲料、紙オムツ、授乳用品等）
健康食品	健康食品、サプリメント、ダイエット食品等
ビューティー ケア（化粧品・ 小物）	化粧品（口紅、ファンデーション、化粧水、フレグランス、男性化粧品、浴用化粧品等） ビューティーケア小物（化粧品雑貨、化粧用ブラシ、コットン・スポンジ、つけまつげ、つけ爪、あぶらとり、ヘアブラシ等）
トイレタリー	歯みがき、歯ブラシ、シャンプー、リンス、ボディシャンプー、ヘアカラー、入浴剤、ハンドソープ、石けん（化粧、洗顔、浴用、薬用のもの）など
家庭用品・日用 消耗品・ペット 用品	家庭用品（バス・トイレ・キッチン用品、ファブリック、なべ、かま、キッチン用刃物、食器、卓上用品、清掃用品、包装用品、保安防災、避難用具等） 日用消耗品（住まいの洗剤、防虫剤、トイレトーパー、芳香剤、食器洗剤、ティッシュペーパー等） ペット・ペット用品（愛玩用・鑑賞用（動物、魚類、鳥類、爬虫類等）、愛玩用・鑑賞用飼料（ペットフード）、鑑賞魚用水槽、鳥かご、ペット用小屋（犬小屋、巣箱等）、ペット用装飾品（首輪、衣服等）、ペット用医薬品、ペット用シャンプー、ペット用リード、ペット用シーツ、ペット用キャリーケース等）
食品	菓子類、米、飲料、日配品、加工品、酒類、冷凍食品など
その他	上記以外の衣料品、履物、カバン・袋物、書籍、文具・玩具など

②リンク係数表については、付表参照のこと。

## 5. 家電大型専門店販売額の動向

平成29年1月の家電大型専門店販売額は3716億円、前年同月比で見ると▲0.6%の減少となった。商品別にみると、通信家電が同▲6.6%の減少、AV家電が同▲2.2%の減少、情報家電が同▲2.1%の減少、その他が同▲0.2%の減少となった。一方、カメラ類が同2.2%の増加、生活家電が同2.0%の増加となった。

(単位:億円、店、%)

合計	AV 家電	情報 家電	通信 家電	カメラ類	生活 家電	その他	店舗数
3,716	557	813	311	160	1,467	407	2,465
▲0.6	▲2.2	▲2.1	▲6.6	2.2	2.0	▲0.2	1.6

## 6. ドラッグストア販売額の動向

平成29年1月のドラッグストア販売額は4704億円、前年同月比で見ると5.4%の増加となった。商品別にみると、食品が同8.7%の増加、OTC医薬品が同7.6%の増加、家庭用品・日用消耗品・ペット用品が同6.7%の増加、健康食品が同4.2%の増加、ビューティケア（化粧品・小物）が同4.1%の増加、ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビーが同3.9%の増加、トイレタリーが同3.6%の増加、その他が同2.2%の増加となった。一方、調剤医薬品が同▲5.6%の減少となった。

(単位:億円、店、%)

合計	調剤 医薬品	OTC 医薬品	ヘルスケア 用品(衛生 用品)・介 護・ベビー	健康 食品	ビューティ ケア(化粧 品・小物)	トイレ タリー	家庭用品・ 日用消耗 品・ペット 用品	食 品	その他	店舗数
4,704	291	706	350	163	686	453	716	1,227	112	14,216
5.4	▲5.6	7.6	3.9	4.2	4.1	3.6	6.7	8.7	2.2	4.6

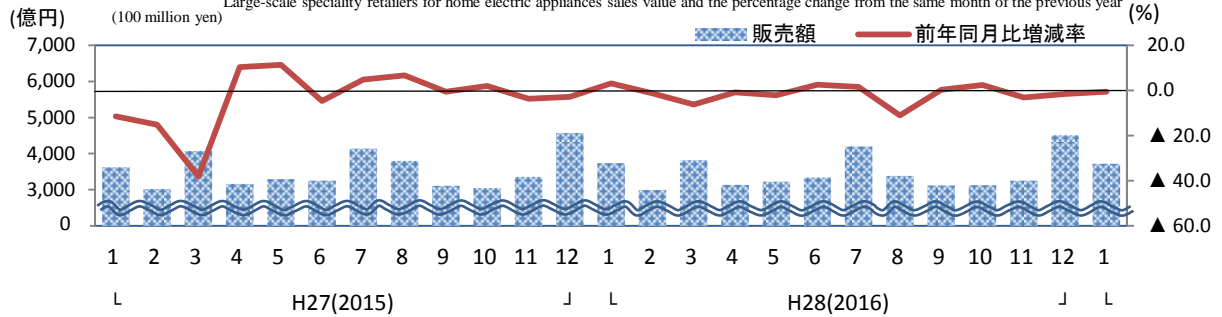
## 7. ホームセンター販売額の動向

平成29年1月のホームセンター販売額は2433億円、前年同月比で見ると0.0%の横ばいとなった。商品別にみると、その他が同10.6%の増加、園芸・エクステリアが同0.7%の増加となった。一方、電気が同▲4.6%の減少、インテリアが同▲3.8%の減少、カー用品・アウトドアが同▲2.5%の減少、家庭用品・日用品が同▲1.0%の減少、オフィス・カルチャーが同▲0.7%の減少、DIY用具・素材が同▲0.6%の減少、ペット・ペット用品が同▲0.1%の減少となった。

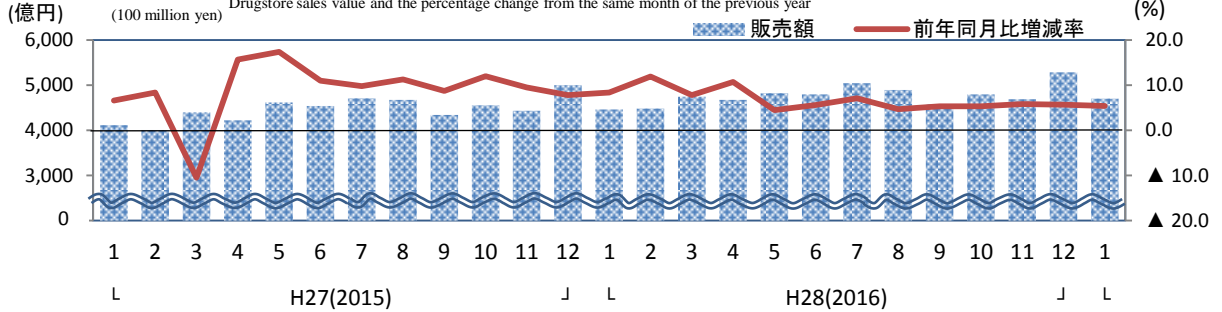
(単位:億円、店、%)

合計	DIY用具 ・素材	電 気	インテリア	家庭用品 ・ 日用品	園 芸・ エクステ リア	ペット・ ペット用 品	カー用 品・アウ トドア	オフィス ・カル チャー	その他	店舗数
2,433	521	216	181	531	208	190	123	149	314	4,263
0.0	▲0.6	▲4.6	▲3.8	▲1.0	0.7	▲0.1	▲2.5	▲0.7	10.6	1.3

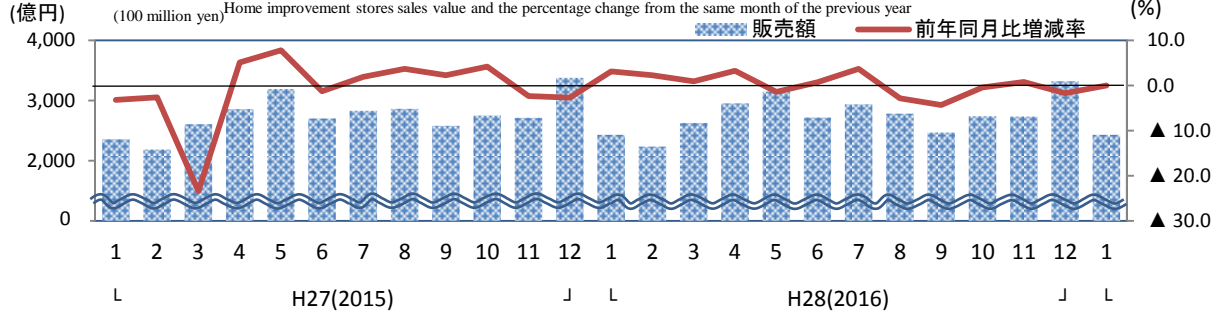
### 家電大型専門店販売額・前年同月比増減率の推移



### ドラッグストア販売額・前年同月比増減率の推移



### ホームセンター販売額・前年同月比増減率の推移



### 家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター販売額、前年(度、同期、同月)比増減率及び店舗数

Large-scale specialty retailers for home electric appliances, Drugstore and Home improvement stores sales value and the percentage change from the same month/term of the previous year and number of establishments

(単位:億円、店、%) (100 million yen)

年月	家電大型専門店 Large-scale specialty retailers for home electric appliances			ドラッグストア Drugstore			ホームセンター Home improvement stores			Year and month
	販売額	前年比	店舗数(店)	販売額	前年比	店舗数(店)	販売額	前年比	店舗数(店)	
	Sales value	(%)	establishments	Sales value	(%)	establishments	Sales value	(%)	establishments	
平成 26 年	45,311	-	2,443	49,375	-	13,069	33,452	-	4,124	C.Y. 2014
27	42,467	▲6.3	2,432	53,609	6.4	13,547	33,012	▲1.3	4,209	2015
28	41,830	▲1.5	2,472	57,258	6.8	14,190	33,090	0.2	4,273	2016
平成 25 年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 2013
26	41,781	-	2,446	49,423	-	13,157	32,517	-	4,139	2014
27	42,288	1.2	2,430	54,776	9.2	13,653	33,159	2.0	4,218	2015
平成 27 年 10~12月	10,983	▲1.8	2,432	13,982	7.5	13,547	8,841	▲0.5	4,209	Q4 2015
平成 28 年 1~3月	10,544	▲1.7	2,430	13,687	9.3	13,653	7,296	2.0	4,218	Q1 2016
4~6	9,697	▲0.1	2,441	14,297	6.8	13,811	8,817	0.8	4,236	Q2
7~9	10,704	▲3.1	2,448	14,511	5.7	13,898	8,185	▲1.1	4,236	Q3
10~12	10,884	▲0.9	2,472	14,763	5.6	14,190	8,793	▲0.5	4,273	Q4
平成 27 年 11月	3,358	▲3.7	2,430	4,432	7.3	13,510	2,716	▲2.3	4,197	Nov. 2015
12	4,575	▲2.8	2,432	5,000	5.7	13,547	3,376	▲2.7	4,209	Dec. 2015
平成 28 年 1月	3,737	3.2	2,427	4,464	8.4	13,585	2,431	3.1	4,209	Jan. 2016
2	2,989	▲1.2	2,429	4,479	11.9	13,611	2,235	2.3	4,205	Feb. 2016
3	3,818	▲6.3	2,430	4,744	7.8	13,653	2,630	0.9	4,218	Mar. 2016
4	3,137	▲0.9	2,435	4,676	10.7	13,737	2,950	3.3	4,235	Apr. 2016
5	3,224	▲2.1	2,433	4,825	4.5	13,782	3,147	▲1.4	4,232	May 2016
6	3,336	2.6	2,441	4,796	5.6	13,811	2,720	0.7	4,236	Jun. 2016
7	4,202	1.6	2,446	5,045	7.1	13,855	2,936	3.7	4,244	Jul. 2016
8	3,383	▲11.1	2,443	4,893	4.7	13,887	2,781	▲2.8	4,234	Aug. 2016
9	3,119	0.3	2,448	4,573	5.3	13,898	2,468	▲4.3	4,236	Sep. 2016
10	3,124	2.4	2,450	4,792	5.3	14,033	2,738	▲0.4	4,245	Oct. 2016
11	3,252	▲3.1	2,457	4,689	5.8	14,111	2,737	0.8	4,257	Nov. 2016
12	4,507	▲1.5	2,472	5,282	5.7	14,190	3,318	▲1.7	4,273	Dec. 2016
平成 29 年 1月	3,716	▲0.6	2,465	4,704	5.4	14,216	2,433	0.0	4,263	Jan. 2017

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。  
Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

第6部 ドラッグストア販売

Part6 Drugstore sales value

第1表 商品別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table1 Sales value by goods and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年月	商品販売額 Sales of goods	調剤医薬品 Dispensing pharmaceutical products	OTC医薬品 Over the counter medical products	ヘルスケア用品(衛生用品)・介護・ベビー Health care (sanitary goods), nursing care, and baby products	健康食品 Health foods	ビューティケア(化粧品・小物) Beauty care (cosmetic products and goods)	トイレタリー Toiletry goods	家庭用品・日用消耗品・ペット用品 Household utensils, daily necessities, pet products	食品 Food	その他 Others	店舗数(店) Number of establishments	Year and Month	
													Sales value (million yen)
販売額 (百万円)	平成26年	4,937,496	345,127	736,637	356,282	164,669	726,156	511,691	769,489	1,206,513	120,932	13,069	C.Y. 2014
	27	5,360,899	364,366	791,064	388,937	190,617	811,167	535,639	813,831	1,339,365	125,913	13,547	2015
	28	5,725,801	375,156	829,612	401,195	197,031	852,185	562,640	881,506	1,491,466	135,010	14,190	2016
	平成25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 2013
	26	4,942,326	348,874	735,340	355,660	163,453	723,102	500,564	769,228	1,227,941	118,164	13,157	2014
	27	5,477,603	376,583	804,540	396,989	194,159	825,331	544,642	829,804	1,377,106	128,449	13,653	2015
	平成27年10~12月	1,398,196	96,189	206,136	102,283	48,057	211,788	139,743	213,837	346,173	33,990	13,547	Q4 2015
	平成28年1~3月	1,368,736	100,359	203,834	103,432	47,517	198,589	132,248	200,797	350,064	31,896	13,653	Q1 2016
	4~6	1,429,654	92,541	202,823	98,655	49,583	214,212	142,732	220,663	375,187	33,258	13,811	Q2
	7~9	1,451,074	90,150	206,008	95,829	51,022	218,949	144,461	227,288	383,672	33,695	13,898	Q3
	10~12	1,476,337	92,106	216,947	103,279	48,909	220,435	143,199	232,758	382,543	36,161	14,190	Q4
	平成27年11月	443,178	30,887	65,106	32,963	15,373	65,498	44,503	67,201	110,940	10,707	13,510	Nov. 2015
	12	499,958	33,987	73,180	36,668	16,494	77,296	49,549	78,200	121,917	12,667	13,547	Dec.
	平成28年1月	446,409	30,833	65,612	33,692	15,593	65,967	43,767	67,084	112,891	10,970	13,585	Jan. 2016
	2	447,926	33,473	66,134	34,691	15,864	63,042	43,178	65,213	116,136	10,195	13,611	Feb.
	3	474,401	36,053	72,088	35,049	16,060	69,580	45,303	68,500	121,037	10,731	13,653	Mar.
	4	467,576	32,531	66,878	32,860	16,101	70,021	45,737	70,079	122,513	10,856	13,737	Apr.
	5	482,490	29,447	68,603	33,328	16,627	72,205	48,650	75,278	127,011	11,341	13,782	May
	6	479,588	30,563	67,342	32,467	16,855	71,986	48,345	75,306	125,663	11,061	13,811	Jun.
	7	504,502	31,020	71,636	33,391	17,647	78,035	51,150	79,097	131,122	11,404	13,855	Jul.
8	489,273	29,813	69,999	32,262	17,531	73,175	48,560	75,909	130,524	11,500	13,887	Aug.	
9	457,299	29,317	64,373	30,176	15,844	67,739	44,751	72,282	122,026	10,791	13,898	Sep.	
10	479,179	29,796	70,676	32,397	16,230	71,095	46,677	75,867	125,164	11,277	14,033	Oct.	
11	468,918	29,640	68,971	33,537	15,461	68,581	45,919	72,870	122,435	11,504	14,111	Nov.	
12	528,240	32,670	77,300	37,345	17,218	80,759	50,603	84,021	134,944	13,380	14,190	Dec.	
平成29年1月	470,431	29,097	70,597	35,000	16,255	68,648	45,339	71,602	122,686	11,207	14,216	Jan. 2017	
前年(度・同期・同月)比増減率(%)	平成26年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C.Y. 2014
	27	6.4	6.6	4.7	6.3	6.6	8.9	2.6	5.3	8.8	0.4	3.7	2015
	28	6.8	3.0	4.9	3.2	3.4	5.1	5.0	8.3	11.4	7.2	4.7	2016
	平成25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 2013
	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2014
	27	9.2	8.7	7.3	9.4	11.8	12.0	7.2	7.5	10.5	5.7	3.8	2015
	平成27年10~12月	7.5	7.9	5.6	7.6	9.7	10.8	5.4	5.4	9.1	1.7	3.7	Q4 2015
	平成28年1~3月	9.3	13.9	7.1	8.4	8.1	7.7	7.3	8.6	12.1	8.6	3.8	Q1 2016
	4~6	6.8	2.5	4.4	3.1	2.9	4.5	6.4	8.1	12.0	6.0	3.9	Q2
	7~9	5.7	0.4	2.9	0.3	1.2	4.2	4.3	7.7	10.9	8.0	3.7	Q3
	10~12	5.6	▲4.2	5.2	1.0	1.8	4.1	2.5	8.8	10.5	6.4	4.7	Q4
	平成27年11月	7.3	9.6	4.6	8.5	9.3	9.4	4.7	5.2	9.4	2.3	3.7	Nov. 2015
	12	5.7	5.8	2.7	3.9	7.2	8.7	3.8	3.9	8.3	1.6	3.7	Dec.
	平成28年1月	8.4	9.4	3.0	3.8	9.5	9.4	8.7	8.9	12.2	6.2	4.0	Jan. 2016
	2	11.9	15.9	11.6	13.1	11.9	8.7	9.4	10.2	14.2	12.3	3.9	Feb.
	3	7.8	16.0	7.0	8.7	3.3	5.2	4.1	6.9	10.0	7.9	3.8	Mar.
	4	10.7	9.9	8.7	8.1	7.2	7.4	8.4	11.3	16.3	8.5	3.9	Apr.
	5	4.5	▲2.5	1.9	0.9	1.7	2.4	4.5	6.1	9.4	4.5	3.8	May
	6	5.6	0.2	2.8	0.5	0.2	4.0	6.4	7.3	10.7	5.3	3.9	Jun.
	7	7.1	0.7	5.5	2.0	2.0	6.2	6.2	9.3	11.5	9.6	3.8	Jul.
8	4.7	0.7	2.6	0.2	1.3	1.8	3.4	5.9	9.9	6.0	3.9	Aug.	
9	5.3	▲0.1	0.4	▲1.4	0.3	4.8	3.4	7.9	11.4	8.5	3.7	Sep.	
10	5.3	▲4.9	4.2	▲0.8	0.2	3.0	2.2	10.9	10.5	6.2	4.2	Oct.	
11	5.8	▲4.0	5.9	1.7	0.6	4.7	3.2	8.4	10.4	7.4	4.4	Nov.	
12	5.7	▲3.9	5.6	1.8	4.4	4.5	2.1	7.4	10.7	5.6	4.7	Dec.	
平成29年1月	5.4	▲5.6	7.6	3.9	4.2	4.1	3.6	6.7	8.7	2.2	4.6	Jan. 2017	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。  
Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.





