

# 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

JUNE 2017 **166**

## トピックス

- ・健康ハブステーション 冊子の配布について
- ・セルフメディケーション税制 生活者意識調査 発表

## 協会活動

- ・「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」
- ・平成29年 第1回理事会開催報告
- ・第18回 通常総会 開催速報
- ・政治連盟特別セミナー/ドラッグストア業界研究レポート開催速報
- ・5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、UAゼンセン・フード連合

# 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。

6月5日に第18回通常総会が行われました。本年は2年に一度の改選期にあたっており、理事、監事(案)を提出し、審議していただきました。そして、理事、監事が決まったのち、すぐに新理事、監事による理事会が行われ、互選によって、会長、副会長、事務総長、専務理事が決められました。

平成29年度、平成30年度の会長には2期連続で青木桂生氏を選ばれ、満場一致で承認されました。副会長、事務総長、専務理事も全員が留任し、青木会長を盛り立てていくことになりました。会長経験者である松本南海雄氏、寺西忠幸氏も引き続き、名誉会長として常任理事会において、大所高所からご意見をいただくことになりました。

通常総会の内容、理事、監事のご紹介などは、次号7月号に掲載します。よろしくお願いします。

JACDS

## 日本チェーンドラッグストア協会 会報

### CONTENTS

No.166  
2017.6

#### ●トピックス

- ・健康ハブステーション 冊子の配布について
- ・セルフメディケーション税制 生活者意識調査 発表

#### ●協会活動

- ・「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」
- ・平成29年度第1回理事会開催報告
- ・平成29年度第18回通常総会開催速報
- ・政治連盟特別講演、ドラッグストア業界レポート報告会 開催速報
- ・5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
- 「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、UAゼンセン、フード連合

表紙裏

裏表紙裏

日本チェーンドラッグストア協会 活動5原則

協会ホームページについて 事務局だより

## 健康ハブステーション 冊子の配布について

このたび、会員総意のもと、策定いたしました「次世代ドラッグストアビジョン」を含む「街の健康ハブステーション構想」の詳しい内容を記した冊子を作成しました。現在、発送の手配中です。

冊子は2分冊となります。

1冊は、「街の健康ハブステーション構想」の全容を示し、合わせて第1ステップとなる「次世代ドラッグストアビジョン基準」をすべて掲載しました。これまで第17回ジャパンドラッグストアショーのテーマブースなどで各項目は公表しましたが、その達成内容であるA, B, Cは膨大な内容となるため、お知らせできておりませんでした。今回はすべてを網羅してありますので、ぜひ、目を通していただきたいと思います。

もう1冊は、ドラッグストアショー終了後、問い合わせの多かったテーマブースのパネル並びに第17回ジャパンドラッグストアショーの写真を収めました。ご覧いただければ幸いです。

### 次世代型ドラッグストアへの業態進化 「街の健康ハブステーション構想」のすべて

- 「街の健康ハブステーション構想」編
- 「次世代ドラッグストアビジョン基準」編



**JACDS**  
日本チェーンドラッグストア協会

### 次世代型ドラッグストアへの業態進化 「街の健康ハブステーション構想」のすべて

- 「第17回JAPANドラッグストアショー」テーマブース 編
- 写真で見る「第17回JAPANドラッグストアショー」
- 「街の健康ハブステーション構想」テーマブース展示パネル



**JACDS**  
日本チェーンドラッグストア協会

セルフメディケーション税制

認知率50%超え！店頭での説明、ポスター掲示が有効！

日本OTC医薬品協会は昨年11月7日～9日に続いて、第2回の生活者意識調査を実施しました。「セルフメディケーション税制」の認知・利用意向に関するもので、先月の22日に公表しました。

調査結果からは、認知度が倍近く伸びて50.9%になったこと、共通識別マークも50%と大きく向上しました。また、店頭での薬剤師や店員による説明や店頭でのポスター・チラシを通して制度を知った人の理解度が高く、利用意向も高いことが判明しました。

スポッターを付けたり、店独自のポスターを貼るなどして制度の啓発を続けていच्छる店舗を見かけます。ぜひ、続けていただきたいと思います。

5年間の時限立法であり、この間に対象範囲の拡大やボーダーラインの引下げなどの条件緩和を認めてもらうように活動していきます。

あっ!! 捨てないで!

OTC医薬品を購入した際のレシート・領収書は捨てずに保管ください。セルフメディケーション税制、医療費控除で税金が戻ってきます。

セルフメディケーション 検索

お得な方を選択

医療費控除  
治療のために購入したOTC医薬品も対象

セルフメディケーション税制

セルフメディケーション 税 控除 対象

2017年1月から始まったセルフメディケーション税制で医療費控除の選択肢が増えました。

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  
一般社団法人 全国家庭常備薬推進連合会  
日本一般用医薬品連合会

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  
日本製薬団体連合会



↑ 共通識別マーク

↑ ポスター

2017年5月22日

報道関係各位

日本一般用医薬品連合会

日本 OTC 医薬品協会

知って得する「セルフメディケーション税制」  
認知・利用意向に関する生活者意識調査

## 制度開始から約3ヶ月で認知率は50.9%

### 制度内容を理解している人ほど高い利用意向示す

日本一般用医薬品連合会は、日本製薬団体連合会との共同事業である「セルフメディケーション推進」の一環として、今年1月からスタートした「セルフメディケーション税制」の普及・啓発活動を行っております。日本OTC医薬品協会はこの事業に参画し、「セルフメディケーション税制」の認知・利用意向に関する生活者意識調査を共同で3月に実施しました。

今回、「セルフメディケーション税制」施行後に実施した初めての調査で、昨年11月の前回調査と比べて、制度の認知度が25.3%から50.9%と大きく向上し、制度の内容をよく理解している人は利用意向が高いことなども分かりました。

また、制度を利用したくない人の最も多い理由は「申告の手続きがよく分からないから」を挙げており、制度の詳細や申告手続き等を知らない人が、制度を理解して利用したいと思った時に後悔しないためにも、まずは薬局やドラッグストア等にてOTC医薬品を購入した際に受け取ったレシートや領収書は必ず捨てずに保管しておくことを、引き続き呼びかけていきます。

主な調査結果は以下の通りです。

#### 【調査結果概要】

1. セルフメディケーション税制の認知度は、昨年11月の調査結果と比べ、25.3%から50.9%に向上。対象製品を識別する「共通識別マーク」の認知も4.5%から50.0%と大きく向上しました。【図1、2】
2. 制度を詳しく知っている人の70.6%の方が「利用したい」「まあ利用したい」と回答し、高い利用意向を示しました。【図3】
3. 店頭での薬剤師や店員による説明や店頭でのポスター・チラシを通して制度を知った人の理解度が高く、また利用意向が高いことが判明しました。【図4】
4. 利用意向が低い人にその理由を尋ねると、半数が「申告の手続きが良く分からない」と回答し、申告の手続き方法について周知を図る必要があることが分かりました。【図5】

#### 【調査概要】

調査時期 2017年3月21日～23日（前回調査：2016年11月7日～9日）  
調査方法 インターネット調査  
調査対象 全国の20代～60代の男女 1,277名（前回調査：1,144名）、性・年代ごと均等割付

※調査結果の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しています。

## 1. 制度に関する認知度は、昨年 11 月と比べて大きく向上

昨年 11 月と今年 3 月の調査結果を比較すると、セルフメディケーション税制を「詳しく知っている」と回答した人は 3.0%から 8.0%になり、「詳しく知っている」と「聞いたことはある」と回答した人は 25.3%から 50.9%に増え、制度の認知度は大きく向上しました。また、セルフメディケーション税制の共通識別マークについては、「見たことがある」と回答した人の割合も 4.5%から 50.0%に大幅に向上しました。

【図 1】セルフメディケーション税制の認知



【図 2】共通識別マークの認知

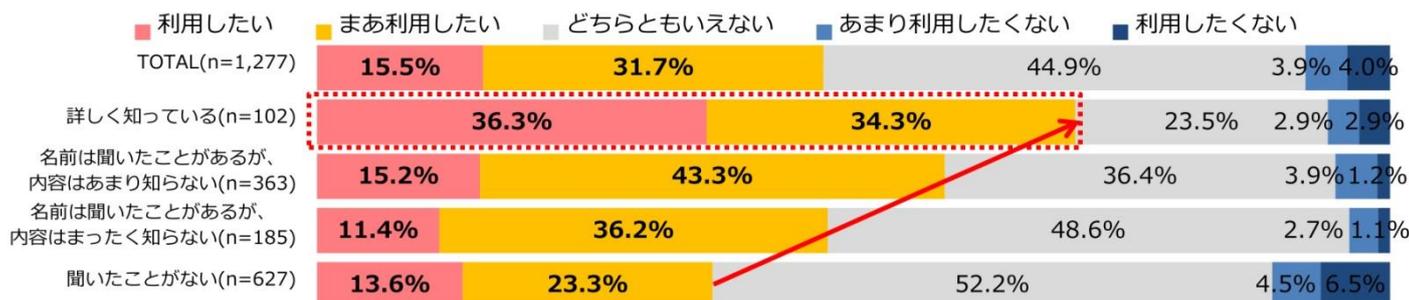


左)セルフメディケーション税制対象製品\*のパッケージに表示されている「共通識別マーク」  
\* 1622 品目(2017 年 4 月 18 日現在)

## 2. 制度を詳しく知っている人の 7 割強が「利用したい」「まあ利用したい」と回答

一方、セルフメディケーション税制について「詳しく知っている」と回答した人の 70.6%が制度の利用意向を示し、そうでない人（「聞いたことはあるが内容は知らない」など）と比べると非常に高い傾向を示しました。

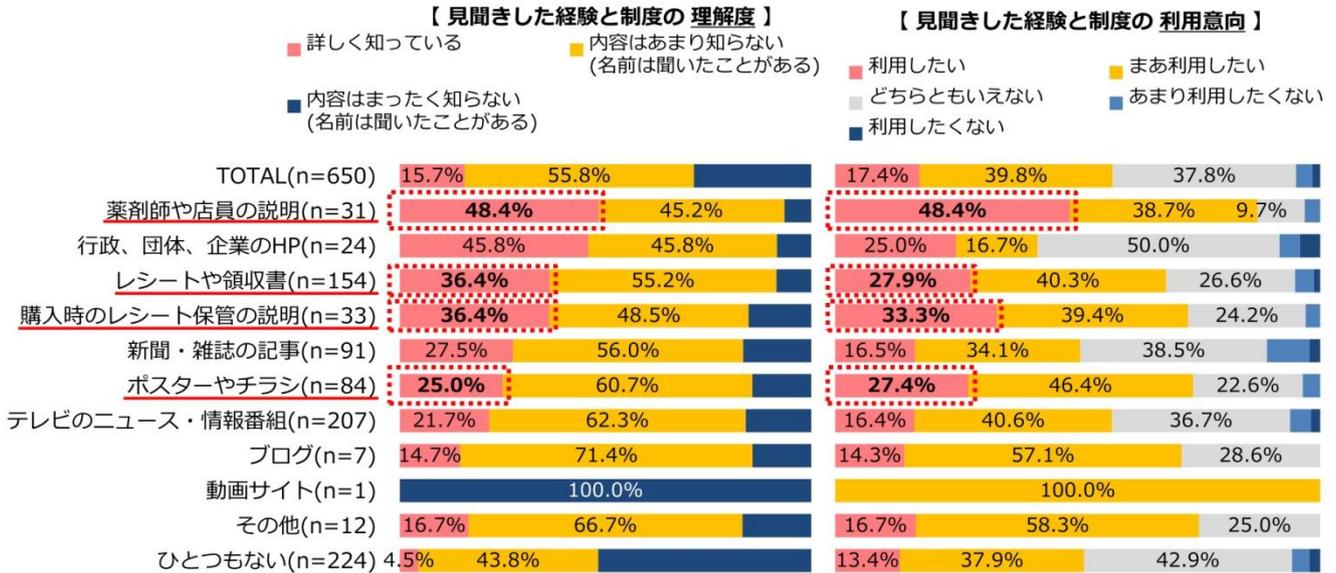
【図 3】セルフメディケーション税制の認知と利用意向



### 3. 店頭での説明やポスター・チラシで制度を知った人の利用意向が高いことが判明

また、セルフメディケーション税制の認知者（650名）に見聞きした経験とセルフメディケーション税制の理解度および利用意向を尋ねたところ、ドラッグストア等の店頭で薬剤師や店員から説明を受けたり、ポスターやチラシで知るなど店頭で見聞きした人の利用意向が高いことが分かりました。

【図4】見聞きした経験と制度の理解度および利用意向（セルフメディケーション税制認知者 n=650）

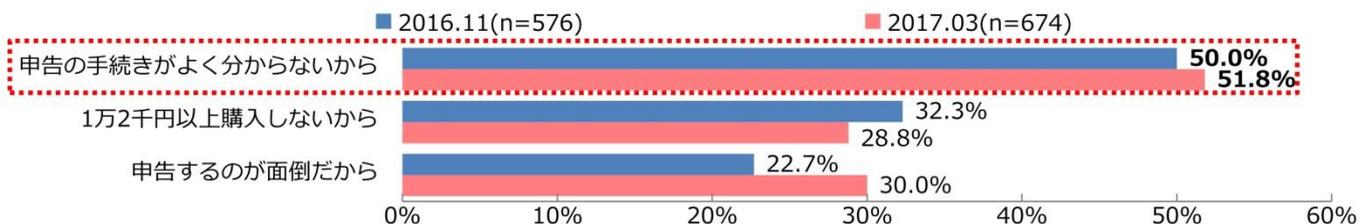


日本一般用医薬品連合会では、セルフメディケーション税制の普及・啓発を目的としたチラシとポスターをご用意し、ホームページでPDFデータを提供しています。

### 4. 利用意向が低い理由の半数は「申告の手続きがよく分からない」

さらに、セルフメディケーション税制を「利用したくない」「あまり利用したくない」「どちらともいえない」と回答した人を対象にその理由を尋ねたところ、その半数が「申告の手続きがよく分からないから」と回答し、「申告するのが面倒」と回答した人も3割を占めました。セルフメディケーション税制の申告手続きについて、より分かりやすく説明することが、今後の課題として浮かび上がりました。

【図5】セルフメディケーション税制を利用したくない理由（回答上位3つを抜粋、複数回答）



## 【セルフメディケーションとは】

セルフメディケーションとは「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」です。

セルフメディケーションの推進により、疾病の早期発見・早期治療や発症・悪化・再発の防止、軽い病気やケガの対処等の自助努力が促されることで、健康寿命の延伸はもとより、医療財政の健全化および国民皆保険制度維持への貢献という効果も期待することができます。

## 【当連合会・協会の取り組み】

日本一般用医薬品連合会と日本 OTC 医薬品協会は、今年 1 月にスタートしたセルフメディケーション税制について、さらなる生活者の認知向上および理解促進に努めると共に、その他の様々な取り組みを通じて生活者のセルフメディケーション実践を支援する環境整備を推進してまいります。

なお、セルフメディケーション税制については、分かりやすくご紹介する特設ページも開設しています。詳しくはこちらをご覧ください。

日本一般用医薬品連合会

知ってトクする

# セルフメディケーション 税制

2017年1月より新しい税制が始まりました！

「セルフメディケーション税制」って何？

✓ 医療費控除が身近になり、活用しやすくなりました！

2017年1月1日から、特定の医薬品購入に対する新しい税制「セルフメディケーション税制（医療費控除の特例）」が始まりました。

「セルフメディケーション税制」は、きちんと健康診断などを受けている人が、一部の市販薬を購入した際に所得控除を受けられるようにしたものです。軽度な身体の不調を市販薬などにより自ら手当てすることは、自身のQOL（生活の質）の改善に役立っただけでなく、国の財政を圧迫している医療費の適正化にもつながります。

所得控除

特設ページ「知ってトクするセルフメディケーション税制」

<http://www.jfsmi.jp/lp/tax/>

＜本件に関するお問い合わせ先＞

日本一般用医薬品連合会 電話：03-3865-4911

日本 OTC 医薬品協会 電話：03-5823-4971

## 「セルフメディケーション税制」がわかるQ&A

制作：日本チェーンドラッグストア協会

### ■セルフメディケーション税制(以後「S-M税制」)について

#### ●「S-M税制」とは、どんな制度か

##### ○医療費控除の特例として市販薬（OTC医薬品）だけで所得控除が受けられる制度です

これまでの医療費控除は、1年間に治療にかかった費用と市販薬購入金額を合算して10万円（200万円まで）を超える部分が控除対象になっていました。このたびのS-M税制は、医療費控除の特例という位置づけで、特定の市販薬だけの購入金額年間12000円を超えた分（8万8000円／購入金額10万円まで）が所得控除の対象となる制度です。

#### ●この「S-M税制」制度はどうして行われるのか

##### ○「健康寿命延伸」を実現するセルフメディケーション推進のためこの制度を導入しました

日本は巨額な財政を費やして世界のトップクラスの長寿国を実現してきました。しかし、生命寿命と健康寿命との差（不健康期間）が12年もあり、高齢者の増加に伴い、現行の医療制度が崩壊の危機を迎えています。そこで国は、高齢者の方が元気に過ごす「健康寿命延伸」を国策として推進することになりました。この「S-M税制」制度は、健康に関する自己管理（健康維持、予防、自己治療などのセルフメディケーション）を行っている人へのメリット策（支援策）として導入されました。セルフメディケーション推進を国の制度にしたのは、わが国初のことです。

#### ●どの医薬品でも、誰でも受けられるのか

##### ○この制度の利用は、①特定の対象医薬品、②購入金額1万2000円以上の金額対象、③健康診断または予防接種等を受けている人、④納税している人の4つが対象要件です

①特定の対象医薬品とは、1983年以降に医療用から市販薬（スイッチOTC医薬品）に移行した成分医薬品で、現在約1500品目ほどあります。②購入金額1万2000円以上とは、①の医薬品の年間購入金額1万2000円以上の購入金額（購入金額10万円で、控除対象金額8万8000円まで）が所得控除の対象金額となります。③の健康診断とは、会社や公的な健康診断を行っている人が対象となります。インフルエンザの予防接種などを行った人も対象となります。ただし、個人が任意に実施した人間ドックは含まれません。④については、この制度は「所得控除」の制度ですので、所得がある方が申請することになります。①～④の対象要件を満たした方が、家族の購入分をまとめて申請することができます。

#### ●どうしたら売り場で対象商品がどれか分かるのか

##### ○商品や売り場プライスカード、購入時のレシートに識別マークがついている医薬品です

購入時には、識別マークがパッケージに印刷されている医薬品（印刷は義務ではない）、売場陳列場所のプライスカードに識別マークが表示されている医薬品などで「S-M税制」対象医薬品を判断いただけます。また、購入後に渡されるレシートにも対象医薬品であることが★や●印のマークが付けられ、その内容がレシートに記載されます。（レシートに替わり領収書でも可能です）レシートや領収書は「S-M税制」控除を受ける際に必要になりますので必ず保管しておいてください。「S-M税制」控除対象医薬品は厚生労働省のホームページにリスト（全品でない）が掲載されていますのでご覧ください。

【レシートでの識別記載例】

●●ドラッグストア	
2017年1月1日（日）	
・・・ コーヒー	
1点	〇〇〇〇円
・・・★ソウゴウカンボウヤク×××	
1点	〇〇〇〇円
（省略）	
★はセルフメディケーション税制対象商品	

【識別マーク】（商品・売り場表示用）



#### ●どうしたら「S-M税制」所得控除を受けられるのか

##### ○1年分の購入保管記録（レシート、領収書）に基づいて翌年の確定申告で行います

この「S-M税制」の制度は、2017年（平成29年）1月1日から始まります（5か年の時限制度）。1月1日から12月31日までの1年分の対象医薬品の購入記録（レシートや領収書）に基づいて、翌年の確定申告で申告し所得控除を受けることができます。ただし、所得控除を受けるには、健康診断や納税のある人などの一定の要件を満たす必要があります。税込み金額（総額）で対象医薬品の購入時に支払った実際金額、1万2000円以上の金額が控除対象金額となります。

## ■購入から確定申告まで

### ●対象医薬品の購入記録保管には何が必要か

#### ○購入年月日、対象品目名、金額、S-M税制対象品目が記載されたレシートまたは領収書を保管して、確定申告時の添付書類として提出します

レシートには、購入年月日、対象品目名、金額、S-M税制対象品目であることなどが、印字されていることが必要です。対象となる医薬品が明確に分かるように品目ごとに印（★や●など）を印字します。レシートを使用しない、または要件を満たしていないレジの場合は領収書でも可能ですが、購入年月日、対象品目名、金額、S-M税制対象品目であることの但し書きが必要です。これらの購入記録1年分を、次の確定申告時の添付書類として提出が必須となります。もし、お客様が、レシートまたは領収書を紛失した場合は、不正防止等の観点から、購入店舗で購入した事実が確認できる場合のみ、再発行が可能です

### ●確定申告の基礎知識について(一問一答)

#### ○確定申告とは

1月から12月の1年間の所得と様々な制度による控除を計算し、税務署に届出して納税額を確定させることを「確定申告」といいます。通常、会社勤めで源泉徴収され他に収入がない場合は、個人で確定申告を行う必要はありません。

#### ○確定申告の時期はいつか

個人の確定申告期間は、翌年の2月16日から3月15日の間に、地域の税務署で行います。会社勤めで源泉徴収されている場合でも、会社以外の収入や医療費控除などの控除を受ける方は、個人で確定申告を行う必要があります。

#### ○「S-M税制」制度に適用される所得控除とは

1万2000円を超える金額の全額が還付されるのではなく、対象となる金額に対して、所得に応じて定められた還付率に基づいて計算され、その金額が申告した本人に戻される（または翌年の住民税が減額される）ことになります。

#### ○確定申告できる金額

対象となる医薬品1年間の購入合計金額1万2000円を超える場合、確定申告を行い、所得控除を受けることができます。申告要件（健康診断や納税など）を満たす方が、家族全員分の購入金額を集めて申告することができます。

#### ○「S-M税制」と「医療費控除」との併用はできない

これまでの医療費控除とS-M税制控除の併用はできないので、申告者が、それぞれの対象可能金額を比較し、控除対象額が大きい方で申請することになります。但し、「S-M税制」対象医薬品は極めて限定的であるのに対して、医療費控除の対象は、ほとんどの市販薬（OTC医薬品）の購入金額が対象となります。

#### ○「S-M税制」で確定申告できる人の条件

「S-M税制」で確定申告できる人は、①納税している、②定期健康診断（予防接種も可）などを実施している、③対象医薬品について上限を超える金額を購入している、の3つの条件を満たす方が申告することができます。

家族の購入レシートを集めた場合、申告者以外の家族の中に定期健康診断を受けていない人がいても申告は可能です。

#### ○S-M税制で確定申告時に必要な資料

①申告書、②一定の取り組みを証明する書類、③対象商品購入金額を証明するレシート／領収証などが必要です。

#### ○確定申告の方法

税務署に直接出向き確定申告手続きを行う方法と、電子データによる申告方式（eタックス）の2つの方法があります。詳しくは、国税庁ホームページをご覧ください。最寄りの税務署等にお問い合わせ下さい。

#### ○申告後の還付および住民税の減額について

所得基準により定められている税率に基づき、所得税分、住民税分の還付及び減額分の金額が決まります。所得税分は申告後指定口座に還付され、住民税分は翌年の支払い分から減額されることになります。

## ■「S-M税制」に関する問い合わせ先（最寄り税務署は店舗ごとに調べて記入してください）

○最寄り税務署 \_\_\_\_\_ 税務署 \_\_\_\_\_ 係 TEL: \_\_\_\_\_

○国税庁 TEL: 03-3581-4161（代表） URL: <http://www.nta.go.jp>

○厚生労働省医政局経済課 TEL: 03-3595-2421（直通）

URL: <http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000124853.html>

**「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」**

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第3回が5月18日、第4回が6月8日に開かれました。同検討会は、偽造薬ハーボニー事件を受けて、厚労省が再発防止のために製配販で新たな基準を検討するために設置され、JACDSからは実際の医療用医薬品の取引・流通に詳しい安居院雄介氏(日本チェーンドラッグストア協会事務総長付特任担当)が委員として参加しています。

第4回検討会では、同検討会での中間報告案が一応の決着を見て、予定されていた5回目の検討会はなくなりました。中間報告では、先に日本チェーンドラッグストア協会、日本薬剤師会、日本保険薬局協議会の3団体で作成した「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」に基づきまとめられています。主に薬局、卸売販売業に対し、それぞれの譲受・譲渡時の対応、薬局の管理、行政等への報告等などについての方向性がまとめられています。今後、パブリックコメントを経て、施行規則の改正が予定されています。

なお、検討会では医療用医薬品での取扱いについて論議されてきましたが、薬機法上、医薬品の解釈が、医療用医薬品と一般用医薬品を合わせて記述されている条文のうち、取引記録の保存等については、一般用医薬品にも共通して対応される方向が示されました。

**平成29年度 第1回理事会 開催報告**

平成29年5月17日(水)メルパルク東京3階「牡丹の間」において「平成29年度第1回理事会」が開催され、6月5日に開催される「第18回通常総会」に向けた議案の審議を行いました。

青木会長の挨拶に続き、議案審議に入りました。第1号議案 平成28年度事業報告、決算報告並びに監査報告の件、第2号議案 平成29年度の組織・人事の件 第3号議案 平成29年度の事業計画並びに収支予算決定の件まで発表があり、すべて満場一致で承認されました。



## 第18回 通常総会 開催速報

日本チェーンドラッグストア協会「第18回通常総会」が平成29年6月5日(月)午前11時より、ホテルグランドパレス「松の間」において開催されました。

議案審議に先立ち、青木会長が平成28年度の事業活動報告や成果、及び平成29年度の活動方針を説明したのち、議長が選任され、3議案の審議が行われました。議案ごとに説明がされ、それぞれ出席者により採決がされました。そして、上程3議案すべて満場一致で可決・承認されました。

詳細につきましては、7月号で特集いたします。



## 政治連盟特別講演/ドラッグストア業界研究レポート報告会 開催速報

通常総会と同日の平成29年6月5日(月)、日本チェーンドラッグストア協会政治連盟主催による特別講演と日本チェーンドラッグストア協会主催の「ドラッグストア業界研究レポート報告会」がホテルグランドパレスダイヤモンドホールにおいて開催されました。当日は、大勢の方にご参加いただきました。

特別講演は13時より「下半期の政治状況を占う」と題し、日本の政治評論家/時事通信社解説委員の田崎史郎様よりご講演いただきました。

その後、同会場にて15時より日本チェーンドラッグストア協会主催「ドラッグストア業界研究レポート報告会」が開催されました。

詳細につきましては7月号にてご報告いたします。



JACDS		5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
5月12日(金) JACDS東京事務所 15:30~17:00	勤務薬剤師会第1回運営委員会	1. 小田会長挨拶 2. 常任理事会での決定事項と今後の取り組みについて 3. 認定薬剤師研修について 4. その他、報告等 5. 次回の開催について	6名
5月17日(金) メルパルク東京 3階「牡丹」の間 11:00~12:00	第2回常任理事会	1. 平成29年度 第1回理事会について 役割分担について(確認)、議事(案)と議事の進行について 2. 第18回JACDS通常総会について 3. 平成29年度JACDS政治連盟の総会について 4. セミナー開催へのご協力のお願について 上半期の政治連盟特別セミナーとドラッグストア業界研究レポート報告会の参加並びに参加者募集について 5. 医薬品及び調剤請求に関する不祥事について 6. 医薬品のネット販売について 7. 今後のジャパンドラッグストアショーについて 8. 防犯・有事委員会報告 9. 報告事項 ・次世代ドラッグストアビジョンの冊子配布について ・そらぶちキッズキャンプ支援募金報告 ほか 10. 平成29年度の年間スケジュールについて(~12月) 11. その他	18名
5月17日(金) メルパルク東京 3階「牡丹」の間 12:50~14:30	第1回理事会	1. 会長 開会挨拶 2. 議案審議 第1号議案、平成28年度事業活動報告書、収支計算書等の承認について 第2号議案、平成29年度の組織・人事の件 第3号議案、平成29年度の事業計画並びに収支予算決定の件 以上、第1号議案から第3号議案まで承認され、平成29年度第1回理事会は閉会となった。	28名
5月19日(金) JACDS東京事務所 17:00~18:30	第105回JACDS記者意見交換会 第110回定例合同記者会	1. 日本チェーンドラッグストア協会から 1) 医薬品および調剤の不正問題の状況報告と注意要請を実施 2) 「街の健康ハブステーション構想」のガイドライン作成 3) 「そらぶちキッズキャンプ」平成28年度支援募金集計結果 4) 今後の実施計画 5) 宗像の視点 6) 次回の開催案内 2. 日本ヘルスケア協会から 活動報告 3. 日本医薬品登録販売者協会 登録販売者の認知度向上キャンペーン企画の実施について 4. 日本置き薬協会から ・全国配置薬協会が来年4月より単独運営専任事務局と局員を設置と発表 ・配置薬メーカー3社の卸部門の共同事業化新会社設立と活性化への模索 5. 日本薬業研修センターから ・平成29年度前期 登録販売者集合研修スタート 受講者から、大変勉強になったと好評を得る	33名
5月25日(木) JACDS東京事務所 9:30~12:00	第2回調剤事業推進委員会	1. 平成29年調剤報酬改定動向調査結果について 2. 厚生労働省との意見交換会と調剤報酬の改定要望について 3. その他 次回の開催日程と内容 など	6名
5月30日(木) JACDS東京事務所 11:30~14:30	第1回法制委員会	関委員長 挨拶 1. 二重申請に関する国規制の緩和 2. 前回委員会からの宿題 1) かかりつけ薬剤師の労働時間 2) 在宅調剤の現状と方向性 3. その他 次回の開催日程と内容 など	9名

会議議事録

平成29年度 第1回常任理事会 議事録

日時: 平成29年4月20日(木) 12:45~16:30

会場: JACDS東京事務所

欠席者: 松本名誉会長、池野副会長、櫻井委員長、森委員長  
青木会長挨拶

○薬業界を大きく揺るがすような事件が発生した。

- ・4月10日に厚生労働省で日本薬剤師会、日本保険薬局協会とハーボニーの対応のための打ち合わせに参加した。
- ・我々はクスリの安全性を守る義務があるが、それをないがしろにしている。

○大分県では、医療機関がIDで結ばれている。

- ・震災が起きた時、医療情報(治療歴、薬歴など)が医療機関で連携・共有されているため、とても役に立ったということだ。大変重要な取り組みと感じた。

議 事:

1. 第17回JAPANドラッグストアショー開催報告並びに収支速報

- 宗像事務総長より、JAPANドラッグストアショーの開催結果について報告した。
- ・とくに過去3回の出展社数、出展小間数、来場者数、収支等について、詳細な報告があった。
- ・出展社数、出展小間数はいずれも増えている。
- ・来場者数は約13万で安定している。

・オリンピックの時に別会場を検討しなければならない。別会場については、今後慎重に検討することとなる。

**2. 次世代ドラッグストアビジョンについて**

- ・正副会長、常任理事会、会員に計り、検討をしてきて、2月23日に決定した。
- ・ドラッグストアショーのオフィシャルガイドブック、テーマブースでも発表した。
- ・多くの業界の方々にも大きな波紋を呼んだ。
- ・自分たちで自分たちの時代の変化にあわせ、どう変えていくか。それがどう社会的価値をどう見出していくか。を出していくか。
- ・具体例で言えば、防犯でも活用できるICタグのコストが下がると普及しやすい。大日本印刷が行なう。パッケージの印刷時点でICタグをつける。ドラッグストア業界で普及をさせていく。

**3. 同時開催イベント報告(各委員会活動など)**

・追加報告等の確認をしたが、参加委員長より特に発言はなかった。

**4. 薬局・店舗販売業の二重申請解消について**

- 1)平成28年6月閣議決定されたのは事項1と事項2(会議資料参照)
- 2)通知を发出する前に各団体にヒアリングを行なった
- 3)3月31日付 厚生労働省医薬・生活衛生局総務課課長通知発出  
通知内容は当協会会員企業からのご意見を提出して、その内容に沿った形の内容になっている。
- 4)薬局、店舗販売業の二重申請の解消について  
解消内容や方向性についての打ち合わせを行なった

**5. セルフメディケーション税制について**

- 1)認知度をあげていく(新ポスターの作成)
- 2)調査によると認知度は上がってきている。
- 3)条件緩和について
  - ・効果がないと時限立法のため、廃止となってしまう。
  - ・対象品目の拡大、1万2千円の減額、健康診断等の受診条件をなくすなどの検討も必要

**6. ハーボニー偽造薬問題について**

- 1)「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」  
2月23日の3団体の厚労省との懇談会でガイドラインの作成依頼を受けて、日薬で案を作成し、他2団体が確認の上、追記訂正をし、3月31日に公表。
- 2)「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」  
第1回3月29日 済、第2回4月21日開催予定  
※この問題について、下記のような現状がある。  
・学術大会のオフィシャルな冊子に現金問屋の広告が見開きで大きく掲載されていた。こういったモラルの低さがこういった問題を起こしている。  
・返品問題にも関連している。残薬が現金問屋に流れている。  
・個店が医薬品を仕入れにくい現状がある。

**7. 薬局の不正問題について**

- ・会社ぐるみか、地域店舗だけのことなのか現在調査中。
- ・これは不備ではなく、詐欺行為である。
- ドラッグストアの信用もなくなってしまうことになる。きちんと対応するため、会員に引き締めていただくよう、通知することになった。

**8. 戦略会議・拡大組織委員会より 組織・人事についての提案**

- ・冒頭、宗像事務総長が「ドラッグストアにおける今後の調剤業務および薬剤師に関して」資料をもとに状況報告を行なった。
- ・続いて皆川委員長より戦略会議 拡大組織委員会で決まった人事案について報告を行なった。  
また、理事については協会活動(委員会等)に参加いただくことが望ましいとの意見があったことの報告があった。

- ・理事・監事の改選  
自薦・他薦についての報告があり、候補者が決められた。
- ・組織の変更  
コンプライアンス委員会がコンプライアンス室(臨時の時に設置)  
登録販売者制度向上委員会が登録販売者委員会(名称変更)  
調剤事業推進委員会が調剤推進委員会(名称変更)  
勤務薬剤師会がドラッグストア薬剤師会準備委員会  
事業推進委員会(新設置)

**9. 平成29年度 第1回理事会(5月)について**

- 平成29年5月17日(水)12:45~14:30 メルパルク東京第3回「牡丹の間」の理事会の役割分担について、次のようになった。
- |        |   |
|--------|---|
| 司会     | 宗像事務総長                                  |
| 議長     | 青木会長                                    |
| 議事録署名人 | 富山委員長 櫻井委員長                             |
| 第1号議案  | 事業報告 池野副会長<br>決算報告 根津執行委員長<br>監査報告 師岡監事 |
| 第2号議案  | 平成29年度の組織・人事について<br>皆川副会長               |
| 第3号議案  | 事業計画 浦上副会長<br>予算 根津執行委員長                |

**10. 平成29年度 第18回通常総会(6月)について**

通常総会式次第案が提示された。役割分担については原則、理事会と同じにする。ただし、昨年同様、議長は江黒委員長、司会は樋口副会長とする。  
平成28年度の報告案については、変更点があれば、事務局に申し出をお願いした。

**11. 政治連盟について**

- 1)6月5日(月)ホテルグランドパレスで政治連盟主催特別セミナー&ドラッグストア研究レポート報告会についてチケット斡旋へのご協力をお願いした。
- 2)ヘルスケア議員懇話会 朝食勉強会については、日程が決まったら連絡するので、そのおりは、参加してほしい旨のお願いがあった。

**12. 組織委員会報告**

- 1)ブロック総会の日程が決まった。  
東日本ブロック 9月19日(火)  
西日本ブロック 9月20日(水)  
中部ブロック 9月21日(木)  
九州ブロック 9月22日(金)
- 2)支部長人事について  
7支部で変更があった。

**13. 日本医薬品登録販売者協会の、既存団体との連携について**

滋賀県モデルについての説明があり、「滋賀県医薬品登録販売者協会」との連携についての説明と協力をお願いがあった。

**14. 防犯・有事委員会報告**

- トップ会における大量窃盗情報の共有に関する意見への対応について
- ・石田委員長から報告があった。
  - ・富山委員長から自社の事例の説明とエリアでの協定の必要性が説明された。

**15. 社会貢献委員会報告**

富山委員長からそらぶちキッズキャンプについて報告  
・7月30日に、そらぶちキッズキャンプに参加する。  
参加者案:青年部会、常任理事、協賛メーカーなど

**16. 平成28年度事業活動報告、平成29年度事業推進計画(案)について**

確認の依頼があった。

**17. 報告事項**

- ・日本OTC医薬品協会からの定時総会へのご案内について  
5月22日グランドアーク、在京常任理事には出席をお願いした。
- ・薬剤師国家試験合格率について  
昨年より若干少なくなったが1万人を超え、ドラッグストアでも採用しやすくなった。
- ・東京都議会議員選挙について  
各企業に案内が行くので、各社の判断をお願いした。
- ・入退会企業報告  
正会員139社、賛助会員219社、個人会員21名、学校会員29社 となったとの報告がされた。

**18. 平成 29 年の年間スケジュールについて(7月～12月)**

- 10月の常任理事会、理事会の日程は、10日(火)に決まった。
- 11月、12月の日程は次回、決めることになった。

**19. その他****平成 29 年度 第1回 調剤事業推進委員会 議事録**

日 時:平成 29 年4月 27 日(木) 9時 30 分から 11 時 30 分

場 所:日本ヘルスケア協会 会議室

出席者:

委員長 榊原 栄一(㈱スギ薬局 代表取締役会長)

委 員 大竹 富治(㈱マツモトキヨシホールディングス グループ出店  
企画部

調剤担当部長)

委 員 福田 美幸(㈱トモズ 薬剤部長)

委 員 宮田 武志(㈱スギ薬局 顧問(広報・IR 担当))

事務局 中澤 一隆(日本チェーンドラッグストア協会 専務理事)

事務局 鈴木佳志子(日本チェーンドラッグストア協会)

欠席者:

委 員 本橋 勝(ウエルシア薬局㈱執行役員 執行役員 調剤在宅  
本部 薬剤師・登録販売者教育部 部長)

内 容:以下の通り

**議題1 調剤報酬に関する動向調査**

事務局作成の調査結果とりまとめ案について審議。骨格は了承されるも、グループCの動向につき一部回答の正確性に疑義が出され、確認することとなった。

事務局で所要の修正を行い、可及的速やかに発出することとなった。

**議題2 厚生労働省との意見交換会とその内容**

事務局から、5月25日(木)10時から開催、出席者は国から中山保険局薬剤管理官、会員からは追加で数社(ウエルシア薬局、サンキュードラッグ、サンドラッグ、スギ薬局、セキ薬品、中部薬品、トモズ、ヨネキ十字堂)が参加する旨を説明。意見交換の内容については、事務局案を審議し、若干の修正をすることで合意。

**○第2回委員会日程**

平成 29 年5月 25 日(木)、10 時 00 分からの意見交換会の後、虎の門事務所にて開催。

## 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

☆平成 29 年度 登録販売者試験情報(平成 29 年 6 月 12 日一般社団法人 日本薬業研修センター調べ)を掲載しました。【資料 後頁 1 ページ分あり】

☆登録販売者試験受験対策 2016 年実施過去問題集の完売に伴う対応について

2016 年実施過去問題集は大変な好評をもって完売いたしました。希望者には、2015 年実施過去問題集を販売いたします。2015 年実施過去問題集と 2016 年実施過去問題集は、問題出題範囲の内容は変わっておらず、2017 年の登録販売者試験に活用できる内容です。

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 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】

### 4. 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】

### 5. 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】

## 6. 「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】

## 7. 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】

## 8. (一財)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】

## 9. 「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】

## 10. 「そらぶちキッズキャンプを創る会」支援について

そらぶちキッズキャンプ募金(平成28年4月～平成29年3月)の集計結果が出ました。協会ホームページから結果報告のポスターをダウンロードできます。ご協力いただきました企業様におかれましては、印刷して店舗に掲示し、お客様にご報告をお願いいたします。

引き続き、そらぶちキッズキャンプ募金の支援にご協力をお願いします。

【資料:後頁1ページ分あり】

## 平成29年度 登録販売者試験情報

一般社団法人 日本薬業研修センター調べ(平成29年6月12日)

都道府県	試験日	合格発表日	受験手数料	公示日
北海道	8月30日(水)	10月2日(月)	¥18,100	
青森県	8月30日(水)	10月2日(月)	¥17,600	
岩手県	8月30日(水)	10月2日(月)	¥17,600	
宮城県	8月30日(水)	10月2日(月)	¥17,600	
秋田県	8月30日(水)	10月2日(月)	¥17,600	
山形県	8月30日(水)	10月2日(月)	¥17,600	
福島県	8月30日(水)	10月2日(月)	¥17,600	
茨城県	9月7日(木)	10月6日(金)	¥15,000	
栃木県	9月7日(木)	10月6日(金)	¥15,000	
群馬県	9月7日(木)	10月6日(金)	¥15,000	
埼玉県	9月10日(日)	10月10日(火)	¥15,000	
千葉県	9月10日(日)	10月10日(火)	¥14,000	
東京都	9月10日(日)	10月10日(火)	¥13,600	
神奈川県	9月10日(日)	10月10日(火)	¥14,200	
新潟県	9月7日(木)	10月6日(金)	¥15,000	
富山県	9月6日(水)	10月20日(金)	¥15,000	
石川県	9月6日(水)	10月20日(金)	¥15,000	
福井県	8月20日(日)	10月6日(金)	¥13,000	
山梨県	9月7日(木)	10月6日(金)	¥14,000	
長野県	9月7日(木)	10月13日(金)	¥15,300	
岐阜県	9月6日(水)	10月20日(金)	¥15,000	
静岡県	9月6日(水)	10月20日(金)	¥15,000	
愛知県	9月6日(水)	10月20日(金)	¥15,000	
三重県	9月6日(水)	10月20日(金)	¥15,000	
滋賀県	8月20日(日)	10月6日(金)	¥14,000	
京都府	8月20日(日)	10月6日(金)	¥13,000	
大阪府	9月7日(木)	10月20日(金)	¥13,000	
兵庫県	8月20日(日)	10月6日(金)	¥13,000	
奈良県	8月29日(火)	10月13日(金)	¥13,000	
和歌山県	8月20日(日)	10月6日(金)	¥13,000	
鳥取県	11月1日(水)	12月12日(火)	¥14,000	
島根県	11月1日(水)	12月12日(火)	¥14,000	
岡山県	11月1日(水)	12月12日(火)	¥14,120	
広島県	11月1日(水)	12月12日(火)	¥15,000	
山口県	11月1日(水)	12月12日(火)	¥14,070	
徳島県	10月24日(火)	12月1日(金)	¥15,000	
香川県	10月24日(火)	12月1日(金)	¥15,000	
愛媛県	10月24日(火)		¥15,000	
高知県	10月24日(火)	12月1日(金)	¥15,000	
福岡県	12月17日(日)			8月中旬
佐賀県	12月17日(日)			7月6日(木)
長崎県	12月17日(日)			7月上旬
熊本県	12月17日(日)			7月中
大分県	12月17日(日)			6月中旬以降
宮崎県	12月17日(日)			7月下旬
鹿児島県	12月17日(日)			7月中旬
沖縄県	12月17日(日)			7月上旬

※詳細は各都道府県に確認願います。

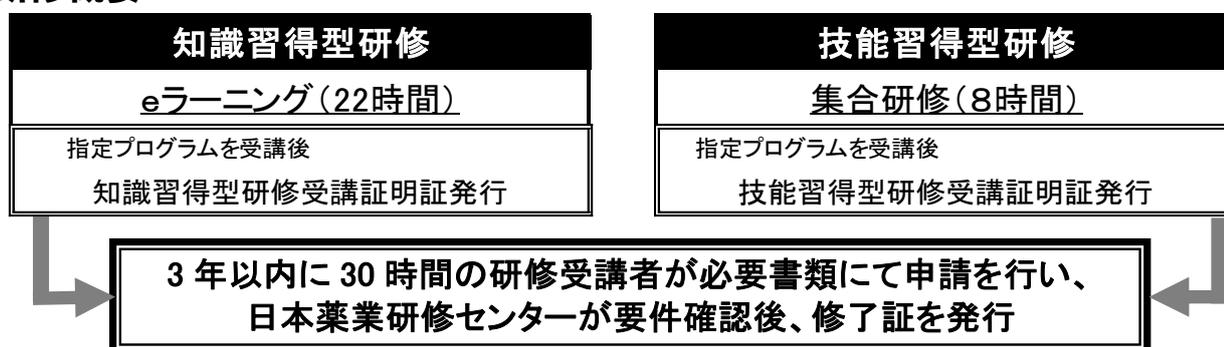
# ～厚生労働省基準に適合し、実践に活用できる～ 「健康サポート薬局研修」ご案内

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。

開催日	地区	会場	研修時間
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」
2017年7月30日(日)	宮城県仙台市	戦災復興記念館	
2017年9月3日(日)	大阪府大阪市	日邦・大阪センター	
2017年9月10日(日)	愛知県名古屋市	日邦・名古屋連絡所	
2017年9月24日(日)	北海道札幌市	日邦・札幌出張所	
2017年10月15日(日)	福岡県福岡市	日邦・福岡営業所	
2017年9月22日(金)	東京都文京区	MK御茶ノ水ビル	<b>9時30分～19時(予定)</b>

※【開催予定】上記日程の他に、神奈川地区、京都地区での開催を調整中です。

※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。

※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> </ul> 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。

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。

## ■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

<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。

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。

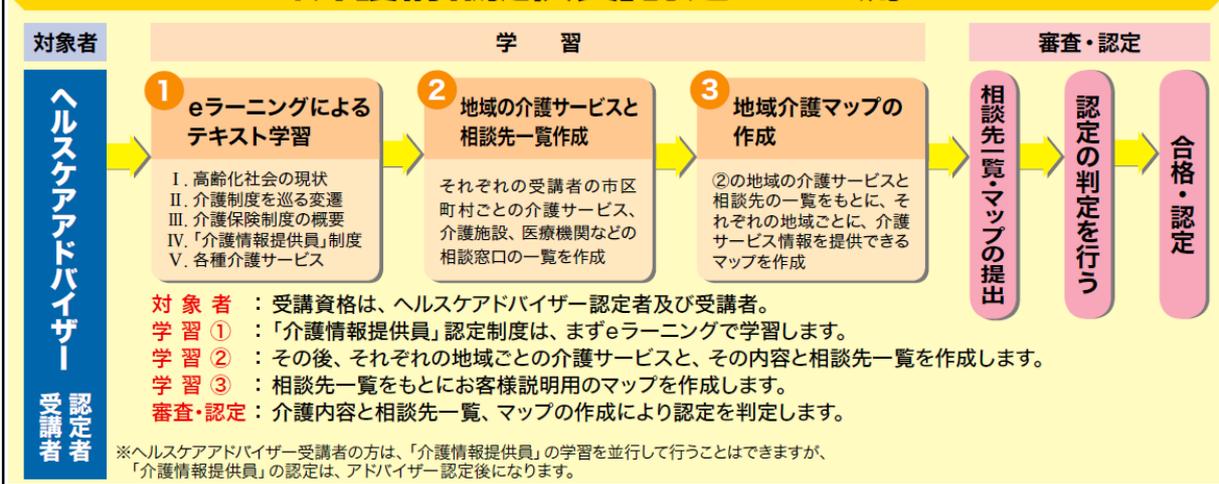
## ■ 主なカリキュラム

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



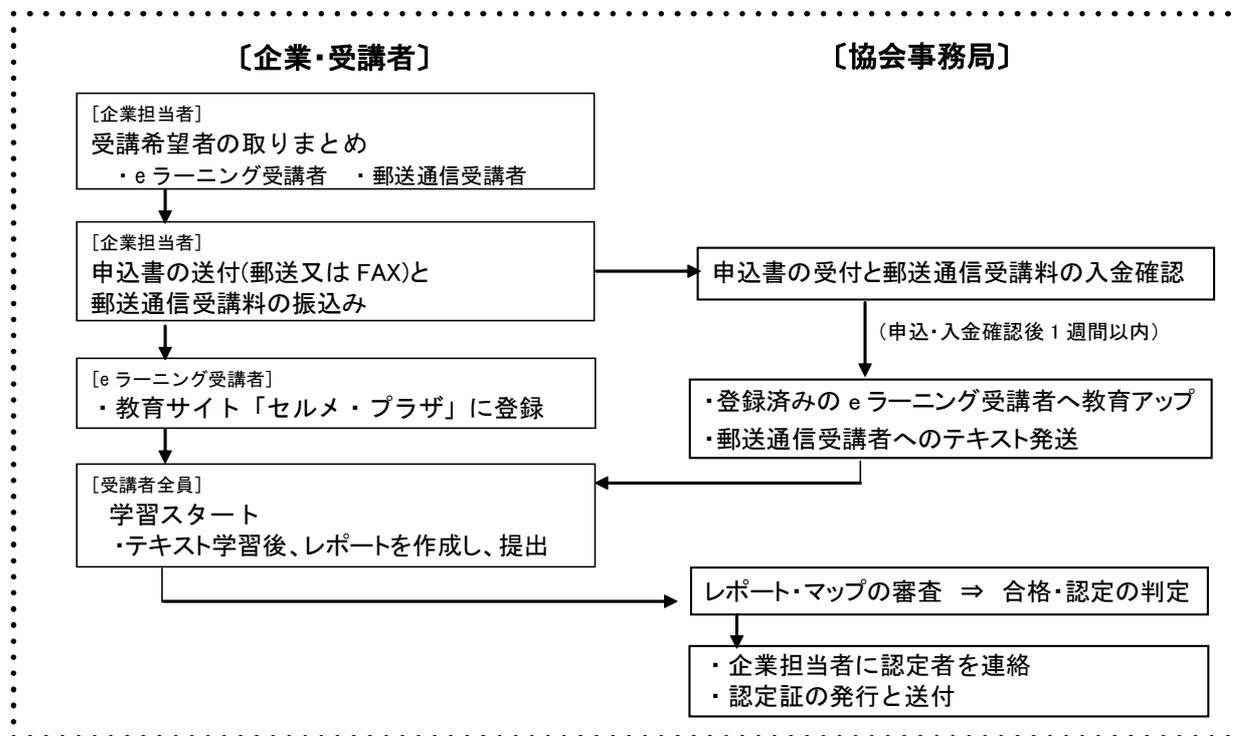
## ■ 学習の狙い

- 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・リラクゼーション対策
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)	
60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)
80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

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 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

第33期  
(2017年6月生)  
募集中

募集締切日 6月30日まで延長

※お申込みをご希望の方は  
お問い合わせ下さい

## セルフメディケーションを支える新しい認定制度

— ドラッグストアに求められている人材 —

地域生活者の健康を守る相談役として活躍できます

### ヘルスケアアドバイザーの目的

わが国は本格的な少子・高齢化時代を迎え、急速に高齢者人口比率が拡大しています。それに伴い、疾病構造も大きく変化し、急性疾患から生活習慣病を中心とした慢性疾患が急増しています。ヘルスケアアドバイザーは、これらの疾病構造の変化に十分対応し、地域の生活者が健康で活力ある社会の実現と、セルフメディケーションの受け皿として貢献することを目的としています。

### ヘルスケアアドバイザーは何ができるか

地域に暮らす方々の健康維持・増進のために病気や薬・栄養・食事・運動などの正しい知識を習得し、病気の予防や改善について、生活者自らが判断できるための適正なアドバイスができるようになります。

### ヘルスケアアドバイザーの狙い

ヘルスケアアドバイザー認定制度は、日本チェーンドラッグストア協会の設立当初から、会員企業の従業員・販売員の資質向上と人材育成を図るために、会員各社から最も多くあがっている要望事項の一つです。ドラッグストアの役割や機能を十分活かし、ヘルスケアを担う人材育成を図り、地域生活者の健康維持・増進、および病気や医薬品、栄養、食事等の指導を通じ、ドラッグストアが地域住民からより高い信頼を得ることを狙いとしています。

#### 養成方法

通信教育、DVD学習

#### 養成期間

12ヶ月

#### 教材内容

テキスト：6分冊

DVD：1枚

添削問題：12回

#### 認定方法

学科試験

#### 受講料

会員企業価格

62,640円(税込)

#### 募集締切

2017年5月31日

#### 主なカリキュラム

##### ヘルスケアに関する基礎知識編

- ・体の構造と働き ・医薬品
- ・栄養、食生活、運動
- ・病態生理 ・関係法規、制度
- ・自己責任とセルフメディケーション

##### ヘルスケアに関する実践知識編

- ・病気とヘルスケア ・薬とヘルスケア
- ・体の症状とヘルスケア
- ・ことごとヘルスケア
- ・代替・補完医療 ・妊娠、出産、育児
- ・介護 ・応急処置

##### ドラッグストアの応対に関する知識・技術編

- ・応対に関する知識
- ・ドラッグストアに関する基礎知識

##### DVD

- ・応対基本技術編

ヘルスケアアドバイザー

養成講座

受講・申込みの詳細については、パンフレットをご覧いただくか、各社の人事・教育部・HBCA養成講座担当者、またはヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センターまでお問合せください。

JACDS

日本チェーンドラッグストア協会

ヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センター

〒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.045-478-5451 Fax.045-478-5461

E-mail : sec@jacds.gr.jp hp : http://www.jacds.gr.jp (日本チェーンドラッグストア協会)

E-mail : info@hbc-ctr.gr.jp hp : http://www.hbc-ctr.gr.jp (H&B C人材育成センター)

第22期生  
(2017年6月生)  
募集中

募集締切日 6月30日まで延長

※お申込みをご希望の方は  
お問い合わせ下さい

## 21世紀の時代が求める新しい認定制度

— 美と健康、セルフメディケーションの両輪 —

美容に関する悩みや要望への確かなアドバイスができます

### ビューティケアアドバイザーの目的

今、新たな視点で、ビューティケアを担う人材が求められています。美容に関する要望や個別の悩みを解決し、より健康でより美しく快適な生活を提案するのが、ビューティケアアドバイザーです。

生活全般との関わりを含めた幅広い知識や美容技術を持った人材を育成し、豊かでより快適な生活創りに貢献することを目的としています。

### ビューティケアアドバイザーは何ができるか

美と健康はセルフメディケーションの両輪です。化粧品やメイク、肌の悩みなどをはじめ、食事・栄養・運動など、生活全般に関わる側面からも美容に関するアドバイスができるようになります。また、薬、健康・美容食品などのヘルスケアとの関連を学び、ドラッグストアに求められる健康と美容の情報提供ができます。

### ビューティケアアドバイザーの狙い

地域生活者がより美しく、若々しく、快適な暮らしを行っていくのに必要なアドバイスができます。

また、接客の基本や心構えを学び、対応能力と販売の実践力がアップすることを狙いとしています。

#### 養成方法

通信教育、DVD学習  
スクーリング  
JACDS指定基礎美容講座

#### 養成期間

8ヶ月

#### 教材内容

テキスト: 2分冊  
DVD: 1枚  
添削問題: 6回

#### 認定方法

学科試験・応対実技試験

#### 受講料

会員企業価格  
51,840円(税込)

#### 募集締切

2017年5月31日

#### 主なカリキュラム

ビューティケアに関する知識・技術編

ビューティケアに関する基礎知識

- ・美容に関する基礎知識
- ・肌に関する基礎知識

・ビューティケアに必要な基礎知識

・ビューティケアに必要なその他専門知識

ビューティケアアドバイスに関する基礎知識・技術

・フェイスに関するビューティケア

・フェイス以外に関するビューティケア

ビューティケアに関する応対・売場知識編

・応対に関する知識・技術

・ドラッグストアの売場に関する知識

DVD

・メーキャップ技術Howto編

・応対基本技術編

美容講座の受講については、資生堂、カネボウ、コーセー、花王ソフィーナの4メーカーの商品を取り扱っていない店舗又は業種へお勤めの方は別途美容講座の費用がかかります。

受講・申込みの詳細については、パンフレットをご覧ください。各社の人事・教育部・HBCA養成講座担当者、またはヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センターまでお問合せください。

ビューティケアアドバイザー

養成講座

JACDS

日本チェーンドラッグストア協会

ヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センター

〒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.045-478-5451 Fax.045-478-5461

E-mail : sec@jacds.gr.jp hp : http://www.jacds.gr.jp (日本チェーンドラッグストア協会)

E-mail : info@hbc-ctr.gr.jp hp : http://www.hbc-ctr.gr.jp (H&BC人材育成センター)

**募集締切日 2017年7月20日**

**高齢化社会が求める新しい認定制度**

— 予防・未病改善で、健やかな生活支援 —

**漢方の知識で健康づくりをサポートします**

第25期生  
(2017年8月生)  
**募集中**

**漢方アドバイザー養成講座**

**漢方アドバイザーの目的**

漢方アドバイザー認定制度は、東洋医学への関心が高まる中、漢方についての正しい知識を普及する人材を育成します。

新しい漢方の可能性について学び、一般生活者の正しくかつ効果的な漢方利用に貢献していくことを目的としています。

**漢方アドバイザーは何ができるか**

漢方の考え方や治療法などについて幅広く学習し、生活者の健康維持・増進、病気の予防や体質改善のアドバイスができるようになります。

また、症状別に多くの人に対応できる製剤化された漢方薬・サプリメントについてのアドバイスができるようになります。

**漢方アドバイザーの狙い**

予防・未病の改善を重点においている漢方の考え方は、セルフメディケーションの推進において、非常に有効と期待されています。

漢方の考え方や知識を習得し実践することは、体質改善、免疫能力の向上、健康増進や病気の予防や治療に効果をもたらします。これにより、高齢化社会が急速に進むわが国において、国民のさらなる健やかな生活を支援することを狙いとされています。

<b>養成方法</b>	通信教育、DVD学習
<b>養成期間</b>	10ヶ月
<b>教材内容</b>	テキスト：5分冊＋別冊1冊 DVD：1巻 添削問題：10回
<b>認定方法</b>	学科試験
<b>受講料</b>	会員企業価格 101,800円(税込)
<b>募集締切</b>	2017年7月20日

<b>主なカリキュラム</b>
漢方に関する基礎知識編
・ 中医薬学小史
・ 中医薬学基礎知識
・ 中医診断学概要
・ 中薬の基本知識(上)
漢方に関する実践知識編
・ 中薬の基本知識(下)
・ 常用中薬
・ 常用の方剤(上)
・ 常用の方剤(下)
・ 食物の医療・保健作用
・ 病気と中医弁証治療
(別冊：一般用漢方製剤の承認基準概要)
DVD
・ 漢方の世界「中医薬学基礎講座」

(編集・監修：国立北京中医薬大学)

受講・申込みの詳細については、パンフレットをご覧いただくか、各社の人事・教育部・HBCA養成講座担当者、またはヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センターまでお問合せください。

**JACDS**

**日本チェーンドラッグストア協会**

ヘルス・アンド・ビューティケア人材育成センター

〒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.045-478-5451 Fax.045-478-5461

E-mail : sec@jacds.gr.jp hp : http://www.jacds.gr.jp (日本チェーンドラッグストア協会)

E-mail : info@hbc-ctr.gr.jp hp : http://www.hbc-ctr.gr.jp (H&BC人材育成センター)

専門領域をさらに広げた人材として高く評価

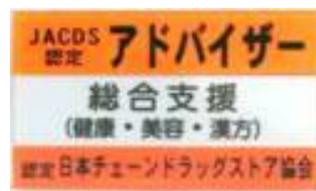
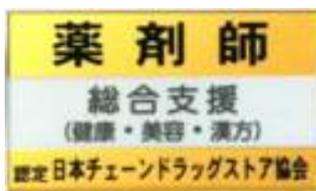
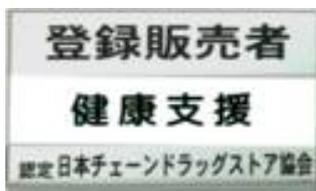
# ダブルライセンス認定制度

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。

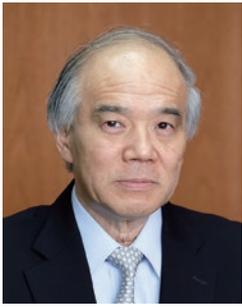
当協会は、ヘルスケア産業育成のために次の事業を実践します。

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)マツモトキヨシホールディ  
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。

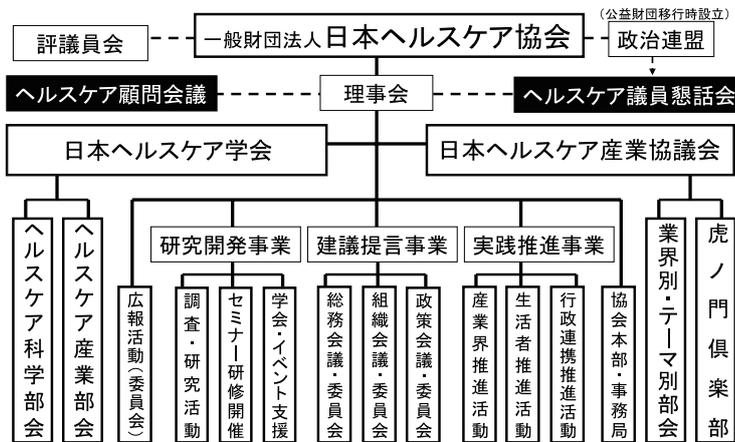
### 6) その他

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

# 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 を応援しております

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

### 難病の子供たちへの 応援募金ありがとうございました！

平成28年度（平成28年4月～平成29年3月）募金金額のご報告

**募金額合計 1,787万4,903円**

平成29年4月30日現在

#### 平成28年度そらぷちキッズキャンプ活動報告

計10回のキャンプを実施（夏季7回、冬季3回）し、難病とたたかう子どもと家族に対し、かけがえのない時間を提供することができました。家族で参加のキャンプ、子どもだけ参加のキャンプ、グループによる参加のキャンプを実施しました。

（年間参加者264名。うち病児105名）

10月には広報PRイベントを実施、キャンプ場を一般公開し、そらぷちキッズキャンプを知ってもらいイベントして、300名の方にご参加いただきました。

参加した子どもたちや家族の想いととも、心より御礼を申し上げます。ありがとうございました。

#### 平成29年度そらぷちキッズキャンプ活動計画

年間を通じて計11回（夏季8回、冬季3回）のキャンプ事業を実施します。全国各地から、難病とたたかう子どもと家族を、北海道のキャンプ場に招待する計画で、参加者は年間約300名、うち病児は約100名となる予定です。また、日本初の医療ケア付キャンプ場として、これまでの実績を情報発信し、難病の子どもの支援を啓発する国際シンポジウムの開催を計画しています。

#### シリアスファンチルドレンズネットワークに正式加盟

2016年11月に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供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（中東を除く）で唯一の正会員として、認可・加盟いたしました。

#### そらぷちキッズキャンプについて

北海道滝川市で日本国内に約20万人いるといわれている小児がんや心臓病などの難病とたたかう子どもたち。「そらぷちキッズキャンプ」は医療施設を完備し、特別に配慮されたキャンプ施設や自然体験プログラムを設けた、子どもたちの夢のキャンプを創っています。詳しい内容は下記ホームページをご覧ください。