第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	北海道 Hokkaido		青森 Aomori		岩手 Iwate		宮城 Miyagi		秋田 Akita		山形 Yamagata		Year and Month		
	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments				
販売額 (百万円) ・ 店舗数 (店)	平成 26年	209,770	587	40,073	111	56,279	160	85,711	236	28,308	91	33,286	99	C.Y. 2014	
	27	223,651	616	43,523	127	63,359	170	103,311	240	31,120	98	40,680	104	2015	
	28	240,175	654	47,970	141	65,693	173	106,785	254	34,686	107	43,526	115	2016	
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 2013
	26	210,738	584	40,073	113	57,539	163	88,903	239	28,586	91	34,844	100	2014	
	27	229,820	621	44,565	128	63,531	168	103,105	243	31,988	99	40,652	107	2015	
	平成 27年10~12月	58,487	616	11,382	127	16,045	170	25,752	240	8,106	98	10,034	104	Q4 2015	
	平成 28年1~3月	58,596	621	11,010	128	15,455	168	25,495	243	7,963	99	10,086	107	Q1 2016	
	4~6	58,612	629	11,931	133	16,255	170	26,503	247	8,597	103	10,892	109	Q2	
	7~9	62,111	639	12,559	138	17,098	170	27,630	248	9,204	104	11,516	110	Q3	
	10~12	60,856	654	12,470	141	16,885	173	27,157	254	8,922	107	11,032	115	Q4	
	平成 27年11月	19,198	615	3,683	126	5,160	170	8,391	240	2,621	97	3,384	105	Nov. 2015	
	12	20,128	616	3,940	127	5,646	170	8,905	240	2,831	98	3,367	104	Dec.	
	平成 28年1月	20,455	616	3,827	127	5,289	168	8,757	240	2,772	98	3,471	104	Jan. 2016	
	2	19,613	619	3,497	127	4,991	168	8,270	241	2,588	98	3,324	105	Feb.	
	3	18,528	621	3,686	128	5,175	168	8,468	243	2,603	99	3,291	107	Mar.	
	4	19,223	623	3,869	129	5,295	168	8,713	248	2,788	101	3,550	108	Apr.	
	5	19,028	624	3,972	132	5,416	169	8,745	248	2,844	103	3,575	110	May	
	6	20,361	629	4,090	133	5,544	170	9,045	247	2,965	103	3,767	109	Jun.	
	7	20,710	635	4,175	136	5,732	170	9,290	248	3,021	103	3,794	109	Jul.	
8	21,373	640	4,422	138	6,001	170	9,581	250	3,255	104	4,032	109	Aug.		
9	20,028	639	3,962	138	5,365	170	8,759	248	2,928	104	3,690	110	Sep.		
10	20,078	646	4,120	140	5,554	172	8,890	249	2,945	105	3,591	113	Oct.		
11	19,977	647	3,990	141	5,488	173	8,911	252	2,914	106	3,711	114	Nov.		
12	20,801	654	4,360	141	5,843	173	9,356	254	3,063	107	3,730	115	Dec.		
平成 29年1月	21,784	654	4,131	144	5,535	173	9,322	254	3,062	108	3,839	115	Jan. 2017		
前年(度・同期・同月)比増減率 (%)	平成 26年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C.Y. 2014	
	27	6.9	5.5	8.6	14.4	5.4	6.3	4.4	2.1	9.9	7.7	5.6	5.1	2015	
	28	7.4	6.2	10.2	11.0	3.7	1.8	3.4	5.8	11.5	9.2	7.0	10.6	2016	
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 2013
	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2014
	27	9.3	6.3	11.2	13.3	5.2	3.1	4.5	1.7	11.9	8.8	5.0	7.0	2015	
	平成 27年10~12月	10.6	5.5	10.1	14.4	3.7	6.3	3.3	2.1	12.3	7.7	3.6	5.1	Q4 2015	
	平成 28年1~3月	11.8	6.3	10.5	13.3	1.1	3.1	▲0.8	1.7	12.2	8.8	▲0.3	7.0	Q1 2016	
	4~6	9.2	6.6	11.2	12.7	5.0	2.4	5.8	2.9	11.6	10.8	9.1	7.9	Q2	
	7~9	5.2	5.4	9.7	12.2	3.4	0.6	3.1	2.5	12.0	8.3	9.1	5.8	Q3	
	10~12	4.1	6.2	9.6	11.0	5.2	1.8	5.5	5.8	10.1	9.2	9.9	10.6	Q4	
	平成 27年11月	10.8	5.7	12.0	13.5	3.4	6.9	3.4	3.0	10.1	6.6	4.5	5.0	Nov. 2015	
	12	10.0	5.5	8.2	14.4	3.6	6.3	2.7	2.1	13.2	7.7	3.1	5.1	Dec.	
	平成 28年1月	8.1	5.5	11.6	14.4	8.2	5.0	8.0	2.1	9.7	7.7	8.2	5.1	Jan. 2016	
	2	13.9	6.5	9.9	12.4	1.5	3.7	0.1	1.7	14.6	7.7	0.8	6.1	Feb.	
	3	13.8	6.3	9.8	13.3	▲5.6	3.1	▲9.3	1.7	12.7	8.8	▲8.8	7.0	Mar.	
	4	12.7	5.8	12.1	14.2	6.0	2.4	11.3	3.8	13.0	9.8	12.3	6.9	Apr.	
	5	7.2	5.8	12.1	15.8	2.8	1.8	1.6	2.9	11.3	10.8	5.6	8.9	May	
	6	7.8	6.6	9.5	12.7	6.1	2.4	5.0	2.9	10.7	10.8	9.8	7.9	Jun.	
	7	5.8	6.4	8.6	14.3	2.8	1.8	4.2	2.5	11.5	13.2	7.0	5.8	Jul.	
8	5.0	6.3	10.1	14.0	3.7	1.8	4.6	3.7	12.4	10.6	10.1	5.8	Aug.		
9	4.9	5.4	10.5	12.2	3.5	0.6	0.3	2.5	12.0	8.3	10.4	5.8	Sep.		
10	4.8	5.7	9.6	12.0	6.0	1.2	5.1	3.8	11.0	8.2	9.4	8.7	Oct.		
11	4.1	5.2	8.3	11.9	6.4	1.8	6.2	5.0	11.2	9.3	9.7	8.6	Nov.		
12	3.3	6.2	10.7	11.0	3.5	1.8	5.1	5.8	8.2	9.2	10.8	10.6	Dec.		
平成 29年1月	6.5	6.2	7.9	13.4	4.7	3.0	6.5	5.8	10.5	10.2	10.6	10.6	Jan. 2017		

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

Percentage change from the same month/term of the previous year (%)

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	福島 Fukushima		茨城 Ibaraki		栃木 Tochigi		群馬 Gunma		埼玉 Saitama		千葉 Chiba		東京 Tokyo		
	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	
販売額 (百万円)	平成 26年	59,218	144	140,068	313	103,733	180	90,456	235	324,756	901	230,788	659	514,041	1,449
	27	75,209	155	146,294	324	102,348	200	102,000	273	338,126	935	266,785	698	589,413	1,483
	28	78,886	171	153,921	332	109,717	214	108,220	275	352,599	959	284,809	710	614,519	1,536
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	26	62,458	148	138,246	319	100,506	185	91,786	262	320,456	918	232,203	678	519,803	1,459
	27	75,092	161	149,617	326	105,801	202	104,437	268	344,234	937	274,105	700	603,712	1,486
	平成 27年 10~12月	18,648	155	37,196	324	26,491	200	26,445	273	88,984	935	70,356	698	154,218	1,483
	平成 28年 1~3月	18,738	161	37,110	326	26,476	202	26,294	268	84,939	937	68,635	700	150,821	1,486
	4~6	19,500	162	38,300	326	27,371	202	27,130	269	87,511	939	70,317	705	155,152	1,506
	7~9	20,719	167	39,818	327	28,173	203	27,420	267	87,842	934	71,517	702	151,532	1,508
	10~12	19,929	171	38,693	332	27,697	214	27,376	275	92,307	959	74,340	710	157,014	1,536
	平成 27年 11月	6,125	155	11,993	323	8,506	198	8,472	269	28,219	937	22,663	695	48,717	1,490
	12	6,384	155	12,922	324	9,312	200	9,501	273	31,792	935	25,030	698	55,195	1,483
	平成 28年 1月	6,415	157	12,500	324	8,824	200	8,788	269	27,299	935	22,329	695	48,325	1,488
	2	6,183	158	12,249	326	8,764	201	8,667	269	27,678	935	22,570	698	49,213	1,485
	3	6,140	161	12,361	326	8,888	202	8,839	268	29,962	937	23,736	700	53,283	1,486
	4	6,332	160	12,324	327	8,929	202	8,891	267	28,309	935	22,800	704	50,879	1,498
	5	6,441	161	12,900	326	9,201	203	9,063	267	30,000	939	23,895	704	52,516	1,500
	6	6,727	162	13,076	326	9,241	202	9,176	269	29,202	939	23,622	705	51,757	1,506
	7	6,867	163	13,513	326	9,468	200	9,376	269	30,753	941	24,757	707	54,101	1,507
8	7,232	165	13,855	328	9,801	201	9,396	269	28,939	935	24,074	707	49,786	1,508	
9	6,620	167	12,450	327	8,904	203	8,648	267	28,150	934	22,686	702	47,645	1,508	
10	6,448	168	12,639	326	8,925	207	8,826	272	30,255	962	23,832	712	50,877	1,520	
11	6,653	169	12,571	332	9,070	211	8,843	273	28,925	959	24,249	712	49,821	1,527	
12	6,828	171	13,483	332	9,702	214	9,707	275	33,127	959	26,259	710	56,316	1,536	
平成 29年 1月	6,865	171	13,095	333	9,402	214	8,953	266	28,913	958	23,146	712	49,240	1,535	
前年(度・同期・同月)比増減率 (%)	平成 26年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27	3.7	8.4	2.9	2.9	2.7	7.0	7.6	5.4	5.6	2.5	5.7	3.7	8.8	1.8
	28	4.9	10.3	5.2	2.5	7.2	7.0	6.1	0.7	4.3	2.6	6.8	1.7	4.3	3.6
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27	3.9	8.8	7.0	2.2	8.6	9.2	9.9	2.3	8.6	2.1	10.4	3.2	11.7	1.9
	平成 27年 10~12月	3.1	8.4	2.7	2.9	3.8	7.0	8.3	5.4	6.9	2.5	8.1	3.7	8.7	1.8
	平成 28年 1~3月	▲0.6	8.8	9.8	2.2	15.0	9.2	10.2	2.3	7.7	2.1	11.9	3.2	10.5	1.9
	4~6	6.6	8.7	5.0	3.2	7.8	6.9	7.4	1.5	3.4	2.0	6.5	2.9	4.4	2.3
	7~9	6.8	8.4	2.5	0.3	2.7	2.5	3.8	0.8	2.6	1.1	3.5	1.7	1.0	1.5
	10~12	6.9	10.3	4.0	2.5	4.6	7.0	3.5	0.7	3.7	2.6	5.7	1.7	1.8	3.6
	平成 27年 11月	2.5	8.4	3.0	2.5	3.0	7.0	8.3	3.5	8.1	2.7	10.2	4.2	8.8	2.5
	12	2.5	8.4	1.2	2.9	4.3	7.0	7.7	5.4	3.5	2.5	4.8	3.7	4.9	1.8
	平成 28年 1月	10.1	9.8	7.9	2.5	8.3	7.0	10.4	3.5	6.3	2.6	11.1	3.0	10.4	1.9
	2	1.9	9.0	19.9	2.5	30.0	9.2	15.8	2.3	12.2	2.4	17.8	3.1	14.2	1.7
	3	▲11.7	8.8	3.2	2.2	9.3	9.2	5.1	2.3	5.2	2.1	7.7	3.2	7.4	1.9
	4	12.5	8.1	15.7	2.8	27.0	8.6	18.2	1.1	8.0	1.3	11.2	3.4	6.7	2.1
	5	1.7	8.8	▲0.8	2.8	▲0.9	8.6	0.6	1.1	1.1	1.8	4.0	2.6	3.2	2.0
	6	6.2	8.7	2.0	3.2	1.8	6.9	4.9	1.5	1.5	2.0	4.7	2.9	3.4	2.3
	7	5.8	7.9	4.0	▲0.9	1.2	1.0	4.4	1.5	3.4	2.8	4.2	2.5	3.6	1.3
8	6.2	7.1	1.1	0.3	1.8	2.0	2.1	1.1	1.1	1.9	2.9	3.2	▲0.8	1.5	
9	8.5	8.4	2.6	0.3	5.4	2.5	5.0	0.8	3.3	1.1	3.5	1.7	▲0.1	1.5	
10	5.0	8.4	2.9	0.6	2.9	4.5	4.2	1.5	4.4	3.6	5.2	3.2	1.1	2.3	
11	8.6	9.0	4.8	2.8	6.6	6.6	4.4	1.5	2.5	2.3	7.0	2.4	2.3	2.5	
12	7.0	10.3	4.3	2.5	4.2	7.0	2.2	0.7	4.2	2.6	4.9	1.7	2.0	3.6	
平成 29年 1月	7.0	8.9	4.8	2.8	6.6	7.0	1.9	▲1.1	5.9	2.5	3.7	2.4	1.9	3.2	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