<http://www.solaputi.jp/what/index.html>



夏キャンプでの集合写真



冬キャンプでの家族写真



医療ケア付キャンプ場の施設群（夏キャンプ）

**JACDS** 日本チェーンドラッグストア協会

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜2-5-10 楓第二ビル四階

TEL: 045-474-1311 / FAX: 045-474-2569

<http://www.jacds.gr.jp>

## 行政・団体からのお知らせ

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. 平成 27 年度厚生労働科学研究費補助金(地域医療基盤開発推進研究事業)「内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究」結果の概要について—医政局、医薬・生活衛生局(5月26日)

関係する会員企業の皆様には目を通していただくよう、よろしく申し上げます。【資料:後頁13ページ分あり】

2. 後発医薬品品質情報の送付について—医薬・生活衛生局(5月31日)※岐阜県健康福祉部から届けられました。

後発医薬品品質情報No.8です。ご活用下さい。URLも掲載されています。【資料:後頁10ページ分あり】

3. 「テレワーク・デイ」参加企業等の募集について—労働基準局(6月9日)

7月24日のテレワーク一斉実施に参加する企業様、あるいはそれを応援する企業等を募集しているそうです。興味がおありの企業様には、担当様にご連絡下さい。【資料:後頁2ページ分あり】

### 【経済産業省】

4. 夏季の省エネルギーの取組について—経済産業省(5月31日)

6月から9月が、夏の省エネキャンペーンです。内容が決まりましたので、目を通していただくようお願いいたします。

このURLをクリックして下さい。【資料:後頁なし】

<http://www.meti.go.jp/press/2017/05/20170529007/20170529007-1.pdf>

5. ドラッグストア販売統計月報について—経済産業省(3月分)

ドラッグストア販売統計月報(確定版)の3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願い申し上げます。【資料:後頁15ページ分あり】

### 【農林水産省】

6. 「食育月間」—農林水産省(5月16日)

6月は「食育月間」です。食育の取組みを推進してほしいとの依頼がありましたので、お知らせします。【資料:後頁5ページ分あり】

7. 「男女共同参画週間」—農林水産省(5月26日)

6月23日～29日は「男女共同参画週間」です。周知依頼がありましたので、お伝えします。【資料:後頁2ページ分あり】

### 【団体】

8. 取引慣行に関する実態調査—UAゼンセン、フード連合(6月7日)

食品に関する取引慣行の調査結果です。毎年、行われています。適正な取引が行われますよう、参考にさせていただきたく、よろしく申し上げます。【資料:後頁40ページ分あり】

事 務 連 絡  
平成29年5月26日

日本チェーンドラッグストア協会御中

厚生労働省医政局総務課  
厚生労働省医薬・生活衛生局総務課  
厚生労働省医薬・生活衛生局安全対策課

平成27年度厚生労働科学研究費補助金（地域医療基盤開発推進研究事業）  
「内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究」結果の概要に  
ついて（情報提供）

標記について、別添のとおり、各都道府県・保健所設置市・特別区衛生主管  
部（局）あて情報提供いたしましたので、貴職におかれましても、御了知いた  
だくとともに、関係者に周知方お願いいたします。

事務連絡  
平成29年5月26日

各 

都道府県
保健所設置市
特別区

 衛生主管部（局）御中

厚生労働省医政局総務課  
厚生労働省医薬・生活衛生局総務課  
厚生労働省医薬・生活衛生局安全対策課

平成27年度厚生労働科学研究費補助金（地域医療基盤開発推進研究事業）  
「内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究」結果の概要  
について（情報提供）

医療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。

平成27年度厚生労働科学研究費補助金（地域医療基盤開発推進研究事業）「内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究」（研究代表者 国際医療福祉大学薬学部 土屋文人特任教授）について、研究報告書がとりまとめられ公表されましたので情報提供いたします。

研究結果の概要は別添1のとおりです。内服薬処方せんの記載方法の標準化を進展させるためには、内服薬の1回量及び1日量を併記する等標準的記載方法を医療機関に対し改めて周知する必要性の他、薬剤名の一般的名称を基本とした販売名の類似性に起因する薬剤取り違い防止のための対応等が課題とされております。

この一般的名称を基本とした販売名の類似性に起因する薬剤取り違い防止のための対応策の一つとして、類似性等による取り違いリスクが特に懸念される名称のものについては、一般名処方内服薬処方せんにおいて、先発品の使用が誘引されることがない範囲で、先発品や代表的な後発品の製品名等を参考的に付記する等の工夫が有効と考えられます。なお、診療報酬における一般名処方加算の取扱いについては、「疑義解釈資料の送付について（その11）」（平成29年5月26日付け厚生労働省保険局医療課事務連絡）をご参照ください。

また、内服薬処方せんの記載方法の標準化に向けた病院情報システムの標準

用法マスタの搭載については、平成 28 年 9 月に医療情報標準化推進協議会（HELICS 協議会）において、処方・注射オーダ標準用法規格が医療情報標準化指針（HELICS 指針）とされたため、今後、各メーカーで対応が進められる環境が整ったことを申し添えます。

なお、当該研究報告書については、別添 2 の「内服薬処方せんの記載方法の在り方に関する検討会報告書の公表について（周知依頼）」（平成 22 年 1 月 29 日付け医政発 0129 第 3 号・薬食発 0129 第 5 号厚生労働省医政局長・医薬食品局長連名通知）において、各都道府県知事・保健所設置市長・特別区長あてに周知をお願いした検討会報告書のなかで「遅くとも 5 年後に、内服薬処方せんの記載方法の標準化の進捗状況等についての調査・研究を行い、対策について再検討する」とされたことを踏まえ、調査を行ったうえでとりまとめられたものです。

#### ○別添 1

平成 27 年度厚生労働科学研究費補助金 地域医療基盤開発推進研究事業「内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究」（研究代表者 国際医療福祉大学薬学部 土屋文人特任教授）結果の概要

#### ○別添 2

「内服薬処方せんの記載方法の在り方に関する検討会報告書の公表について（周知依頼）」（平成 22 年 1 月 29 日付け医政発 0129 第 3 号・薬食発 0129 第 5 号厚生労働省医政局長・医薬食品局長連名通知）

<p>（留意事項）本通知の内容については、貴管下医療機関等の医療に係る安全管理のための委員会の関係者、医療安全管理者、医薬品の安全使用のための責任者等に対しても周知されるよう御配慮願います。</p>
---

平成 27 年度厚生労働科学研究費補助金 地域医療基盤開発推進研究事業  
「内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究」  
(研究代表者：国際医療福祉大学薬学部 土屋文人特任教授) 結果の概要

- 「内服薬処方せんの記載方法の在り方に関する検討会報告書」(平成 22 年 1 月)において、内服薬処方せんの記載方法を標準化することが必要であるとの考えから「内服薬処方せん記載の在るべき姿」を示し、可及的速やかに着手しその後も継続的に実施すべき「短期的方策」と、長期的視点に立って取り組むべき「長期的方策」等が示されている。
- 平成 27 年度厚生労働科学研究において、上記方策の進捗状況等について調査を行った。以下に概要を抜粋する。

## 1 内服薬処方せんの記載方法標準化の普及状況に関する研究

### 1) 医育機関等を対象としたアンケート調査

医育機関、臨床研修実施医療機関 1,018 施設及び、臨床研修実施医療機関と重複しない小児専門施設 19 施設の合計 1,037 施設を対象にアンケート調査を行った。アンケート用紙は郵送し、回答は Web あるいは FAX で回収した。回答があったのは、医育機関と臨床研修実施医療機関 587 施設 (57.7%)、小児専門施設 13 施設 (68.4%)、全体で 600 施設 (57.9%) であった。

#### 【主な結果】

##### (1) 処方せん上の 1 回量と 1 日量の併記

- 「1 回量と 1 日量を併記している」が 84 施設 (14.0%)、「従来通り 1 日量のみ記載である」が 498 施設 (83.0%)、「1 回量のみ記載している」が 2 施設 (0.3%) であった。【表 1】
- 1 回量と 1 日量の併記について、現行の保険局の通知で示されていることについて、「知っている」が 487 施設 (81.2%)、「知らない」が 98 施設 (16.3%) であった。【表 2】
- 表 1 で 1 日量のみ記載している理由は、「システム対応ができていないから」が 371 施設 (74.5%) であった。【図 1】

##### (2) 薬名の製剤名と分量の製剤量記載

- 単味の散剤の基本的な標記方法について、「製剤名 (薬価基準収載名、一般名処方名) を記載して製剤量を記載している」と回答したのは、散剤が 337 施設 (56.2%)、液剤が 508 施設 (84.7%) であった。【表 3】

##### (3) 原薬量で記載した場合の明示

- 「【原薬量】というように原薬量であることを明記している」と回答したのは、散剤が 169 施設 (28.2%)、液剤が 83 施設 (13.8%) であった。「分量が mg で記載されているから【原薬量】という補助記載はしていない」と回答したのは、散剤が 251 施設 (41.8%)、液剤が 187 施設 (31.2%) であった。【表 4】

##### (4) 入院患者用の調剤時に賦形を行った場合、賦形後の調剤量及び 1 回量について、薬剤師から与薬する看護師等の他部門への明確な伝達

- 「賦形した結果の量を記載している」と回答したのは、散剤が 59 施設 (9.8%)、液剤が 126 施設 (21.0%) であった。「賦形については特に情報提供していない」と回答したのは、散剤が 381 施設 (63.5%)、液剤が 350 施設 (58.3%) であった。【表 5】

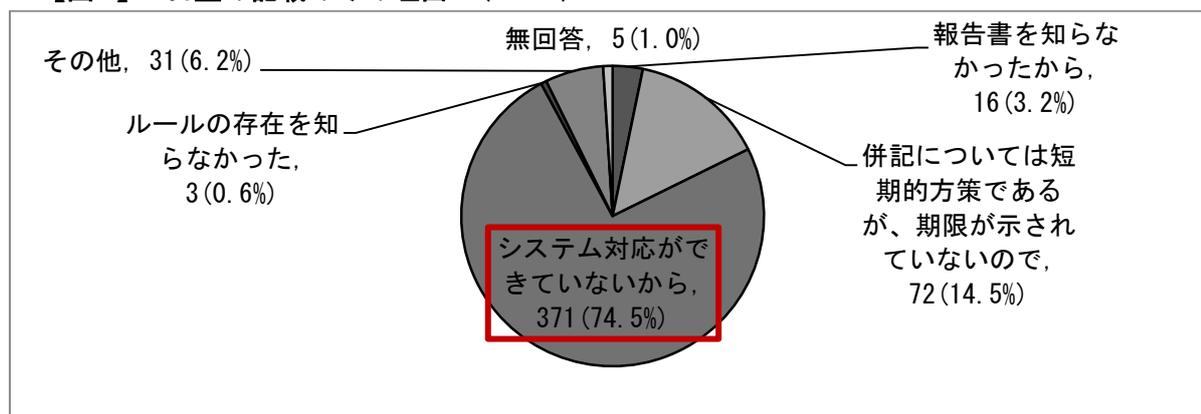
【表 1】1回量と1日量の併記 (n=600)

従来通り1日量のみ記載	1回量と1日量を併記	1回量のみ記載	その他	無回答
498 (83.0%)	84 (14.0%)	2 (0.3%)	8 (1.3%)	8 (1.3%)

【表 2】1回量と1日量の併記に関する保険局通知の認知 (n=600)

知っている	知らない	その他	無回答
487 (81.2%)	98 (16.3%)	3 (0.5%)	12 (2.0%)

【図 1】1日量の記載のみの理由 (n=498)



【表 3】薬名の製剤名と分量の製剤量記載 (n=600)

	製剤名（薬価基準名、一般名処方名）を記載し製剤量を記載	製剤名（薬価基準名、一般名処方名）を記載し原薬量を記載	原薬名（成分名）を記載し原薬量を記載	その他	無回答
散剤	337 (56.2%)	179 (29.8%)	6 (1.0%)	67 (11.2%)	11 (1.8%)
液剤	508 (84.7%)	41 (6.8%)	1 (0.2%)	34 (5.7%)	16 (2.7%)

【表 4】原薬量で記載した場合の明示 (n=600)

	【原薬量】というように原薬量であることを明記	分量がmgで記載されているから【原薬量】という補助記載はしていない	その他	無回答
散剤	169 (28.2%)	251 (41.8%)	69 (11.5%)	111 (18.5%)
液剤	83 (13.8%)	187 (31.2%)	59 (9.8%)	271 (45.2%)

【表 5】賦形時の情報伝達 (n=600)

	賦形については特に情報提供していない	賦形した場合に賦形した結果の量を記載している	賦形をした場合には賦形剤の量のみを記載している	その他	無回答
散剤	381 (63.5%)	59 (9.8%)	49 (8.2%)	99 (16.5%)	12 (2.0%)
液剤	350 (58.3%)	126 (21.0%)	24 (4.0%)	74 (12.3%)	26 (4.3%)

## 2) システムベンダーに対するアンケート調査

オーダリングシステムや電子カルテシステム、レセプトコンピュータシステムを扱っているベンダーを対象にアンケート調査を行った。アンケート用紙の配布は、保健医療福祉情報システム工業会から関係各社に配布し、回答は Web あるいは FAX により回収し、16 社から回答があった。回答の結果は、【表 6】のとおりであった。

【表 6】システムベンダーの短期的方策に対するシステム開発状況 (n=16)

	未開発	開発中	開発済み	無回答
1 回量と 1 日量の同一画面表示	5 (31.3%)	0 (0.0%)	9 (56.3%)	2 (12.5%)
処方せんへの 1 回量と 1 日量の併記	5 (31.3%)	0 (0.0%)	9 (56.3%)	2 (12.5%)
散剤・液剤における製剤量記載	3 (18.8%)	0 (0.0%)	11 (68.8%)	2 (12.5%)
散剤・液剤を原薬量で入力した場合の【原薬量】等の印字	8 (50.0%)	0 (0.0%)	6 (37.5%)	2 (12.5%)
用法の日本語 (×3、3×等ではなく、1 日 3 回毎食後等) による表示	1 (6.3%)	0 (0.0%)	13 (81.3%)	2 (12.5%)
賦形した場合の調剤量・1 回量の表示	11 (68.8%)	0 (0.0%)	3 (18.8%)	2 (12.5%)

## 3) 標準用法マスタの開発状況調査

○平成 23 年 9 月に日本薬剤師会、日本病院薬剤師会で内服薬・外用薬を対象とした「標準用法用語集 (第 1 版)」が公開され、翌平成 24 年 1 月に日本医療情報学会で「処方オーダリングシステム用標準用法『服用回数、服用のタイミングに関する標準用法マスタ』(内服及び外用編)」が公開された (その後平成 26 年 11 月にアップデートを実施)。

○平成 28 年 1 月には日本薬剤師会、日本病院薬剤師会で内服薬・外用薬・注射薬を対象とした「標準用法用語集 (第 2 版)」が公開され、これに対応して同月、日本医療情報学会で「処方・注射オーダー標準用法規格 (JAMI 標準)」が公開された。今後、医療情報標準化推進協議会 (HELICS 協議会) での審議を経て採択されれば、厚生労働省の保健医療情報標準化会議に提言される予定である。

#### 4) 検討会報告書以降で変更された診療報酬体系における処方せん記載に関する事項の調査

平成 24 年診療報酬改定により薬品名を一般名処方マスタに掲載された形で処方せん記載を行った場合に加算が算定できる仕組みが導入されたことにより、いわゆる一般名処方が確実に浸透しつつある。しかしながら、後発医薬品については、平成 15 年以降、配合剤を除いてブランド名をつけた形（「ブランド名＋剤形＋規格・濃度」という形）での命名は禁止され、後発医薬品の販売名は「一般的名称＋剤形＋規格・濃度＋会社名（屋号）」という形での命名となった。このため、販売名が長くなり、文字数が最低 10 文字、最大 32 文字となっている。

一方、先のベンダー調査において、「処方オーダー画面に表示できる医薬品名の文字数には制限がない」と回答したのは 4 社 (25.0%)、「処方せんに印字できる医薬品名の文字数には制限がない」は 5 社 (31.3%) であった。

【表 7】 処方オーダー画面や処方せんに印字できる医薬品名の文字数の長さ (n=16)

	制限はない	制限がある	その他	無回答
処方オーダー画面	4 (25.0%)	9 (56.3%)	1 (6.3%)	2 (12.5%)
処方せん	5 (31.3%)	9 (56.3%)	0 (0.0%)	2 (12.5%)

#### 5) その他本分野に関連する事項に関する調査

- 一般的名称の基本部分が一般名から成り立っている後発医薬品においては、一般名は成分の化学構造が関係して命名されている場合があり、それ故に一般名が類似している場合があった。一般名（成分名）の名称類似度について、1 文字違いや 2 文字違い、全体として類似性が認められる組み合わせに分けて整理した。【別紙】
- 検討会報告書を受けて、「長期的方策」で示されている 1 回量による入力方法を採用した施設も出てきており、採用にあたっては地域の医療機関や薬局との連携を意識した導入など、システム普及方策として、これらの事例が参考となる。1 回量による入力システムは、確実に進展しつつあることが確認された。
- 最近 5 年間に新たに販売された医薬品の添付文書は、国際治験が行われていることが相俟って、約 9 割が 1 回量表記と解釈できるものであった。

## 2 処方せん記載方法が関与した医療事故、ヒヤリ・ハット事例の解析

### 1) 医療事故情報収集等事業における検証

日本医療機能評価機構が行っている医療事故情報収集等事業の医療安全情報6月号で取り上げられた再発・類似事例のうち、医療安全情報 No. 9（製剤と有効成分の総量の間違い）と医療安全情報 No. 18（処方表記の解釈の違いによる薬剤量間違い）について、検討会報告書公表（2011年1月）後の発生状況を検証した。

#### 【主な結果】

○「No. 9 製剤の総量と有効成分の量の間違い」の再発・類似事例は11件、「No. 18 処方表記の解釈の違いによる薬剤量間違い」の再発・類似事例は1件発生していた。【表8】

【表8】医療事故情報収集等事業での再発・類似事例数

	No. 9 製剤と有効成分の総量の間違い	No. 18 処方表記の解釈の違いによる薬剤量間違い
2012年6月号(2011年発生事例)	4	0
2013年6月号(2012年発生事例)	1	1
2014年6月号(2013年発生事例)	4	0
2015年6月号(2014年発生事例)	2	0
計	11	1

### 2) 薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業における検証

日本医療機能評価機構が行っている薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業で収集された内服薬処方せんに関する事例の検証を行った。

#### 【主な結果】

○「共有すべき事例」として選定された再発・類似事例について、検討会報告書公表（2011年1月）後の検証を行ったところ、6件の再発・類似事例があった。【表9】

○この他、下記のような事例があることも分かった。

- ・一般名処方による名称類似が薬剤取り違えを生じた事例
- ・一般名処方開始後、後発品同士の名称類似が生じたことによる調剤時の薬剤取り違え事例
- ・配合剤の名称の末尾アルファベット文字が、類似していることによる取り違えの事例

**【表 9】 薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業での「共有すべき事例」として選定された再発・類似事例**

	事例数	事例の概要
平成 24 年年報 (平成 23 年報告事例分)	3 件	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「1 回量」と「1 日量」との記載を変更する際にエラーが生じた事例</li> <li>➢ 処方せんの正しい入力にレセコンが対応していない事例</li> <li>➢ 医療機関における製剤量と成分量との間違い</li> </ul>
平成 25 年年報 (平成 24 年報告事例分)	1 件	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「リウマトレックス週 1 日服用、4 週間分処方」を意図して、「28 日分」と書かれた処方せんを作成した事例</li> </ul>
平成 26 年年報 (平成 25 年報告事例分)	2 件	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 手書き処方せんに剤形や用法が記載されていなかった事例</li> <li>➢ 処方せんに剤形（パップ剤とテープ剤の別）が記載されていなかった事例</li> </ul>

### 3 まとめ

○処方せん記載方法である 1 回量と 1 日量の併記は、現行の保険制度で求められており、これについて 487 施設 (81.2%) の医療機関が認識しているが、遵守できているのが 84 施設 (14.0%) という状況であった。医療機関側の理由としては「システム対応ができていない」と 371 施設 (74.5%) が回答しているが、ベンダーの多くはシステムを既に開発済みであり、大手ベンダーにおいては標準パッケージに含まれていることから、ベンダーは開発済みであることを積極的に医療機関に広報することが望まれる。

○原薬量で処方した場合に、【原薬量】と表記をしている施設が、散剤で 169 施設 (28.2%) にとどまっていた。また、「製剤の総量と有効成分の量の違い」の再発・類似事例が依然として報告されていることが分かった。

○完成が近い標準用法マスタについては、電子カルテシステム等への装備を推進すべきである。

○検討会報告書に示された「短期的方策」等について、少しずつではあるものの、確実に前進していることが確認された。また、平成 28 年 4 月に電子処方せんが認められたことも、今後検討会報告書の記載内容を実現するための大きな転機となると思われる。

○調査結果から、報告書記載の標準化を進展させるためには、標準的記載方法に関する医療機関に対する周知を改めて行うことが必要であると考えられた。

#### <参考> 「内服薬処方せん記載の在るべき姿」(内服薬処方せんの記載方法の在り方に関する検討会報告書 (平成 22 年 1 月))

- 「薬名」については、薬価基準に記載されている製剤名を記載することを基本とする。
- 「分量」については、最小基本単位である 1 回量を記載することを基本とする。
- 散剤及び液剤の「分量」については、製剤量（原薬量ではなく、製剤としての重量）を記載することを基本とする。
- 「用法・用量」における服用回数・服用のタイミングについては、標準化を行い、情報伝達エラーを惹起する可能性のある表現方法を排除し、日本語で明確に記載することを基本とする。
- 「用法・用量」における服用日数については、実際の投与日数を記載することを基本とする。<sup>(※)</sup> (※) 休薬期間のある場合、それが一意的に解釈できるように明示する。

一般名（成分名）における名称の類似性

（別添1 別紙）

①一般名が1文字違いの組み合わせ（一般名1の五十音順）

一般名1	一般名2
一硝酸イソソルビド	硝酸イソソルビド
クアゼパム	ジアゼパム
ジアゼパム	クアゼパム
硝酸イソソルビド	一硝酸イソソルビド
d-クロロフェニラミンマレイン酸塩	d l-クロロフェニラミンマレイン酸塩
d l-クロロフェニラミンマレイン酸塩	d-クロロフェニラミンマレイン酸塩
ピロキシカム	メロキシカム
ベニジピン塩酸塩	マニジピン塩酸塩
マニジピン塩酸塩	ベニジピン塩酸塩
メロキシカム	ピロキシカム

②一般名が2文字違いの組み合わせ（一般名1：五十音順）

一般名1	一般名2
アクリノール	アロプリノール
アゼルニジピン	シルニジピン
アゾセミド	フロセミド
アラセブリン	シラザブリン
アルギン酸ナトリウム	ヒアルロン酸ナトリウム
アルクロメタゾンプロピオン酸エステル	ベクロメタゾンプロピオン酸エステル
アロプリノール	アクリノール
アンピロキシカム	ピロキシカム
イソコナゾール硝酸塩	ミコナゾール硝酸塩
イソソルビド	硝酸イソソルビド
イトプリド塩酸塩	スルトプリド塩酸塩
イトプリド塩酸塩	チアプリド塩酸塩
イトラコナゾール	ケトコナゾール
イブプロフェン	ケトプロフェン
エスタゾラム	エチゾラム
エチゾラム	エスタゾラム
エチゾラム	プロチゾラム
エペリゾン塩酸塩	ビペリデン塩酸塩
オフロキサシン	ナジフロキサシン
オフロキサシン	ノルフロキサシン
オフロキサシン	レボフロキサシン
カベルゴリン	ニセルゴリン
クアゼパム	クロチアゼパム
クアゼパム	ロラゼパム
クロチアゼパム	クアゼパム
ケトコナゾール	イトラコナゾール
ケトコナゾール	フルコナゾール
ケトコナゾール	ラノコナゾール

②一般名が2文字違いの組み合わせ（一般名1：五十音順）続き

一般名1	一般名2
ケトプロフェン	イブプロフェン
ケトプロフェン	ザルトプロフェン
ザルトプロフェン	ケトプロフェン
ジアゼパム	ロラゼパム
ジメチコン	シメチジン
シメチジン	ジメチコン
シメチジン	ニザチジン
シメチジン	ラフチジン
シラザプリル	アラセプリル
シルニジピン	アゼルニジピン
シルニジピン	ニルバジピン
スルトプリド塩酸塩	イトプリド塩酸塩
スルピリド	テルグリド
チアプリド塩酸塩	イトプリド塩酸塩
チキジウム臭化物	チメピジウム臭化物
チメピジウム臭化物	チキジウム臭化物
ツロブテロール塩酸塩	プロカテロール塩酸塩
テルグリド	スルピリド
ドンペリドン	リスベリドン
ナジフロキサシン	オフロキサシン
ナジフロキサシン	ノルフロキサシン
ナジフロキサシン	レボフロキサシン
ニザチジン	シメチジン
ニザチジン	ラフチジン
ニセルゴリン	カベルゴリン
ニソルジピン	ニフェジピン
ニソルジピン	ニルバジピン
ニトラゼパム	フルニトラゼパム
ニトラゼパム	ロラゼパム
ニフェジピン	ニソルジピン
ニフェジピン	ニルバジピン
ニフェジピン	フェロジピン
ニルバジピン	シルニジピン
ニルバジピン	ニソルジピン
ニルバジピン	ニフェジピン
ノルフロキサシン	オフロキサシン
ノルフロキサシン	ナジフロキサシン
ノルフロキサシン	レボフロキサシン
ハロペリドール	ブロムペリドール
ヒアルロン酸ナトリウム	アルギン酸ナトリウム
ビカルタミド	フルタミド
ピペリデン塩酸塩	エペリゾン塩酸塩

②一般名が2文字違いの組み合わせ（一般名1：五十音順）続き

一般名1	一般名2
ピロキシカム	アンピロキシカム
フェロジピン	ニフェジピン
プラバスタチンナトリウム	フルバスタチンナトリウム
フルコナゾール	ケトコナゾール
フルコナゾール	ラノコナゾール
フルタミド	ビカルタミド
フルタミド	フロセミド
フルニトラゼパム	ニトラゼパム
フルバスタチンナトリウム	プラバスタチンナトリウム
プロカテロール塩酸塩	ツロブテロール塩酸塩
フロセミド	アゾセミド
フロセミド	フルタミド
ブロチゾラム	エチゾラム
ブロマゼパム	ロラゼパム
ブロムペリドール	ハロペリドール
ベクロメタゾンプロピオン酸エステル	アルクロメタゾンプロピオン酸エステル
ミコナゾール硝酸塩	イソコナゾール硝酸塩
ミドドリン塩酸塩	リトドリン塩酸塩
メキタジン	メサラジン
メキタジン	ロラタジン
メサラジン	メキタジン
ラノコナゾール	ケトコナゾール
ラノコナゾール	フルコナゾール
ラフチジン	シメチジン
ラフチジン	ニザチジン
リスペリドン	ドンペリドン
リトドリン塩酸塩	ミドドリン塩酸塩
レボフロキサシン	オフロキサシン
レボフロキサシン	ナジフロキサシン
レボフロキサシン	ノルフロキサシン
ロラゼパム	クアゼパム
ロラゼパム	ジアゼパム
ロラゼパム	ニトラゼパム
ロラゼパム	ブロマゼパム
ロラタジン	メキタジン
硝酸イソソルビド	イソソルビド

## 【別添2】

医政発 0129 第 3 号  
薬食発 0129 第 5 号  
平成 22 年 1 月 29 日

都道府県知事  
各 保健所設置市長 殿  
特 別 区 長

厚生労働省医政局長

厚生労働省医薬食品局長

内服薬処方せんの記載方法の在り方に関する検討会報告書の公表について  
(周知依頼)

医療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。

標記につきましては、平成 21 年 5 月に厚生労働省に設置されました「内服薬処方せんの記載方法の在り方に関する検討会」において、医療安全の観点から、内服薬処方せんの記載方法に係る課題やその標準化等、今後の処方せんの記載方法の在り方について、これまで 5 回にわたり幅広く検討が行われ、今般、別添のとおり報告書が公表されたところです。

本報告書では、処方せんの記載方法が統一されていないことに起因した記載ミス、情報伝達エラーを防止する観点から、「内服薬処方せん記載の在るべき姿」が取りまとめられ、今後、本報告書を基に、内服薬処方せんの記載方法の標準化に向けた取組について関係者に協力を求めることとしています。

貴職におかれましては、本報告書の内容を御確認の上、管下関係機関等に対し、周知方お願いいたします。

(留意事項) 本通知の内容については、貴管下医療機関等の医療に係る安全管理のための委員会の関係者、医療安全管理者、医薬品の安全使用のための責任者等に対しても周知されるよう御配慮願います。

薬第477号

平成29年6月6日

関係団体の長 様

岐阜県健康福祉部薬務水道課長

後発医薬品品質情報の送付について

別添のとおり厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課から通知がありましたので、ご承知願います。

担当所属	岐阜県健康福祉部 薬務水道課 薬事麻薬係		
係長	山内	担当	大岩
電話番号	058-272-1111 内線 2574		
FAX	058-271-5731		
E-mail	c 11224@pref.gifu.lg.jp		

事 務 連 絡

平成 29 年 5 月 31 日

各 都 道 府 県

各 保 健 所 設 置 市

各 特 別 区

衛生主管部（局）薬務主管課 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課

後発医薬品品質情報の送付について

後発医薬品品質情報No. 8を送付させていただきます。また、以下のURLでも公開しています。つきましては、御活用いただきますよう貴管下関係者に対して周知をお願いいたします。

後発医薬品品質情報のURL

[http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou\\_iryuu/iyakuhin/kouhatsu\\_iyakuhin/index.html](http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/iyakuhin/kouhatsu_iyakuhin/index.html)



# 後発医薬品 品質情報

No.8

平成29年5月

編集・発行

厚生労働省

医薬・生活衛生局医薬品審査管理課

〒100-8916 東京都千代田区霞が関1-2-2

TEL 03-3595-2431(直通)

FAX 03-3597-9535

## 目次

1. 第18回ジェネリック医薬品品質情報検討会結果概要……………2
  2. 医療用医薬品最新品質情報集（ブルーブック）について……………4
- (コラム) PMDA ジェネリック医薬品相談窓口のコラム  
「目薬のメーカーが変わったら薬液が出にくくなった。」  
という患者さんへの対応……………8

### PMDA「ジェネリック医薬品相談窓口」(くすり相談)

受付時間：月曜日～金曜日（祝日・年末年始を除く）  
午前9時～午後5時  
電話番号：03-3506-9457

ジェネリック医薬品に関する相談体制の充実を図るために、平成19年5月に開設されました。  
ジェネリック医薬品の品質、有効性及び安全性等の相談を受けております。



<http://www.pmda.go.jp/safety/consultation-for-patients/0001.html>

### PMDA メディナビでどこよりも早く安全性情報を入手できます。



厚生労働省、PMDA からの安全性に関する必須情報をメールで配信しています。登録いただくと、本情報も発表当日に入手可能です。



<http://www.pmda.go.jp/safety/info-services/medi-navi/0007.html>

【登録はコチラ】

### 「後発医薬品品質情報」は、厚生労働省のHPから入手可能です。

バックナンバーをHPから入手して  
ぜひご利用ください。

後発医薬品品質情報

検索

[http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou\\_iryuu/iyakuhin/kouhatsu\\_iyakuhin/](http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/iyakuhin/kouhatsu_iyakuhin/)