神奈川 Kanagawa		新潟 Niigata		富山 Toyama		石川 Ishikawa		福井 Fukui		山梨 Yamanashi		長野 Nagano		Year and Month	
店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments			
386,247	896	87,014	262	56,534	154	62,800	148	42,309	101	41,534	118	61,923	190	C.Y.	2014
406,054	912	90,697	269	60,477	153	66,839	148	46,009	100	42,584	130	63,376	201		2015
422,984	946	97,602	279	65,866	155	74,422	154	54,302	110	45,486	128	68,663	208		2016
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y.	2013
384,905	895	85,594	262	56,743	155	63,801	151	43,413	99	40,926	119	60,888	193		2014
413,291	921	93,210	269	62,270	152	68,658	151	47,281	102	43,664	132	65,062	196		2015
106,576	912	23,970	269	16,036	153	17,223	148	11,118	100	11,297	130	16,580	201	Q4	2015
102,812	921	23,124	269	15,694	152	17,962	151	13,869	102	10,903	132	16,572	196	Q1	2016
106,242	932	24,240	271	16,484	152	18,594	151	13,434	104	11,415	129	16,925	203	Q2	
105,908	932	24,981	273	16,811	154	18,947	153	13,531	107	11,523	128	17,555	205	Q3	
108,022	946	25,257	279	16,877	155	18,919	154	13,468	110	11,645	128	17,611	208	Q4	
33,801	906	7,580	269	5,215	153	5,624	148	3,611	100	3,571	130	5,364	200	Nov.	2015
38,115	912	8,813	269	5,745	153	6,166	148	3,991	100	4,002	130	6,002	201	Dec.	
33,329	912	7,662	271	5,218	154	5,998	153	4,763	101	3,568	130	5,397	200	Jan.	2016
33,791	920	7,517	271	5,148	153	5,913	150	4,538	101	3,560	130	5,430	200	Feb.	
35,692	921	7,945	269	5,328	152	6,051	151	4,568	102	3,775	132	5,745	196	Mar.	
34,728	933	7,855	269	5,503	153	6,227	153	4,536	103	3,803	131	5,599	202	Apr.	
36,280	933	8,144	271	5,359	153	6,047	151	4,364	103	3,862	129	5,669	202	May	
35,234	932	8,241	271	5,622	152	6,320	151	4,534	104	3,750	129	5,657	203	Jun.	
37,087	937	8,554	272	5,648	153	6,278	152	4,566	105	3,974	129	5,978	203	Jul.	
35,547	935	8,501	274	5,833	153	6,636	152	4,669	106	3,936	130	6,046	204	Aug.	
33,274	932	7,926	273	5,330	154	6,033	153	4,296	107	3,613	128	5,531	205	Sep.	
34,613	938	8,190	275	5,502	154	6,184	154	4,325	107	3,882	129	5,615	206	Oct.	
34,656	943	7,974	279	5,429	154	6,110	154	4,403	109	3,679	128	5,693	207	Nov.	
38,753	946	9,093	279	5,946	155	6,625	154	4,740	110	4,084	128	6,303	208	Dec.	
34,326	949	8,096	280	5,542	155	6,074	154	4,469	110	3,691	129	5,627	208	Jan.	2017
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C.Y.	2014
4.6	1.9	5.4	2.7	7.4	0.0	6.8	0.7	8.7	▲1.0	4.5	10.2	5.0	5.8		2015
4.2	3.7	7.6	3.7	8.9	1.3	11.3	4.1	18.0	10.0	6.8	▲1.5	8.3	3.5		2016
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y.	2013
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		2014
6.9	2.9	9.8	2.7	10.1	▲1.9	7.9	0.0	8.9	3.0	8.3	10.9	8.9	1.6		2015
5.0	1.9	6.6	2.7	11.8	0.0	7.1	0.7	3.7	▲1.0	8.7	10.2	6.8	5.8	Q4	2015
7.6	2.9	12.2	2.7	12.9	▲1.9	11.3	0.0	10.1	3.0	11.0	10.9	11.3	1.6	Q1	2016
4.6	2.9	8.5	2.7	12.7	1.3	13.7	0.7	18.3	5.1	8.1	10.3	9.6	0.5	Q2	
3.5	3.1	5.0	2.6	5.6	1.3	10.7	2.0	23.7	8.1	5.6	9.4	6.6	2.0	Q3	
1.4	3.7	5.4	3.7	5.2	1.3	9.8	4.1	21.1	10.0	3.1	▲1.5	6.2	3.5	Q4	
4.7	1.3	5.3	3.5	10.7	▲1.3	8.0	0.7	3.7	▲1.0	8.2	11.1	7.6	5.8	Nov.	2015
3.0	1.9	9.3	2.7	12.9	0.0	6.8	0.7	3.9	▲1.0	7.1	10.2	6.9	5.8	Dec.	
6.3	2.2	12.5	3.8	10.2	0.7	11.5	4.1	14.3	0.0	7.5	10.2	10.3	5.3	Jan.	2016
11.7	3.4	14.6	3.4	12.3	0.0	8.2	2.0	4.5	2.0	15.3	10.2	16.2	3.6	Feb.	
5.0	2.9	9.7	2.7	16.3	▲1.9	14.2	0.0	11.7	3.0	10.5	10.9	7.9	1.6	Mar.	
9.1	3.4	12.1	2.3	18.1	0.0	17.4	0.7	9.8	4.0	14.6	11.0	16.6	1.5	Apr.	
2.8	2.4	5.5	2.7	6.1	▲0.6	7.8	0.7	18.6	3.0	5.7	9.3	5.0	0.5	May	
2.4	2.9	8.4	2.7	14.4	1.3	16.2	0.7	27.9	5.1	4.6	10.3	8.0	0.5	Jun.	
4.6	3.5	6.6	2.3	6.8	0.7	11.1	2.0	27.7	6.1	6.0	10.3	6.5	1.0	Jul.	
3.4	3.7	1.6	1.9	2.8	0.7	9.0	0.0	20.9	7.1	6.4	10.2	5.9	1.5	Aug.	
2.3	3.1	7.2	2.6	7.6	1.3	12.2	2.0	22.8	8.1	4.4	9.4	7.5	2.0	Sep.	
▲0.1	3.3	8.1	3.8	8.4	1.3	13.8	3.4	23.0	7.0	4.2	▲1.5	7.7	3.5	Oct.	
2.5	4.1	5.2	3.7	4.1	0.7	8.6	4.1	21.9	9.0	3.0	▲1.5	6.1	3.5	Nov.	
1.7	3.7	3.2	3.7	3.5	1.3	7.4	4.1	18.8	10.0	2.0	▲1.5	5.0	3.5	Dec.	
3.0	4.1	5.7	3.3	6.2	0.6	1.3	0.7	▲6.2	8.9	3.4	▲0.8	4.3	4.0	Jan.	2017

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

Percentage change from the same month/term of the previous year (%)

## 第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	岐阜 Gifu		静岡 Shizuoka		愛知 Aichi		三重 Mie		滋賀 Shiga		京都 Kyoto		大阪 Osaka		
	店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		
販売額 (百万円) ・ 店舗数(店)	平成 26年	103,526	269	208,517	448	313,940	764	56,941	183	51,331	153	77,575	251	297,221	835
	27	107,196	289	217,203	449	326,162	785	60,318	197	55,377	162	82,962	251	344,383	826
	28	127,723	360	227,791	448	353,923	848	66,549	203	59,781	177	89,840	264	374,188	859
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	26	102,613	275	205,090	448	306,706	764	55,586	182	51,301	155	77,981	247	306,404	803
	27	110,425	309	221,081	445	333,095	786	62,180	198	56,547	164	85,025	253	355,114	848
	平成 27年 10~12月	27,083	289	57,188	449	84,721	785	15,724	197	14,478	162	22,019	251	91,126	826
	平成 28年 1~3月	29,862	309	54,745	445	82,991	786	16,046	198	14,094	164	21,006	253	89,594	848
	4~6	31,614	324	56,450	449	88,437	799	16,768	197	14,771	165	22,278	255	95,441	853
	7~9	32,248	337	57,620	441	88,960	810	16,518	197	15,139	169	22,888	257	93,593	856
	10~12	33,999	360	58,976	448	93,535	848	17,217	203	15,777	177	23,668	264	95,560	859
	平成 27年 11月	8,635	288	17,997	447	26,364	783	4,891	194	4,552	162	6,875	251	28,662	823
	12	9,815	289	20,663	449	30,551	785	5,767	197	5,210	162	7,935	251	32,591	826
	平成 28年 1月	9,451	297	17,999	447	26,356	787	5,129	197	4,507	162	6,679	252	28,420	838
	2	9,771	303	17,828	447	26,942	785	5,259	197	4,587	163	6,905	254	29,698	840
	3	10,640	309	18,918	445	29,693	786	5,658	198	5,000	164	7,422	253	31,476	848
	4	10,314	315	18,383	447	28,814	792	5,456	197	4,772	165	7,229	251	32,178	855
	5	10,598	320	19,152	448	29,886	797	5,673	198	5,000	165	7,600	256	31,706	848
	6	10,702	324	18,915	449	29,737	799	5,639	197	4,999	165	7,449	255	31,557	853
	7	11,220	329	20,218	448	31,474	802	5,784	195	5,341	168	8,153	257	33,052	853
8	10,874	333	19,640	448	29,542	806	5,525	197	5,034	167	7,654	258	30,889	853	
9	10,154	337	17,762	441	27,944	810	5,209	197	4,764	169	7,081	257	29,652	856	
10	10,981	352	18,892	440	30,562	839	5,583	198	5,124	170	7,530	255	30,946	851	
11	10,851	357	18,469	444	29,075	841	5,376	201	4,934	173	7,418	260	30,270	854	
12	12,167	360	21,615	448	33,898	848	6,258	203	5,719	177	8,720	264	34,344	859	
平成 29年 1月	10,405	362	18,782	448	28,701	851	5,588	202	4,885	176	7,284	265	29,705	864	
前年(度・同期・同月)比増減率 (%)	平成 26年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27	3.5	7.4	4.2	0.2	4.1	3.2	6.3	8.2	7.9	5.9	9.0	2.9	14.8	2.6
	28	19.1	24.6	4.9	▲0.2	8.5	8.0	10.3	3.0	8.0	9.3	8.3	5.2	8.7	4.0
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27	7.6	12.4	7.8	▲0.7	8.8	2.9	12.2	8.8	10.2	5.8	10.6	2.4	15.1	5.6
	平成 27年 10~12月	2.9	7.4	9.6	0.2	7.2	3.2	11.3	8.2	9.4	5.9	10.4	2.9	14.1	2.6
	平成 28年 1~3月	12.1	12.4	7.6	▲0.7	9.1	2.9	13.1	8.8	9.1	5.8	10.9	2.4	13.6	5.6
	4~6	15.7	16.1	4.9	0.0	6.8	3.8	9.9	5.3	8.1	6.5	5.8	1.6	9.8	5.0
	7~9	23.3	19.9	4.1	▲0.9	7.7	4.2	9.0	3.1	5.8	6.3	9.3	2.8	7.0	4.8
	10~12	25.5	24.6	3.1	▲0.2	10.4	8.0	9.5	3.0	9.0	9.3	7.5	5.2	4.9	4.0
	平成 27年 11月	2.7	7.9	7.5	0.2	6.5	2.9	10.5	6.6	6.8	8.0	10.2	4.6	13.2	2.7
	12	3.2	7.4	10.6	0.2	4.3	3.2	9.9	8.2	7.8	5.9	7.0	2.9	10.2	2.6
	平成 28年 1月	4.8	10.4	7.9	0.7	4.6	3.7	10.1	8.2	9.4	5.9	11.4	2.9	15.3	4.4
	2	13.7	11.4	10.0	0.0	11.3	3.2	14.7	7.7	5.1	4.5	12.4	3.7	12.7	4.7
	3	17.9	12.4	5.2	▲0.7	11.4	2.9	14.6	8.8	12.6	5.8	9.1	2.4	12.9	5.6
	4	16.3	13.7	8.3	▲0.2	9.6	3.4	13.4	5.9	6.8	6.5	7.0	1.2	12.9	5.7
	5	12.9	14.3	2.8	▲0.2	4.5	3.5	6.9	5.9	6.0	5.8	6.0	2.8	8.2	4.7
	6	18.1	16.1	3.9	0.0	6.7	3.8	9.7	5.3	11.5	6.5	4.4	1.6	8.3	5.0
	7	25.1	16.7	5.6	▲0.4	9.1	4.3	10.4	3.2	8.2	7.0	11.1	2.4	8.7	4.8
8	21.8	18.5	3.5	0.0	6.0	4.0	5.8	3.7	1.1	5.0	9.9	2.8	5.9	4.5	
9	22.9	19.9	3.1	▲0.9	8.0	4.2	11.1	3.1	8.4	6.3	6.8	2.8	6.5	4.8	
10	27.2	23.9	2.0	▲1.3	9.9	8.0	10.2	2.6	8.7	5.6	4.5	1.6	3.6	3.5	
11	25.7	24.0	2.6	▲0.7	10.3	7.4	9.9	3.6	8.4	6.8	7.9	3.6	5.6	3.8	
12	24.0	24.6	4.6	▲0.2	11.0	8.0	8.5	3.0	9.8	9.3	9.9	5.2	5.4	4.0	
平成 29年 1月	10.1	21.9	4.4	0.2	8.9	8.1	8.9	2.5	8.4	8.6	9.1	5.2	4.5	3.1	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