# ① 第18回ジェネリック医薬品品質情報検討会 (平成29年3月3日開催) 結果概要

## 1. 審議概要

### (1) 第11回検討会で検討対象となったリスペリドン内服液およびガベキサートメシル酸塩注射液の試験結果報告

第11回検討会（平成25年10月）において、後発品の品質に関する文献が報告されたリスペリドン内服液（精神神経用剤）とガベキサートメシル酸塩注射液（蛋白分解酵素阻害剤）に関して、国立医薬品食品衛生研究所にて純度試験および製剤均一性試験の検討を行い、その結果が資料18-1のように報告された。

リスペリドン内服液（内服液）は、日本薬局方に記載の方法に従って試験を実施し、純度試験および質量偏差試験のいずれも全ての製剤が規格に適合していた。またガベキサートメシル酸塩注射液は日本薬局方に未収載であることから、溶液について、日本薬局方に収載のガベキサートメシル酸塩原薬の試験方法を参照し、純度試験および含量均一性試験を行った。ガベキサートメシル酸塩の分解により生じるパラオキシ安息香酸エチルの濃度には製剤間の差が見られたが、いずれの製剤も規格に適合していた。

以上の内容について、確認され了承された。

### (2) 平成27年度「後発医薬品品質確保対策事業」検査結果報告

平成27年度の「後発医薬品品質確保対策事業」として、都道府県等の協力により実施された医薬品等一斉監視指導の検査結果（確定前）について、資料18-2のように報告された。16有効成分398品目について、溶出試験、力価試験及び純度試験に係る検査を実施した結果、16有効成分391品目が適合とされ、1有効成分1品目が不適合となった。また1有効成分6品目は試験実施担当機関の試験設備の不具合で試験を実施できなかったため、次年度以降に再度対象品目とすることとされた。

不適合となった品目の製剤ロットは市場に流通される前に廃棄されたこと、さらに再発防止に向けて製造販売業者への指導がなされたことが報告された。

以上の内容について、確認され了承された。

### (3) 学会等での発表・論文及び医薬品医療機器総合機構への相談内容に関する審議

平成28年4月～平成28年9月までの間の文献及び学会発表（資料18-3）並びに平成28年度上半期の医薬品医療機器総合機構への相談内容（資料18-4）について報告された。

ケトプロフェンテープをはじめとする貼付剤について、医療関係者や患者から、製剤間での粘着力および剥がれやすさの違いに関する指摘が多いとの意見があった。本件は品質規格への適合を問うものではないが、適用部位での保持の違いは有効性に影響を与える可能性があるため、メーカーによる改善が求められるとともに、薬剤師会の協力も得て問題事例についてまずは情報を収集することとなった。

製剤の添加物によるアレルギーのリスクは、先発医薬品と後発医薬品に共通する課題として、研究班で検討される予定であることが安全対策課より紹介された。

血液透析の装置内におけるナファモスタットメシル酸塩の析出現象について、製剤試験ワーキンググループ（製剤試験WG）により情報の整理と原因の検討を進めることとなった。

パクリタキセルとカルボプラチンの併用療法における血管障害の発生に、製剤の品質が関与する可能性について、情報収集することとなった。

小児の腎移植患者における、ミコフェノール酸モフェチルカプセルの適切な製剤切り替えについて、当該分野の専門家の協力を得て検討するとともに、品質についての情報収集を進めることとなった。

以上の内容について、了承された。

(4) 平成29年度製剤試験WGの検討対象候補品目について

次年度の製剤試験WGの試験について、第14回検討会で委員より提案のあった抗菌剤・抗ウイルス剤等を対象に、試験品目を選定し、溶出試験を実施することが報告され（資料18-5）、内容について了承された。

(5) 医療用医薬品最新品質情報（ブルーブック）について

第16回検討会（平成28年3月）において作成することが決定されたブルーブックに関して、作成作業の流れと作成要領、および本年3月に公表の4品目のデータシートの内容について、資料18-6および参考資料2のように説明された。平成32年度までに約1,000以上と想定されるデータシートを効率よく作成・HP公表を行なうため、データシートの確認・確定は原則として新たに設置したブルーブックワーキンググループにおいて行うこととし、判断が難しい品目についてのみ本検討会で議論することとなった。また、ブルーブックに掲載予定であるこれまでの本検討会での試験結果等については、その後の製剤の処方変更等で現状の製剤の情報を反映していないものが含まれる可能性があることから、データシートの公表前に製造販売業者に確認をとり、必要に応じて補足することが説明された。

以上の内容について、了承された。

(6) その他

・厚生労働省医薬品審査管理課より、後発医薬品品質情報No.7の発刊について報告された（参考資料1）。

## 2. 提出資料

当該検討会の資料は、国立医薬品食品衛生研究所 (<http://www.nihs.go.jp/drug/ecqaged/18Generic.html>) 及び医薬品医療機器総合機構 (<http://www.pmda.go.jp/safety/info-services/drugs/generics-info/0023.html>) のホームページをご覧ください。

(1) 議事次第

(2) ジェネリック医薬品品質情報検討会メンバー

- (3) 資料18-1 第11回検討会で検討対象となったリスペリドン内用液およびガベキサートメシル酸塩注射液の試験結果報告
- (4) 資料18-2 平成27年度「後発医薬品品質確保対策事業」検査結果報告書
- (5) 資料18-3-1 後発医薬品文献調査報告書（概要）
- (6) 資料18-3-2 文献一覧表
- (7) 資料18-3-3 問題指摘論文集（著作権に関わるため非公表）
- (8) 資料18-4 医薬品医療機器総合機構後発医薬品相談受付状況
- (9) 資料18-5 平成29年度製剤試験WGの検討対象候補品目リスト
- (10) 資料18-6-1 ブルーブック作成作業の流れ
- (11) 資料18-6-2 ブルーブック ウルソデオキシコール酸錠
- (12) 資料18-6-3 ブルーブック エパルレスタット錠
- (13) 資料18-6-4 ブルーブック カルベジロール錠
- (14) 資料18-6-5 ブルーブック シルニジピン錠
- (15) 資料18-6-6 ブルーブック ホームページ掲載イメージ
- (16) 参考資料1 後発医薬品品質情報No.7
- (17) 参考資料2 ブルーブック 作成要領（案）

## ② 医療用医薬品最新品質情報集（ブルーブック）について

### 1. ブルーブックの公表

平成 29 年 3 月末より、医療用医薬品最新品質情報集（ブルーブック）の公表を開始しました。

<ブルーブック掲載ホームページ>

<http://www.nihs.go.jp/drug/ecqaged/bluebook/list.html>

（国立医薬品食品衛生研究所 ジェネリック医薬品品質情報検討会ホームページ内）

また、同日に公表を開始したブルーブック連携データベースでは、先発医薬品、後発医薬品の効能・効果、用法・用量、添加物等の項目を一覧で確認することができます。

<ブルーブック連携データベース>

<http://www.bbdb.jp/generic/toppage.aspx>

（運営：一般財団法人 日本医薬情報センター）

※ブルーブック作成の背景につきましては、後発医薬品品質情報 No.6（平成 28 年 6 月）をご参照ください。

**ジェネリック医薬品品質情報検討会**

[トップページ](#)
[検索履歴及び公開資料](#)
[試験結果一覧](#)
[ブルーブック一覧](#)
[リンク](#)

---

**医療用医薬品最新品質情報集（ブルーブック）**  
データシート一覧

**ブルーブックについて**

有効成分毎の品質に対する異なる層級性向上を図るため、ジェネリック医薬品品質情報検討会での検査報告を基に、有効成分毎に品質に関する情報を体系的にとりまとめた医療用医薬品品質情報集（通称：ブルーブック）を作成し、医薬関係者向けに掲載しております。

ブルーブックでは、有効成分毎に、品名、剤形・包装、剤型・用法、剤型分類、規格単位、薬効群、製剤形態、溶解度、安定性、生物学的同等性試験結果、薬出試験結果、後発医薬品品質情報検討会検査結果、有効成分ごとの情報が掲載されております。

注）ブルーブックデータシート上の情報について、剤形・包装、用法・用量、剤型分類等は、データシート作成時（データシートもとの掲載の日付の時点）の情報となります。剤形・包装、用法・用量、剤型等の情報は、ブルーブック連携データベースでご確認ください。毎月更新情報があります。

ブルーブック連携データベース（剤形・包装、用法・用量、薬効群の比較）は、こちらから「検索」（一般）日本医薬情報センター）

有効成分名 | 剤形 | 包装 | 剤型 | 用法 | 用量 | 剤型分類 | 規格単位 | 薬効群 | 製剤形態 | 溶解度 | 安定性 | 生物学的同等性試験結果 | 薬出試験結果

**ア行** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

有効成分名	剤形	データシート
ア	錠	データシート
イ	錠	データシート
ウ	錠	データシート
エ	錠	データシート
オ	錠	データシート

※データシートおよび試験等の詳細情報や画像を載せます。

[▲トップへ戻る](#)

**関連リンク**

各医薬品の詳細情報について

- 厚生労働省のHPへ
- 後発医薬品品質情報集（厚生労働省のHPへ）
- おくすり検索窓口（PMDAのHPへ）
- 日本ジェネリック製薬品学会
- 日本ジェネリック製薬協会
- 日本薬学会
- 日本医薬情報センター（JAPIC）
- ブルーブック連携データベース
- JAPIC
- 国立医薬品食品衛生研究所

Copyright © Chugai Pharmaceutical Co., Ltd. All Rights Reserved.

### 2. ブルーブックの記載内容

有効成分毎に後発医薬品の品質に関する情報をとりまとめて掲載しています。なお、1つの有効成分で複数の剤形（錠剤、注射剤等）がある場合には、基本的に剤形別にデータシートを作成・公表していく予定です。内用固形製剤の場合には以下の内容を記載しています。

No.	項目名	記載内容
①	作成年月日	作成年月日は、ホームページ公表日としています。 改訂が行われた際には、初版及び最新の改訂版の版数及び作成年月日を記載する予定です。
②	有効成分名	有効成分名（一般名）を記載しています。
③	品目名（後発医薬品）・ 製造販売業者	データシート作成時点において薬価収載（経過措置期間中のものを除く）されている品目名（商品名）・製造販売業者を個別医薬品コード順に記載しています。
④	品目名（先発医薬品）・ 製造販売業者	
⑤	効能・効果	ブルーブック連携データベースでご確認いただけます。この情報は、毎月更新されます。そのため、データシート作成時（①作成年月日）よりも情報が新しい可能性があります。
⑥	用法・用量	
⑦	添加物	
⑧	解離定数	
⑨	溶解度	医療用医薬品最新品質情報集（オレンジブック）やインタビューフォームなどから情報収集し、記載しています。
⑩	原薬の安定性	
⑪	膜透過性	
⑫	BCS・Biowaiver option	
⑬	薬効分類	日本標準商品分類番号で定められる薬効分類を記載しています。
⑭	規格単位	当該データシートに記載されている規格を、規格単位の小さいものから順に記載しています。
⑮	記載データ一覧	当該項目以降に掲載されているデータの有無を示しています。各項目の見方については、当該項目に記載された注釈のとおりです。 なお、注釈には、医薬品審査管理課が調査した各製剤の共同開発（小分け製造を含む）情報も参考として掲載しています。
⑯	生物学的同等性（BE）試験結果	添付文書などに掲載されている生物学的同等性試験のグラフなどの情報を掲載しています。
⑰	品質再評価	旧制度のもとで承認された内用固形製剤の生物学的同等性を確保する目的で、品質再評価が平成10年度から行われました（現時点で対象品目全ての評価終了）。品質再評価の対象となった後発医薬品では、標準製剤との溶出挙動の同等性を確認し、溶出試験規格が承認事項として設定されています。品質再評価で設定された公的な溶出試験法や公的機関で測定した先発医薬品の溶出挙動（プロファイル）例は、医療用医薬品品質情報集（オレンジブック）としてまとめられました。ブルーブックでは、この溶出挙動例を参考として掲載しています。
⑱	溶出試験結果	ジェネリック医薬品品質情報検討会において、平成21年度以降、品質確認のために溶出試験等を実施しており、その結果を掲載しています。
⑲	後発医薬品品質確保対策 事業検査結果	後発医薬品等の一層の品質確保対策を図る観点から、検査指定品目の拡充、国による立入検査の実施、検査結果の積極的な公表を目的として、平成20年度より厚生労働省医薬・生活衛生局監視指導・麻薬対策課が「後発医薬品品質確保対策事業」を実施しています。当該項目ではその結果を記載しています。
⑳	分析法	⑰品質再評価、⑱溶出試験結果、⑲後発医薬品品質確保対策事業等で溶出試験等を実施していますが、参考として、第17改正日本薬局方等に収載されている試験方法を掲載しています。
㉑	関連情報	ジェネリック医薬品品質情報検討会で特段の検討が行われた場合など、その情報を記載する予定です。
㉒	引用情報	項目①～㉑の情報について、原則として添付文書以外の情報源から情報を収集した場合に、引用元を記載しています。

### 3. ブルーブックの見方

平成29年3月に公表したウルソデオキシコール酸錠のデータシートを例に、具体的なブルーブックの見方を解説します。

#### 【1 ページ目：①作成年月日～⑭規格単位】

ウルソデオキシコール酸錠は、先発医薬品がウルソ錠（50mg、100mg）であり、平成29（2017）年3月末の時点で、2規格、計9品目（製造販売業者は計6社）の後発医薬品が薬価収載されていることが分かります。

⑤効能・効果～⑦添加物の項目は、ブルーブック連携データベースにおいて、対比表形式での閲覧が可能です（「4. ブルーブック連携データベースの使い方」参照）。

ウルソデオキシコール酸錠は品質再評価を実施しており、⑧解離定数～⑩原薬の安定性の項目は、平成16年10月版の医療用医薬品品質情報集（オレンジブック）の情報を引用しています。

#### 【2 ページ目：⑮記載データ一覧】

後発医薬品9品目について、当該ページ以降のデータ記載の有無を示しています。

表中に○印（「BE」、「品質再評価」、「検査」の項目）又は番号（「溶出」の項目。⑱溶出試験結果（ジェネリック医薬品品質情報検討会）中の番号と対応。）が記入されているものは、データが掲載されていることを意味します。空欄の場合は、以下のケースが想定されます。

「品質再評価」：品質再評価指定以降に承認された品目等。

「溶出」、「検査」：全品目空欄の場合は、当該溶出試験又は当該検査未実施。一部空欄の場合には、当該溶出試験又は当該検査実施以降に承認された品目等。

○印及び番号の横についている\*印は、品質再評価結果通知等の引用元の資料に記載されている品目名が、旧品目名であることを示しています。厚生労働省では、医療事故防止対策等強化のため、後発医薬品の名称を各後発品独自のブランド名から一般名を基本とした販売への変更するよう従来より周知を進めています。また、会社合併等により、販売名中の屋号が変更となる場合もあり、昔から承認されている品目のうち販売名が変更となっているものは数多くあります。

なお、共同開発（小分け製造を含む）がなされた品目がある場合、欄外の注釈部分には、医薬品審査管理課が調査した情報を参考として掲載しています。

【3～4ページ目：⑩生物学的同等性（BE）試験結果】

添付文書等に掲載された生物学的同等性（BE）試験結果を掲載しています。生物学的同等性試験は、後発医薬品が先発医薬品と同等の有効性・安全性を有することを確認するために行われます。経口固形製剤を投与した場合、後発医薬品が先発医薬品と同様の血中濃度推移を示すことが確認できれば、医薬品としての作用の強さや影響は同じということになり、治療効果すなわち有効性や安全性は先発医薬品と同等であると判断することができます。

【5ページ：⑪品質再評価（医療用医薬品品質情報集（オレンジブック））】

ウルソデオキシコール酸錠については、平成16年10月版の医療用医薬品品質情報集（オレンジブック）に公的機関における先発医薬品の溶出曲線測定例が掲載されており、ブルーブックでは改めて当該溶出曲線測定例を参考として掲載しています。

【6～8ページ：⑫溶出試験結果（ジェネリック医薬品品質情報検討会）】

ウルソデオキシコール酸錠は、第5回ジェネリック医薬品品質情報検討会（平成22年9月開催）において溶出試験結果を報告しており、その結果を掲載しています。

【9ページ：⑬後発医薬品品質確保対策事業検査結果】

ウルソデオキシコール酸錠は、平成20年度に後発医薬品品質確保対策事業を実施しています。その際の対象となった品目（2ページ目、⑮記載データ一覧に掲載）は、全て規格に適合していたため、本データシートでは「適」と記載しています。

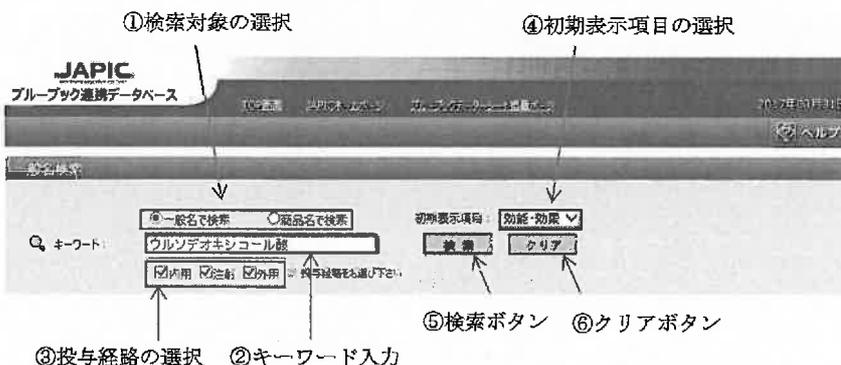
【10ページ：⑭分析法（溶出試験）】

⑬～⑭の項目について、ウルソデオキシコール酸の溶出試験を実施していますので、⑭分析法としては参考として第十七改正日本薬局方の溶出試験の方法を記載しています。

#### 4. ブルーブック連携データベースの使い方

ウルソデオキシコール酸錠を例に、ブルーブック連携データベースの使い方を解説します。

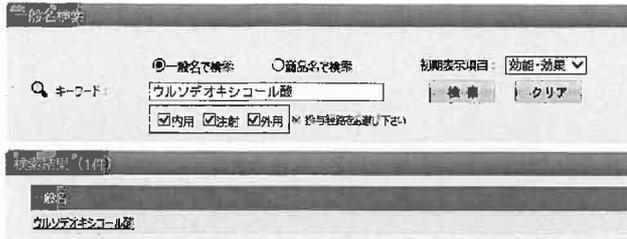
(1) ブルーブック連携データベースにアクセスすると、下記のような検索条件を入力する画面が表示されます。



検索したい内容を入力します。なお、各項目は下記の通りです。

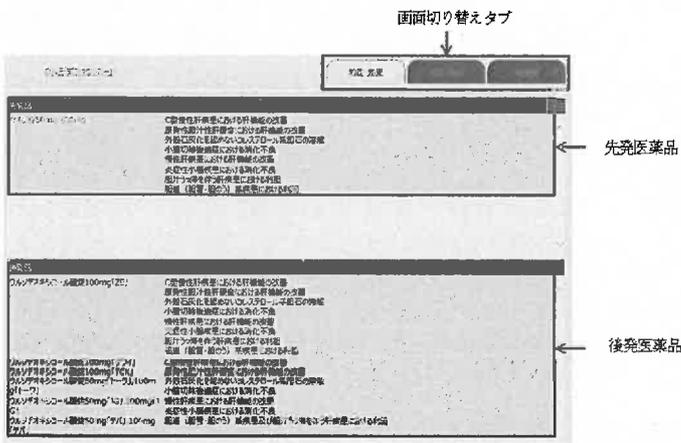
- ① 検索対象の選択：一般名または商品名のどちらで検索を行うかを選択します。
- ② キーワード入力：検索を行う一般名または商品名を入力します。
- ③ 投与経路の選択：内用・注射・外用を選択することができます。
- ④ 初期表示項目の選択：最初に表示させる比較結果画面を「効能・効果」、「用法・用量」、「添加物」から選択できます。

- ⑤ 検索ボタン：①～④の条件を決定し、検索ボタンを押下すると検索を開始します。
  - ⑥ クリアボタン：①～④の条件を一括で削除することができます。
- (2) 一般名で検索を行った場合、入力したキーワードを含む一般名が一覧で表示されます（配合剤がある場合は複数表示されます。「一般名：ウルソデオキシコール酸」で検索を行った結果、1件のみ表示されました。



- (3) (2) の検索結果で表示された一般名を選択すると、選択した一般名が含まれる商品一覧が表示されます。「一般名：ウルソデオキシコール酸」を選択した場合、先発医薬品と後発医薬品計 11 品目が検索結果として表示されます。
- (4) 商品一覧の中から商品名を選択すると比較画面が表示されます。

比較画面では、一般財団法人 日本医薬情報センターが収集した医療用医薬品添付文書情報を元に「効能・効果」、「用法・用量」、「添加物」の各内容を先発医薬品と後発医薬品で比較・閲覧することが出来ます（同じ「効能・効果」、「用法・用量」、「添加物」を持つ医薬品をまとめて表示しています）。また、画面切り替えタブにて、比較項目を変更することができます。



## 5. ブルーブックの活用の仕方

例として、患者の方から、「先発医薬品と後発医薬品とで添加物が違うのではないか。その結果、効果に差がでるのではないか。」という問い合わせが寄せられた場合の、ブルーブックの活用例をご紹介します。

先発医薬品と後発医薬品の添加物の違いについては、ブルーブック連携データベースを利用いただくことで確認が可能です。

一方効果の差については、ブルーブックデータシートの「⑩生物学的同等性 (BE) 試験結果」で確認が可能です。例えばウルソデオキシコール酸の後発医薬品は、先発医薬品と添加剤は異なりますが、生物学的同等性試験の結果から、先発医薬品（標準製剤）と後発医薬品とで同等の血中濃度推移を示すことが分かります。

なお、各後発医薬品同士は「⑩生物学的同等性 (BE) 試験結果」では一概には比較できませんが、「⑬溶出試験結果 (ジェネリック医薬品品質情報検討会)」や「⑰後発医薬品品質確保対策事業」の結果等を参考として比較することは可能です。

## 6. 最後に

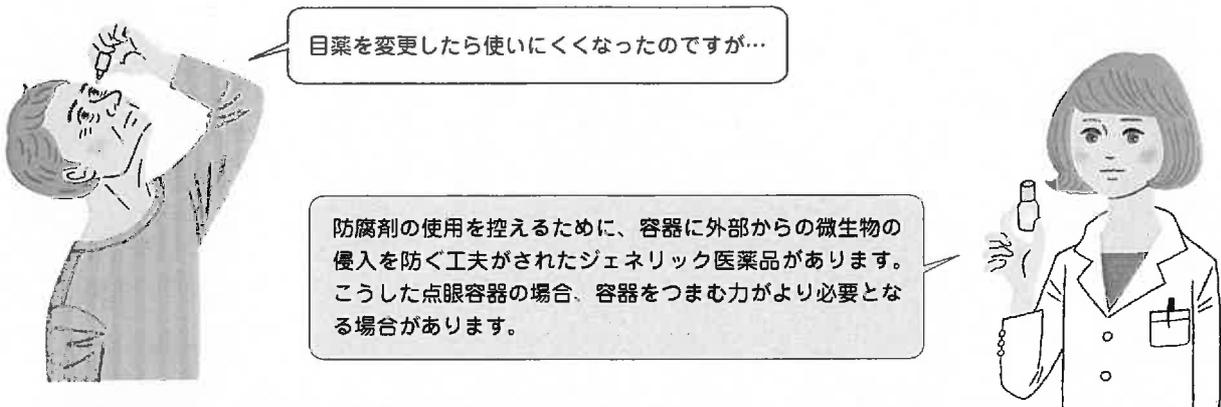
ブルーブックの作成は、平成 32 (2020) 年度までに集中的に行う予定です。今後も作成・確定したのから順次ホームページに公表いたしますので、ぜひ医療関係者の方々の業務のご参考として活用ください。

### 参考文献：

後発医薬品品質情報 No.6 (平成 28 年 6 月)

## ● PMDA ジェネリック医薬品相談窓口のコラム

「目薬のメーカーが変わったら薬液が出にくくなった。」という患者さんへの対応



一般的に外用剤の使用感の違いは患者さんの評価につながりやすく、PMDAのくすり相談にも具体的な相談が数多く寄せられます。今回は、点眼剤について取り上げます。

「メーカーが変わったら、目薬の薬液が出にくくなった。」という相談が寄せられました。詳しく伺ってみると、薬局からは有効成分は同じ、としか聞いていないが、点眼容器がつまみにくいということでした。点眼剤では、通常、1滴の滴下量はほぼ同じとなるよう設計されています。それは後発医薬品であっても同様です。しかし、点眼容器の物理的な硬さや形状などが、点眼容器をつまむ力に影響し、取扱いやすさにも個人差が生じます。

相談者にこの点眼容器について尋ねてみると、後発医薬品において主に使用されているフィルター付き点眼容器が使われていることがわかりました。

相談者には、この容器の特徴として、外部から微生物の侵入を防ぎ、容器内部の薬剤の無菌状態を保つように設計されていることをお伝えし、納得されました。フィルター付き点眼容器は、点眼容器をつまむ力がより必要となり滴下には力がいりますが、他方で防腐剤の使用を抑えることが可能になった製品です。くすり相談では、先発医薬品の防腐剤にアレルギーがあるという相談者には、後発医薬品を選択することで使用が可能になることをお伝えしてご理解頂きました。

また、1滴目は柔らかく滴下できますが、2～3滴目以降は硬く滴下しにくくする機能を持たせた製品もあります。このような製品に関する相談では、1滴だけを確実に滴下させ、目の周りにあふれることを防ぎ、副作用防止にもつながることをお伝えしています。

その他、冷所保存が必要な先発医薬品に対し、添加物を変更して温度に対する安定性を高めて、室温保存を可能にした製品もあります。携帯が可能となり、点眼のコンプライアンスが上がります。

薬局において、先発医薬品との違いを理解して、容器の工夫などの製品の特性をしっかりと説明することで、後発医薬品は使いづらい、抵抗があるという患者さんの不満を解消できるかもしれません。

患者さんの後発医薬品に対する懸念は、成分に対するものだけではありません。後発医薬品に変更になった際にこのような丁寧な説明を行うことで、患者さんの後発医薬品への理解も一層進むものと思います。今後とも、皆様が安心して後発医薬品を使用して頂けるよう、誤解が生じないように情報提供してまいります。

平成 29 年 6 月 9 日

日本チェーンドラッグストア協会 御中

厚生労働省労働基準局勤労者生活課

「テレワーク・デイ」参加企業等の募集について

平素より厚生労働行政に格別の御高配を賜り、誠にありがとうございます。

さて、厚生労働省では、総務省、経済産業省、国土交通省、内閣府、内閣官房や東京都、経済団体と連携し、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京大会」という。）を契機として、テレワークを活用した「働き方改革」の国民運動を展開します（別紙）。

その一環として、2017年は東京大会の開催日である7月24日を「テレワーク・デイ」と位置づけ、交通機関が混雑する始業から10時半までのテレワークの一斉実施や、効果測定に参加いただける企業・団体を募集しています。

つきましては、貴団体におかれましても趣旨にご賛同いただき、会員への周知方ご協力いただくとともに、本取組への参加についても御検討の程、よろしくお願い申し上げます。

○「テレワーク・デイ」参加企業等の募集

首都圏を中心とした企業・団体に、7月24日にテレワークを一斉実施するよう呼び掛け、専用のホームページで参加企業等を募集しています。

<http://teleworkgekkan.org/day0724/>

大規模な実施が可能な企業等には、効果測定などへのご協力をいただく予定です。

また、テレワークの実施を応援する企業等も募集します。

<参考>2012年ロンドンオリンピック・パラリンピック競技大会の事例

交通混雑によってロンドン市内での移動に支障が生じるとの予測から、市内の企業の約8割がテレワークを導入しました。

【担当、送付先】

担 当 厚生労働省労働基準局勤労者生活課 梅村  
電 話 03-5253-1111（内線 5307）

# 2020年に向けたテレワーク国民運動プロジェクト (テレワーク・デイ)



- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会では、国内外からたくさんの観光客等が集まり、首都圏の公共交通機関における混雑が予想される。**会期中のテレワーク活用が有効として、オリパラを契機にテレワーク普及をさらに後押しすること**としたい。  
※2012年ロンドン大会時にロンドン交通局及び市がテレワークを呼びかけ、市内企業の8割がテレワークを導入した経緯あり。
- 2020年に向けて国民運動を展開するため、**2017年よりテレワーク・デイを毎年実施**。
- 関係府省、経済団体、首都圏自治体、交通機関等を巻き込んで実施。

● **2020年までの毎年、東京オリンピック開会式開催予定日 (7月24日) を「テレワーク・デイ」と定め、企業等が一斉にテレワークを実施する日とする。**

呼び掛け：総務省、経産省、厚労省、国交省、内閣官房、内閣府、(一社)日本テレワーク協会

協力：テレワーク推進企業ネットワーク(※)、経済団体、テレワーク関係団体、東京都ほか首都圏自治体、働き方改革週間賛同企業 テレワーク推進フォーラム など

- 取組み例：① テレワーク導入に積極的な大企業が、**100人規模の一斉テレワーク (例：ワンフロアまるごとテレワーク)**を実施。
- ② テレワーク導入を検討する企業が、**7月24日に「お試しテレワーク」**を実施。

● **初年度の取り組みとして、本年7月にイベントを実施。**

- ・テレワーク・デイの国民運動化に向けた周知広報イベントを実施
- ・国家公務員も率先してテレワークを実施するほか、賛同企業などが一斉にテレワークを実施し、公共交通(鉄道)の混雑状況の変化などを検証。
- ・併せて、テレワーク実施企業における生産性や職員の満足度等の効果をアンケート調査。



※テレワーク推進企業ネットワーク：平成28年11月28日に、「総務省テレワーク先駆者百選」企業及び「厚生労働省 輝くテレワーク賞」受賞企業が参加し、自社の工夫やノウハウの紹介を通じて、これからテレワークを導入しようとする企業に、具体的アドバイスを行える体制を立ち上げ。平成29年1月現在、64社が参加。

# 商業動態統計月報

Monthly Report on the Current Survey of Commerce

平成 2 9 年 3 月 分

March, 2017

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、経済産業省が対象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3月の家電大型専門店販売額は4022億円、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、通信家電が同11.3%の増加、情報家電が同7.4%の増加、その他が同6.2%の増加、生活家電が同5.3%の増加、カメラ類が同1.6%の増加となった。一方、AV家電が同▲0.6%の減少となった。

(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
4,022	563	934	368	177	1,560	419	2,478
5.4	▲0.6	7.4	11.3	1.6	5.3	6.2	2.0

## 6. ドラッグストア販売額の動向

平成29年3月のドラッグストア販売額は4853億円、前年同月比で見ると2.3%の増加となった。商品別にみると、食品が同6.4%の増加、健康食品が同4.9%の増加、ビューティケア（化粧品・小物）が同4.0%の増加、家庭用品・日用消耗品・ペット用品が同3.0%の増加、トイレタリーが同2.5%の増加、その他が同1.8%の増加、OTC医薬品が同0.4%の増加となった。一方、調剤医薬品が同▲10.2%の減少、ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビーが同▲0.9%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
4,853	324	724	347	168	724	464	705	1,287	109	14,361
2.3	▲10.2	0.4	▲0.9	4.9	4.0	2.5	3.0	6.4	1.8	5.2