兵庫 Hyogo		奈良 Nara		和歌山 Wakayama		鳥取 Tottori		島根 Shimane		岡山 Okayama		広島 Hiroshima		Year and Month		
店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments			
190,022	543	31,258	101	14,276	69	16,054	50	24,391	53	62,124	152	88,434	245	C.Y.	2014	Sales value (million yen) ・ Number of establishments
207,877	553	32,558	101	16,290	71	18,083	55	26,005	59	65,676	151	95,771	252		2015	
215,328	566	35,198	101	18,412	73	20,833	60	28,197	63	70,540	164	104,086	274		2016	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y.	2013	
193,125	542	31,333	95	14,419	69	16,119	51	24,383	55	62,234	149	88,750	243		2014	
209,914	554	32,978	100	16,753	70	18,773	56	26,508	60	66,445	155	97,407	256		2015	
53,874	553	8,553	101	4,170	71	5,004	55	6,778	59	17,147	151	25,536	252	Q4	2015	
51,071	554	8,148	100	4,368	70	4,706	56	6,528	60	16,354	155	24,291	256	Q1	2016	
53,826	557	8,699	100	4,675	72	5,186	58	7,100	62	17,646	159	25,575	267	Q2		
54,564	559	8,944	102	4,608	73	5,527	60	7,374	62	17,932	159	27,131	271	Q3		
55,867	566	9,407	101	4,761	73	5,414	60	7,195	63	18,608	164	27,089	274	Q4		
16,907	551	2,631	99	1,338	70	1,518	55	2,047	59	5,553	151	7,730	251	Nov.	2015	
19,506	553	3,190	101	1,468	71	1,815	55	2,420	59	6,261	151	9,491	252	Dec.		
16,636	551	2,641	101	1,446	69	1,487	55	2,052	60	5,263	153	7,640	254	Jan.	2016	
16,717	556	2,658	99	1,411	70	1,513	55	2,094	60	5,414	155	7,766	255	Feb.		
17,718	554	2,849	100	1,511	70	1,706	56	2,382	60	5,677	155	8,885	256	Mar.		
17,577	557	2,832	102	1,523	71	1,650	56	2,261	61	5,706	157	8,196	262	Apr.		
18,430	560	2,987	100	1,586	72	1,787	58	2,481	62	6,028	160	8,741	265	May		
17,819	557	2,880	100	1,566	72	1,749	58	2,358	62	5,912	159	8,638	267	Jun.		
19,317	557	3,119	100	1,587	72	1,969	60	2,659	62	6,284	161	9,917	268	Jul.		
18,209	558	2,977	103	1,500	73	1,855	60	2,488	62	6,150	161	8,887	269	Aug.		
17,038	559	2,848	102	1,521	73	1,703	60	2,227	62	5,498	159	8,327	271	Sep.		
18,202	562	3,060	101	1,538	73	1,766	60	2,331	63	6,114	163	8,587	269	Oct.		
17,461	562	2,899	101	1,504	74	1,650	60	2,179	63	5,757	163	8,186	270	Nov.		
20,204	566	3,448	101	1,719	73	1,998	60	2,685	63	6,737	164	10,316	274	Dec.		
16,991	568	2,946	102	1,627	73	1,669	61	2,268	64	5,859	164	8,314	274	Jan.	2017	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C.Y.	2014	Percentage change from the same month/term of the previous year (%)
7.8	2.4	8.5	6.3	14.1	2.9	12.6	10.0	6.6	11.3	6.5	0.7	9.2	4.1		2015	
3.6	2.4	8.1	0.0	13.0	2.8	15.2	9.1	8.4	6.8	7.4	8.6	8.7	8.7		2016	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y.	2013	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		2014	
7.5	2.2	8.6	5.3	16.2	1.4	16.5	9.8	8.7	9.1	7.4	4.0	10.4	5.3		2015	
7.5	2.4	9.4	6.3	11.0	2.9	18.8	10.0	6.4	11.3	5.2	0.7	5.1	4.1	Q4	2015	
4.2	2.2	5.4	5.3	11.9	1.4	17.2	9.8	8.3	9.1	4.9	4.0	7.2	5.3	Q1	2016	
4.2	1.6	7.9	3.1	10.0	4.3	15.3	11.5	6.4	12.7	6.0	6.0	7.3	7.7	Q2		
2.4	0.9	8.9	4.1	16.2	5.8	21.0	11.1	12.9	10.7	10.1	6.0	14.3	8.8	Q3		
3.7	2.4	10.0	0.0	14.2	2.8	8.2	9.1	6.2	6.8	8.5	8.6	6.1	8.7	Q4		
6.1	2.4	6.0	5.3	12.2	2.9	12.6	12.2	3.5	11.3	5.1	0.7	3.8	3.7	Nov.	2015	
5.6	2.4	9.5	6.3	5.5	2.9	16.0	10.0	3.2	11.3	4.4	0.7	5.1	4.1	Dec.		
5.2	2.6	7.6	6.3	11.1	0.0	12.6	7.8	4.1	13.2	2.9	2.0	5.6	5.0	Jan.	2016	
1.5	3.3	0.9	4.2	12.7	2.9	18.9	7.8	10.9	11.1	8.3	4.0	10.6	5.4	Feb.		
5.7	2.2	8.0	5.3	11.8	1.4	19.9	9.8	10.1	9.1	3.8	4.0	5.7	5.3	Mar.		
5.5	2.0	9.3	6.3	11.9	2.9	16.3	9.8	5.9	10.9	8.5	4.7	9.7	7.4	Apr.		
4.2	2.4	9.1	4.2	8.9	4.3	14.3	11.5	6.5	12.7	4.4	6.0	4.9	7.7	May		
2.7	1.6	5.3	3.1	9.4	4.3	15.5	11.5	6.8	12.7	5.3	6.0	7.5	7.7	Jun.		
5.3	1.5	9.9	3.1	16.8	4.3	27.3	15.4	17.7	12.7	11.8	7.3	15.7	7.6	Jul.		
▲0.6	1.8	6.9	5.1	12.5	5.8	22.8	15.4	12.2	12.7	9.5	7.3	13.8	8.0	Aug.		
2.5	0.9	10.0	4.1	19.5	5.8	12.8	11.1	8.4	10.7	8.7	6.0	13.2	8.8	Sep.		
4.2	1.8	12.0	2.0	12.8	4.3	5.7	9.1	0.9	8.6	14.6	9.4	3.3	7.6	Oct.		
3.3	2.0	10.2	2.0	12.4	5.7	8.7	9.1	6.4	6.8	3.7	7.9	5.9	7.6	Nov.		
3.6	2.4	8.1	0.0	17.1	2.8	10.1	9.1	11.0	6.8	7.6	8.6	8.7	8.7	Dec.		
2.1	3.1	11.5	1.0	12.5	5.8	12.2	10.9	10.5	6.7	11.3	7.2	8.8	7.9	Jan.	2017	

## 第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	山口 Yamaguchi		徳島 Tokushima		香川 Kagawa		愛媛 Ehime		高知 Kochi		福岡 Fukuoka		佐賀 Saga		
	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	
販売額 (百万円)	平成 26年	57,153	151	28,200	65	35,375	100	66,583	192	21,203	62	207,543	596	33,324	70
	27	62,964	168	30,107	66	37,445	104	71,107	198	23,724	67	225,637	614	36,784	75
	28	69,019	179	31,259	71	39,593	101	74,859	204	26,354	74	238,628	647	38,908	84
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	26	57,314	158	28,375	66	35,219	99	66,334	192	21,271	63	208,343	597	33,609	71
	27	64,585	171	30,038	67	38,155	103	72,709	198	24,404	66	229,043	616	37,230	82
	平成 27年10~12月	16,772	168	7,562	66	9,805	104	18,563	198	6,297	67	58,320	614	9,298	75
	平成 28年1~3月	16,068	171	7,215	67	9,319	103	17,833	198	6,059	66	56,416	616	9,065	82
	4~6	17,169	172	7,915	68	9,984	102	18,681	199	6,420	69	59,028	633	9,844	82
	7~9	17,819	175	8,071	69	10,153	100	19,049	201	6,900	71	60,740	640	10,061	83
	10~12	17,963	179	8,058	71	10,137	101	19,296	204	6,975	74	62,444	647	9,938	84
	平成 27年11月	5,065	167	2,380	66	3,137	103	5,882	197	2,015	66	18,171	611	2,899	75
	12	6,108	168	2,684	66	3,579	104	6,788	198	2,240	67	20,950	614	3,327	75
	平成 28年1月	5,121	169	2,356	67	3,128	102	5,849	198	2,021	67	18,134	616	2,915	80
	2	5,218	170	2,385	67	2,971	101	5,749	196	1,977	67	18,364	614	2,955	81
	3	5,729	171	2,474	67	3,220	103	6,235	198	2,061	66	19,918	616	3,195	82
	4	5,554	171	2,540	66	3,250	102	6,070	200	2,062	67	19,502	622	3,240	82
	5	5,913	172	2,746	67	3,434	102	6,399	198	2,165	68	19,921	628	3,350	82
	6	5,702	172	2,629	68	3,300	102	6,212	199	2,193	69	19,605	633	3,254	82
	7	6,373	173	2,836	68	3,634	102	6,699	199	2,378	71	20,912	634	3,493	82
8	5,952	173	2,732	68	3,404	102	6,496	200	2,386	71	20,411	637	3,437	82	
9	5,494	175	2,503	69	3,115	100	5,854	201	2,136	71	19,417	640	3,131	83	
10	5,806	176	2,649	70	3,344	100	6,333	201	2,272	72	20,165	639	3,248	83	
11	5,474	177	2,542	71	3,185	101	6,076	203	2,219	72	19,659	644	3,139	84	
12	6,683	179	2,867	71	3,608	101	6,887	204	2,484	74	22,620	647	3,551	84	
平成 29年1月	5,445	181	2,540	71	3,213	102	6,031	204	2,272	76	19,829	649	3,180	84	
前年(度・同期・同月) 比増減率 (%)	平成 26年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27	7.3	9.8	5.3	3.1	6.4	5.1	5.3	3.1	11.9	8.1	5.3	2.7	4.0	7.1
	28	9.6	6.5	3.8	7.6	5.7	▲2.9	5.3	3.0	11.1	10.4	5.8	5.4	5.8	12.0
	平成 25年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27	10.5	8.2	4.7	1.5	8.8	4.0	8.5	3.1	14.7	4.8	7.3	3.2	6.0	15.5
	平成 27年10~12月	10.0	9.8	4.8	3.1	7.1	5.1	5.2	3.1	14.1	8.1	4.9	2.7	3.2	7.1
	平成 28年1~3月	11.2	8.2	▲0.9	1.5	8.2	4.0	9.9	3.1	12.6	4.8	6.4	3.2	5.2	15.5
	4~6	9.8	6.8	3.4	3.0	6.0	2.0	3.0	2.6	8.4	7.8	4.3	4.5	3.7	13.9
	7~9	10.6	7.4	6.1	4.5	5.6	▲2.0	4.8	2.6	12.6	10.9	5.3	5.6	7.4	12.2
	10~12	7.1	6.5	6.6	7.6	3.4	▲2.9	3.9	3.0	10.8	10.4	7.1	5.4	6.9	12.0
	平成 27年11月	9.1	9.9	3.7	4.8	7.7	4.0	7.4	3.1	15.9	6.5	5.3	2.5	1.0	7.1
	12	8.3	9.8	2.7	3.1	7.4	5.1	4.3	3.1	9.3	8.1	2.7	2.7	4.0	7.1
	平成 28年1月	8.7	10.5	1.2	4.7	9.8	2.0	8.1	3.1	11.5	8.1	4.9	3.7	4.3	12.7
	2	14.1	11.8	▲6.9	3.1	6.9	2.0	10.8	2.1	15.3	9.8	8.6	2.8	7.0	14.1
	3	11.0	8.2	3.4	1.5	8.0	4.0	10.7	3.1	11.3	4.8	5.9	3.2	4.4	15.5
	4	14.0	7.5	5.0	0.0	8.7	3.0	5.0	3.6	8.5	6.3	5.9	3.8	5.7	13.9
	5	8.3	6.8	3.2	1.5	5.1	2.0	1.7	2.1	7.7	6.3	3.4	4.1	2.2	13.9
	6	7.6	6.8	2.0	3.0	4.4	2.0	2.4	2.6	9.1	7.8	3.7	4.5	3.2	13.9
	7	14.9	8.1	9.2	3.0	11.5	2.0	8.7	2.1	15.8	10.9	6.7	4.6	10.2	13.9
8	8.4	6.1	4.6	3.0	4.1	2.0	4.7	2.6	11.9	10.9	5.1	4.8	6.2	10.8	
9	8.3	7.4	4.6	4.5	1.0	▲2.0	0.9	2.6	10.0	10.9	4.0	5.6	5.6	12.2	
10	3.7	6.0	6.0	6.1	8.3	▲2.9	7.5	1.5	11.3	9.1	5.0	5.3	5.7	10.7	
11	8.1	6.0	6.8	7.6	1.5	▲1.9	3.3	3.0	10.1	9.1	8.2	5.4	8.3	12.0	
12	9.4	6.5	6.8	7.6	0.8	▲2.9	1.5	3.0	10.9	10.4	8.0	5.4	6.7	12.0	
平成 29年1月	6.3	7.1	7.8	6.0	2.7	0.0	3.1	3.0	12.4	13.4	9.3	5.4	9.1	5.0	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

長崎 Nagasaki		熊本 Kumanoto		大分 Oita		宮崎 Miyazaki		鹿児島 Kagoshima		沖縄 Okinawa		Year and Month	
店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments			
43,863	105	70,596	144	47,036	92	52,267	119	67,097	173	16,798	50	C.Y.	2014
47,506	111	73,415	156	51,545	105	54,659	121	68,098	174	20,192	51		2015
53,309	116	80,632	162	56,013	111	58,065	121	73,045	184	22,897	55		2016
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y.	2013
42,547	106	69,526	148	46,942	100	51,682	120	65,711	176	16,998	50		2014
49,943	111	75,538	158	53,033	107	55,826	119	69,254	179	21,505	53		2015
12,957	111	19,297	156	13,659	105	14,271	121	17,650	174	5,400	51	Q4	2015
12,290	111	18,686	158	13,084	107	13,676	119	17,014	179	5,653	53	Q1	2016
13,439	113	20,199	155	14,221	108	14,451	118	18,378	179	6,054	54	Q2	
13,809	113	21,062	160	14,464	109	14,968	120	18,972	182	5,565	53	Q3	
13,771	116	20,685	162	14,244	111	14,970	121	18,681	184	5,625	55	Q4	
4,051	111	5,976	154	4,251	105	4,412	121	5,546	173	1,795	51	Nov.	2015
4,645	111	7,000	156	4,944	105	5,170	121	6,249	174	1,804	51	Dec.	
3,977	109	6,085	158	4,270	105	4,472	120	5,563	177	1,826	52	Jan.	2016
3,980	109	6,089	158	4,237	105	4,461	119	5,582	177	1,891	53	Feb.	
4,333	111	6,512	158	4,577	107	4,743	119	5,869	179	1,936	53	Mar.	
4,385	112	6,522	158	4,717	107	4,798	117	5,997	178	1,895	53	Apr.	
4,599	113	6,917	157	4,809	108	4,893	117	6,275	179	2,093	54	May	
4,455	113	6,760	155	4,695	108	4,760	118	6,106	179	2,066	54	Jun.	
4,799	113	7,236	157	4,985	109	5,142	118	6,468	179	1,811	53	Jul.	
4,736	113	7,163	157	4,962	109	5,097	117	6,456	179	1,902	53	Aug.	
4,274	113	6,663	160	4,517	109	4,729	120	6,048	182	1,852	53	Sep.	
4,469	114	6,798	161	4,680	110	4,850	120	6,141	182	1,917	54	Oct.	
4,300	116	6,414	161	4,443	111	4,675	122	5,861	182	1,835	54	Nov.	
5,002	116	7,473	162	5,121	111	5,445	121	6,679	184	1,873	55	Dec.	
4,318	116	6,500	163	4,564	112	4,737	121	5,920	185	1,746	56	Jan.	2017
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C.Y.	2014
5.6	5.7	2.6	9.1	6.5	11.7	1.8	0.0	▲1.0	▲0.6	19.8	8.5		2015
12.2	4.5	9.8	3.8	8.7	5.7	6.2	0.0	7.3	5.7	13.4	7.8		2016
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y.	2013
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		2014
15.1	4.7	7.6	6.8	10.5	7.0	5.8	▲0.8	3.5	1.7	26.2	6.0		2015
16.0	5.7	5.3	9.1	9.7	11.7	3.0	0.0	2.1	▲0.6	24.3	8.5	Q4	2015
24.7	4.7	12.8	6.8	12.8	7.0	9.3	▲0.8	7.3	1.7	30.3	6.0	Q1	2016
11.9	6.6	8.9	2.6	10.7	5.9	6.2	▲3.3	8.3	1.1	17.7	3.8	Q2	
8.8	4.6	10.8	6.0	7.6	4.8	4.9	▲0.8	7.7	3.4	4.8	8.2	Q3	
6.3	4.5	7.2	3.8	4.3	5.7	4.9	0.0	5.8	5.7	4.2	7.8	Q4	
9.7	6.7	5.0	8.5	9.6	11.7	3.2	0.0	2.9	▲1.1	27.7	8.5	Nov.	2015
25.8	5.7	4.1	9.1	8.3	11.7	1.3	0.0	0.2	▲0.6	14.5	8.5	Dec.	
31.7	3.8	6.2	10.5	9.2	9.4	2.5	0.8	0.6	1.1	19.3	8.3	Jan.	2016
21.7	2.8	17.8	8.2	15.6	6.1	13.7	▲0.8	11.4	0.6	36.9	10.4	Feb.	
21.6	4.7	15.0	6.8	13.9	7.0	12.3	▲0.8	10.4	1.7	35.6	6.0	Mar.	
24.6	5.7	15.2	6.8	19.3	5.9	14.6	▲3.3	15.1	1.1	33.4	6.0	Apr.	
6.6	6.6	5.3	4.0	6.4	6.9	1.8	▲4.1	4.6	1.1	15.6	5.9	May	
6.7	6.6	7.0	2.6	7.5	5.9	3.1	▲3.3	6.0	1.1	8.1	3.8	Jun.	
11.8	6.6	12.4	3.3	9.1	4.8	7.1	▲3.3	8.0	1.1	▲0.7	1.9	Jul.	
10.1	5.6	9.9	3.3	6.1	5.8	2.7	▲4.1	7.8	1.7	7.1	10.4	Aug.	
4.4	4.6	10.2	6.0	7.4	4.8	5.0	▲0.8	7.1	3.4	8.3	8.2	Sep.	
4.9	5.6	7.5	5.2	4.8	5.8	3.4	▲0.8	4.9	3.4	6.4	8.0	Oct.	
6.1	4.5	7.3	4.5	4.5	5.7	6.0	0.8	5.7	5.2	2.2	5.9	Nov.	
7.7	4.5	6.8	3.8	3.6	5.7	5.3	0.0	6.9	5.7	3.8	7.8	Dec.	
8.6	6.4	6.8	3.2	6.9	6.7	5.9	0.8	6.4	4.5	▲4.4	7.7	Jan.	2017