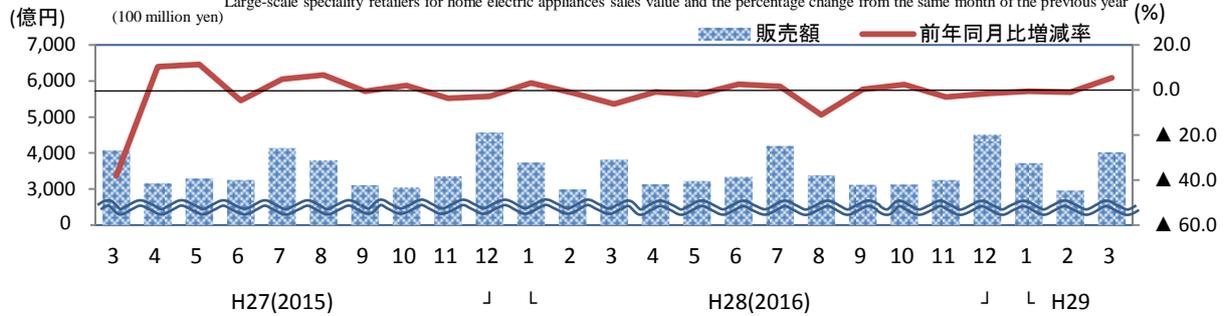
## 7. ホームセンター販売額の動向

平成29年3月のホームセンター販売額は2623億円、前年同月比で見ると▲0.3%の減少となった。商品別にみると、インテリアが同▲5.3%の減少、カー用品・アウトドアが同▲4.4%の減少、電気が同▲3.6%の減少、園芸・エクステリアが同▲3.0%の減少、家庭用品・日用品が同▲1.1%の減少、DIY用具・素材が同▲0.0%の横ばいとなった。一方、その他が同11.8%の増加、オフィス・カルチャーが同2.9%の増加、ペット・ペット用品が同0.1%の増加となった。

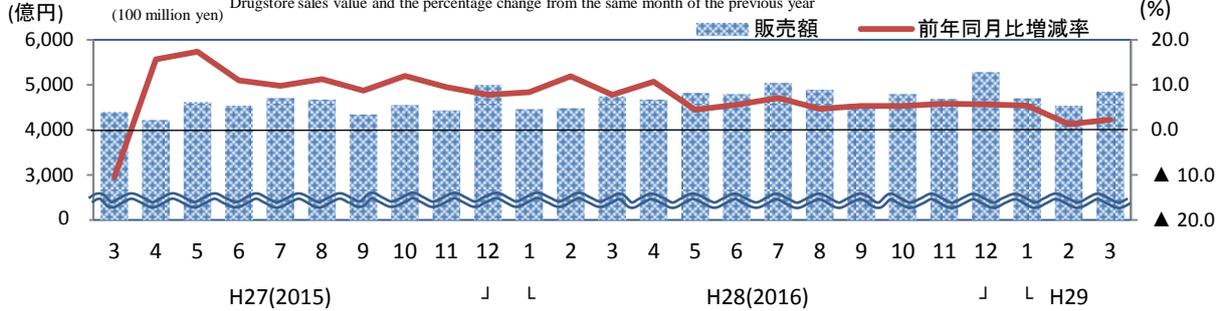
(単位:億円、店、%)

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
2,623	561	157	191	558	384	193	137	163	279	4,271
▲0.3	▲0.0	▲3.6	▲5.3	▲1.1	▲3.0	0.1	▲4.4	2.9	11.8	1.3

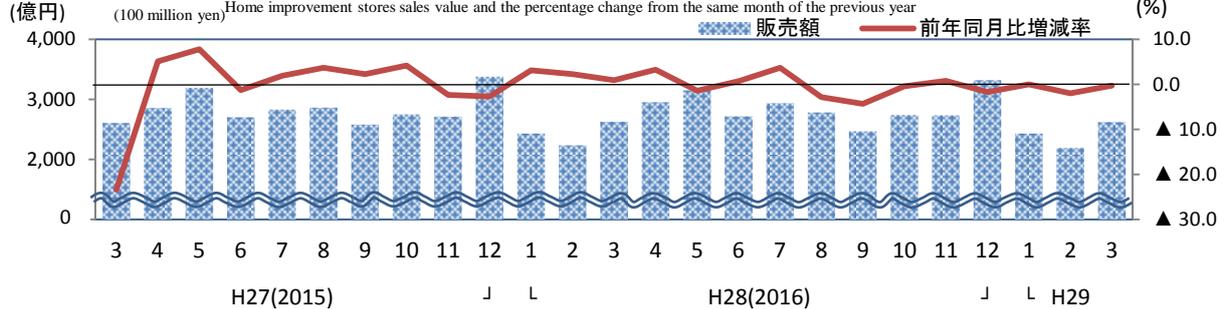
### 家電大型専門店販売額・前年同月比増減率の推移



### 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 26 年度	41,781	-	2,446	49,423	-	13,157	32,517	-	4,139	F.Y. 2014
27	42,288	1.2	2,430	54,776	9.2	13,653	33,159	2.0	4,218	2015
28	41,984	▲0.7	2,478	57,665	5.3	14,361	33,040	▲0.4	4,271	2016
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 29 年 1~3月	10,698	1.5	2,478	14,094	3.0	14,361	7,245	▲0.7	4,271	Q1 2017
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.
3	3,818	▲6.3	2,430	4,744	7.8	13,653	2,630	0.9	4,218	Mar.
4	3,137	▲0.9	2,435	4,676	10.7	13,737	2,950	3.3	4,235	Apr.
5	3,224	▲2.1	2,433	4,825	4.5	13,782	3,147	▲1.4	4,232	May
6	3,336	2.6	2,441	4,796	5.6	13,811	2,720	0.7	4,236	Jun.
7	4,202	1.6	2,446	5,045	7.1	13,855	2,936	3.7	4,244	Jul.
8	3,383	▲11.1	2,443	4,893	4.7	13,887	2,781	▲2.8	4,234	Aug.
9	3,119	0.3	2,448	4,573	5.3	13,898	2,468	▲4.3	4,236	Sep.
10	3,124	2.4	2,450	4,792	5.3	14,033	2,738	▲0.4	4,245	Oct.
11	3,252	▲3.1	2,457	4,689	5.8	14,111	2,737	0.8	4,257	Nov.
12	4,507	▲1.5	2,472	5,282	5.7	14,190	3,318	▲1.7	4,273	Dec.
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
2	2,960	▲1.0	2,466	4,537	1.3	14,284	2,189	▲2.0	4,264	Feb.
3	4,022	5.4	2,478	4,853	2.3	14,361	2,623	▲0.3	4,271	Mar.

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
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26年度	4,942,326	348,874	735,340	355,660	163,453	723,102	500,564	769,228	1,227,941	118,164	13,157	F.Y. 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
28	5,766,513	366,386	834,961	401,494	198,481	859,534	565,771	889,511	1,514,881	135,494	14,361	2016
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29年1~3月	1,409,448	91,589	209,183	103,731	48,967	205,938	135,379	208,802	373,479	32,380	14,361	Q1 2017
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
2	453,709	30,120	66,231	33,996	15,866	64,917	43,594	66,676	122,060	10,249	14,284	Feb.
3	485,308	32,372	72,355	34,735	16,846	72,373	46,446	70,524	128,733	10,924	14,361	Mar.
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26年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 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
28	5.3	▲2.7	3.8	1.1	2.2	4.1	3.9	7.2	10.0	5.5	5.2	2016
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29年1~3月	3.0	▲8.7	2.6	0.3	3.1	3.7	2.4	4.0	6.7	1.5	5.2	Q1 2017
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
2	1.3	▲10.0	0.1	▲2.0	0.0	3.0	1.0	2.2	5.1	0.5	4.9	Feb.
3	2.3	▲10.2	0.4	▲0.9	4.9	4.0	2.5	3.0	6.4	1.8	5.2	Mar.

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2表 経済産業局別販売額等及び前年（度、同期、同月）比増減率

Table2 Sales value by regional bureaus of METI and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	北海道		東北		関東		中部		近畿		中国		四国		九州		沖縄		Year and month		
	Hokkaido		Tohoku		Kanto		Chubu		Kansai		Chugoku		Shikoku		Kyushu		Okinawa				
	店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数				
販売額 (百万円)	平成 26 年	209,770	587	302,875	841	2,189,077	5,651	593,741	1,518	703,992	2,053	248,156	651	151,361	419	521,726	1,299	16,798	50	C.Y. 2014	
	27	223,651	616	357,202	894	2,364,880	5,874	620,992	1,572	785,456	2,064	268,499	685	162,383	435	557,644	1,356	20,192	51	2015	
	28	240,175	654	377,546	961	2,486,311	6,035	688,483	1,720	847,049	2,150	292,675	740	172,065	450	598,600	1,425	22,897	55	2016	
	平成 26 年度	210,738	584	312,403	854	2,180,403	5,738	585,449	1,527	717,976	2,010	248,800	656	151,199	420	518,360	1,318	16,998	50	F.Y. 2014	
	27	229,820	621	358,933	906	2,418,214	5,882	636,628	1,596	803,612	2,091	273,718	698	165,306	434	569,867	1,372	21,505	53	2015	
	28	242,714	659	382,940	972	2,495,045	6,099	693,739	1,753	852,970	2,181	297,106	750	173,561	457	605,882	1,433	22,556	57	2016	
	平成 28 年 1~3月	58,596	621	88,747	906	602,431	5,882	162,555	1,596	202,150	2,091	67,947	698	40,426	434	140,231	1,372	5,653	53	Q1 2016	
	4~6	58,612	629	93,678	924	621,053	5,931	171,897	1,623	213,124	2,106	72,676	718	43,000	438	149,560	1,388	6,054	54	Q2	
	7~9	62,111	639	98,726	937	623,889	5,920	173,484	1,651	213,267	2,123	75,783	727	44,173	441	154,076	1,407	5,565	53	Q3	
	10~12	60,856	654	96,395	961	638,938	6,035	180,547	1,720	218,508	2,150	76,269	740	44,466	450	154,733	1,425	5,625	55	Q4	
	平成 29 年 1~3月	61,135	659	94,141	972	611,165	6,099	167,811	1,753	208,071	2,181	72,378	750	41,922	457	147,513	1,433	5,312	57	Q1 2017	
	平成 28 年 1月	20,455	616	30,531	894	196,020	5,871	52,152	1,588	65,092	2,074	21,563	691	13,354	434	45,416	1,365	1,826	52	Jan. 2016	
	2	19,613	619	28,853	897	197,267	5,882	53,033	1,588	66,514	2,083	22,005	695	13,082	431	45,668	1,363	1,891	53	Feb.	
	3	18,528	621	29,363	906	209,144	5,882	57,370	1,596	70,544	2,091	24,379	698	13,990	434	49,147	1,372	1,936	53	Mar.	
	4	19,223	623	30,547	914	202,500	5,915	56,314	1,610	70,647	2,104	23,367	707	13,922	435	49,161	1,376	1,895	53	Apr.	
	5	19,028	624	30,993	923	210,682	5,922	57,563	1,619	71,673	2,104	24,950	717	14,744	435	50,764	1,384	2,093	54	May	
	6	20,361	629	32,138	924	207,871	5,931	58,020	1,623	70,804	2,106	24,359	718	14,334	438	49,635	1,388	2,066	54	Jun.	
	7	20,710	635	32,879	929	217,779	5,939	60,404	1,631	75,135	2,112	27,202	724	15,547	440	53,035	1,392	1,811	53	Jul.	
	8	21,373	640	34,523	936	209,521	5,939	58,410	1,641	70,932	2,118	25,332	725	15,018	441	52,262	1,394	1,902	53	Aug.	
	9	20,028	639	31,324	937	196,589	5,920	54,670	1,651	67,200	2,123	23,249	727	13,608	441	48,779	1,407	1,852	53	Sep.	
	10	20,078	646	31,548	947	206,546	5,987	58,812	1,697	70,725	2,119	24,604	731	14,598	443	50,351	1,409	1,917	54	Oct.	
	11	19,977	647	31,667	955	203,950	6,015	56,841	1,707	68,889	2,133	23,246	733	14,022	447	48,491	1,420	1,835	54	Nov.	
	12	20,801	654	33,180	961	228,442	6,035	64,894	1,720	78,894	2,150	28,419	740	15,846	450	55,891	1,425	1,873	55	Dec.	
	平成 29 年 1月	21,784	654	32,754	965	203,271	6,032	56,310	1,724	67,907	2,158	23,555	744	14,056	453	49,048	1,430	1,746	56	Jan. 2017	
2	20,601	659	30,518	968	196,205	6,062	54,035	1,739	67,388	2,165	22,856	749	13,305	456	47,028	1,429	1,773	57	Feb.		
3	18,750	659	30,869	972	211,689	6,099	57,466	1,753	72,776	2,181	25,967	750	14,561	457	51,437	1,433	1,793	57	Mar.		
前年 (度・同期・同月) 比増減率 (%)	平成 26 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C.Y. 2014	
	27	6.9	5.5	5.4	6.6	5.8	2.8	4.8	4.0	11.1	2.8	8.1	5.7	6.5	4.3	3.8	3.8	19.8	8.5	2015	
	28	7.4	6.2	5.7	7.5	5.1	2.7	10.9	9.4	7.8	4.2	9.0	8.0	6.0	3.4	7.3	5.1	13.4	7.8	2016	
	平成 26 年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 2014
	27	9.3	6.3	5.8	6.1	9.2	2.5	8.9	4.5	11.6	4.0	9.9	6.4	8.7	3.3	7.5	4.1	26.2	6.0	2015	
	28	5.6	6.1	6.7	7.3	3.2	3.7	9.0	9.8	6.1	4.3	8.5	7.4	5.0	5.3	6.3	4.4	4.9	7.5	2016	
	平成 28 年 1~3月	11.8	6.3	2.0	6.1	9.7	2.5	10.6	4.5	9.9	4.0	8.3	6.4	7.8	3.3	9.5	4.1	30.3	6.0	Q1 2016	
	4~6	9.2	6.6	7.4	6.6	5.2	2.5	10.0	5.7	8.2	3.7	8.0	7.8	4.5	3.3	6.8	3.9	17.7	3.8	Q2	
	7~9	5.2	5.4	6.2	5.5	2.9	1.7	10.5	6.4	7.1	3.8	12.7	8.2	6.4	3.0	6.9	5.0	4.8	8.2	Q3	
	10~12	4.1	6.2	7.1	7.5	3.2	2.7	12.3	9.4	6.4	4.2	7.1	8.0	5.3	3.4	6.4	5.1	4.2	7.8	Q4	
	平成 29 年 1~3月	4.3	6.1	6.1	7.3	1.4	3.7	3.2	9.8	2.9	4.3	6.5	7.4	3.7	5.3	5.2	4.4	▲6.0	7.5	Q1 2017	
	平成 28 年 1月	8.1	5.5	9.1	6.6	8.7	2.7	6.5	5.2	11.3	3.5	5.9	6.5	7.7	3.8	6.5	4.8	19.3	8.3	Jan. 2016	
	2	13.9	6.5	3.1	5.9	14.6	2.7	11.8	4.7	8.1	4.0	11.4	7.3	6.8	3.4	12.2	3.7	36.9	10.4	Feb.	
	3	13.8	6.3	▲5.4	6.1	6.4	2.5	13.6	4.5	10.3	4.0	7.8	6.4	8.8	3.3	10.1	4.1	35.6	6.0	Mar.	
	4	12.7	5.8	11.0	6.7	10.3	2.5	12.7	5.0	9.6	4.1	10.4	7.3	6.4	3.3	11.7	4.0	33.4	6.0	Apr.	
	5	7.2	5.8	4.4	7.0	2.5	2.3	6.7	5.1	7.4	3.8	6.4	7.8	3.6	2.6	4.1	3.9	15.6	5.9	May	
	6	7.8	6.6	7.1	6.6	3.4	2.5	10.7	5.7	7.6	3.7	7.4	7.8	3.7	3.3	4.9	3.9	8.1	3.8	Jun.	
	7	5.8	6.4	5.8	6.4	4.2	2.0	11.8	5.8	9.2	3.7	15.5	8.7	10.5	3.5	8.5	4.0	▲0.7	1.9	Jul.	
	8	5.0	6.3	6.8	6.4	1.8	2.1	8.6	5.9	5.2	3.8	11.9	8.4	5.6	3.8	6.4	3.9	7.1	10.4	Aug.	
	9	4.9	5.4	6.0	5.5	2.7	1.7	11.2	6.4	6.9	3.8	10.4	8.2	2.9	3.0	5.7	5.0	8.3	8.2	Sep.	
	10	4.8	5.7	6.8	6.3	2.7	2.4	13.1	9.1	5.8	3.1	5.9	7.8	8.0	2.3	5.2	4.8	6.4	8.0	Oct.	
	11	4.1	5.2	7.8	6.9	3.6	2.6	12.0	9.0	6.7	3.7	6.1	7.3	4.5	3.5	7.0	5.2	2.2	5.9	Nov.	
	12	3.3	6.2	6.8	7.5	3.2	2.7	11.8	9.4	6.8	4.2	8.9	8.0	3.6	3.4	6.9	5.1	3.8	7.8	Dec.	
	平成 29 年 1月	6.5	6.2	7.3	7.9	3.7	2.7	8.0	8.6	4.3	4.1	9.2	7.7	5.3	4.4	8.0	4.8	▲4.4	7.7	Jan. 2017	
2	5.0	6.5	5.8	7.9	▲0.5	3.1	1.9	9.5	1.3	3.9	3.9	7.8	1.7	5.8	3.0	4.8	▲6.2	7.5	Feb.		
3	1.2	6.1	5.1	7.3	1.2	3.7	0.2	9.8	3.2	4.3	6.5	7.4	4.1	5.3	4.7	4.4	▲7.4	7.5	Mar.		

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(附表参照)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												
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 26年度	210,738	584	40,073	113	57,539	163	88,903	239	28,586	91	34,844	100	F.Y. 2014
27	229,820	621	44,565	128	63,531	168	103,105	243	31,988	99	40,652	107	2015
28	242,714	659	48,819	142	66,296	172	108,010	259	35,450	109	44,448	117	2016
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 29年 1～3月	61,135	659	11,859	142	16,058	172	26,720	259	8,727	109	11,008	117	Q1 2017
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
2	20,601	659	3,823	142	5,125	173	8,620	256	2,807	108	3,634	117	Feb.
3	18,750	659	3,905	142	5,398	172	8,778	259	2,858	109	3,535	117	Mar.
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 26年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	F.Y. 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
28	5.6	6.1	9.5	10.9	4.4	2.4	4.8	6.6	10.8	10.1	9.3	9.3	2016
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 29年 1～3月	4.3	6.1	7.7	10.9	3.9	2.4	4.8	6.6	9.6	10.1	9.1	9.3	Q1 2017
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
2	5.0	6.5	9.3	11.8	2.7	3.0	4.2	6.2	8.5	10.2	9.3	11.4	Feb.
3	1.2	6.1	5.9	10.9	4.3	2.4	3.7	6.6	9.8	10.1	7.4	9.3	Mar.

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														
販売額 (百万円) ・ 店舗数(店)	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 26年度	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
	28	79,917	173	154,820	332	110,905	218	108,169	269	355,081	969	286,277	720	613,274	1,553
	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 29年 1～3月	19,769	173	38,009	332	27,664	218	26,243	269	87,421	969	70,103	720	149,576	1,553
	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	
2	6,509	172	12,309	332	9,084	217	8,475	266	27,891	963	22,671	717	47,866	1,544	
3	6,395	173	12,605	332	9,178	218	8,815	269	30,617	969	24,286	720	52,470	1,553	
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 26年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	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
	28	6.4	7.5	3.5	1.8	4.8	7.9	3.6	0.4	3.2	3.4	4.4	2.9	1.6	4.5
	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 29年 1～3月	5.5	7.5	2.4	1.8	4.5	7.9	▲0.2	0.4	2.9	3.4	2.1	2.9	▲0.8	4.5
	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	
2	5.3	8.9	0.5	1.8	3.7	8.0	▲2.2	▲1.1	0.8	3.0	0.4	2.7	▲2.7	4.0	
3	4.2	7.5	2.0	1.8	3.3	7.9	▲0.3	0.4	2.2	3.4	2.3	2.9	▲1.5	4.5	

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															
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
384,905	895	85,594	262	56,743	155	63,801	151	43,413	99	40,926	119	60,888	193	F.Y.	2014
413,291	921	93,210	269	62,270	152	68,658	151	47,281	102	43,664	132	65,062	196		2015
423,020	963	98,745	285	66,237	156	74,291	158	53,787	111	45,713	130	69,470	211		2016
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	
102,848	963	24,267	285	16,065	156	17,831	158	13,354	111	11,130	130	17,379	211	Q1	2017
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
32,953	954	7,852	284	5,275	156	5,944	157	4,433	111	3,559	129	5,718	210	Feb.	
35,569	963	8,319	285	5,248	156	5,813	158	4,452	111	3,880	130	6,034	211	Mar.	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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.	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
2.4	4.6	5.9	5.9	6.4	2.6	8.2	4.6	13.8	8.8	4.7	▲1.5	6.8	7.7		2016
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	
0.0	4.6	4.9	5.9	2.4	2.6	▲0.7	4.6	▲3.7	8.8	2.1	▲1.5	4.9	7.7	Q1	2017
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
▲2.5	3.7	4.5	4.8	2.5	2.0	0.5	4.7	▲2.3	9.9	▲0.0	▲0.8	5.3	5.0	Feb.	
▲0.3	4.6	4.7	5.9	▲1.5	2.6	▲3.9	4.6	▲2.5	8.8	2.8	▲1.5	5.0	7.7	Mar.	

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 26年度	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
	28	129,423	367	229,571	449	356,472	865	67,316	207	60,424	177	91,360	269	376,618	880
	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 29年 1～3月	31,562	367	56,525	449	85,540	865	16,813	207	14,737	177	22,526	269	92,024	880
	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
	2	10,101	365	17,827	446	27,343	857	5,372	204	4,731	177	7,288	267	30,007	868
	3	11,056	367	19,916	449	29,496	865	5,853	207	5,121	177	7,954	269	32,312	880
	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 26年度		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
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
28		17.2	18.8	3.8	0.9	7.0	10.1	8.3	4.5	6.9	7.9	7.5	6.3	6.1	3.8
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 29年 1～3月		5.7	18.8	3.3	0.9	3.1	10.1	4.8	4.5	4.6	7.9	7.2	6.3	2.7	3.8
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
2		3.4	20.5	▲0.0	▲0.2	1.5	9.2	2.1	3.6	3.1	8.6	5.5	5.1	1.0	3.3
3		3.9	18.8	5.3	0.9	▲0.7	10.1	3.4	4.5	2.4	7.9	7.2	6.3	2.7	3.8

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					
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		
193,125	542	31,333	95	14,419	69	16,119	51	24,383	55	62,234	149	88,750	243	F.Y.	2014		
209,914	554	32,978	100	16,753	70	18,773	56	26,508	60	66,445	155	97,407	256		2015		
215,631	565	36,145	104	19,005	75	21,301	62	28,620	65	71,623	166	105,787	276		2016		
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			
51,374	565	9,095	104	4,961	75	5,174	62	6,951	65	17,437	166	25,992	276	Q1	2017		
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		
16,455	566	2,893	103	1,581	73	1,636	61	2,164	64	5,487	166	8,161	277	Feb.			
17,928	565	3,256	104	1,753	75	1,869	62	2,519	65	6,091	166	9,517	276	Mar.			
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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.	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		
2.7	2.0	9.6	4.0	13.4	7.1	13.5	10.7	8.0	8.3	7.8	7.1	8.6	7.8		2016		
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			
0.6	2.0	11.6	4.0	13.6	7.1	9.9	10.7	6.5	8.3	6.6	7.1	7.0	7.8	Q1	2017		
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		
▲1.6	1.8	8.8	4.0	12.0	4.3	8.1	10.9	3.3	6.7	1.3	7.1	5.1	8.6	Feb.			
1.2	2.0	14.3	4.0	16.0	7.1	9.6	10.7	5.8	8.3	7.3	7.1	7.1	7.8	Mar.			

## 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															
販売額(百万円) ・ 店舗数(店)	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 26年度	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	
	28	69,775	181	31,641	70	39,811	104	75,148	205	26,961	78	242,595	649	39,264	84	
	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 29年 1～3月	16,824	181	7,597	70	9,537	104	18,122	205	6,666	78	60,383	649	9,421	84	
	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	
	2	5,408	181	2,454	70	2,998	103	5,732	206	2,121	77	19,175	649	3,004	83	
	3	5,971	181	2,603	70	3,326	104	6,359	205	2,273	78	21,379	649	3,237	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 26年度		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
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	
28		8.0	5.8	5.3	4.5	4.3	1.0	3.4	3.5	10.5	18.2	5.9	5.4	5.5	2.4	
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 29年 1～3月		4.7	5.8	5.3	4.5	2.3	1.0	1.6	3.5	10.0	18.2	7.0	5.4	3.9	2.4	
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	
2		3.6	6.5	2.9	4.5	0.9	2.0	▲0.3	5.1	7.3	14.9	4.4	5.7	1.7	2.5	
3		4.2	5.8	5.2	4.5	3.3	1.0	2.0	3.5	10.3	18.2	7.3	5.4	1.3	2.4	

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 Kumamoto		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
42,547	106	69,526	148	46,942	100	51,682	120	65,711	176	16,998	50	F.Y.	2014
49,943	111	75,538	158	53,033	107	55,826	119	69,254	179	21,505	53		2015
53,907	116	81,370	165	56,671	115	58,345	122	73,730	182	22,556	57		2016
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	
12,888	116	19,424	165	13,742	115	13,956	122	17,699	182	5,312	57	Q1	2017
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
4,151	116	6,174	164	4,396	113	4,429	121	5,699	183	1,773	57	Feb.	
4,419	116	6,750	165	4,782	115	4,790	122	6,080	182	1,793	57	Mar.	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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.	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
7.9	4.5	7.7	4.4	6.9	7.5	4.5	2.5	6.5	1.7	4.9	7.5		2016
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	
4.9	4.5	3.9	4.4	5.0	7.5	2.0	2.5	4.0	1.7	▲6.0	7.5	Q1	2017
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
4.3	6.4	1.4	3.8	3.8	7.6	▲0.7	1.7	2.1	3.4	▲6.2	7.5	Feb.	
2.0	4.5	3.7	4.4	4.5	7.5	1.0	2.5	3.6	1.7	▲7.4	7.5	Mar.	

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 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	Value ( million yen )	
	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		
	平成 29 年 3 月	821,439	34,153	128,378	53,933	36,970	231,031	78,420	109,595	126,878	22,081	Q1 2017		
	前年同期末比増減率 (%)	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	Percentage change from the previous year (%)
		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	
		平成 29 年 3 月	12.6	2.4	10.1	7.4	14.2	18.9	10.9	15.3	8.0	14.6	Q1 2017	
商品在庫率	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	Inventory ratio (%)	
	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		
	平成 29 年 3 月	169.3	105.5	177.4	155.3	219.5	319.2	168.8	155.4	98.6	202.1	Q1 2017		
	前年同期末比増減率 (%)	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	Percentage change from the previous year (%)
		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	
		平成 29 年 3 月	10.1	14.1	9.7	8.4	8.9	14.3	8.1	12.0	1.5	12.5	Q1 2017	

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.