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

Percentage change from the same month/term of the previous year (%)



## 第4表 商品別期末商品手持額、在庫率及び前年同期末比増減率

Table4 Commodity stocks and inventory ratio by goods and the percentage change from the same term of the previous year

	年期末	商品手持額										Year and Month					
		Commodity Stocks	調剤医薬品 Dispensing pharmaceutical products	OTC医薬品 Over the counter medical products	ヘルスケア用品 (衛生用品)・ 介護・ベビー Health care (sanitary goods), nursing care, and baby products	健康食品 Health foods	ビューティケア (化粧品・小物) Beauty care (cosmetic products and goods)	トイレタリー Toiletry goods	家庭用品・日用 消耗品・ペット用品 Household utensils, daily necessities, pet products	食品 Food	その他 others						
商品手持額	平成 27 年 12 月	754,129	35,908	122,218	51,100	32,862	196,074	73,553	99,521	122,818	20,075	Q4 2015	Value (million yen)	Commodity stocks			
	平成 28 年 3 月	729,380	33,347	116,552	50,194	32,382	194,341	70,709	95,059	117,520	19,276	Q1 2016					
	6	740,175	32,516	118,191	49,443	33,297	194,964	73,197	98,464	120,974	19,129	Q2					
	9	738,426	32,326	119,251	49,264	33,565	195,129	70,849	98,011	120,386	19,645	Q3					
	12	812,002	34,729	131,029	54,860	35,043	207,408	78,317	112,405	135,728	22,483	Q4					
	前年同期末比増減率 (%)	平成 27 年 12 月	5.2	13.9	▲1.8	5.0	6.6	▲5.2	2.2	11.4	29.9	10.2			Q4 2015	Percentage change from the previous year (%)	Commodity stocks
	平成 28 年 3 月	6.6	12.1	▲0.8	8.5	6.0	▲5.3	4.2	18.8	31.5	9.8	Q1 2016					
	6	9.5	2.2	2.2	6.7	11.2	▲2.9	9.7	17.9	42.4	18.2	Q2					
	9	7.7	1.8	4.7	6.1	5.8	8.0	4.4	12.8	11.2	9.5	Q3					
	12	7.7	▲3.3	7.2	7.4	6.6	5.8	6.5	12.9	10.5	12.0	Q4					
商品在庫率	平成 27 年 12 月	150.8	105.7	167.0	139.4	199.2	253.7	148.4	127.3	100.7	158.5	Q4 2015	Inventory ratio (%)	Inventory ratio			
	平成 28 年 3 月	153.7	92.5	161.7	143.2	201.6	279.3	156.1	138.8	97.1	179.6	Q1 2016					
	6	154.3	106.4	175.5	152.3	197.5	270.8	151.4	130.8	96.3	172.9	Q2					
	9	161.5	110.3	185.3	163.3	211.8	288.1	158.3	135.6	98.7	182.0	Q3					
	12	153.7	106.3	169.5	146.9	203.5	256.8	154.8	133.8	100.6	168.0	Q4					
	前年同期末比増減率 (%)	平成 27 年 12 月	▲0.5	7.7	▲4.4	1.0	▲0.5	▲12.8	▲1.6	7.2	19.9	8.5			Q4 2015	Percentage change from the previous year (%)	Inventory ratio
	平成 28 年 3 月	▲1.2	▲3.3	▲7.3	▲0.2	2.6	▲10.0	0.1	11.1	19.4	1.8	Q1 2016					
	6	3.6	2.0	▲0.6	6.2	10.9	▲6.7	3.1	9.8	28.7	12.3	Q2					
	9	2.3	1.9	4.3	7.6	5.5	3.0	1.0	4.5	▲0.2	0.9	Q3					
	12	1.9	0.6	1.5	5.4	2.2	1.2	4.3	5.1	▲0.1	6.0	Q4					

注1: 在庫率=期末商品手持額 / 月間商品販売額 × 100

注2: 前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

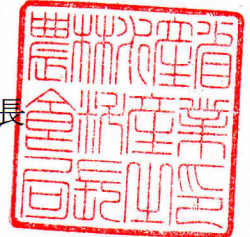
Note1: Inventory ratio = value of commodity stocks at the end of term / value of commodity monthly sales x 100

Note2: The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

28食産第6239号  
20170330商局第1号  
平成29年3月31日

日本チェーンドラッグストア協会 会長 殿

農林水産省食料産業局長



経済産業省大臣官房商務流通保安審議官



**「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～」の策定について**

貴会及び傘下会員の皆様方におかれましては、日頃から食料産業行政の推進に特段の御尽力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、農林水産省では、今般、豆腐・油揚製造業者と小売業者との取引関係において、問題となり得る事例を提示し、できるだけわかりやすい形で下請法や独占禁止法の考え方を示すことにより、取引上の法令違反を未然防止する観点から、別添のとおり「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～」を策定しました。

下請適正取引等の推進のためのガイドラインについては、これまで、16業種を対象に策定されていますが、食品製造業や小売業に関するものは策定されていませんでした。こうした中、まずは、加工食品の中でも、いわゆる日配品で日持ちがせず、店頭での特売の対象となりやすい豆腐・油揚製造業に着目し、納品先との取引について実態把握を行ったところ、下請法や独占禁止法といった関係法令に抵触するおそれのある取引事例が報告されました。

このため、関係法令の遵守を徹底し、健全な取引慣行を幅広く普及するための取組を、小売業者及び豆腐・油揚製造業者双方に御理解いただくことが重要との考えから、今般、関係業界団体の御協力の下、本ガイドラインを策定したところです。

農林水産省及び経済産業省としても、適正な取引の推進に向け、関係業界団体の

要望に応じて説明会を行っていくほか、別紙の資料（チラシ）により周知を行い、本ガイドラインの普及を図っていく考えです。

貴団体におかれましては、ホームページへのリンクの掲載、機関誌への資料（チラシ）の掲載など、会員企業等に対して、本ガイドラインの周知に御協力をお願いしたく、また、傘下会員企業等に対し、本ガイドラインを参考に、自社の取引慣行の改善を図っていただくよう、働きかけを行っていただきますようお願いいたします。

また、今後は、豆腐・油揚製造業に引き続いて、牛乳・乳製品に関して同様の取組を進め、その後、必要に応じて食品全般も網羅した取組を実施することを検討しておりますが、ガイドラインの策定・充実に当たっては、関係業界の御意見を伺いつつ、必要性和緊急性に鑑みて検討していきたいと考えておりますので、小売業界の団体におかれても、健全で適正な取引の推進に向け、引き続き御協力の程、お願いいたします。



# 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚げ製造業～ ができました

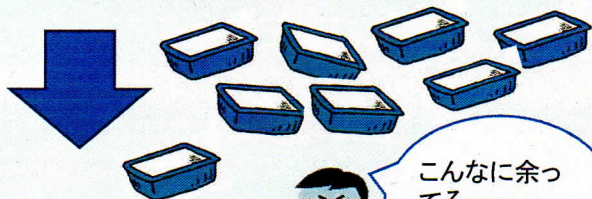


- 豆腐製造業を対象とした食品製造業と小売業との適正取引の推進を目指した「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～豆腐・油揚げ製造業～」を策定しました。
- 昨今、問題となる事例は減少傾向にありますが、本ガイドラインは、独占禁止法や下請法に関して、問題となり得る事例と望ましい取引実例11項目をわかりやすく掲載し、トラブルの未然防止を図っています。

## 包材(フィルム等)の費用負担

### <問題となり得る事例>

- PB商品の販売打ち切りにより、一括購入した包装フィルムの購入費を小売業者に求めたが、受け入れられない。



### <望ましい取引実例>

- あらかじめ十分な協議を行い、フィルム購入に要した費用を小売業者が負担することを契約書に明記。

## 合理的な根拠のない価格決定

### <問題となり得る事例>

- 小売店が「円高還元セール」を実施するため、取引価格引き下げを通知され、一方的に価格を決められた。



### <望ましい取引実例>

- 一方的な取引が行われないよう、原価、物流費等の内訳を基に価格決定し、合意内容を書面で取り交わした。

## 物の購入強制

### <問題となり得る事例>

- 小売業者の営業担当者から、前年実績を引き合いに出しつつ、季節商品の購入数量の報告を求められ、断れない。



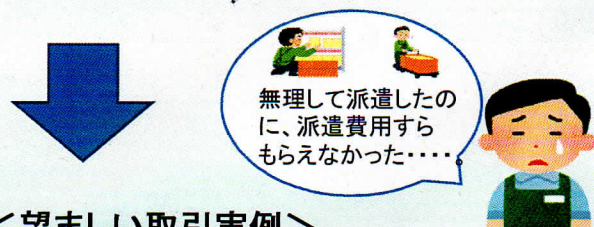
### <望ましい取引実例>

- 小売業者からの一方的な斡旋をなくした。

## 派遣、役務の提供

### <問題となり得る事例>

- 小売業者の要請で、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、派遣費用の支払いがなかった。



### <望ましい取引実例>

- 小売業者が要請を行う際、派遣費用の支払いはもとより、曜日の選択など要請を受けられるか十分協議の上で決定。

取引が改善されない場合は、  
匿名でも相談できます。

### <下請かけこみ寺相談窓口>

フリーダイヤル

0120-418-618

(最寄りの「下請かけこみ寺」につながります)

### <詳しいガイドラインは>

農林水産省HPで、ご覧になれます。

(URL)

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/tekiseitorihiki.html>

### <このチラシのお問合先>

農林水産省 食料産業局 企画課

電話(直通) 03-6744-2065

食品関係で  
初！！

食品製造業・小売業の

# 適正取引推進ガイドライン

～豆腐・油揚製造業～

## 紹介動画放映中！！



豆腐屋さん和小売店との商売上の取引が、  
独占禁止法の「優越的地位の濫用」などに該当しないよう、  
適正な取引を促すためのガイドラインを策定しました。  
ぜひ、ご覧ください。

動画制作

農林水産省 食料産業局  
企画課

豆腐 適正取引

検索 🔍

動画はこちらからご覧いただけます→





消 安 全 第 9 4 号

事 務 連 絡

平 成 29 年 3 月 30 日

日本チェーンドラッグストア協会

御担当者 殿

消費者庁消費者安全課長



平成 29 年度における食品安全をテーマとしたリスクコミュニケーション等の  
取組の支援について(お知らせとお願い)

貴会におかれましては、日ごろより食品に関する消費者の安全・安心の確保のため、積極的な取組を進めておられますことに心から敬意を表します。

1 消費者庁のこれまでの取組

消費者庁では、「食品安全基本法」及び「消費者庁及び消費者委員会設置法」に基づき、食品安全をテーマとしたリスクコミュニケーションに積極的に取り組んでいます。

今般、これまで消費者庁が実施したさまざまなテーマの食品に関するリスクコミュニケーションの取組を検証し、課題を整理した上で、今後の取組方向を検討するため、「食品に関するリスクコミュニケーション研究会」を開催し、報告書をまとめました。(別紙2参照)。

消費者庁では、次年度以降、この報告書に従い、次のとおり、「地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援」、「多様な主体・多様な形式のリスクコミュニケーションの実施の支援」に関して以下の協力・支援を実施します。

2 平成 29 年度における当庁の協力・支援

- (1) 消費者庁では、消費者が正確な情報を得て食品に係るリスクの現状を理解し、自らの判断で主体的な消費行動を行うことが重要と考えます。

このため、平成 29 年度も引き続き、貴会が、以下のようなリスクコミュニケーションに積極的に取り組むことを支援するため、別表に記載のある協力・支援を行う予定です。

- i) 食品安全に関する意見交換会等の開催
- ii) 多くの参加者の来場が見込める各地方公共団体が開催する既存のイベント等におけるリスクコミュニケーションの実施

(2) 消費者が食品に不安を感じる要因の一つとして、近年では食品の生産・製造の場と消費の場が分離し、食品の製造工程を消費者が詳しく知らないことが研究会において指摘されました。

このため、消費者庁は、貴会会員の事業者等が貴会又は地方公共団体等と連携して実施する消費者向け工場見学等を実施する機会に、行政担当者や専門家を派遣・紹介し、食品衛生等について情報提供・意見交換を行う等の協力・支援を行う予定です。

貴会におかれましては、傘下の会員業者に本件を広く周知していただきますとともに、会員業者から消費者向け工場見学等の開催について相談があった場合は、当庁又は地方公共団体の消費者行政部局に前広に御相談くださいますようお願い申し上げます。

なお、当該取組については、地方公共団体にも別添の通り通知しておりますので、御参考までに御覧ください。

(表) 平成 29 年度における消費者庁の主な協力・支援内容

	当庁と共催の場合	当庁と共催でない場合
講 師	講師への旅費及び諸謝金を、当庁の内規に従い一部又は全部負担(当庁の職員の派遣も可能)	外部講師紹介 (当庁職員の派遣も可能)
会場借料	一部(又は全部)の負担が可能 (上記2(1) ii のイベント開催及び出展に係る費用を除く)	—
その他	・意見交換会開催に係る運営マニュアル等の提供 ・テーマが「食品中の放射性物質」の場合には、「食品と放射能Q&A」の配布等	・意見交換会開催に係る運営マニュアル等の提供 ・テーマが「食品中の放射性物質」の場合には、「食品と放射能Q&A」の配布等

- (注) 1 旅費及び諸謝金は、「平成 29 年度諸謝金の使用基準(各府省申し合わせ事項)」に従い算出した金額となります。
- 2 共催の場合の講師の人選は、当庁と協議してください。
- 3 当日の議題によっては、当庁の職員が講師を務めることもできます。
- 4 共催の相手方に対しては、金銭以外の応分の負担(例:会場手配、参加者募集事務、当日の運営等)をお願いする予定です。
- 5 運営マニュアル等とは、意見交換会開催時に必要となる進行シナリオ、会場レイアウト、運営担当表等のことですので、参考としてください。
- 6 開催日まで十分な時間が確保されない等の理由で、御希望に添えない場合も想定されます。御希望の日時等については、余裕を持って御相談願います。

本件に関する問い合わせ先  
 消費者庁 消費者安全課  
 石川、石亀、大浦、野田、柳田  
 TEL : 03(3507)9280 (直通)  
 Mail to : [g.anzenshoku@caa.go.jp](mailto:g.anzenshoku@caa.go.jp)





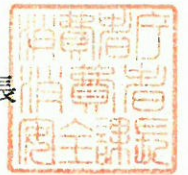
(別添)

消 安 全 第 5 7 号  
事 務 連 絡  
平 成 2 9 年 3 月 1 日

各都道府県・政令指定都市

消費者行政担当課長 殿

消費者庁消費者安全課長



平成 29 年度における食品安全をテーマとしたリスクコミュニケーション等の  
取組について(お知らせとお願い)