29消安第1019号  
平成29年5月16日

食料産業局長 殿

消費・安全局長

平成29年度「食育月間」における食育の推進について（依頼）

平成28年度から平成32年度までの5年間を期間とする第3次食育推進基本計画においては、毎年6月を「食育月間」として定め、この期間中、国、地方公共団体、関係機関・団体等が協力し、食育推進運動を重点的かつ効果的に実施することにより、食育について国民への理解促進を図ることとされているとともに、農林水産大臣は、食育月間の実施に当たって、重点的に実施していくテーマ等を示す実施要綱を定めることとされております。

この度、「平成29年度「食育月間」実施要綱」を別添のとおり定めましたので、御了知願います。

貴局におかれましては、同要綱に基づき、「食育月間」における食育の取組みを推進していただきますようお願いいたします。また、貴局関係機関・団体等に対して、本件について御周知いただくよう、併せてお願いいたします。

(別添)

## 平成 29 年度「食育月間」実施要綱

平成 29 年 5 月 16 日  
農林水産大臣決定

### 1 趣旨

食をとりまく社会環境が大きく変化する中で、子供たちが健全な心と身体を培い、未来や国際社会に向かって羽ばたくことができるようにするとともに、全ての国民が心身の健康を確保し、生涯にわたって生き生きと暮らすことができるようにすることが大切である。このためには、様々な経験を通じて食に関する知識と食を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められており、子供から成人、高齢者に至るまで、生涯を通じた食育を推進する必要がある。

食育を推進するための活動については、「食育基本法」（平成 17 年法律第 63 号）及び「第 3 次食育推進基本計画」（平成 28 年 3 月食育推進会議決定。以下「基本計画」という。）等を踏まえ、多様な主体の参加と協力を得て、国民運動として全国において展開することが重要である。

基本計画により、毎年 6 月が「食育月間」として定められており、同期間中に、各種広報媒体や行事等を通じた広報啓発活動を重点的に実施することにより、食育に対する理解を深め、食育推進活動への積極的な参加を促し、その一層の充実と定着を図るものとする。

なお、「食」は、子供たちが豊かな人間性を育てていく上で重要であることから、広く国民が子供の食育に取り組む契機となるよう配慮することとする。

また、特に、20 歳代及び 30 歳代の若い世代は、食に関する知識や意識、実践状況等の面で他の世代より課題が多い一方で、これから親になる世代でもある。このため、こうした若い世代に対しても、食に関する知識を深め、意識を高め、心身の健康を増進する健全な食生活を実践することができるように食育を推進する。

### 2 期間

平成 29 年 6 月 1 日（木）から 6 月 30 日（金）までの 1 か月間

### 3 実施体制

農林水産省をはじめ、内閣府、消費者庁、文部科学省、厚生労働省等の食育を推進する関係府省庁が協力しつつ実施する。また、地方公共団体並びに関係機関・団体に対しても参加を呼び掛け、全国的な食育推進運動の展開を図る。

#### 4 重点事項

国民の食生活における様々な課題に対応し、国民の心身の健康の増進と豊かな人間形成に資するため、以下の事項の重要性について、重点的に普及啓発を図る。

##### (1) 食を通じたコミュニケーションの促進

食を楽しみながら食事の作法・マナー、食文化を含む望ましい食習慣や知識の習得が図られるよう、家庭における共食など食事等の場における食を通じたコミュニケーションを促進する。

また、家庭生活の状況が変化する中で、家庭における共食が難しい人が増えていることを踏まえ、子供や高齢者を含む全ての国民が健全で充実した食生活を実現できるよう、地域や所属するコミュニティ等を通じ、コミュニケーションや豊かな食体験にもつながる共食の機会を提供する。

なお、NPO 等により子供たちに対し共食の機会を提供する取組（子供食堂等）が実施されていることを踏まえ、地域における食育の推進に当たり、これらの取組との連携や、環境整備に配慮する。

##### (2) 子供の生活リズムの向上

朝食をとることや早寝早起きを実践すること等、子供の基本的な生活習慣を育成し、生活リズムを整える。

##### (3) 健康寿命の延伸につながる健全な食生活の実践の促進

健康寿命の延伸につながるよう、「食生活指針」、「食事バランスガイド」、「食育ガイド」等の普及啓発を通じ、減塩等の推進やメタボリックシンドローム、肥満・やせ、低栄養等の予防や改善、栄養バランスに優れた「日本型食生活」等の健全な食生活の実践を促進する。

なお、平成 28 年に 16 年ぶりに改正された食生活指針については、健康寿命の延伸にとどまらず、(1)、(2) 及び (4) から (6) までに関連する幅広い内容であることに留意する。

##### (4) 食の循環や環境への意識の醸成

農林漁業体験や食品の調理に関する体験等食に関する様々な体験活動、食前食後の挨拶の習慣化等を通じ、食料の生産から消費に至る食の循環を意識し、自然の恩恵や、生産者を始めとした食に関わる多くの関係者の様々な活動により食が支えられていることへの感謝の念を持ち、食料問題を含め食の循環に関する理解を深めるとともに、「もったいない」という精神で、国、地方公共団体、食品関連事業者、消費者等の様

々な関係者が連携した食品ロス削減国民運動を展開する。

(5) 伝統的な食文化に関する関心と理解の増進

伝統食材など地場産物を活かした郷土料理、食事の食べ方や作法等、我が国の豊かで多様な伝統的食文化に関する関心と理解を深め、保護・継承を推進する。

(6) 食品の安全性に関する情報提供と食品情報に関する制度の普及・定着

食品の安全性に関する意識と関心を高めるとともに、食品の安全性に関する様々な情報について国民が十分に理解し活用できるよう、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始めとした消費者に対する正確で分かりやすい情報提供等の充実、及び食品情報に関する制度の普及・定着を図る。

(7) 都道府県・市町村が作成する食育推進計画の普及

地域において関係者が食育に関する課題や取組の方向性を共有し、連携・協働して取組を推進していくため、都道府県及び市町村がそれぞれ作成する食育推進計画について、地域の教育関係者、農林漁業者、食品関連事業者、ボランティア等食育に関わる様々な関係者に対し、各種会合における説明、広報誌・機関紙への掲載等を通じて共有を図るとともに、地域住民への周知に努める。

## 5 主な実施事項

(1) 食育推進全国大会の開催

平成 29 年 6 月 30 日（金）及び 7 月 1 日（土）、岡山市において、農林水産省、岡山市及び第 12 回食育推進全国大会岡山市実行委員会の共催により、関係府省庁の連携・協力の下、シンポジウム、ワークショップや展示会等を中心とした中核的な行事である第 12 回食育推進全国大会を開催する。

(2) 各地域における行事等の開催

関係府省庁、地方公共団体、関係機関・団体等様々な主体において、シンポジウム、講習会、展示会、調理や生産等の体験活動等の食育をテーマとした行事等を全国各地で開催する。

(3) 各種広報媒体等の活用

関係府省庁、地方公共団体、関係機関・団体等様々な主体において、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ホームページ、SNS（ソーシャルネットワークサービス）

等各種広報媒体を活用するとともに、世代区分等に応じた具体的な取組を提示した「食育ガイド」等を活用した食育の普及啓発を実施する。

#### (4) 日常的な活動の場の活用

関係府省庁、地方公共団体、関係機関・団体等様々な主体において、それぞれの日常的な活動（特に、教育・保育、医療・保健、農林漁業、食品関連事業等に関する活動）の場所や機会を積極的に活用した食育の普及啓発を実施する。

### 6 食育月間実施上の留意事項

(1) 毎年6月の「食育月間」及び毎月19日の「食育の日」に関する認知度を高めるため、情報発信をこれまで以上に充実させるよう努める。

(2) より効果的な食育推進運動を実施する観点から、広報媒体への相乗りや行事の共催等、関係府省庁、地方公共団体、関係機関・団体等様々な主体相互が積極的な連携を図り、相乗効果の確保に努める。

(3) 食育の推進が成果を挙げるためには、国民が自ら取り組むことが重要であることから、国民が共感し自発的に食育を実践する意識と意欲が醸成されるよう配慮する。

(4) 食育推進運動を継続的に展開するため、仕事と生活の調和の推進や家族や地域の大切さ等の観点にも配慮しつつ、「食育の日」の普及啓発を行うとともに、家族そろって楽しく食卓を囲むことを呼び掛ける。

府共第354号-1

平成29年5月9日

男女共同参画推進本部

男女共同参画担当官 殿

内閣府男女共同参画局長

武川 恵子

(公印省略)

平成29年度「男女共同参画週間」の実施について

男女共同参画社会の実現に向けた施策の推進について、格段の御協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、男女共同参画推進本部では、男女共同参画社会基本法の目的及び基本理念に対する国民の理解を深めることを目的として、平成13年度より毎年6月23日から29日までの1週間、「男女共同参画週間」を実施しております。

今年度は、別紙の実施要綱により各種行事等を実施することといたします。

つきましては、本週間が有意義なものとなるよう、週間の行事等に格段の御協力を賜りますとともに、貴省庁内の関係部局や貴管下の関係機関・団体に対する周知方よろしくお願い申し上げます。

平成 29 年度「男女共同参画週間」実施要綱

〔平成 29 年 4 月 28 日〕  
男女共同参画推進本部長決定

1 目的

本週間は、男女共同参画社会の形成の促進を図る各種行事等を全国的に実施することにより、男女共同参画社会基本法の目的及び基本理念に関する国民の理解を深めることを目的とする。

2 実施期間

平成 29 年 6 月 23 日（金）から 6 月 29 日（木）までの 1 週間

3 主 唱

内閣府、警察庁、金融庁、消費者庁、復興庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、防衛省

4 協力を依頼する機関・団体等

都道府県、政令指定都市、男女共同参画推進連携会議関係団体、女性団体その他の関係団体等

5 実施事項

- (1) 本週間の中央行事として「男女共同参画社会づくりに向けての全国会議」を開催する。
- (2) 本週間の実施に併せて「男女共同参画社会づくり功労者内閣総理大臣表彰」及び「女性のチャレンジ賞表彰」を実施する。
- (3) 本年度は、「女性も男性も、自らの意思により個性と能力を發揮して活躍できる職場の実現」を重点とし、「男で○、女で○、共同作業で◎。」というキャッチフレーズのもと、4に掲げる機関・団体等と協力し、男女共同参画社会の実現に向けた各種広報啓発活動等を実施する。

# 取引慣行に関する実態調査

---

～ 取引慣行の改善に向けて ～

フード連合・UAゼンセン合同調査  
「取引慣行アンケート」集計結果報告

---

2017年2月

---



日本食品関連産業労働組合総連合会



全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟



---

## はじめに

---

フード連合とU Aゼンセンは、2003年から、連合の食品部門連絡会と連携しながら不公正な取引慣行の実態、とりわけ営業部門の課題である「労務提供」や「押し付け販売」、「不当な返品」といった優越的地位の濫用行為の改善に向けた活動を進めてきました。

その活動の一環として、フード連合とU Aゼンセンが共同で取引慣行の実態を把握するために、加盟労働組合員(営業担当者)を対象に、2016年8月～9月に「取引慣行アンケート調査」を実施し、流通取引における取引先の優越的地位の濫用事例を収集しました(2,954件回収、518事例)。

商取引における法整備については、この間の取り組みによって、不公正な取引実態を規制するため「大規模小売業告示」が施行(2005年11月1日)されました。その後、優越的地位の濫用行為に対しても課徴金の対象とした改正独占禁止法が施行(2010年1月1日)され、優越的地位の濫用行為が規制されてきました。

また、政府は2016年9月15日に親事業者と下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」、サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善を図ること等を目的とした「未来志向型の取引慣行に向けて」を発表し、①価格決定方法の適正化、②コスト負担方法の適正化、③支払条件の改善を3つの重点課題とし、取引環境の改善を図ることを宣言しました。

このように法改正をはじめ取引環境の改善に向けた取り組みが行われていますが、食品産業の商取引においても、食品製造業・納入者は非常に弱い立場にあり、不当な要求を直接告発することは、今後の取引へ影響することなどが考えられ、難しい状況にあります。このことが、優越的地位の濫用が依然として行われている大きな要因となっています。

今回のアンケート調査では、7割以上の営業担当者に大規模小売業告示の存在が十分に周知されていないことがうかがわれ、優越的地位の濫用行為の内容についても半数以上の営業担当者が「あまり知らなかった」「まったく知らなかった」と答えています。これは、「大規模小売業告示」の内容が現場レベルまで周知されていないことを示す結果といえ、重要な課題だと捉えています。

また、「優越的地位の濫用行為」の有無について、「まったくない」と回答した42.3%を除くと、昨年の38.6%より改善が見られるものの約6割近くが依然として何らかの濫用行為を受けています。さらに、同一企業で優越的地位の濫用行為の事例が3件以上挙げられた企業が2倍近くとなっており、一層の改善が求められます。

フード連合とU Aゼンセンは、公正な取引慣行の改善に向けて、引き続きアンケート調査を実施し、改善を期待したい点について、公正取引委員会等へ要請し、各業界団体と意見交換を行っていくとともに、「大規模小売業告示」の周知を推進していきます。また、公正な取引慣行の是正に向けて、製造業者・納入業者自らも従来からの商慣行にとらわれず、公正に毅然とした態度で取り組む必要があります。フード連合とU Aゼンセンの継続的な取り組みにより、優越的地位の濫用事例が減少し、取引慣行が改善されることで、サプライチェーン全体で生み出した付加価値の適正な配分が実現され、安全・安心な食品の消費者への提供につながれば幸いです。

以上

---

# 取引慣行に関する実態調査 ～ 取引慣行の改善に向けて～

フード連合・UAゼンセン合同調査「取引慣行アンケート」集計結果報告  
— 2017年2月 —

## 目次

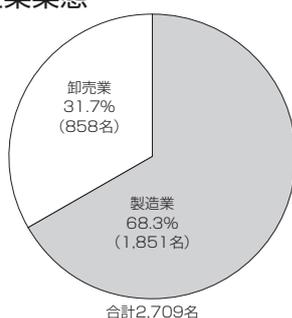
はじめに	1
＜調査の概要＞	3
・取引慣行アンケート用紙	4
・「大規模小売業告示」とは	8
＜調査結果報告＞	9
設問1 優越的地位の濫用行為について（全員回答）	9
1. 押し付け販売、労務提供など「優越的地位の濫用行為」を受けたことがありますか？	9
2. 具体的事例	
（1）取引先名 （2）所在都道府県 （5）優越的地位の濫用の具体的事例（事例一覧に掲載）	9 (21)
（3）濫用行為の業態	9
（4）濫用行為の名称	10
（6）優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか	10
3. 「押し付け販売」	
（1）金額 （2）年間頻度	11
（3）負担	12
4. 「労務提供」	
（1）年間頻度	12
（2）曜日 （3）時間帯	13
設問2 大規模小売業告示について（全員回答）	14
1. あなたは大規模小売業告示の存在を知っていましたか？	14
2. あなたは大規模小売業告示の優越的地位の濫用行為の内容を知っていましたか？	14
3. 取引先から明らかに告示に違反する内容の要請を受けた場合、どのように対応していますか？	14
設問3 労務提供について	15
1. あらかじめ覚書等を締結することを知っていますか？	15
2. 覚書を締結せずに、労務提供を要請している取引先はありますか？	15
3. 相応の日当を支払うことを知っていますか？	15
4. 日当を支払わずに、労務提供を要請している取引先はありますか？	16
設問4 中間取引との関係（卸売業者の方のみ回答）	16
1. 取引先業者に対し「優越的地位の濫用行為」をしましたか？	16
＜資料＞	17
◆優越的地位の濫用事例が3件以上挙げた会社及び事例内容	17
◆取引慣行アンケート 優越的地位の濫用、具体的事例一覧	21

# 調査の概要

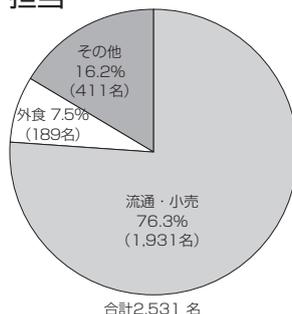
1. 調査目的 取引現場における優越的地位の濫用事例を集約し、現場の声として公正取引委員会をはじめとする各方面へ伝え、改善を求める。
2. 調査期間 2016年8月～9月
3. 回答件数 2,954件 518事例（昨年2,474件 412事例）  
※2,954件の内訳 フード連合2,276件 U Aゼンセン678件
4. 回答企業数 78社 ※78社の内訳 フード連合60社 U Aゼンセン18社

## 5. アンケート回答者の企業業態及び担当の属性

### 企業業態



### 担当



## 6. 調査項目

### 設問1 優越的地位の濫用行為について

1. 「優越的地位の濫用行為（押し付け販売、労務提供など）」の実態の有無
2. 困っている・悩んでいる、優越的地位の濫用の具体的事例
  - ・取引先名
  - ・所在都道府県
  - ・優越的地位の濫用の業態
  - ・優越的地位の濫用の名称
  - ・優越的地位の濫用行為についてどのようにとらえたか
3. 押し付け販売の金額
4. 押し付け販売の年間頻度
5. 押し付け販売の負担
6. 労務提供の時間帯
7. 労務提供の年間頻度
8. 労務提供の曜日

### 設問2 大規模小売業告示について

1. 大規模小売業告示の認知度
2. 大規模小売業告示の優越的地位の内容認知度
3. 大規模小売業告示に違反する要請（優越的地位の濫用行為）を受けた時の対応

### 設問3 労務提供について

1. 覚書締結の義務の認知度
2. 労務提供の要請時における覚書締結の有無
3. 日当支払い義務の認知度
4. 労務提供の要請時における日当支払いの有無

### 設問4 中間取引との関係

1. 卸売業者（中間取引）の優越的地位の濫用行為の有無

## 取引慣行 アンケート

皆さんの声が取引慣行の改善に繋がっていきます！アンケートへのご協力をお願い致します！

### 《アンケート手順等》

- ◆ まずは別添「大規模小売業告示って知っていますか？」についてご確認下さい。
- ◆ アンケートは過去1年間(2015年8月～2016年7月)を対象にご記入下さい。
- ◆ ご記入頂きましたアンケートは単組でまとめてフード連合にご提出下さい。(個人→単組→フード連合)
- ◆ このアンケートは厳重に管理し、公正取引委員会等へ取引慣行の改善を求めていく材料にのみ使用します。なお、公正取引委員会は独自調査に基づき是正勧告等を行いますので、フード連合からの具体的な改善要請内容が公表されることはありません。

・ご記入者の勤務している企業の業態は製造業ですか？ 卸売業ですか？ ○印をご記入下さい。

( ①製造業 ②卸売業 )

・ご記入者の該当する担当に○印をご記入下さい。( ①流通・小売、②外食、③その他 )

### 設問1 優越的地位の濫用行為について (全員ご回答下さい。)

1. 押し付け販売、労務提供など「優越的地位の濫用行為」を受けたことがありますか？

①たくさんある      ②何度かある      ③あまりない      ④まったくない

2. 具体的事例(困っている・悩んでいる事例)があれば、その「取引先名・具体的内容」などを空欄にご記入下さい。

※ 2つ以上の具体的事例がある場合はコピーをしてご使用下さい。

#### ＜具体的事例1＞

(1) 取引先名( ) (2) 所在都道府県( )

※(1)取引先名は店舗名もご記入下さい。

(3) 業態( ) (4) 濫用行為の名称( ) ※(3)業態、(4)濫用行為の名称は選択肢より番号でご記入下さい。

#### 《業態》

①総合スーパー(GMS) ②食品スーパー(SM) ③ディスカウントストア(DS) ④コンビニ(CVS) ⑤ホームセンター ⑥ドラッグストア ⑦生協 ⑧百貨店 ⑨ホテル ⑩外食産業 ⑪卸店 ⑫加工用ユーザー(原材料供給先) ⑬その他

#### 《濫用行為》

①不当な返品 ②不当な値引き ③不当な委託販売取引 ④特売商品買いたたき ⑤特別注文品の受領拒否 ⑥押し付け販売 ⑦労務提供(陳列/販売/製造応援等) ⑧不当な利益の收受(協賛金・物流センターフィー等) ⑨要求拒否の場合の不利益な取扱 ⑩公取委への報告に対する不利益な取扱 ⑪その他

(5) 優越的地位の濫用の具体的事例内容

(6) 上記の優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか？ ( )

①あくまで個人的な要請ととらえた。 ②店舗、会社からの要請ととらえた。 ③どちらとも言えない。

## ＜具体的事例2＞

(1) 取引先名( ) (2) 所在都道府県( )

※(1)取引先名は店舗名もご記入下さい。

(3) 業態( ) (4) 濫用行為の名称( ) ※(3)業態、(4)濫用行為の名称は選択肢より番号でご記入下さい。

### ＜業態＞

①総合スーパー(GMS) ②食品スーパー(SM) ③ディスカウントストア(DS) ④コンビニ(CVS) ⑤ホームセンター ⑥ドラッグストア ⑦生協 ⑧百貨店 ⑨ホテル ⑩外食産業 ⑪卸店 ⑫加工用ユーザー(原材料供給先) ⑬その他

### ＜禁止行為＞

①不当な返品 ②不当な値引き ③不当な委託販売取引 ④特売商品買ったとき ⑤特別注文品の受領拒否 ⑥押し付け販売 ⑦労務提供(陳列/販売/製造応援等) ⑧不当な利益の收受(協賛金・物流センターフィー等) ⑨要求拒否の場合の不利益な取扱 ⑩公取委への報告に対する不利益な取扱 ⑪その他

(5) 優越的地位の濫用の具体的事例内容

(6) 上記の優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか? ( )

①あくまで個人的な要請ととらえた。 ②店舗、会社からの要請ととらえた。 ③どちらとも言えない。

3. 上記事例が「⑥押し付け販売」の場合、以下にご記入下さい。

- ・金額は… 最低額( )円 ~ 最高額( )円
- ・頻度は… 年間( )回程度 ※1年間に何回程度あったかご記入ください
- ・負担は… ①ほぼ会社負担 ②ほぼ自己負担 ③折半 ④ケース・バイ・ケース

4. 上記事例が「⑦労務提供」の場合、以下にご記入下さい。

- ・時間帯は… ①通常業務内(半日以内) ②通常業務内(終日) ③早朝/深夜含む(半日以内) ④早朝/深夜含む(終日)
- ・頻度は… 年間( )回程度 ※1年間に何回程度あったかご記入ください
- ・曜日は… ①主に平日 ②平日/休日両方 ③主に休日

## 設問2 大規模小売業告示について (全員ご回答下さい。)

大規模小売業告示や独占禁止法では、小売業者やホテル・外食産業の優越的地位の濫用を規制しており、私たち納入業者にとって重要な法律です。別添「大規模小売業告示って知っていますか?」をご覧頂き、以下の設問にご回答下さい。

1. あなたは大規模小売業告示の存在を知っていましたか?

①知っていた ②聞いたことはある ③知らなかった

2. あなたは大規模小売業告示の優越的地位の濫用行為の内容を知っていましたか?

①よく知っていた ②やや知っていた ③あまり知らなかった ④まったく知らなかった

3. 取引先から明らかに告示に違反する内容の要請を受けた場合、どのように対応していますか?

①(内容にもよるが主に)会社・上司に相談し指示を仰ぐ ②( " )その場で断る  
③( " )その場で受けざるを得ない ④無理な要請を受けたことはない ⑤その他( )

### 設問 3 労務提供について

大規模小売業告示では、労務提供を要請する際には、事前に派遣条件について覚書を締結することや、相応の日当を支払うことを義務付けています。それを踏まえ、以下の設問にご回答下さい。

1. あらかじめ覚書等を締結することを知っていますか？

①知っている ②知らない

2. あらかじめ覚書等を締結せずに、労務提供を要請している取引先はありますか？

①たくさんある(ほとんどの得意先がそう) ②いくつかある ③あまりない ④まったくない

3. 相応の日当を支払うことを知っていますか？

①知っている ②知らない

4. 日当を支払わずに、労務提供を要請している取引先はありますか？

①たくさんある(ほとんどの得意先がそう) ②いくつかある ③あまりない ④まったくない

### 設問 4 中間取引との関係 (卸売業者の方のみご回答下さい)

優越的地位の濫用として問題となり得る行為については、卸売業者が取引先納入業者である製造業者に対して行っている事例も見られるところであり、こうした行為の背景として、卸売業者が取引先の大規模小売業者から種々の要請を受け、それにこたえるためにこうした行為を行うなど、大規模小売業者の行為に起因している可能性もあります。それを踏まえ、以下の設問にご回答下さい。

1. 取引先業者に対し「優越的地位の濫用行為」をしましたか？

①たくさんある ②何度かある ③あまりない ④まったくない

具体的内容(困っている・悩んでいる事例など)があれば、ご記入下さい。

・回答にご協力いただいた方で、今後の改善につなげていくために、後日単組を通じて詳細な問い合わせをさせていただく場合があります。ご了解いただける場合には氏名等をご記入ください。

単組名 ( ) 労働組合 氏名 ( )

～ 以上 ご協力ありがとうございました。～

## ◆ 優越的地位の濫用行為を行った事業者に公正取引委員会が行う措置

### (1) 排除措置命令（独占禁止法第 20 条）

- ・違反行為の差止め
- ・契約条項の削除
- ・その他違反行為を排除するために必要な措置

### (2) 課徴金納付命令（独占禁止法第 20 条の 6）

違反行為に係る期間（3 年間を上限とします。）における違反行為の相手方との取引額に算定率（1%）を掛けた額の課徴金が課されます。

(参考) 2011 年以降の優越的地位の濫用事件、排除措置命令及び課徴金納付命令

- |             |                   |                        |
|-------------|-------------------|------------------------|
| ・ダイレックス（株）  | 排除措置命令及び課徴金納付命令   | 2014 年 6 月 5 日         |
|             | 課徴金額 12 億 7416 万円 | （支払期限 2014 年 9 月 8 日）  |
| ・（株）ラルズ     | 排除措置命令及び課徴金納付命令   | 2013 年 7 月 3 日         |
|             | 課徴金額 12 億 8713 万円 | （支払期限 2013 年 10 月 4 日） |
| ・（株）エディオン   | 排除措置命令及び課徴金納付命令   | 2012 年 2 月 16 日        |
|             | 課徴金額 40 億 4796 万円 | （支払期限 2012 年 5 月 17 日） |
| ・日本トイザラス（株） | 排除措置命令及び課徴金納付命令   | 2011 年 12 月 13 日       |
|             | 課徴金額 3 億 6908 万円  | （支払期限 2011 年 3 月 14 日） |
| ・（株）山陽マルナカ  | 排除措置命令及び課徴金納付命令   | 2011 年 6 月 22 日        |
|             | 課徴金額 2 億 2216 万円  | （支払期限 2011 年 9 月 26 日） |

# 「大規模小売業告示」って知っていますか？

## 1 不当な返品

- ・購入業者から購入した商品を返品すること



**【具体例】**  
セール終了後に売れ残った商品を返品すること

予定した販売数は売ってほしいよね。どうしようあの返品・・・



※次の場合を除く

- ・購入業者の責めに帰すべき事由がある場合
- ・一定の条件を満たす返品条件付取引の場合
- ・納入業者からの返品の出荷があり、かつ、当該返品が納入業者の直接の利益となる場合

## 2 不当な値引き

- ・商品納入後に納入価格の値引きをさせること

**【具体例】**

商品購入後に月末の在庫調整等のために更に値引きを要求すること

売れない分を値引きしろと言われても・・・これ以上は無理ですよ



※納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除く

## 3 不当な委託販売取引

- ・正常な商習慣に照らして著しく不利益となるような条件で、自己等と委託販売取引をさせること

利益 0 円

**【具体例】**

従来、甲商品の粗利をA円として買取仕入れにより仕入れてきたところ、突然、仕入れ方法を買取仕入れから委託仕入れに変更し、他の取引条件等が変わらないにも関わらず、委託仕入れにおける委託手数料を従前の粗利と同じA円とすること



## 4 特売商品等の買ったたき

- ・特売等の用に供する商品について、自己等に対する通常の納入価格と比べて著しく低い価格を定めて納入させること

**【具体例】**

セール用の商品について、一方的に納入業者の仕入価格を下回る価格で納入させること



聞いてないよお

## 5 特別注文品の受領拒否

- ・PB商品など、特別の規格等を指定して注文した後で、その商品の受領を拒むこと

**【具体例】**

PB商品を発注後、売れ行き不振を理由に同商品の受領を拒否すること

PB商品だから回しが聞かないよお



※納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除く  
※納入業者の同意を得て、通常生じる損失を大規模小売業者が負担する場合を除く

## 6 押し付け販売等

- ・正当な理由がある場合を除き、納入業者が希望しないにも関わらず、自己の指定する商品を購入させ、又は役務を利用させること

**【具体例】**

購入しないと今後の納入取引に影響すると受け取られるような要請をすること



いくらお客様とはいえ、スーツを5着も無理だよ・・・

## 7 納入業者の従業員等の不当使用等

- ・自己等の業務に従事させるため、納入業者の従業員等を派遣させ、又は自己等が雇用する従業員等の人権費を負担させること

**【具体例】**

棚卸業務に従事させるため、派遣に必要となる費用を負担することなく、納入業者に従業員を派遣させること  
(いわゆる販売応援等)



文房具の陳列をやって言われた。食品メーカーなんだけどなあ・・・

- ※あらかじめ納入業者の同意を得て、納入業者の納入品の販売業務に従事させる場合を除く
- ※派遣条件について予め納入業者と合意し、かつ、派遣に通常必要な費用を負担する場合を除く

## 8 不当な経済上の利益の収益等

- ・納入業者が本来提供する必要のない金銭等提供させること
- ・納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えて金銭等を提供させること

**【具体例】**

広告費用として、実際に要した費用を超えて協賛金を提供させること



協賛金高すぎますよ・・・

## 9 要求拒否の場合の不利益な取り扱い

- ・納入業者が上記 1～8 の要求に応じないことを理由に不利益な取扱いをすることを禁止

言うこと聞けないなら金払わん。もう出入り禁止！



## 10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取り扱い

- ・納入業者が上記 1～9 の事実を公正取引委員会に知らせようとしたことを理由に、不利益な取扱いをすることを禁止



大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を規制するルール 10の禁止項目のことです(2005年11月施行)

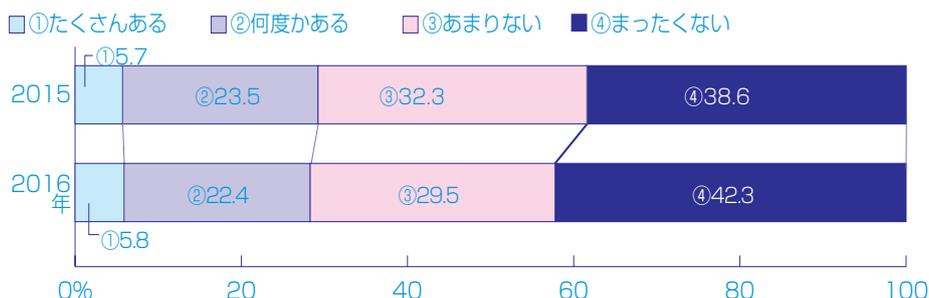
1～10の項目が禁止行為です！

# 調査結果報告

## 設問 1 優越的地位の濫用行為について（全員回答）

### 1. 押し付け販売、労務提供など「優越的地位の濫用行為」を受けたことがありますか？

「優越的地位の濫用行為」は昨年より減少しているが、未だ約6割が受けている！



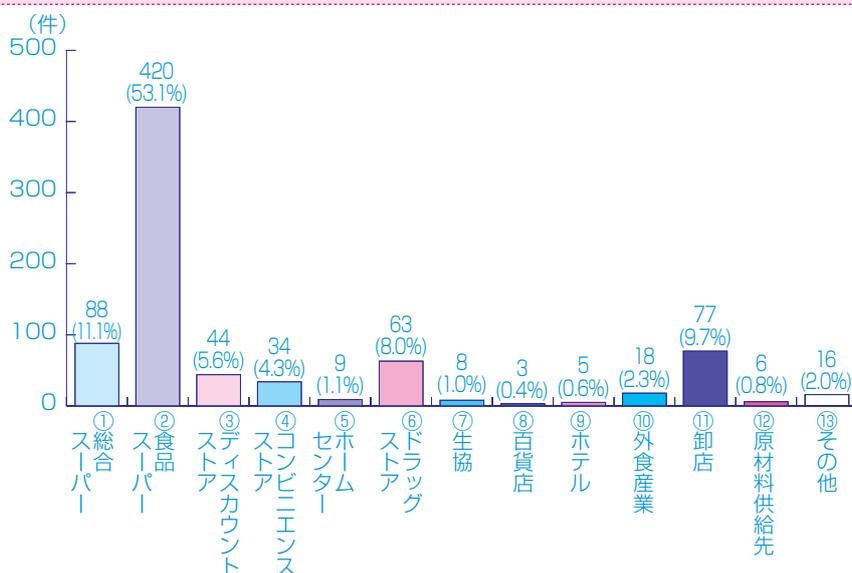
「④まったくない」が42.3%で昨年の38.6%より増加し改善が見られるが、依然として約6割が何らかの濫用行為を受けている。また、「①たくさんある」が5.8%、「②何度かある」が22.4%、併せて28.2%（昨年29.2%）となっており、昨年より減少している。

### 2. 具体的事例（困っている・悩んでいる事例があれば、その「取引先名・具体的内容」）

（1）取引先名 （2）所在都道府県 （5）具体的事例 については事例一覧（p.21以降）に掲載。

#### （3）濫用行為の業態

「総合・食品スーパー」で約6割を占めている！



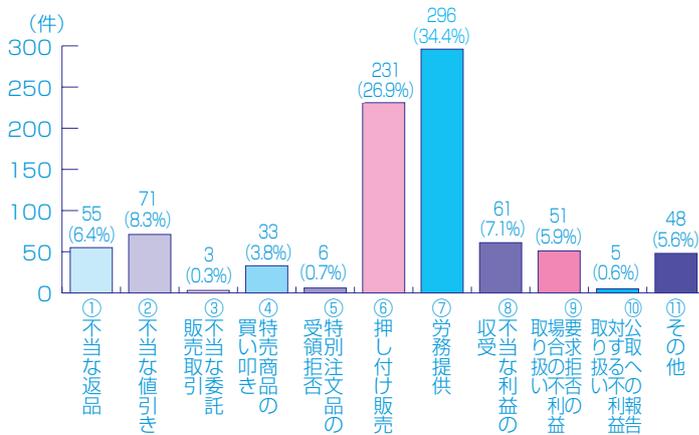
濫用行為の業態については、「②食品スーパー」53.1%、「①総合スーパー」11.1%とスーパー関係併せて全体の約6割を占めている。一方で、「⑥ドラッグストア」8.0%（昨年6.2%）、「③ディスカウントストア」5.6%（昨年4.3%）で昨年よりも増加している。「④コンビニエンスストア」4.3%（昨年7.0%）と「卸店」9.7%（昨年10.5%）は昨年よりも減少している。

（単位：件）

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年		2010年	
①総合スーパー	88	11.1%	→	70	11.1%	73	10.9%	137	12.9%	40	13.1%	23	8.8%	74	13.0%
②食品スーパー	420	53.1%	↗	332	52.9%	310	46.2%	511	48.3%	119	39.0%	123	47.1%	293	51.5%
③ディスカウントストア	44	5.6%	↗	27	4.3%	40	6.0%	84	7.9%	17	5.6%	23	8.8%	41	7.2%
④コンビニエンスストア	34	4.3%	↘	44	7.0%	30	4.5%	86	8.1%	71	23.3%	25	9.6%	28	4.9%
⑤ホームセンター	9	1.1%	↗	5	0.8%	5	0.7%	10	0.9%	0	0.0%	7	2.7%	9	1.6%
⑥ドラッグストア	63	8.0%	↗	39	6.2%	49	7.3%	58	5.5%	19	6.2%	22	8.4%	34	6.0%
⑦生協	8	1.0%	↗	2	0.3%	4	0.6%	9	0.8%	2	0.7%	8	3.1%	14	2.5%
⑧百貨店	3	0.4%	↗	1	0.2%	1	0.1%	10	0.9%	3	1.0%	3	1.1%	3	0.5%
⑨ホテル	5	0.6%	↘	6	1.0%	8	1.2%	11	1.0%	3	1.0%	4	1.5%	2	0.4%
⑩外食産業	18	2.3%	↘	17	2.7%	26	3.9%	27	2.5%	3	1.0%	4	1.5%	13	2.3%
⑪卸店	77	9.7%	↘	66	10.5%	106	15.8%	83	7.8%	18	5.9%	11	4.2%	37	6.5%
⑫原材料供給先	6	0.8%	↘	7	1.1%	8	1.2%	10	0.9%	2	0.7%	1	0.4%	2	0.4%
⑬その他	16	2.0%	↗	12	1.9%	11	1.6%	23	2.2%	8	2.6%	7	2.7%	19	3.3%
合計	791	100.0%		628	100.0%	671	100.0%	1,059	100.0%	305	100.0%	261	100.0%	569	100.0%