各地方公共団体におかれましては、日ごろより食品に関する消費者の安全・安心  
の確保のため、積極的な取組を進めておられますことに心から敬意を表します。

#### 1 消費者庁のこれまでの取組

消費者庁では、「食品安全基本法」及び「消費者庁及び消費者委員会設置法」に  
基づき、食品安全をテーマとしたリスクコミュニケーションに積極的に取り組んでいます。

これまでも、関係府省や地方公共団体等と連携し「食品中の放射性物質」、「いわ  
ゆる健康食品」、「食中毒」等、消費者の関心の高いテーマについて、行政機関、有識  
者及び消費者の方々による双方向の意見交換会等を開催してきました(別紙1参考①  
参照)。

今般、これまで消費者庁が実施したさまざまなテーマの食品に関するリスクコミュニ  
ケーションの取組を検証し、課題を整理した上で、今後の取組方向を検討するため、  
「食品に関するリスクコミュニケーション研究会」を開催し、報告書をまとめました。(別  
紙2参照)。

消費者庁では、次年度以降、この報告書に従い、次のとおり、「地方公共団体等が  
行うリスクコミュニケーションの支援」、「多様な主体・多様な形式のリスクコミュニ  
ケーションの実施の支援」に関して以下の協力・支援を実施します。

## 2 平成 29 年度における当庁の協力・支援

- (1) 消費者庁では、消費者が正確な情報を得て食品に係るリスクの現状を理解し、自らの判断で主体的な消費行動を行うことが重要と考えます。

このため、平成 29 年度も引き続き、地方公共団体等が、以下のようなリスクコミュニケーションに積極的に取り組むことを支援するため、別表に記載のある協力・支援を行う予定です。

i) 食品安全に関する意見交換会等の開催

ii) 多くの参加者の来場が見込める各地方公共団体が開催する既存のイベント等におけるリスクコミュニケーションの実施

- (2) 消費者が食品に不安を感じる要因の一つとして、近年では食品の生産・製造の場と消費の場が分離し、食品の製造工程を消費者が詳しく知らないことが研究会において指摘されました。

このため、消費者庁は、事業者が地方公共団体等と連携して実施する消費者向け工場見学等の機会に、行政担当者や専門家を派遣・紹介し、食品衛生等について情報提供・意見交換を行う等の協力・支援を行う予定です。

各地方公共団体におかれましては、事業者から地方公共団体と連携して実施する消費者向け工場見学等の開催について相談があった場合は、前広に御相談ください。

- (3) 各御担当におかれましては、次年度の業務計画策定の際に、リスクコミュニケーション等の開催を計画する際には、下表及び別紙の内容を参考に当庁との連携の可能性について御検討いただき、前広に御相談くださいますようお願いいたします。

また、都道府県、政令指定都市、特別区におかれましては、食品衛生部局等、食品安全に関するリスクコミュニケーションを担当する部局等が別にある場合には、本事務連絡の回付をよろしく申し上げます。

(表) 平成 29 年度における消費者庁の主な協力・支援内容

	当庁と共催の場合	当庁と共催でない場合
講師	講師への旅費及び諸謝金を、当庁の内規に従い一部又は全部負担(当庁の職員の派遣も可能)	外部講師紹介 (当庁職員の派遣も可能)
会場借料	一部(又は全部)の負担が可能 (上記(1) ii のイベント開催及び出展に係る費用を除く)	—
その他	・意見交換会開催に係る運営マニュアル等の提供 ・テーマが「食品中の放射性物質」の場合には、「食品と放射能Q&A」の配布等	・意見交換会開催に係る運営マニュアル等の提供 ・テーマが「食品中の放射性物質」の場合には、「食品と放射能Q&A」の配布等

- (注) 1 旅費及び諸謝金は、「平成 29 年度諸謝金の使用基準(各府省申し合わせ事項)」に従い算出した金額となります。
- 2 共催の場合の講師の人選は、当庁と協議してください。
- 3 当日の議題によっては、当庁の職員が講師を務めることもできます。
- 4 共催の相手方に対しては、金銭以外の応分の負担(例:会場手配、参加者募集事務、当日の運営等)をお願いする予定です。
- 5 運営マニュアル等とは、意見交換会開催時に必要となる進行シナリオ、会場レイアウト、運営担当表等のことですので、参考としてください。
- 6 開催日まで十分な時間が確保されない等の理由で、御希望に添えない場合も想定されます。御希望の日時等については、余裕を持って御相談願います。

本件に関する問い合わせ先

消費者庁 消費者安全課




石川、石亀、大浦、野田、柳田

TEL : 03(3507)9280(直通)

Mail to : [g.anzenshoku@caa.go.jp](mailto:g.anzenshoku@caa.go.jp)

# ○ リスクコミュニケーションの開催形式、発生する作業内容等

開催地の意向や地域差、ニーズに応じたリスクリスクコミュニケーションを実施します。この他の形式についてもご相談ください。

開催形式の例		シンポジウム形式	教室形式	小人数形式
開催概要	開催イメージ			
	規模	100～200人程度	50～100人程度	25人以下
	参加対象	一般消費者を中心に広く募集	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般消費者</li> <li>消費者への波及効果が高い層（消費生活相談員、地方公共団体が有するモニター等、職員・関係者等）など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般消費者</li> <li>消費者への波及効果が高い層（消費生活相談員、地方公共団体が有するモニター等、職員・関係者等）など</li> </ul>
	開催の内容	有識者、専門家、行政担当者、消費者等がそれぞれの視点から報告を行い、現状や課題について意見交換・質疑応答を行う。	シンポジウム形式の内容をやや小人数で行い、参加者の関心事項に応じて意見交換・質疑応答を行う。	有識者、行政担当者等が参加者と同じテーブルに付き、参加者全員の発言が可能となるような意見交換を行う。
発生する作業内容等	参加者の募集	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方公共団体HPへの開催案内掲載</li> <li>関係団体への周知</li> <li>開催案内の配布 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方公共団体HPへの開催案内掲載</li> <li>関係団体への周知</li> <li>開催案内の配布 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方公共団体HPへの開催案内掲載</li> <li>関係団体への周知</li> <li>開催案内の配布 など</li> </ul>
	当日の会場運営	地方公共団体から1～2名	地方公共団体から1～2名	地方公共団体から1名
	その他	講演いただく有識者、パネルディスカッションに登壇するパネリスト、コーディネーター等の候補紹介	講演いただく有識者、パネルディスカッションに登壇するパネリスト、コーディネーター等の候補紹介	参加いただく有識者、コーディネーター等の候補紹介

## ○ 消費者庁がこれまでに実施・支援した意見交換会のテーマ等

- ・食品中の放射性物質に関する意見交換会等については下記URL参照  
[http://www.caa.go.jp/jisin/r\\_index.html](http://www.caa.go.jp/jisin/r_index.html)
- ・その他の食品安全に関するテーマの意見交換会等については、下表及び下記URL参照  
[http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_safety/food\\_safety/index.html#risk\\_communication](http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/index.html#risk_communication)

開催日	共催自治体、団体	開催テーマ	開催形式
平成27年7月14日(火)	岡山県、岡山市、倉敷市、公益社団法人日本食品衛生協会	食中毒予防	教室形式
平成27年11月17日(火)	名古屋市、公益社団法人日本食品衛生協会	ノロウイルスによる食中毒予防	教室形式
平成27年12月10日(木)	横浜市、公益社団法人日本食品衛生協会	ノロウイルスによる食中毒予防	教室形式
平成28年2月8日(月)	習志野市、習志野市消費生活研究会	食品などに含まれる化学物質と健康被害	教室形式
平成28年11月22日(火)	岐阜県、岐阜市、岐阜県食品衛生協会	輸入食品の安全性	シンポジウム形式
平成29年1月15日(日)	徳島県	健康食品との付き合い方を考える	シンポジウム形式
平成29年2月9日(木)	習志野市、習志野市消費生活研究会	健康食品(トクホや機能性表示食品との違い)	教室形式
平成29年2月18日(土)	茨城県土浦保健所	食品添加物	教室形式

## ○ 消費者庁との共催の例（平成28年度）

消費者庁等と地方公共団体が共催したリスクコミュニケーションの例をご紹介します。

### ○例1（シンポジウム形式）

開催日	平成28年12月17日（土）
共催自治体	名古屋市
開催テーマ	知ろう！考えよう！食品中の放射性物質
開催形式	シンポジウム形式
参加対象	一般消費者
参加者募集	・消費者庁及び名古屋市HP、名古屋市の広報誌、メールマガジン等で募集 ・名古屋市内の消費者・事業者団体等への案内 ・市民情報センター、図書館等でのチラシ配架
参加者数	174名
講師数	コーディネーター：1名 講演及びパネラー：4名 ※その他、パネラーとして、消費者庁職員、名古屋市職員が各1名登壇
当日の運営担当者数	名古屋市：6名
開催準備に必要な人数	名古屋市：3名 消費者庁：1名

### ○例2（教室形式）

開催日	平成29年2月18日（土）
共催自治体	茨城県土浦保健所
開催テーマ	食品添加物
開催形式	教室形式
参加対象	一般消費者
参加者募集	・茨城県土浦保健所、茨城県保健福祉部生活衛生課HPで募集 ・近隣公民館等公共施設にチラシ配布
参加者数	40名
講師数	講演及びパネラー：1名 パネラー：1名 ※その他、質疑応答対応として、消費者庁職員、茨城県職員が各1名登壇
当日の運営担当者数	茨城県土浦保健所：6名
開催準備に必要な人数	茨城県土浦保健所：1名 消費者庁：1名

# ○ 提供可能な食品中の放射性物質に関する冊子等

## ■ 説明の重点

- ・ 放射性物質、放射線、放射能の基礎知識
- ・ 食品中の放射性物質の基準値
- ・ モニタリング検査の概要、検査結果の動向
- ・ 食卓への影響の実態

## ■ 消費者の主な関心事項

- ・ 基準値設定の根拠
- ・ 生産現場における低減対策
- ・ 検査体制の充実
- ・ 市場に流通している食品の安全性
- ・ 汚染水漏洩問題による水産物等への影響

## ■ 分かりやすい情報提供のためのツール

◎ 必要部数をご連絡頂ければ冊子を送付します！



解説冊子  
「食品と放射能  
Q&A」  
23年5月～改訂第10版  
約15万7千部(約1千カ  
所)  
※福島県内には基金  
を活用し全戸配布(約  
70万部)



解説冊子  
「食品と放射能  
Q&Aミニ」  
27年3月～改訂第2版  
「食品と放射能Q&A」  
を踏まえ、最新の情報  
を盛り込み分かりやすい  
内容としたパンフレット  
を新たに配布。



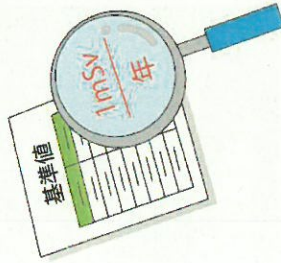
リーフレット  
「食べ物放射性物質  
のはなし」  
4省庁連携の3回シリーズ  
でそれぞれポスター約2万  
カ所分、リーフレット約92  
万部を作成・配布



政府インターネットテレビ  
「福島第一原子力発電所の  
事故から2年～食品中の  
放射性物質は今どうなっ  
ているの?～」

## 放射性セシウムの基準値

食品群	基準値 (Bq/kg)
飲料水	10
牛乳	50
一般食品	100
乳児用食品	50



＜本件に関する問い合わせ先＞ 消費者庁 消費者安全課 石川、石亀、大浦、野田  
TEL : 03(3507)9280(直通) Mail to : g.anzenshoku@caa.go.jp

# (参考①)消費者庁が行うリスクコミュニケーション

食品安全基本法第21条第1項に基づく基本的事項に定義される、「リスクコミュニケーションの事務の調整」という観点から、消費者庁では、以下のテーマ等に関するリスクコミュニケーションを実施しています。

## 1 BSE／放射能／健康食品／輸入食品 等

主なテーマ	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度 (12月末時点)	テーマ別 合計
食品中の放射 性物質	45	175	99	99	100	69	587
牛海綿状脳 症(BSE)	—	2	2	—	—	2	6
健康食品	3	—	3	2	2	—	10
輸入食品	—	3	—	—	—	—	3
農薬	—	—	—	1	2	—	3
食中毒	—	—	—	—	4	—	4
その他(※)	—	—	—	—	3	—	3
年度別合計	48	180	104	102	111	71	616

※食品リスクの考え方、食品安全全般など

## 2 このうち、食品中の放射性物質に関しては、風評被害の防止を目的とした「消費者理解増進チーム」の取組の一環として、取組みを強化している。

※「消費者理解増進チーム」

森大臣(消費者及び食品安全担当)が大匠就任時に安倍総理から受けた総理指示に基づき、平成25年1月から庁内に、審議官をチームリーダーとする「消費者理解増進チーム」が設置されている。  
(構成員:審議官、消費者政策課長、消費者安全課長、消費者教育・地方協力課長ほか)





## (参考②)消費者庁が参加した既存イベントでのリスコミ例

### ■ 夏休み2016 宿題・自由研究大作戦

主催：（一社）日本能率協会  
概要：

参加企業・団体が一堂に会し、小学生とその保護者に対して、自社の取組・製品・サービス等に関連した学習・体験プログラムを提供し、夏休みの宿題・自由研究に活用してもらおうもの。消費者庁は、食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省と連携し、ワークショップ等を行うブースを出展。通常の意見交換会では参加が得にくい層に対して食品安全全般について、リスコムニケーションを行うことができた。

[http://www.caa.go.jp/jisin/r\\_commu/summer\\_2016\\_open.html](http://www.caa.go.jp/jisin/r_commu/summer_2016_open.html)



会場	東京(3日)	仙台(2日)	大阪(3日)	合計(8日)
ブース来場者	1,853	1,004	2,050	4,907
ワークショップ	1,427	904	1,374	3,705
ステージ※ (意見交換会)	96	87	125	308
総来場者	21,180	5,596	7,903	34,679

※食品中の放射性物質をテーマとして実施

ステージ(意見交換会)参加者年代別構成

合計	～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代～	無回答
133	2	0	34	75	14	0	1	7

※アンケートは保護者を対象として実施

食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書

-消費者庁が実施する食品に関する

リスクコミュニケーションの今後の取組方向-

## 目次

はじめに	1
1 平成 23 年度から平成 27 年度までの消費者庁による食品に関するリスクコミュニケーションの総合的マネジメントの取組実績	2
(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整	2
1) リスクコミュニケーション担当者会議	2
2) 食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを補助する取組	2
①「食品と放射能 Q&A」	2
②「風評被害に関する消費者意識の実態調査」	2
(2) リスクコミュニケーションの実施	3
1) 関係府省庁連携による意見交換会	3
2) 消費者庁による意見交換会（放射性物質等）	3
(3) リスクコミュニケーションの促進	3
1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援	3
2) リスクコミュニケーターの養成	3
2 消費者庁が取り組む食品に関するリスクコミュニケーションの評価と取組方向	4
(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整	4
1) リスクコミュニケーション担当者会議	4
2) 食品に関する Q&A	4
3) 風評被害に関する消費者意識の実態調査	5
(2) リスクコミュニケーションの実施	6
1) リスクコミュニケーション全体について	6
2) リスクコミュニケーションのテーマ設定	7
①テーマの選定	7
②食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションの取組	8
3) IT を活用したリスクコミュニケーション	9
4) 多様なリスクコミュニケーションの手法	10
①人が集まる日や場所等でのリスクコミュニケーションの実施・支援	10
②多様な主体・多様な形式のリスクコミュニケーションの実施の支援	10
③効果的な形式の検討	10

④消費者の状況に応じた伝え方の検討	11
(3) リスクコミュニケーションの促進	11
1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援	12
2) リスクコミュニケーターの養成	12

## はじめに

消費者政策においては、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映されることが重要である。また、消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して必要な知識を習得したり、必要な情報を収集したりするなど、自主的かつ合理的に行動するよう努めることが必要である。

さらに、食品に関するリスクコミュニケーションについては、食品安全基本法において、「食品の安全性の確保に関する施策の策定に当たっては、(略) 関係者相互間の情報及び意見の交換の促進を図るために必要な措置を講じなければならない」と定められている。

以上を踏まえ、消費者庁は、消費者庁及び消費者委員会設置法において「食品の安全性の確保に関する関係者相互間の情報交換及び意見の交換に関する関係行政機関の事務の調整」を担うこととされている。また、「食品安全基本法第 21 条第 1 項に規定する基本的事項」(平成 24 年 6 月 29 日閣議決定)において、リスクコミュニケーション全体に係る総合的マネジメントとして、

- (1) 消費者庁は、リスクコミュニケーションについてリスク評価機関(食品安全委員会)及びリスク管理機関(消費者庁、厚生労働省、農林水産省、環境省その他のリスク管理措置を講じる行政機関)(以下「関係行政機関」という。)の事務の調整を担う
- (2) 消費者庁及び関係行政機関は、相互に連携して、食品の安全性の確保に関する消費者等との意見交換会を開催する等により、政府全体として、食品の安全性の確保に関する望ましいリスクコミュニケーションの在り方を検討する
- (3) 消費者庁及び関係行政機関は、相互に連携して、消費者・事業者・行政関係者等幅広い関係者を対象とした横断的なリスクコミュニケーションを促進することとされている。

平成 21 年 9 月に設立された消費者庁は、平成 23 年 3 月に発生した東京電力福島第一原子力発電所事故を原因とする、食品の新たなリスクに対応するため、リスクコミュニケーションに取り組んできたが、平成 28 年 3 月で事故の発生から 5 年が経過したことから、食品に関するリスクコミュニケーション研究会を設置し、これまで消費者庁が実施したリスクコミュニケーションの取組を検証し、課題を整理した上で、消費者庁が今後行うべき食品に関するリスクコミュニケーションの取組方向を検討した。

## 1 平成 23 年度から平成 27 年度までの消費者庁による食品に関するリスクコミュニケーションの総合的マネジメントの取組実績

### (1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整

#### 1) リスクコミュニケーション担当者会議

意見の交換に関する事務の調整を行うため、消費者庁、食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省及び環境省はリスクコミュニケーション担当者会議を隔週で開催した。

同会議では、複数の府省庁が連携して実施する意見交換会のテーマや日程、具体的な実施方法等の調整を行い、同会議で実施が決定された意見交換会の事務は、消費者庁が担当した。

#### 2) 食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを補助する取組

平成 23 年度から平成 27 年度にかけて消費者庁と厚生労働省、農林水産省等の関係府省庁が連携して実施した意見交換会は、食品中の放射性物質に関するテーマが多かったことから、消費者庁は、リスクコミュニケーションに係る事務の調整の一環として、食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを補助する次の取組を行った。

##### ① 「食品と放射能 Q&A」

各関係府省庁の説明を包摂して、放射性物質や食品の安全について Q&A 形式で分かりやすく説明した冊子「食品と放射能 Q&A」を作成した。本冊子は平成 23 年 5 月から関係府省庁が連携して行った意見交換会で配布されたほか、リスクコミュニケーションを促進するために、地方公共団体が実施した意見交換会の場でも配布された。また、福島県内では全戸に配布された。

本冊子は、その時々の方費者の関心に応じて内容が改訂され(平成 27 年度末で第 10 版が最新)、平成 27 年度までに 148,124 部が配布された。また、平成 27 年度に作成した要約版の「食品と放射能 Q&A ミニ」は、14,638 部が配布された。なお、本冊子は英語版も含め、消費者庁ウェブサイトに掲載されており、平成 27 年度末までに約 231 万件のアクセスがあった。

##### ② 「風評被害に関する消費者意識の実態調査」

東京電力福島第一原子力発電所の事故による食品中の放射性物質に関する消費者の意識及び行動の実態を把握し、風評被害対策に役立てるため、平成 25 年 2 月から年 2 回、平成 28 年 3 月末までに計 7 回の「風評被害に関する消費者意識の実態調査」を実施し、公表した。

## (2) リスクコミュニケーションの実施

### 1) 関係府省庁連携による意見交換会

平成 23 年度から平成 27 年度にかけて、消費者庁及び関係府省が連携し、食品中の放射性物質 (48 回)、健康食品 (7 回)、牛海綿状脳症 (4 回)、食中毒 (4 回)、輸入食品 (3 回)、農薬 (3 回) に関する意見交換会を開催した。

これらの意見交換会はシンポジウム方式を基本とし、行政担当者による説明又は有識者による基調講演の後、パネルディスカッションや質疑応答を実施した。

福島県においては、食品中の放射性物質について 20 名程度の参加者による車座形式による意見交換会も実施した (48 回中 3 回)。

### 2) 消費者庁による意見交換会 (食品中の放射性物質等)

地方公共団体等の依頼を受け、食品中の放射性物質等についての意見交換会の共催、講師派遣、後援等を平成 27 年度末までに 470 回実施した。多くの意見交換会には、消費者庁職員も行政関係者として参加し、「食品と放射能 Q&A」や「風評被害に関する消費者意識の実態調査」の内容の紹介等を行った。

消費者庁からの職員派遣は 358 回行い、うち 212 回が福島県で実施された意見交換会等への派遣であった。

## (3) リスクコミュニケーションの促進

### 1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援

地方公共団体等が実施を予定しているリスクコミュニケーションについて、消費者庁との連携を募り、地方公共団体等が食品に関するリスクコミュニケーションを実施する際に、消費者庁職員を講師として派遣するほか、有識者への講師謝金、会場借料及び講師紹介等の協力・支援を行った。また、必要に応じてリスクコミュニケーションに用いる資料として「食品と放射能 Q&A」の提供も行った。

### 2) リスクコミュニケーターの養成

消費者庁は、子育て世代等が参加する意見交換会やミニ集会等で食品中の放射性物質に関する正確な情報提供を行う中心的な役割を担うことを期待し、地方公共団体や関係団体と協力して、平成 25 年度に約 3,400 人のリスクコミュニケーターを養成し、平成 27 年度末時点で 113 件の活動実績報告があった。

## 2 消費者庁が取り組む食品に関するリスクコミュニケーションの評価と取組方向

### (1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整

#### 1) リスクコミュニケーション担当者会議

(評価)

リスクコミュニケーション担当者会議は、関係府省庁が連携して意見交換会等を実施する際に、各府省庁の意向を共有し、既開催分の質疑応答・アンケート結果等を基にテーマや日程、具体的な実施方法等を調整する場として有効であった。

一方で、関係府省庁等がそれぞれ実施する意見交換会等の実施実績（テーマ、開催地、講師、資料等）については、これまで、関係府省庁間で十分に情報が共有されていなかった。

今後は、消費者庁が、年度終了後のリスクコミュニケーション担当者会議において、前年度に関係府省庁等がそれぞれ実施した意見交換会等の実績を可能な限り取りまとめて共有し、その情報を活用しつつ、関係府省庁が実施するリスクコミュニケーションのより効果的な展開が図られることが必要である。

(取組方向)

- ・今後も継続して、定期的にリスクコミュニケーション担当者会議を開催する。
- ・リスクコミュニケーション担当者会議では、関係府省庁が連携して実施する意見交換会等の企画・立案を行うほか、この場を活用して、関係府省等が実施した意見交換会等の実績を把握し、共有する。

## 2) 食品に関する Q&A

### ①食品と放射能 Q&A

(評価)

「食品と放射能 Q&A」は、以下の i～iv の点において、地方公共団体職員や食品メーカーの担当者が消費者からの相談に応じる際に対話の基軸となったほか、食品メーカーが原材料や自社商品の調査、分析等を検討し、計画を立てる際の参考資料としても有効であった等の高い評価がある。

- i. 事案の発生直後に作成され、常に最新の情報に更新されている（平成 23 年 5 月に初版を発行、平成 28 年 3 月に第 10 版を発行）
- ii. 関係府省庁の所掌内容が 1 冊にまとまっており、基本的な内容を網羅している
- iii. 消費者が持つ疑問に対して回答する Q&A 形式で構成
- iv. 製本され配布が可能

一方、「食品と放射能 Q&A」のデータは消費者庁ウェブサイトに掲載され、一



定のアクセス数（平成 27 年度約〇万件）があったが、冊子については、意見交換会の会場での配布や、地方公共団体・消費者団体等の求めに応じた提供がされており、福島県内への全戸配布以外は系統立てた配布がなされてはいなかった。

（取組方向）

- ・「食品と放射能 Q&A」は当面の間、最新の知見に基づき改訂する。
- ・全国の図書館等に「食品と放射能 Q&A」を広く系統的に配布をすること、この Q&A の存在を小学校から大学までの教育関係者等へ幅広く周知を図ること等、広く活用される方策を検討する。
- ・引き続き、英語版も含め消費者庁ウェブサイトにも冊子データを掲載し、必要な者が「食品と放射能 Q&A」を自由に活用できるようにする。

## ②その他の分野に関する Q&A

（評価）

その他の分野に関する Q&A は作成されていないが、「食品と放射能 Q&A」で評価された i～iv の点のうち、ii～iv の点については、健康食品や残留農薬、食品添加物、遺伝子組換え食品といった他の分野についても応用し、新たな Q&A を作成することができると考えられる。

（取組方向）

- ・食品中の放射性物質以外の分野についても、消費者にとって分かりやすく、基本的な内容を網羅し、より専門的な内容については関係府省庁等が作成している資料を紹介する、といった内容の、分かりやすい Q&A を作成する。
- ・その際、消費者庁ならではの視点として、PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）・事故情報データベースに寄せられる消費者からの相談等や、意見交換会等の場で消費者が表明する問題意識等を踏まえ、より消費者の関心に沿ったものを作成するよう心掛ける。

## 3) 風評被害に関する消費者意識の実態調査について

（評価）

風評被害に関する消費者意識の実態調査については、平成 25 年 2 月から継続的に実施されている数少ない調査であり、その情報は学術的にも活用される貴重なものとなっている。

（取組方向）

- ・風評被害に関する消費者意識の実態調査は、当面の間、継続して実施する。
- ・なお、現在、被災県（岩手県、宮城県、福島県及び茨城県）及び被災県の農産物の主要消費地である首都圏（埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県）・中京圏（愛知県）・関西圏（大阪府及び兵庫県）が調査対象地域となっているが、今後被災県の農産物の流通状況が変化する場合等には、対象地域の拡充等を検討することが望ましい。
- ・今後、調査結果の変動が小さくなってきた場合には、これまで年2回実施していた調査を年1回に減じ、調査項目や調査対象地域を変えた別の調査を年1回行うことを検討する。

なお、風評被害については、消費者意識だけではなく、流通実態等を含めた総合的な調査も必要であるとの指摘があったことを関係府省庁で共有する。

## （2）リスクコミュニケーションの実施

### 1）リスクコミュニケーション全体について

（評価）

関係府省庁が連携して実施してきた意見交換会等については、これまで主たるテーマが食品中の放射性物質であったが、食品と放射性物質の問題について政府が一体となって対応していることを示す点で消費者の信頼感を醸成する効果があったと考えられる。また、参加者との意見交換により、行政側が消費者、事業者等の反応を直に知ることが可能となり、施策の検討を充実させることが可能となった。

意見交換会の形式は、シンポジウム形式が基本であったが、一度に大人数に対して等しく情報提供が可能なこと、自身と異なる意見の人々の存在を参加者が知ることが可能であったことなどから、一定の意義があったと考えられる。

消費者庁が実施してきた意見交換会等についても、地方公共団体等の依頼を受けて実施した結果、これまでの主たるテーマは食品中の放射性物質であり、その形式はシンポジウム形式や数十人から100人程度のセミナー形式が中心であった。関係府省庁と連携して実施する意見交換会等には実施回数に限度があったところ、多数実施することで、多くの者と意見交換の場を持つことができた。

一方で、今後は今まで以上に食品中の放射性物質以外のテーマにも取り組むことから、テーマ選定の考え方を定める必要があること、シンポジウム形式では参加が困難な消費者が参加しやすいリスクコミュニケーションの手法をとることが必要である。

（取組方向）

- ・関係府省庁が連携して行う意見交換会等を引き続き実施する。

- ・消費者庁が地方公共団体等の依頼を受けて行う意見交換会等を引き続き実施する。
- ・意見交換会等を実施するために必要な調整は引き続きリスクコミュニケーション担当者会議で行う。
- ・意見交換会等のテーマの設定に当たっては、後述の（２）リスクコミュニケーションの実施 ②リスクコミュニケーションのテーマ設定に沿って対応する。
- ・消費者がより参加しやすいリスクコミュニケーションの手法については、（２）リスクコミュニケーションの実施 ③ITを活用したリスクコミュニケーション及び④その他、多様なリスクコミュニケーションの手法に沿って対応する。
- ・消費者庁が行う意見交換会等については、後述の（３）リスクコミュニケーションの促進に沿って対応する。
- ・リスクコミュニケーションを行う際には、消費者に情報を提供することに留まらず、意見交換を行った結果を施策や次のリスクコミュニケーションに活かす双方向性を重視する。

## 2) リスクコミュニケーションのテーマ設定

### ①テーマの選定

（評価）

これまで、関係府省庁連携の意見交換会等で実施するテーマについては、各府省庁の意向、既開催分の質疑応答・アンケート結果等を基に、リスクコミュニケーション担当者会議において決定されてきた。食品の安全性の確保に関する施策の策定に当たっては、関係者相互間の情報及び意見の交換の促進を図るために必要な措置を講ずることが求められていることから、リスク管理機関及びリスク評価機関は相互に連携して、これらのテーマを優先してリスクコミュニケーションに取り組んできた。しかし、それ以外に実施するテーマを選定するための明確な基準はなかった。

食品の安全性の確保に関する施策の策定や変更等がある場合の次に優先されるものとして何を選定すべきかについては、国民の健康の保護が最も重要であるとの考え方から、食品による健康被害が生じる可能性があるものを選定することが考えられる。

これに加え、実際の健康被害は生じていないが、消費者の関心が高いものについても、リスクコミュニケーションのテーマとするべきである。

（理由）

消費者は、食品や食品に含まれる物質等が危害や危険をもたらすという情報を、量の概念や情報の真偽を考慮せずに受け止める傾向がある。実際には明確な

被害が生じていないにもかかわらず、根拠がない情報や一部の報道等により消費者が関心を高め、食の安全を脅かす、と判断してしまうケースもある。その結果、対策に過剰なコストが生じたり、消費者が混乱を深めたりしている。

消費者の自主的かつ合理的な選択のためには、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという考え方を踏まえ、消費者それぞれが日々の生活において、消費行動や情報の取捨選択ができることが必要である。

#### (取組方向)

以上の検討を踏まえると、消費者庁が関わる食品に関するリスクコミュニケーションのテーマを以下の観点から選定するのが適当である。なお、消費者庁が関わる全ての食品に関するリスクコミュニケーションにおいて、主要テーマに加えて、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという基本的な考え方を消費者と共有することを目標とする。

- i. 食品の安全性の確保に関する施策の策定や変更等
- ii. 食品や食品に含まれる物質等により健康被害が生じる可能性があるもの（食中毒、健康食品（健康保持増進効果等を表示しているものであって、有効性や安全性について科学的な根拠を有していないもの）等）
- iii. その他、消費者の関心が高いもの（残留農薬や食品添加物、遺伝子組換え食品等、リスクが適切に管理され、明確な健康被害は生じていないが消費者の関心が高いもの）

なお、iiiを実施するに当たり、危害要因間のリスク大小の相対的な比較を分かりやすく表現して示すことが望ましいが、リスクの比較は様々な手法があり、その表現には細心の注意が必要であることから、今後十分な検討が必要である。

## ②食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションの取組

### (評価)

風評被害に関する消費者意識の実態調査によると、食品中の放射性物質を理由に福島県産品の購入をためらう人が一定程度いること、検査が行われていることを知らないと回答した人が第1回調査から増加傾向にあること等、東京電力福島第一原子力発電所の事故から平成28年8月で5年半が経過し、食品と放射能に関する消費者の関心が低下し、消費者が有する知識や理解の度合いが固定化していることが示唆されている。また、消費地ではより消費者の関心の低下や有する知識や理解の度合いが固定化している傾向がみられ、その結果として福島県産品を避けていることが示唆されている。