#### (4) 濫用行為の名称

「労務提供」と「押し付け販売」が6割以上を占める！



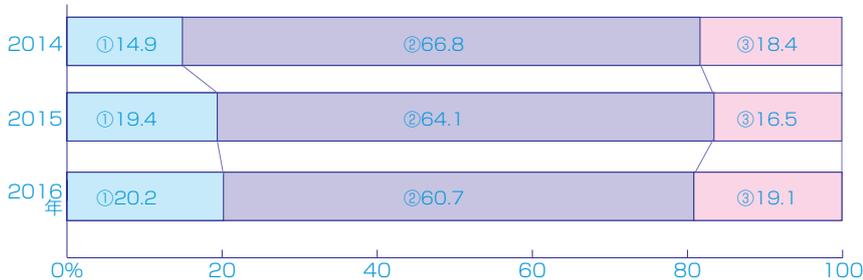
(単位：件)

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年		2010年	
① 不当な返品	55	6.4%	↗	39	5.7%	69	8.8%	78	7.0%	14	4.6%	26	10.0%	44	8.4%
② 不当な値引き	71	8.3%	↘	61	8.8%	74	9.4%	99	8.9%	24	7.9%	16	6.1%	38	7.3%
③ 不当な委託販売取引	3	0.3%	→	2	0.3%	6	0.8%	3	0.3%	2	0.7%	4	1.5%	6	1.2%
④ 特売商品の買い叩き	33	3.8%	↗	21	3.0%	39	4.9%	54	4.9%	9	3.0%	10	3.8%	21	4.0%
⑤ 特別注文品の受領拒否	6	0.7%	↘	6	0.9%	4	0.5%	12	1.1%	3	1.0%	3	1.1%	3	0.6%
⑥ 押し付け販売	231	26.9%	↘	216	31.3%	221	28.0%	329	29.6%	106	35.0%	88	33.7%	184	35.3%
⑦ 労務提供	296	34.4%	↗	226	32.8%	239	30.3%	367	33.0%	85	28.1%	73	28.0%	149	28.6%
⑧ 不当な利益の収受(協賛金等)	61	7.1%	↗	41	5.9%	79	10.0%	93	8.4%	29	9.6%	24	9.2%	41	7.9%
⑨ 要求拒否の場合の不利益な取り扱い	51	5.9%	↘	52	7.5%	38	4.8%	54	4.9%	20	6.6%	9	3.4%	20	3.8%
⑩ 公取への報告に対する不利益な取り扱い	5	0.6%	↗	1	0.1%	0	0.0%	2	0.2%	0	0.0%	1	0.4%	1	0.2%
⑪ その他	48	5.6%	↗	25	3.6%	19	2.4%	22	2.0%	11	3.6%	7	2.7%	14	2.7%
合計	860	100.0%		690	100.0%	788	100.0%	1,113	100.0%	303	100.0%	261	100.0%	521	100.0%

#### (6) 優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか

6割以上の回答者が「店舗、会社からの要請」ととらえている！

- ①あくまで個人的な要請ととらえた。
- ②店舗、会社からの要請ととらえた。
- ③どちらとも言えない。



(単位：件)

	2016年		変化	2015年		2014年	
①あくまで個人的な要請ととらえた	142	20.2%	↗	114	19.4%	93	14.9%
②店舗、会社からの要請ととらえた	426	60.7%	↘	377	64.1%	418	66.8%
③どちらとも言えない	134	19.1%	↗	97	16.5%	115	18.4%
合計	702	100.0%		588	100.0%	626	100.0%

濫用行為の名称の割合については、「⑦労務提供」34.4%（昨年32.8%）が一番多く、昨年よりも増加し、次に「⑥押し付け販売」26.9%（昨年31.3%）で昨年よりも減少している。また、「⑧不当な利益の収受」7.1%（昨年5.9%）が昨年よりも増加している。

なお、「⑦労務提供」と「⑥押し付け販売」併せて61.3%（昨年64.1%）と依然として6割以上を占めており、2010年以降同様の傾向となっている。

「①あくまで個人的な要請ととらえた」が20.2%（昨年19.4%）、「②店舗、会社からの要請ととらえた」が60.7%（昨年64.1%）となっており、「店舗、会社からの要請」ととらえている割合が昨年より若干減少しているものの6割以上を占めている。

### 3. 「押し付け販売」

#### (1) 金額

最高額は500,000円！

(単位：円、件数は件)

	2016年								2015年							
	最低額				最高額				最低額				最高額			
	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均
①総合スーパー	19	20,000	1,000	3,420	18	50,000	1,000	14,333	16	10,000	300	2,456	14	100,000	3,000	14,500
②食品スーパー	117	150,000	300	6,461	120	200,000	1,500	17,429	90	70,000	500	5,903	91	500,000	1,000	25,640
③ディスカウントストア	12	5,000	1,000	2,333	12	40,000	2,000	12,333	4	3,000	1,000	1,625	5	10,000	2,000	5,800
④コンビニエンスストア	14	5,000	300	2,057	15	35,000	1,000	12,133	13	3,000	100	1,315	13	10,000	2,000	6,000
⑤ホームセンター																
⑥ドラッグストア	3	3,000	1,000	2,333	4	10,000	3,000	6,000	1	4,000	4,000	4,000	1	15,000	15,000	15,000
⑦生協																
⑧百貨店	2	50,000	1,000	25,500	1	10,000	10,000	10,000								
⑨ホテル	4	250,000	3,000	115,750	4	500,000	5,000	201,250	2	10,000	2,000	6,000	2	20,000	18,000	19,000
⑩外食産業	7	250,000	1,000	47,714	8	500,000	5,000	148,125	3	20,000	5,000	11,667	3	350,000	30,000	201,667
⑪卸店	18	20,000	1,000	3,806	20	500,000	3,000	47,100	11	20,000	2,000	6,227	13	54,000	3,000	21,538
⑫原材料供給先	1	1,400	1,400	1,400	1	3,000	3,000	3,000	1	5,000	5,000	5,000				
⑬その他	3	15,000	2,000	6,667	3	20,000	3,500	9,500	6	75,000	3,000	20,833	3	350,000	5,000	121,667
件数合計/平均	200	69,945	1,182	8,858	206	169,818	3,455	27,558	147	22,000	2,290	5,741	145	156,556	8,778	27,216

全業態の最高額平均の推移



#### (2) 年間頻度

年間最高は食品スーパーの12回！

(単位：回、件数は件)

	2016年				2015年				2014年			
	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均
①総合スーパー	22	6	1	3	18	5	1	3	22	6	1	3
②食品スーパー	126	12	1	3	97	10	1	3	87	12	1	3
③ディスカウントストア	13	5	1	3	4	4	1	2	6	15	1	4
④コンビニエンスストア	14	8	2	4	12	5	1	3	13	10	1	4
⑤ホームセンター												
⑥ドラッグストア	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
⑦生協												
⑧百貨店	2	2	2	2								
⑨ホテル	4	3	1	2	2	4	1	3	6	20	1	7
⑩外食産業	7	5	1	2	3	15	2	6	9	15	1	4
⑪卸店	22	5	1	2	15	5	1	3	12	6	1	2
⑫原材料供給先	1	3	3	3	1	1	1	1	3	10	1	3
⑬その他	3	2	1	1	6	10	2	4	3	2	2	2
件数合計/平均	218	4.8	1.4	2.6	159	6.1	1.3	2.9	163	9.8	1.2	3.4

全業態の年間頻度平均の推移



最高額から見ると、「⑨ホテル」、「⑩外食産業」、「⑪卸店」の三業態で500,000円となっている。

また、件数が多いのは「②食品スーパー」で、最低額平均は6,461円(117件)、最高額平均は17,429円(120件)となっている。

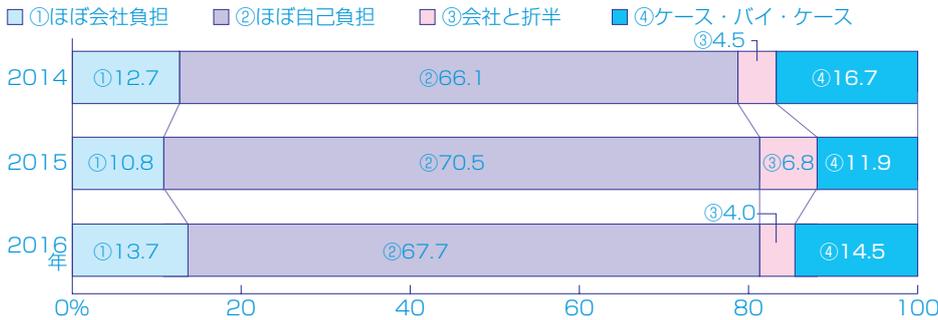
回数が多いのは「②食品スーパー」の12回、次に、「④コンビニエンスストア」が8回、「①総合スーパー」が6回となっている。

また、昨年の調査では、「⑩外食産業」が最大で15回と高い頻度となっていたが5回に減少している。

全体の平均頻度は2.6回で、2012年(3.0回)、2013年(3.3回)、2014年(3.4回)、2015年(2.9回)から若干ではあるが減少傾向が見られる。

### (3) 負担

約7割が「ほぼ自己負担」！



負担については、「②ほぼ自己負担」が67.7%（昨年70.5%）と昨年より減少している。また、「①ほぼ会社負担」が13.7%（昨年10.8%）と増加している。「③会社と折半」は4.0%（昨年6.8%）、「④ケース・バイ・ケース」は14.5%（昨年11.9%）となっている。

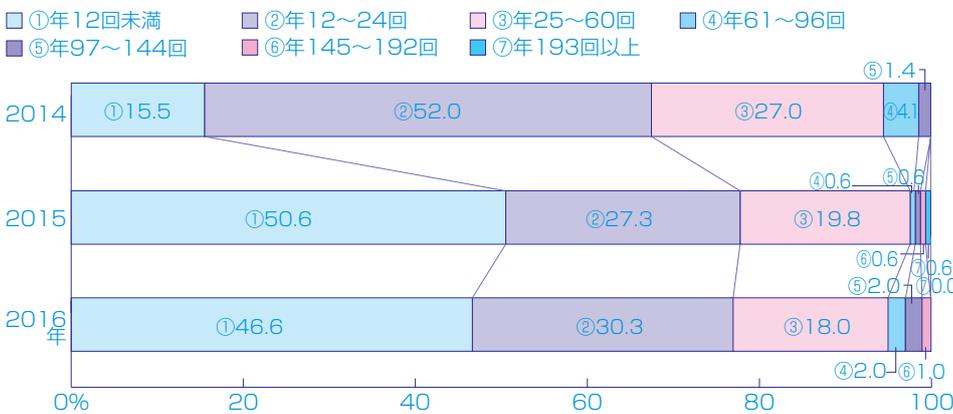
(単位: 件)

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
ほぼ会社負担	34	13.7%	▲	19	10.8%	28	12.7%	46	12.2%	25	17.5%	9	9.6%
ほぼ自己負担	168	67.7%	▼	124	70.5%	146	66.1%	239	63.4%	70	49.0%	65	69.1%
会社と折半	10	4.0%	▼	12	6.8%	10	4.5%	14	3.7%	7	4.9%	7	7.4%
ケース・バイ・ケース	36	14.5%	▲	21	11.9%	37	16.7%	78	20.7%	41	28.7%	13	13.8%
合計	248	100.0%		176	100.0%	221	100.0%	377	100.0%	143	100.0%	94	100.0%

## 4. 「労務提供」

### (1) 年間頻度

「年12回以上」の回答が5割以上！



頻度については、「①年12回未満」が46.6%（137件）である一方で、「②年12~24回」が30.3%（89件）、「③年25~60回」が18.0%（53件）が労務提供を要請されている。また、年100回以上の「労務提供」も9件あった。

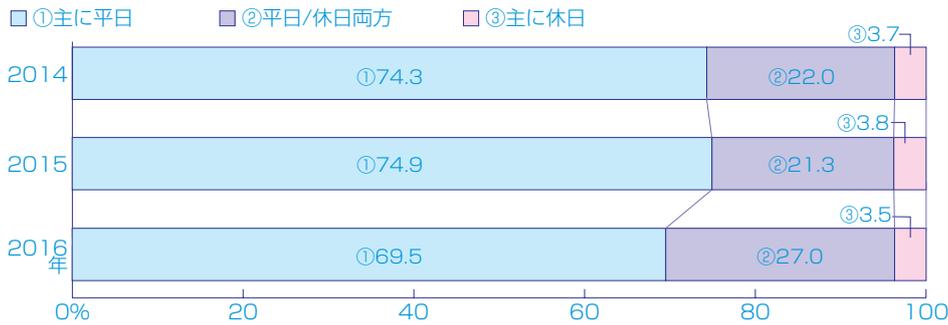
※2015年から年換算とし、2014年以前もそれに合わせて集計しています。

(単位: 件)

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
①年12回未満	137	46.6%	▼	87	50.6%	23	15.5%	138	36.8%	35	45.5%	31	43.1%
②年12~24回	89	30.3%	▲	47	27.3%	77	52.0%	128	34.1%	24	31.2%	18	25.0%
③年25~60回	53	18.0%	▼	34	19.8%	40	27.0%	85	22.7%	12	15.6%	10	13.9%
④年61~96回	6	2.0%	▲	1	0.6%	6	4.1%	4	1.1%			3	4.2%
⑤年97~144回	6	2.0%	▲	1	0.6%	2	1.4%	16	4.3%	6	7.8%	8	11.1%
⑥年145~192回	3	1.0%	▲	1	0.6%			3	0.8%			1	1.4%
⑦年193回以上	0	0.0%	▼	1	0.6%			1	0.3%			1	1.4%
合計	294	100.0%		172	100.0%	148	100.0%	375	100.0%	77	100.0%	72	100.0%

## (2) 曜日

休日を含む労務提供は約3割！



休日にも労務提供を要請されている割合は、「③主に休日」が3.5%、「②平日/休日両方」が27.0%、併せて30.5%となっている。

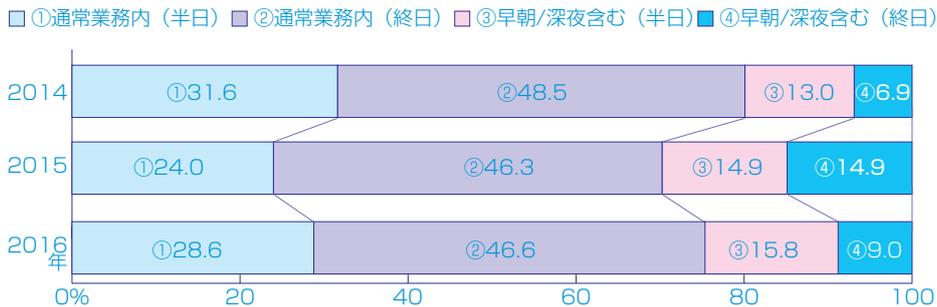
また、昨年と同じ比較で見ると「③主に休日」、「②平日/休日両方」、併せて25.1%から増加している。

(単位：件)

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
主に平日	219	69.5%	↓	137	74.9%	142	74.3%	276	74.4%	68	70.8%	53	72.6%
平日/休日両方	85	27.0%	↑	39	21.3%	42	22.0%	82	22.1%	24	25.0%	17	23.3%
主に休日	11	3.5%	↓	7	3.8%	7	3.7%	13	3.5%	4	4.2%	3	4.1%
合計	315	100.0%		183	100.0%	191	100.0%	371	100.0%	96	100.0%	73	100.0%

## (3) 時間帯

未だ、早朝/深夜の労務提供が続いている！



早朝/深夜に労務提供を要請されている時間帯は、「③早朝/深夜含む(半日)」15.8%、「④早朝/深夜含む(終日)」9.0%で併せて24.8%となっている。

また、昨年と同じ比較で見ると「③早朝/深夜含む(半日)」、「④早朝/深夜含む(終日)」、併せて29.8%から減少している。

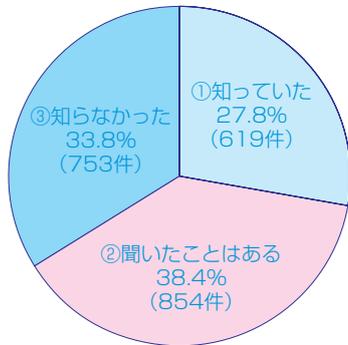
(単位：件)

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
通常業務内(半日)	89	28.6%	↑	42	24.0%	73	31.6%	119	28.5%	28	27.5%	11	15.5%
通常業務内(終日)	145	46.6%	↑	81	46.3%	112	48.5%	188	45.1%	40	39.2%	31	43.7%
早朝/深夜含む(半日)	49	15.8%	↑	26	14.9%	30	13.0%	73	17.5%	18	17.6%	20	28.2%
早朝/深夜含む(終日)	28	9.0%	↓	26	14.9%	16	6.9%	37	8.9%	16	15.7%	9	12.7%
合計	311	100.0%		175	100.0%	231	100.0%	417	100.0%	102	100.0%	71	100.0%

## 設問2 大規模小売業告示について（全員回答）

### 1. あなたは大規模小売業告示の存在を知っていましたか？

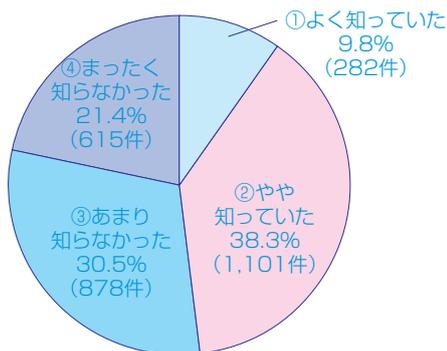
約3割が「知らなかった」と回答！



大規模小売業告示の存在については、「①知っていた」が27.8%、「②聞いたことはある」が38.4%、「③知らなかった」が33.8%となっている。「②聞いたことはある」と「③知らなかった」を併せて7割以上の営業担当者に大規模小売業告示の存在が十分に周知されていないことがうかがわれる。

### 2. あなたは大規模小売業告示の優越的地位の濫用行為の内容を知っていましたか？

約5割が理解していない！

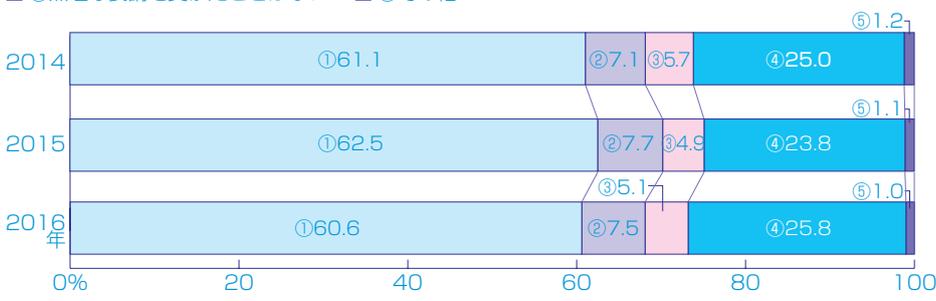


大規模小売業告示の内容の周知については、「①よく知っていた」が9.8%、「②やや知っていた」が38.3%、「③あまり知らなかった」が30.5%、「④まったく知らなかった」が21.4%、併せて51.9%となっており、優越的地位の濫用行為の内容が半数以上の組合員に周知されていないことがうかがわれる。

### 3. 取引先から明らかに告示に違反する内容の要請を受けた場合、どのように対応していますか？

「その場で断る」ことができるのは1割以下！

■ ①会社・上司に相談し、指示を仰ぐ ■ ②その場で断る ■ ③その場で受けざるを得ない  
■ ④無理な要請を受けたことはない ■ ⑤その他



「①会社・上司に相談し、指示を仰ぐ」が60.6%、「②その場で断る」が7.5%、「③その場で受けざるを得ない」が5.1%となっており、2014年以降ほぼ同様の割合となっており、その場で断ることができない状態が続いている。

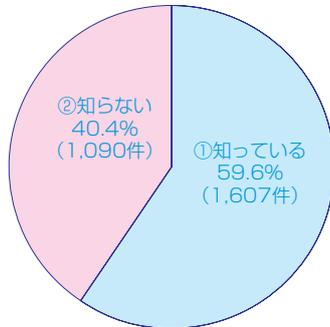
(単位：件)

	2016年		変化	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
①会社・上司に相談し、指示を仰ぐ	1,709	60.6%	▼	1,412	62.5%	1,272	61.1%	1,174	51.4%	518	51.4%	432	53.0%
②その場で断る	212	7.5%	▼	175	7.7%	147	7.1%	169	7.4%	103	10.2%	71	8.7%
③その場で受けざるを得ない	144	5.1%	▲	111	4.9%	119	5.7%	149	6.5%	66	6.6%	51	6.3%
④無理な要請を受けたことはない	729	25.8%	▲	537	23.8%	520	25.0%	752	33.0%	305	30.3%	248	30.4%
⑤その他	27	1.0%	▼	26	1.1%	24	1.2%	38	1.7%	15	1.5%	13	1.6%
合計	2,821	100.0%		2,261	100.0%	2,082	100.0%	2,282	100.0%	1,007	100.0%	815	100.0%

### 設問3 労務提供について

#### 1. あらかじめ覚書等を締結することを知っていますか？

約4割が「知らない」と回答！

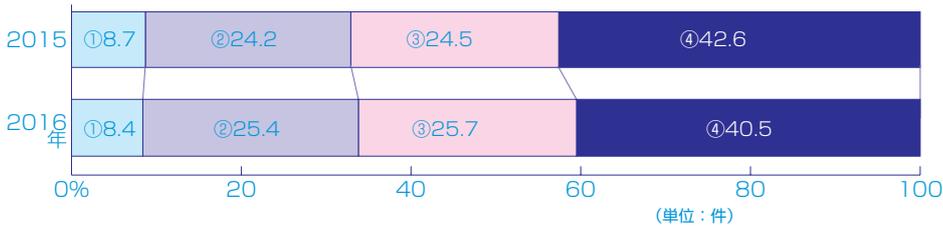


あらかじめ覚書等を締結することについては、「①知っている」が59.6%、「②知らない」が40.4%と回答しており、この設問に対しても告示内容の周知がされていないことがうかがわれる。

#### 2. 覚書を締結せずに、労務提供を要請している取引先はありますか？

3割以上が「ある」と回答！

■ ①たくさんある (ほとんどの得意先がそう) ■ ②いくつかある ■ ③あまりない ■ ④まったくない

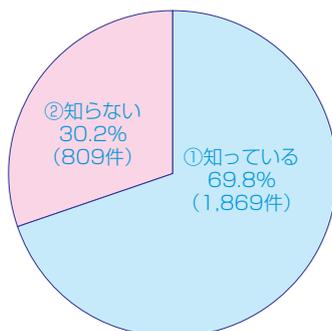


「①たくさんある」が8.4%、「②いくつかある」が25.4%、「③あまりない」が25.7%、「④まったくない」が40.5%と回答している。

	2016年		変化	2015年	
①たくさんある (ほとんどの得意先がそう)	232	8.4%	▼	179	8.7%
②いくつかある	706	25.4%	▲	496	24.2%
③あまりない	713	25.7%	▲	502	24.5%
④まったくない	1,125	40.5%	▼	874	42.6%
合計	2,776	100.0%		2,051	100.0%

#### 3. 相応の日当を支払うことを知っていますか？

約3割が「知らない」と回答！

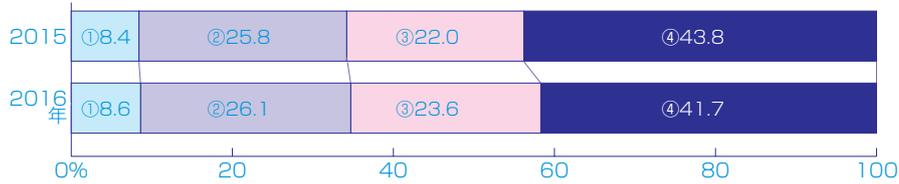


相応の日当を支払うことについては、「①知っている」が69.8%、「②知らない」が30.2%と回答している。

#### 4. 日当を支払わずに、労務提供を要請している取引先はありますか？

3割以上が「ある」と回答！

□①たくさんある（ほとんどの得意先がそう） □②いくつかある □③あまりない ■④まったくない



(単位：件)

	2016年		変化	2015年	
①たくさんある (ほとんどの得意先がそう)	238	8.6%	▲	172	8.4%
②いくつかある	725	26.1%	▲	526	25.8%
③あまりない	655	23.6%	▲	450	22.0%
④まったくない	1,157	41.7%	▼	894	43.8%
合計	2,775	100.0%		2,042	100.0%

「①たくさんある」が8.6%、「②いくつかある」が26.1%、併せて34.7%であり、3割以上の営業担当者に日当が支払われていないとかがわれる。また、「③あまりない」が23.6%、「④まったくない」が41.7%と回答している。

#### 設問4 中間取引との関係（卸売業者の方のみ回答）

##### 1. 取引先業者に対し「優越的地位の濫用行為」をしましたか？

濫用行為について「まったくない」が約7割！

□①たくさんある □②何度かある □③あまりない ■④まったくない



(単位：件)

	2016年		変化	2015年	
①たくさんある	6	0.7%	▼	7	1.8%
②何度かある	44	5.4%	▲	16	4.2%
③あまりない	186	22.6%	▲	54	14.2%
④まったくない	586	71.3%	▼	304	79.8%
合計	822	100.0%		381	100.0%

回答者の822名のうち、「④まったくない」が71.3%、一方で、「①たくさんある」が0.7%、「②何度かある」が5.4%、「③あまりない」22.6%を併せて28.7%となっており、何らかの濫用行為を約3割が行なったと回答している。

また、昨年と同じ比較で見ると「④まったくない」は約8割（79.8%）から減少している。

# 資 料

## 優越的地位の濫用事例が3件以上挙げた会社及び事例内容

### (1) A【ドラッグストア】12件

- ・新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供 <10件>。
- ・実際の陳列の応援をしていただいているのは他部署の方だが、新店、改装の応援が多い。月に3～4店舗。押し付け販売は、バイヤーから直接依頼されるので、なかなか断れない。
- ・商品の搬入立ち合いや店頭からの撤去作業、新店・改装によるオープニングセール期間中の販売応援と、発注業務。改装による店頭からの一時撤去作業や再搬入、店舗における通常発注業務の強要。商品の買取り要求（店舗での売価での買取り）。

### (2) B【総合スーパー】9件

- ・労働者派遣契約を結んでいるものの、陳列等に来ない場合、次回商談に呼ぶなどのバイヤーからの指示がベンダーに出たりしている <3件>。
- ・陳列の要求。
- ・販促提案の強制。
- ・リベート料率アップの要求拒否による、販売削減指示。
- ・商談を実施していない商品のマスター原価が勝手に下げられた。その後、修正を要請しても1ヵ月ほど修正してくれなかった。
- ・翌日締め資料提出の強要がたび重なりある。それを休日のため断ると、自社商品の計画納品の中止を告げられるため、休日も仕事をせざるをえない。
- ・多いとき、繁忙期は週に2～3回以上全国の店舗での陳列作業を強いられる。労務提供の強制を隠匿するため、陳列依頼書、陳列承諾書、二重で賃金を受け取れないメーカー側の事情を知った上での陳列により発生する賃金の受け取り依頼など、労務提供強制が表面に出ても問題にならないよう、悪質にスキーム化されている。

### (3) C（広島県）【食品スーパー】7件

- ・うなぎ、ケーキ、スーツ等の押し付け販売 <6件>。
- ・毎年オーダーメイドのスーツを買わなければならない。

### (4) D【食品スーパー】7件

- ・労務提供、得意先は費用負担の意思あり <5件>。
- ・売価は各社が決めるものだが、他社の方が安いと言われ、最初の値入れで決定した売価の値引きの補填要請を受けた。
- ・物品購入要請、早朝応援等、数年前迄は多く、辛かったが、現在はほぼ消滅している。

(5) **E【食品スーパー】7件**

- ・新店・改装応援（ある程度の帳合先のため、仕方ない点もある） <2件>。
- ・決算期等での協賛金対応の慣例化。
- ・花火大会時の隣接店舗（複数）での総菜調理補助を各メーカーへ依頼。
- ・ビール6缶パックの板紙に記載されている広告の期間が終了した場合、返品を強制させられた（賞味期限は切れていない）。
- ・新規商品導入時、「棚代」として理由が不明瞭な協賛金を求められる。
- ・チラシ協賛商品ですが売価は98円と通常特売売価～158円を大きく割った価格で販売するため、その商品の要求がある。それを断ると定番を外すとか企画（その他）に入れないとかバイヤーに上から圧がかかっているようである。原価を割った販売。

(6) **F（北海道）【食品スーパー】6件**

- ・うなぎ・恵方巻の押し付け販売 <4件>。
- ・毎年うなぎを買わされる。毎年値上げしている！
- ・うなぎ、ケーキなどバイヤーからの販売。棚替え、リニューアルの陳列、販売応援。

(7) **G【食品スーパー】6件**

- ・恵方巻、クリスマスケーキ、うなぎなど、催事品の押し付け販売 <4件>。
- ・うなぎの押し付け販売。直接は言われなくなったが、注文するのが当たり前の雰囲気。
- ・以前の担当得意先による、不当な返品、不当な値引き、特売商品の買ったたき、特別注文品の受領拒否、労務提供、不当な利益の授受、要求拒否の場合の不利益な取り扱いが多数あった。

(8) **H【コンビニエンスストア】6件**

- ・新店陳列など <2件>。
- ・おせち購入。
- ・納品価格の交渉。
- ・販促企画への参加強要、新規採用商品の3週間前に緊急不採用。
- ・コンビニ業態において、協賛金の依頼や終売における在庫の使用放棄。年末弁当用にカニフレークを10トン準備するように指示を受け、残在庫に関しては、他メニューでも消化するとの内容にもかかわらず、4トンしか消費しなく、他メニューへも検討されず、自社で販売するしかなくなった。

(9) **I【総合スーパー】5件**

- ・中元・歳暮期の商品購入 <3件>。
- ・労務提供。
- ・朝7時集合・開始～17時前の労務提供があった。現在は是正されている。

(10) **J【食品スーパー】5件**

- ・店舗新装開店時の販売応援業務 <3件>。
- ・新商品導入時にメーカーで全店舗を巡回し、商品陳列。
- ・現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店（支部）であるが、以前は横行していたが、今は静観していると思われる。

(11) **K【食品スーパー】5件**

- ・バイヤーのノルマとなっている丑の日のうなぎ購入の協力をお願いされた <2件>。
- ・チケット販売、うなぎ・ワインなどの物品購入依頼。
- ・陳列応援の要請。チケットの斡旋販売等。クリスマスケーキ等の斡旋販売。
- ・催事予約受注商品（恵方巻・クリスマスケーキ・梅干し・ヌーヴォー）を商談時に案内があり、その後支払期限が迫ると電話で購入をせがまれる。バイヤーも社内で目標数が設定されているようで、プレッシャーがあるのではないかと。また、他の取引先も関係悪化を防ぐために購入しているため、自分だけが断ることはできない。また、購入の代金は上司から社内処理の許可が下りなかったため、自己負担した。