これまで消費者庁は福島県を中心として被災地での意見交換会に注力してきた

が、上記の調査結果を踏まえ、消費者庁が実施する意見交換の開催地については、消費地へ重心を移すことが必要と考えられる。その際、消費者には、その食品が危害や危険をもたらすという情報については量の概念や情報の真偽を考慮せずリスクを受止める傾向があることから、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという考え方を消費者等と共有する必要がある。

(取組方向)

- ・食品中の放射性物質に関する意見交換会等は今後も継続して実施する。
- ・ただし、今後は意見交換会等の開催地について、重心を福島県外の消費地へと移し、関係府省庁と引き続き連携し、風評被害の実態調査等を活用しつつ、消費者と意見交換等を行う。
- ・また、消費地で意見交換会等を実施する際には、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという食品の安全確保の基本的な考え方を説明するなど、食品には様々なハザード（危害要因）があり、そのうちの一つとして放射性物質があるということも消費者に伝えるよう配慮する。

### 3) IT を活用したリスクコミュニケーション

(評価)

1) に述べたように、消費者庁がこれまでに実施したリスクコミュニケーションの中心である意見交換会では参加者に消費者の割合が少ない場合がみられた。これは、平日の午後を中心に意見交換会が開催されており、意見交換会へ参加する余裕がない消費者が多いことが原因の一つと考えられることから、消費者が意見交換会に参加できなくてもリスクコミュニケーションが可能な方法を検討する必要がある。

(取組方向)

- ・メールマガジン等を活用し、意見交換会に参加できない方の意見・質問も事前に集め、意見交換会等や施策の策定の場で活用し、その結果をフィードバックすることなどを検討する。
- ・また、意見交換会への参加比率が低い20～30代に対するリスクコミュニケーションのアプローチとして、情報の波及効果が大きいソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を活用した食品安全に関する情報の発信を行う。
- ・特に報道等で特定の危害情報等が取り上げられた際などに、SNSにより適切に情報提供を行う。その際、誤った情報を発信することによって消費者からの信頼を失う可能性があるため、発信する情報の内容等に十分留意する。
- ・さらに、意見交換会への参加が難しい消費者や、食品安全について疑問を感じ

た消費者が、閲覧すれば簡単な疑問が解決できるよう、関係府省庁が持つ詳細な情報へのリンクが掲載された内容のウェブサイトを作成する。

#### 4) 多様なリスクコミュニケーションの手法

(評価)

1) に述べたように、意見交換会はこれまで大会場でシンポジウム形式を基本として実施されてきた。シンポジウム形式は、一度に大人数に対して等しく情報提供し、意見を聴取することが可能、自身と異なる意見の参加者の存在を知ることが可能といった特徴がある。一方で、数回開催実績のある車座形式については、参加者が少人数ではあるが、参加者の理解が深まる、質疑・意見交換の内容が個別かつ個人の身近な話題となりやすいといった特徴があった。国が意見交換を実施する際には、多くの参加者に等しく情報を提供すること、多様な参加者による意見交換をすることを主眼に置き、シンポジウム形式を中心に実施することが望ましい。一方で、多様な主体による意見交換等については、その目的や参加者の属性に応じて、車座を含めた多様な形式を検討し、実施することが望ましい。

(取組方向)

- ・意見交換会は、大人数に対して等しく情報提供・意見の聴取が可能なこと、参加者が自身と異なる意見の人々の存在を知ることができることを重視し、国が実施する意見交換会は引き続きシンポジウム形式を中心に実施する。
- ・一方で、意見交換会について消費者の関心が薄く、多くの参加が得にくい状況にあることから、より多くの消費者の参加を得て消費者との意見交換を行うことを目的として、以下の対応により様々な主体と連携して多様なリスクコミュニケーションに取り組むことを検討する。

##### ①人が集まる日や場所等でのリスクコミュニケーションの実施・支援

意見交換会には子どもを持つ親世代の参加が少ないという状況があるが、消費者庁が平成28年度に関係府省と連携して参加した親子参加型イベントにおいては、多くの小学生とその保護者と意見交換を行うことができている。このことから、国は自ら意見交換会を実施するだけでなく、地方公共団体や学校、事業者等が開催する既存のイベント等におけるリスクコミュニケーションの実施やその支援を行うことを検討する。

##### ②多様な主体・多様な形式のリスクコミュニケーションの実施の支援

内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」(平成27年9月)によると、消費者問題のうち関心がある分野として、「食中毒事故の問題などの食品の安全性に

について」と回答した人が約65%と最も多くなっている。一般に不安は正しい科学的知識やリテラシーなどの合理的判断により低減されるが、消費者が食品に不安を感じる要因の一つとして、近年では食品の生産・製造の場と消費の場が分離し、食品の製造工程を消費者が詳しく知らないことが考えられる。このため、消費者の理解の増進や消費者の不安要因の把握等を目的として、例えば、事業者が実施する消費者向け工場見学等の機会を捉えて、行政担当者や専門家を派遣・紹介し、食品衛生等について情報提供・意見交換を行うことにより、食品安全全体について消費者が理解し、情報提供者が消費者の考え方を把握する取組等について検討する。

また、多様な主体によるリスクコミュニケーションの取組状況等の情報を交換し、協力が可能な点については協力を実施することを目的として、消費者庁はリスクコミュニケーションを実施しようとする地方公共団体、消費者団体、事業者団体等の各種団体等と意見交換等を行う場を設けること等を検討する。

### ③効果的な形式の検討

地方公共団体や事業者、学校等の多様な主体による様々な機会を利用したリスクコミュニケーションは、消費者の食品安全に対する理解を増進するとともに、消費者の考えを把握し、施策に反映するために重要である。このため、消費者庁は、地方公共団体による、教育機関や消費者団体、事業者団体等と連携したリスクコミュニケーションの取組を支援し、促進する。

この際、各種取組の効果等について、その分析を行った上で全国的に波及させるような方策についても検討すべきである。特に、小学生等の若年層については、意見交換会といった形式ではなく、食品安全に関する情報の共有や科学的な内容を理解するなど、将来的に自ら判断ができるようになるための土台となる知識を伝えることに注目し、対応を検討する必要がある。

### ④消費者の状況に応じた伝え方の検討

消費者はそれぞれが置かれている状況によって、例えば、生産地の消費者と消費地の消費者とでは同じ情報を提供されても理解の度合いが異なるといったことが起こり得る。これは、消費者の興味関心やもともと持っている情報量に差があることによるものと考えられる。そのため、意見交換会等でのアンケート調査などを活用し、消費者の興味関心等やリスクコミュニケーションの効果の測定を行い、それを踏まえ、その後のリスクコミュニケーションが消費者にとって、より理解が進み、意見を発表しやすいものとなるよう検討する。

## (3) リスクコミュニケーションの促進

## 1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援

(評価)

食品に関するリスクコミュニケーションについて、消費者庁に協力依頼する地方公共団体がみられ、リスクコミュニケーションに取り組みたい地方公共団体にとって、消費者庁の支援により、実現がスムーズになってきていると考えられる。一方で、リスクコミュニケーションの取組は地方公共団体によって差があり、具体的な取組方法も様々であるほか、リスクコミュニケーションの実施経験や予算・人員が十分でないことから、リスクコミュニケーションの実施に積極的でない地方公共団体も見受けられる。

リスクコミュニケーションのテーマについては、地方公共団体はそれぞれの管内において、地域性や必要性等から取り扱うテーマを決定し、リスクコミュニケーションに取り組んでいる。その結果として、手洗いや食中毒といった各論のテーマとなることがあるが、地方公共団体が実施するテーマは消費者庁が実施するものと重複してはならないというわけではない。

(取組方向)

- ・地方公共団体が積極的にリスクコミュニケーションに取り組むことを支援するため、これまで行ってきた、消費者庁職員の派遣、有識者の紹介、会場賃借料等の協力支援に加え、消費者庁がこれまでに実施・支援した意見交換会のテーマ一覧、運営マニュアル等を提供する。
- ・また、様々な主体がリスクコミュニケーションに取り組む際に活用できるよう、消費者庁が作成した意見交換会用の資料や、食品の安全に関する Q&A を集積し提供するウェブサイトの開設についても検討する。

## 2) リスクコミュニケーターの養成

(評価)

平成 25 年度に消費者庁が実施したリスクコミュニケーターを養成する事業は、例えば養成講習を受けた地方公共団体の職員が、リスクコミュニケーターとして市民等からの問合せに答える役割を果たすなどしたほか、「食品と放射能 Q&A」やリーフレットの配布、ミニ集会や意見交換会の開催を行うなどにより、食品中の放射性物質に関する理解やコミュニケーションの促進に貢献した。また、研修を実施した団体によっては、養成されたリスクコミュニケーターから研修によって得た知識の伝達ができる形がとれていた。

(取組方向)

- ・関係府省庁が行う地方公共団体職員研修や地方公共団体が行う職員研修、団体等



が消費者に対応する者に対して行う研修等、リスクコミュニケーターになり得る者に対する研修やそのフォローアップとして実施される研修の機会に協力する。なお、研修に際しては、研修対象者の受講動機を高めるための仕組みを検討する。

医 第 1855 号  
平成 29 年 3 月 22 日

日本チェーンドラッグストア協会長 様

新潟県福祉保健部医務薬事課長  
( 公 印 省 略 )

薬局開設許可申請書等に添付する書類の記載方法の  
一部改正について (通知)

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律施行規則 (昭和 36 年厚生省令第 1 号) 第 15 条第 3 項、第 147 条の 2 第 3 項及び第 149 条の 6 第 3 項の規定により、薬局開設者、店舗販売業者及び配置販売業者は、過去 5 年間のうち薬局、店舗販売業又は配置販売業 (以下「薬局等」という。) において一般従事者として薬剤師又は登録販売者の管理及び指導の下に実務に従事した期間及び登録販売者として業務に従事した期間が通算して 2 年 (以下「実務等従事期間要件」という。) に満たない登録販売者 (以下「研修中登録販売者」という。) については、薬剤師又は登録販売者 (研修中登録販売者を除く。) の管理及び指導の下に実務に従事させなければならないこととされています。

このたび、この義務の履行状況を確認するため、薬局等に係る許可申請及び変更届出の際に従前から提出を求めている添付書類の一部について、下記のとおり記載方法を改めることとしますので、御了知の上、貴会員に周知くださるようお願いいたします。

記

1 記載方法を改める書類

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律 (昭和 35 年法律第 145 号) に基づく薬局等の開設又は業の許可申請及び同法第 10 条第 1 項 (同法第 38 条第 1 項及び第 2 項で準用する場合も含む。) の規定に基づく変更の届出において、添付することとしている次の書類

「管理薬剤師 (店舗販売業にあつては店舗管理者、配置販売業者にあつては区域管理者) 並びに勤務薬剤師及び勤務登録販売者の 1 週間の勤務時間を明らかにする一覧表」 (様式任意)

## 2 改正の内容

研修中登録販売者の勤務時間が明確に分かるように記載の上、提出すること。

なお、作成に当たっては、添付の記載例を参考にすること。

## 3 運用開始日

平成 29 年 4 月 1 日以降に提出する申請及び届出から適用する。

## 4 その他の留意事項

研修中登録販売者が実務等従事期間要件を満たした場合、又は研修中登録販売者以外の登録販売者が実務等従事期間要件を満たさなくなった場合であっても、これらに係る届出等は必要ないこと。

担当：医務薬事課薬務係 滝川

TEL:025-280-5187

FAX:025-280-5641

【参考様式】業務を行う体制の概要

薬局又は店舗の名称： 県庁ドラッグ

曜日	時刻	0	3	6	9	12	15	18	21	24	計
月	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										12時間
	開店時間										12時間
	医薬品販売時間										12時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										8時間
	新潟 花子 (登録販売者)										8時間
火	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										時間
	開店時間										時間
	医薬品販売時間										時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										時間
	新潟 花子 (登録販売者)										時間
水	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										12時間
	開店時間										12時間
	医薬品販売時間										12時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										8時間
	新潟 花子 (登録販売者)										4時間
木	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										12時間
	開店時間										12時間
	医薬品販売時間										12時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										8時間
	新潟 花子 (登録販売者)										4時間
金	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										12時間
	開店時間										12時間
	医薬品販売時間										12時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										8時間
	新潟 花子 (登録販売者)										8時間
土	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										12時間
	開店時間										12時間
	医薬品販売時間										12時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										4時間
	新潟 花子 (登録販売者)										8時間
日	営業時間(=開店時間+特定販売のみ行う時間)										12時間
	開店時間										12時間
	医薬品販売時間										12時間
	要指導医薬品販売時間										時間
	第1類医薬品販売時間										時間
	新潟 太郎 (店舗管理者)										4時間
	新潟 花子 (登録販売者)										8時間

実務等従事期間要件を満たしていない登録販売者については登録販売者(研)等と記載し、それ以外の登録販売者と区別して記載してください。

営業時間	40時間/週
開店時間	40時間/週
医薬品販売時間	40時間/週
要指導医薬品販売時間	時間/週
第1類医薬品販売時間	時間/週

新潟太郎 (店舗管理者)	40時間/週
新潟花子 (登録販売者)	40時間/週
長岡次郎 (登録販売者)	20時間/週
上越三郎 (登録販売者(研))	40時間/週

## 協会ホームページについて

### ●登録販売者試験受験対策 2016 年実施過去問題集及び 2017 年度登録販売者試験 受験対策共通テキストの販売について

2016 年実施過去問題集は3月10日より発送を開始しました。

2017 年度登録販売者試験 受験対策共通テキストは、これまでのテキストのまま発行いたします。

## 事務局だより

- ・第17回JAPANドラッグストアショーが無事、終了しました。本年もけが人などなく、また大きなトラブルもなく、ドラッグストアの進化や挑戦を一般生活者の方々や、各分野の業界関係者の方々に大いに見ていただけたものと思います。  
街の健康ハブステーション構想を思い切りアピールしました。ドラッグストアの将来像です。ぜひ、多くの会員企業様が次世代ドラッグストアビジョンの内容を取り入れ、健康サポートドラッグから街の健康ハブステーションになってほしいと思います。
- ・日本ヘルスケア協会では、ある薬科大学におけるコミュニケーションの講義を受託して、4月7日より講義が開始されたと聞きました。健康サポート薬局において、物から人へのキャッチフレーズは耳にしましたが、その内容、技術的なものは教えられてはいなかったようです。そこへ目を向けて、講義とすることを決断した薬科大学もすごいと思いますし、受けた日本ヘルスケア協会もすごいと思います。日本ヘルスケア協会のホームページの充実も徐々に図られていると聞いており、どのような講義内容が見られるといいと思います。
- ・ハーボニー偽造薬問題の再発防止に、日薬、エヌファ、JACDSの3団体で、ガイドラインを作成しようとなり、3月末日に発表しました。これまでと法律が変わったわけではなく、ただ、その内容をしっかりやっつけようとするものです。  
しかし、年度末の時間のない中、勤務薬剤師会の委員の方、調剤事業推進委員会の委員の方には本当に貴重なご意見をいただきました。ありがとうございました。
- ・平成29年度が始まりました。健康寿命延伸のため、セルフメディケーションとヘルスケアのサポートをどうするか。1企業でももちろん、努力が必要ですが、業界全体がその努力をし、協会が後押しをすれば、すばらしい地域社会ができるのではないのでしょうか。  
「ドラッグストア再成長実践の年」として、頑張りたいと思います。

### 日本チェーンドラッグストア協会

会報 No. 164

発行日	平成 29 年 4 月 17 日 発行	発行所住所
発行人	青木 桂生	〒222-0033
発行所	JAPAN ASSOCIATION OF CHAIN DRUG STORES	神奈川県横浜市港北区新横浜 2-5-10 楓第 2 ビル 4 階
	日本チェーンドラッグストア協会	TEL:045(474)1311 FAX:045(474)2569
	HP: <a href="http://www.jacds.gr.jp">http://www.jacds.gr.jp</a>	e-mail: <a href="mailto:sec@jacds.gr.jp">sec@jacds.gr.jp</a>