(12) **L【食品スーパー】5件**

- ・過度な労務提供依頼。
- ・新店ができるたび協賛金を依頼される。
- ・売上の悪い理由は、メーカーの提案が悪いこと。売上補填をしろ！と言われた。
- ・値上げ時に競合店の売価が上がらないと上げないと言われる。また、自社より安い他企業の通常売価や特売売価をみせられ同じ内容かつ利益がでるようにやれと言われる。新店・改装・棚替えでのメーカー・問屋での店舗巡回。特売品等の店舗発注漏れの際にこちら負担にて商品配送させる。
- ・昔はあったが、今回のアンケートのような地道な運動により、現在はなし。

(13) **M【食品スーパー】5件**

- ・食品などを年に数回押し付け販売される。
- ・押し付け販売。買ってくれたメーカーが優位的に売上・販促が増える。
- ・保険加入の押し付け。断ったので負担はないが、関係悪化した。
- ・農業祭（年2～3回）での店頭販売要請。日当はなく、昼食もあつたり、なかつたり。卸を通じて要請がある。
- ・センターフィー、本部フィーで合計17.6%をベンダーに請求。うち、メーカーにある程度の請求がある。

(14) **N【卸店】5件**

- ・支店のトップ、No. 2より、常に協賛の圧力を掛けられている。特にNo. 2には協力しなければ己の所の商品がどうなっても知らないぞと脅されている。
- ・シーズン品等、先方の発注ミスにも関わらず返品を要求してくる。断ると、商売に影響するぞと脅される。
- ・ある得意先への対応を断ったところ、他企業での当社商品への圧力をかけると伝えてきて、脅された。
- ・問屋で提示した値段の調整分の数量重複または事前商談のない値引きがある。
- ・仕入れ後の滞留在庫基準（2ヵ月）を独自のルールと称して返品または、ダンピング販売条件の要請が多い。

- (15) O **【総合スーパー】** 4件 < 労務提供 2件 不当な返品 押し付け販売 >
- (16) P **【総合スーパー】** 4件 < 労務提供 2件 押し付け販売等 >
- (17) Q **【食品スーパー】** 4件 < 労務提供 3件等 >
- (18) R **【ドラッグストア】** 4件 < 労務提供 4件 >
- (19) S **【卸店】** 4件 < 労務提供 4件 >
  
- (20) T **【総合スーパー】** 3件 < 労務提供 2件 押し付け販売 >
- (21) U **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 2件 特売商品の買ったたき >
- (22) V **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 2件 特売商品の買ったたき >
- (23) W **【食品スーパー】** 3件 < 押し付け販売 3件 >
- (24) X **【食品スーパー】** 3件 < 押し付け販売 2件等 >
- (25) Y **【食品スーパー】** 3件 < 不当な利益の收受等 >
- (26) Z **【食品スーパー】** 3件 < 押し付け販売 2件等 >
- (27) a **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 3件 >
- (28) b **【食品スーパー】** 3件 < 不当な返品等 >
- (29) c **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 2件等 >
- (30) d **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 3件 >
- (31) e (栃木県) **【食品スーパー】** 3件 < 不当な返品 2件等 >
- (32) f (長野県) **【食品スーパー】** 3件 < 不当な利益の收受 2件 労務提供 >
- (33) g (愛知県) **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 2件等 >
- (34) h (三重県) **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供等 >
- (35) i (和歌山県) **【食品スーパー】** 3件 < 労務提供 押し付け販売等 >
- (36) j **【ディスカウントストア】** 3件 < 労務提供等 >
- (37) k **【ディスカウントストア】** 3件 < 労務提供等 >
- (38) l **【コンビニエンスストア】** 3件 < 労務提供 2件等 >
- (39) m (静岡県) **【ドラッグストア】** 3件 < 押し付け販売 2件等 >
- (40) n **【卸店】** 3件 < 労務提供 不当な返品 不当な利益の收受 >
- (41) o **【卸店】** 3件 < 不当な値引き 不当な返品等 >
- (42) p **【卸店】** 3件 < 不当な返品 2件 不当な利益の收受 >

※ 優越的地位の濫用事例が5件以上挙げられた会社については、報告内容の詳細を記載し、4件または3件挙げられた会社については、禁止行為の名称のみを記載しています。なお、店名が不明なコンビニエンスストアについて、全国展開している大手コンビニエンスストアを含め、押し付け販売等の報告事例が14件挙げられています。特に、お中元、お歳暮、クリスマス時期等の押し付け販売が多数挙げられています。

# 取引慣行アンケート 優越的地位の濫用、具体的事例一覧

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売年度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日	
				<p>【業態】 GMS→①総合スーパー SM→②食品スーパー DS→③デパート/デパートストア CVS→④コンビニエンスストア HC→⑤ホームセンター ドラッグ→⑥ドラッグストア 生協→⑦生協 百貨店→⑧百貨店 ホテル→⑨ホテル 外食→⑩外食産業 卸店→⑪卸店 加工用→⑫加工用ユーザー その他→⑬その他...業務用酒販店等</p>	<p>【名称】 返品→①不当な返品 値引き→②不当な値引き 委託→③不当な委託販売取引 買叩き→④特売商品等の買い叩き PB→⑤特別注文品の受領拒否 押付→⑥押し付け販売等 労務→⑦労務提供(陳列/販売/製造応援等) 協賛等→⑧不当な利益の收受(協賛金/物流センター等) 拒否→⑨要求拒否の場合の不利な取り扱い 公取→⑩公取委への報告に対する不利な取り扱い ⑪その他</p>							
*	北海道	GMS	押付・労務	スーツなどバイヤーから押し付け販売。リニューアルの陳列応援。	1,500	40,000	5	会社	通常終日	4	両方	
*	北海道	SM	押付・労務	うなぎ、ケーキなどバイヤーからの販売、棚替え、リニューアルの陳列、販売応援。	1,500	40,000	5	折半	通常終日	4	両方	
*	北海道	SM	押付	うなぎ、恵方巻の押し付け販売。永い付き合いだからとほぼ強制で購入を求めてきた。	1,000		2	ケース	通常半日	10	平日	
*	北海道	SM	押付	先方から指示されているわけではないが、訪問時は品出しを行わないと売上を落とされる感じがする。	2,000	3,000	1	会社				
*	北海道	SM	押付	土用の丑の日のうなぎの購入依頼。	30,000	70,000	2					
*	北海道	SM	押付	うなぎと恵方巻を買わせる。	30,000	70,000	2					
*	北海道	SM	押付	本部より、うなぎ、恵方巻の押し付け販売がある。	2,000	3,000	2					
*	北海道	SM	押付	毎年うなぎを買わせる。毎年値上げしている！	2,000	3,000	2					
*	北海道	SM	押付	毎年クリスマスケーキを買わせる。「食べない」と言っているのに買わせる。	1,500	40,000	5	自己	通常終日	4	両方	
*	北海道	DS	押付・労務	ケーキ、寿司などの年末押し付け販売、新店、リニューアル時陳列応援。	1,000	5,000	6		通常終日	5	平日	
*	北海道	CVS	押付	改装応援、棚割主幹なので絶対出席。	1,000	3,000	6					
*	北海道	CVS	押付	季節商品の購買要請(恵方巻、うなぎ、ケーキ、お中元等)。								
*	北海道	ドラッグ	返品	強制ではないが、季節商品の購買要請がある。								
*	北海道	百貨店	労務	5月連休、8月お盆期間の特売セールがあるのですが、期間中毎日来いと言われる。								
*	北海道	外食	押付・協賛等	季節催事品の購入依頼。イベントチケット購入依頼。	10,000	50,000	2		通常半日	2	両方	
*	北海道	卸店	労務	電話(数コール以内)に出られないとお叱りを受ける→出入り禁止の可能性あり。								
*	北海道	卸店	その他	陳列等応援を辞退すると商品カット・出入り禁止等。 過度な付き合いの強要(例:呼ばれたらすぐに会う。コーヒー等を毎回購入させられる。飲み会での一芸)。 商品改訂に伴う終売品と後継新商品の発売に關して、終売品(旧品)の在庫で最後残ってしまった分を新商品に交換してくれ、という依頼があった。新商品は発売から1年近くたつてから言われたので戸惑い、当初は断ろうとしたが、「そちらの勝手な都合で商品改訂したんだから、責任は最後負ってくれなくては困る」と半ば強引に商品の交換に促させられた。								
*	北海道	卸店	値引き									
*	北海道	卸店	労務	陳列参加必須。不参加の場合、商品がカットになる。								
*	北海道	卸店	返品	不当ではないが、許容切れ(出荷、販売)返品に困っている。								

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 最低額	押付販売 最高額	押付販売 頻度 (年間)	押付 販売 負担	労務 提供 時間帯	労務 提供 頻度 (年間)	労務 提供 曜日
*	北海道	GMS・SM・ドラッグ	労務	改装店舗。					通常終日	10	平日
*	青森県	SM	買叩き	特売商品の買いたたき。拒否すると大儲商品の入れ替え等を手ラつかせられ、従うしかない。							
*	青森県	SM	押付	母の日のカーネーション、ポジョレワイン、節分の恵方巻、年2回のカード勧誘、クリスマスケーキ、正月のおせち料理、Yシャツ販売を強制されている。	500	5,000					
*	青森県	ドラッグ	労務・その他	新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供。					早深終日	5	平日
*	青森県	ドラッグ	協賛等	決算期などの期末に、100万~300万の協賛金のお願いがあがる。現状はすべてお断りしている。							
*	岩手県	SM	押付	2015年11月下旬にクリスマスケーキの購入依頼があり、断りました。特に困っていない。							
*	岩手県	SM	労務	ギフト陳列や改装時に陳列応援に行った際の事例。メーカーとしては賞金を受け取れないため、賞金を受け取れる別の社員名を書いて作業を実施。	10,000	50,000	6	自己	通常半日	3	平日
*	岩手県	SM	押付	ワイン、ケーキ、うなぎ、スイーツ等の割当て販売。	2,000	50,000	2		通常半日	100	平日
*	岩手県	ドラッグ	労務	スイーツ、ケーキ等の購入。					早深終日	48	平日
*	岩手県	ドラッグ	労務・その他	新店、改装時の陳列応援。					早深終日	5	平日
*	岩手県	ドラッグ	協賛等	新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供。					早深終日	15	平日
*	宮城県	GMS	押付	新店における前陳、もしくは販売応援の要請。	10,000	20,000	1	ケース	通常半日		
*	宮城県	DS	労務	得意先からの優越的地位の濫用。							
*	宮城県	DS	協賛等	先方合意の下に納品した商品を販売不慮であった理由に返品数量分の利益供与を求められる(実際には支払わず)。売れない商品を提案してきた側に責任があるという偏屈な理由を言ってくる。							
*	宮城県	DS	協賛等	約定を守らない。							
*	宮城県	DS	協賛等	強制的な陳列応援、利益供与の強要、先方の要求を呑まない場合の不利益の応酬。					通常終日	10	平日
*	宮城県	DS	協賛等	勝手に低い原価で発注を飛ばす。発注締時間を守らないのに納品を強要する。							
*	宮城県	ドラッグ	労務・その他	新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供。				自己	早深終日	5	平日
*	宮城県	ドラッグ	その他	以前は、応援、棚替えキャラバン等、非常に要請が多かったが、現在はそのような事態は聞かない。							
*	宮城県	ドラッグ	その他	以前は、応援、棚替えキャラバン等、非常に要請が多かったが、現在はそのような事態は聞かない。							
*	宮城県	ドラッグ	その他	以前は、応援、棚替えキャラバン等、非常に要請が多かったが、現在はそのような事態は聞かない。							
*	宮城県	ドラッグ	その他	クリスマスケーキ、ポジョレワイン、お茶。	2,000	3,000	3		早深半日	3	両方
*	秋田県	ドラッグ	労務・その他	新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供。					早深終日	5	平日
*	秋田県	その他	その他	常務の知り合いの和菓子屋さんと職員さんのクリスマスケーキを買わせる。	2,000	3,500	1				
*	山形県	SM	労務	年2回の全店棚替えキャラバン。毎月各店から発生する需取り作業の応援など。				自己	通常終日	30	平日
*	山形県	SM	押付	陳列応援、販売応援、棚替え。	1,000	3,000	3		通常終日	12	両方
*	山形県	SM	押付	スイーツと食肉。	2,000	50,000	2				
*	山形県	HC	労務	店舗改装応援。					通常終日	3	平日
*	山形県	ドラッグ	労務・その他	新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供。				自己	早深終日	5	平日
*	山形県	卸店	押付	キーマンより同社製造の「日本酒」販売が定期的に行われている。	2,000	3,500	2				
*	山形県	卸店	押付	チケット購入等。	1,500	50,000	2	自己			
*	山形県	SM・CVS・外食	押付・労務	ギフト等。	5,000	20,000			通常終日	4	休日
*	福島県	SM	労務	陳列応援、販売応援、棚替え。自発的に購入しているの、悩んではおられません。労務提供は業務の一環と捉えております。	1,000	3,000	3		通常終日	12	両方
*	福島県	SM	押付	中央、歳暮時に、「そば」セット等の購入を求められる。商品部各課でノルマがあるらしく、相当のお願いをされ、やむなく購入。	5,000	10,000	2		通常終日	10	平日
*	福島県	SM	協賛等	棚替えの無償応援。					通常終日	10	平日
*	福島県	ドラッグ	労務・その他	新店・改装オープン時陳列応援。長時間労務提供。					早深終日	5	平日
*	福島県	卸店	押付	酒類の購入。	3,000	4,000	3				
*	福島県	その他	協賛等	新店オープン協賛金要望。応援。景品。要請。今回お断りを入れています。							
*	福島県	その他	押付	スイーツ販売。断ることは可能だが、今後影響が出かねない。	15,000	20,000	1				

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*	茨城県	GMS	買叩き	以前は頻繁にうなぎ、クリスマスケーキ、おせちなどの強要がございましたが、今はほとんどございません。	1,000	20,000	2		通常終日	24	平日
*	茨城県	GMS	買叩き	以前は頻繁にうなぎ、クリスマスケーキ、おせちなどの強要がございましたが、今はほとんどございません。							
*	茨城県	GMS	買叩き	以前は頻繁にうなぎ、クリスマスケーキ、おせちなどの強要がございましたが、今はほとんどございません。							
*	茨城県	SM	労務	働上り時に競合店の売値が上らなるといわれる。また、自社より安い他企業の通常売値や特売売値をみせられ同じ内容かつ利益がでるようによれと言われる。新店・改装・棚替えでのメーカー・問屋での店舗巡回。特売品等の店舗発注の際にこちら負担にて商品配送させる。							
*	茨城県	SM	労務	過度な労務提供依頼。〇〇は労務提供の依頼が多い。					通常終日	24	平日
*	茨城県	SM	労務	1店舗数時間要する「棚替え」作業(18店舗×複数カテゴリー)。					通常終日	4	平日
*	茨城県	SM	労務	当該チェーンの両側へ、競合チェーン出店の場合、喚告先(問屋)への膨大なサンプルの強制。結局、問屋がメーカーに泣きついてくる始末。							
*	茨城県	SM	労務	改装依頼。無駄な時間が多い。	1,000	40,000					
*	茨城県	SM	協賛等	新店ができるたび協賛金を依頼される。							
*	茨城県	HC	労務	販売応援。					通常終日	12	平日
*	茨城県	ト・ラガ	労務	陳列応援。					通常終日	30	平日
*	茨城県			昔はあったが、今回のアンケートのような地道な運動により、現在はなし。							
*	茨城県			昔はあったが、今回のアンケートのような地道な運動により、現在はなし。							
*	茨城県	SM	労務	店舗新装閉店時の販売応援業務。					通常終日	6	平日
*	栃木県	SM	押付	店舗前の担当得意先で、クリスマスケーキの販売を半強制的にさせられていた。「前担当者は〇個買っていた」とノルマを出された。	1,400	3,000	1		折半		
*	栃木県	SM	返品・買叩き	【不当な返品、特売品等の買いたたき、労務提供】 AM7時集会で、陳列応援や品出しをさせられることがある。欲しいと言われた商品を納品した後、売れなかったからと返品してくる。	1,400	3,000	1				
*	栃木県	SM	押付	店舗前の担当得意先で、クリスマスケーキの販売を半強制的にさせられていた。「前担当者は〇個買っていた」とノルマを出された。							
*	栃木県	SM	返品	店舗で売られている商品を日付が古くなったことで返品を要求。							
*	栃木県	SM	その他	社長の嫡のコンサートチケットの購入をせまられた。							
*	栃木県	SM	返品	特売品済み商品の返品(期間終了後)。							
*	栃木県	SM	押付	夏期うなぎ、かぼちゃの割当て。	20,000		1				
*	栃木県	卸店	値引き・協賛等	【不当な値引き、不当な利益の収受、要求拒否の場合の不利な取り扱い、公取委への報告に対する不利な取り扱い、その他】 必要以上の値引きの強要、おせち・デイナーションの購入の強制、販売応援の強制、会食の場でのメーカー担当者への暴力。							
*	栃木県	卸店	値引き・協賛等	【不当な値引き、不当な利益の収受、要求拒否の場合の不利な取り扱い、公取委への報告に対する不利な取り扱い、その他】 必要以上の値引きの強要、おせち・デイナーションの購入の強制、販売応援の強制、会食の場でのメーカー担当者への暴力。							
*	栃木県	卸店	値引き・協賛等	【不当な値引き、不当な利益の収受、要求拒否の場合の不利な取り扱い、公取委への報告に対する不利な取り扱い、その他】 必要以上の値引きの強要、おせち・デイナーションの購入の強制、販売応援の強制、会食の場でのメーカー担当者への暴力。							
*	群馬県	GMS	労務	朝9時から夜8時頃までの長時間労務提供、夜の運い時間まで改装や新店陳列で労務提供を強いられる(1日8,000円支給されてはいるが)。	1,000	10,000	3	ケース	通常終日	36	平日
*	群馬県	GMS	労務	応援依頼。押し付け販売。	1,000	10,000	3		通常終日	36	両方
*	群馬県	GMS	労務	応援依頼。押し付け販売。	1,000	10,000	3		通常終日	36	両方
*	群馬県	GMS	返品	改装陳列応援、販売応援。							
*	群馬県	SM	押付	おせち、クリスマスケーキ、恵方巻等、購入要請は例年あります。	1,000	20,000	3		通常終日	12	平日
*	群馬県	SM	返品・労務	返品アイテムの告知なき返品。改装・返品棚替え、閉店作業の対価なき労務依頼。					折半		
*	群馬県	CVS	返品	【不当な返品、不当な値引き、押し付け販売等】 押し付け販売、納品したはずの商品の不当返品、値引き。	1,000	5,000	2				
*	群馬県	CVS	労務	新規出店の際、全メーカーに陳列応援要請がある。							
*	埼玉県	SM	押付	ギフト品などの販売(クリスマスケーキ、うなぎ、新茶など)。	1,000	3,000	3		早深半日	15	平日
*	埼玉県	SM	返品・値引き	【不当な返品、不当な値引き、特別注文商品の受領拒否、労務提供、要求拒否の場合の不利な取り扱い】 毎月毎の棚卸し作業、納品時の商品受取拒否(先方の発注分)、あからさまな店頭取扱いの削減、商談時刻20:00以降の常習化。							
*	埼玉県	DS		本部としては、意識されているが、店舗の担当者まで浸透せずに応援などの要請が時々あるのが見受けられる。							



取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日	
*	東京都	SM	押付	ケーキ割当て。	20,000		2					
*	東京都	SM	その他	チラシ掲載商品ですが売価は98円と通常売価(158円)を大きく割った価格で販売するため、その商品の要求がある。それを断ると定番を外すとか企画(その他)に入れなれいかハイパーに上から圧がかかっています。原価を割った販売。								
*	東京都	SM	返品・値引き	特売商品の余った場合の値引き。	12,000	70,000	12					
*	東京都	CVS	返品	プライベートブランド品の返品、在庫消化拒否。								
*	東京都	CVS	押付	おせち購入。				自己				
*	東京都	CVS	労務	メーカー向けの配信文書の代筆を頼まれる。					通常半日	24	平日	
*	東京都	CVS	労務	陳列応援。					通常終日	24	両方	
*	東京都	CVS	値引き	納品価格の交渉。								
*	東京都	CVS	返品	コンビニ業務において、協賛金の依頼や終売における在庫の使用放棄。年末弁当用にカニフレークを10トン準備するように指示を寄せ、残在庫に関しては、他メニューでも消化するとの内容にもかかわらず、4トンしか消費しなく、他メニューへも検討されず、自社で販売するしなくなりました。								
*	東京都	CVS	協賛等・その他	販促企画への参加強要、新規採用商品の3週間前に緊急不採用。								
*	東京都	ドラッグ	労務	応接費用や交通費の補助が出るようになったが、事態はそれに息合わないほど使われている。費用は得意先との売掛に乗せ処理されている。一応形式上、陳列応援の申込書などがあるが、新店や改装があるが、新店や改装があるが、陳列・発注、当日応援と数日間拘束される。応援費用は合算で1日分だけで、しかも4時間分だけである。当然、拒否すれば簡単なこと。私の上司に何もいらないことを告げ口されるだけ。社内の理解度も低いから単に営業の怠慢で終わってしまう。						早深終日	48	平日
*	東京都	ドラッグ	労務	応接費用や交通費の補助が出るようになったが、事態はそれに息合わないほど使われている。費用は得意先との売掛に乗せ処理されている。一応形式上、陳列応援の申込書などがあるが、新店や改装があるが、新店や改装があるが、陳列・発注、当日応援と数日間拘束される。応援費用は合算で1日分だけで、しかも4時間分だけである。当然、拒否すれば簡単なこと。私の上司に何もいらないことを告げ口されるだけ。社内の理解度も低いから単なる営業の怠慢で終わってしまう。						早深終日	48	平日
*	東京都	ドラッグ	外食	陳列依頼を一部メーカーに雇って依頼している。				自己				
*	東京都	外食	外食	新規店舗開店への訪問を強く要求されます。					通常半日	30	平日	
*	東京都	卸店	返品	納品する商品に対し、75%以上の賞味期限が残っているものでなければ原則入荷拒否となる。						10	平日	
*	東京都	卸店	労務	開店および新築開店等陳列。								
*	東京都	卸店	労務	開店および新築開店等陳列。								
*	東京都	卸店	押付	物品販売(お正月のそば等)。	1,000	5,000	2					
*	東京都	卸店	協賛等	月末、期末の先方予算達成のため、協賛金の要請。	1,000	5,000	2					
*	東京都	卸店	拒否	納入先スーパーへの陳列要請。納入先スーパーへの見積り未提出。				会社				
*	東京都	卸店	返品	先方発注分を庫内で古くした商品を返品してくる。					通常終日	6	平日	
*	東京都	卸店	返品	大量の返品引き取り依頼。								
*	東京都	卸店	協賛等・拒否	値上げを認めない。協賛金(条件の無心)を断ったら上司が呼び出し、他社は100万要求されたこともあり。								
*	東京都	その他	値引き	使用されるチーズ原料の価格が決まっていたが、直前になって見直し要求あり。2%値引き→1%の値引き対応をした。年間取引15億あり。無下に断れない。								
*	東京都	GMS・ドラッグ		中元、歳暮ギフトの販売。	3,000	5,000	2					
*	東京都			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横行していたが、今は静観していると思われる。				自己				
*	東京都			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横行していたが、今は静観していると思われる。				ケース				
*	東京都			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横行していたが、今は静観していると思われる。				自己				
*	東京都			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横行していたが、今は静観していると思われる。				自己				
*	東京都			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横行していたが、今は静観していると思われる。				自己				
*	神奈川県	SM	労務	過剰な品出し作業応援(週2回×1~4時間)。棚卸し作業応援(一部店舗)。					通常半日	100	平日	
*	神奈川県	SM	労務	毎週2回の応援要請がある。				自己	通常半日	50	平日	
*	神奈川県	SM	労務	マネキン(人)を入れないと(陳列)とらないと言われたことがある。				自己	通常半日	50	平日	
*	神奈川県	SM	労務	木曜日に連絡があり、日曜日に商品の撤去等。						2	両方	

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押売販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*	神奈川県	DS	労務	時間外の労務提供。閉店後(21:00以降)の陳列応援要請。					早深半日	3	平日
*	神奈川県	CVS	押付	CVSの催事商材の購入強制。	2,000	3,000	2				
*	神奈川県	CVS	押付	お中元、お歳暮、うなぎ等の催事の強要。	2,000	4,000	2	自己			
*	神奈川県	外食	押付	惣菜を買わされた。		30,000	1	会社			
*	神奈川県		値引き	在庫商品に対する不当な値引き要請。				自己			
*	神奈川県			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横濱市にいたが、今は静岡市に異動していると思われる。							
*	神奈川県			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横濱市にいたが、今は静岡市に異動していると思われる。							
*	神奈川県			現在、西東京・神奈川地区を管轄している支店(支部)であるが、以前は横濱市にいたが、今は静岡市に異動していると思われる。							
*	神奈川県	GMS	押付	押し付けで強制ではありませんが、としながら、クリスマスや節分の際は買ってください、とメールが来ました。	1,000	2,000	2				
*	新潟県	SM	押付	お菓子の購入。	2,000	3,000	2	折半			
*	新潟県	SM	押付	お菓子の購入。酒の購入。	2,000	3,000	2				
*	新潟県	SM	押付	キブトの押し付け販売。	5,000	10,000					
*	新潟県	卸店	労務	【労務提供、不当な利益の叩受、要求拒否の場合の不利益な取り扱い】 卸オアシス・卸布会等の購入要請。意図に沿えなければ、遠回りに商談会に呼ばれます。	5,000	15,000	2		早深半日	2	両方
*	富山県	HC	協賛等	陳列、棚卸し、協賛金の要求、拒否の場合は不利益な取扱い。							
*	富山県	卸店	値引き	仕入れ在庫の処理のため、案件を要求される。							
*	富山県	その他	値引き	仕入れ在庫の処理のため、案件を要求される。							
*	石川県	SM	押付	各ギフトの得意先ごとの予算作成および販売依頼。	150,000	200,000	1				
*	石川県	SM	押付	お歳暮の購入(おせち、たばこなど)金額のノルマあり。	3,000	5,000	1				
*	石川県	CVS	押付	高額商品の購買を強いられる。	3,000	30,000	3				
*	石川県	ホテル	委託	系列会社の料理商品の購入を斡旋されています。	150,000	200,000	2				
*	石川県	卸店	労務	【労務提供、不当な利益の叩受、要求拒否の場合の不利益な取り扱い】 陳列、棚卸し、協賛金の要求、拒否の場合は不利益な取扱い。					早深半日	2	両方
*	石川県	卸店	協賛等	陳列、棚卸し、協賛金の要求、拒否の場合は不利益な取扱い。	3,000	10,000	3				
*	石川県	卸店	協賛等	陳列、棚卸し、協賛金の要求、拒否の場合は不利益な取扱い。	1,000	10,000	5				
*	福井県	SM	押付	うなぎやオードブルなどをイベント毎に強制的に購入させられる。	2,000	20,000	5				
*	福井県	SM	押付	年末時のクリスマスケーキ、アイスクリームの販売。季節時の食材の販売。					早深半日	40	平日
*	福井県	ドラッグ	労務	オープン陳列応援7:30~13:00まで。					通常終日	2	休日
*	福井県	外食		洋菓子店問題。販売応援の強要。							
*	福井県	卸店	返品	季節商品が余ったとの理由で先方から要請があったにもかかわらず、返品依頼があった。							
*	長野県	SM	協賛等	帳合の移行料として、移行一時金を、全卸業者だけでなく、直取引メーカーにも支払いを強制している。 ※帳合移行は、〇〇と〇〇が統合し、〇〇となった自己都合。2015年度の取引金額に対して、帳合(取引)継続で1%、変更で2%の支払いを、2年以内に支払うことを強制している。							
*	長野県	SM	労務	新店・改装・閉店時の陳列・撤去作業。	1,000	3,000	2		通常終日	36	平日
*	長野県	SM	押付	クリスマスケーキ、うなぎ、大巻等の購入依頼。							
*	長野県	SM	協賛等	一方的な契約更新。							
*	長野県	SM	協賛等	農業祭(年2~3回)での店頭販売要請。日当はなく、昼食もあったり、なかつたり、卸を通じて要請がある。							
*	長野県	ドラッグ	労務	新店・改装・閉店時の陳列・撤去作業。							
*	長野県	卸店	返品	アバウトな発注による在庫過多から出荷期限オーバーとなりメーカーに返品要請、改善を求めても直らない。				自己	通常終日	36	平日
*	岐阜県	SM	返品	要求拒否の不利益もあるが、年契約に関する要望が厳しく、契約後に未選定の契約金を特売協賛金として支払うなど、はっきりしろしうろとは言わないが、結果的にそういう形になる。							
*	岐阜県	その他	返品	不当な返品。							
*	静岡県	SM	押付	クリスマスケーキの買取り依頼。	1,000	3,000	2				
*	静岡県	SM	押付	ポジョレー。	2,000	3,000	1	自己			
*	静岡県	SM	押付	ポジョレーワインを買う。36本。	50,000	60,000	1				
*	静岡県	SM	労務・協賛等	販売応援。特売時に値引き処理。				自己			
*	静岡県	SM	協賛等	センターフィーの内訳を教えていただきたい。全国のセンターフィーが発生している企業は、利益にしているのでは。				自己			
*	静岡県	SM	その他	陳列が棚日内に行われなかった場合の保証。							
*	静岡県	SM	その他	卸を経由し、改装、新店の陳列の要請。参加拒否も可能だが、参加することでの優位性もあり。							
*	静岡県	DS	労務	改装陳列時の無償での労務提供(一時は賞金として払う等案内があったが、今はまったく無償労働)。							
*	静岡県	DS	押付	うなぎ、ポジョレーワイン等。	2,000	5,000	2		通常半日	36	平日

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日	
*	静岡県	HC	返品・値引き	【不当な返品、不当な値引き、特売商品等の買いたたき、労務提供、不当な利益の收受、要求拒否の場合の不利益な取り扱い】 棚卸し応援、陳列応援、改装応援。					早深終日	48	平日	
*	静岡県	ドラッグ	協賛等	年始め実施の「スクラッチキキャンペーン（一般のお客様へのプレゼント）」の協賛金依頼（間接経由）。 プレゼント時に化粧品品の予約受付け販売（〇〇社商品）→商品提案時なので断れない。								
*	静岡県	ドラッグ	押付	強制的な試着販売の実施依頼。その店頭販売は社員限定（アルバイトNG）が実施しないといけない。	1,000	10,000	1					
*	静岡県	ドラッグ	押付	クリスマスケーキの買取り依頼。 以前はあったがここ数年は聞かない。	3,000	3,000	2					
*	静岡県			以前はあったがここ数年は聞かない。								
*	静岡県			以前はあったがここ数年は聞かない。								
*	静岡県			以前はあったがここ数年は聞かない。								
*	静岡県			以前はあったがここ数年は聞かない。								
*	静岡県			以前はあったがここ数年は聞かない。								
*	静岡県			以前はあったがここ数年は聞かない。								
*	愛知県	GMS	押付	母の日のプレゼント（造花）の購入を要請された。母の日のプレゼントというお題目では断りにくかったが…。本人は押し付けじやないよとは言いついたが…。	3,000		1					
*	愛知県	SM	PB・押付	権利予約受注商品（処方巻・クリスマスケーキ・梅干し・ヌーヴォー）を商談時に案内があり、その後支払期限が迫ると電話で購入をせがまれる。バイヤーも社内で目標数が設定されているようで、プレッシャーがあるのではないかと、他の取引先も関係悪化を防ぐために購入しているため、自分だけが断ることはできない。また、購入の代金は上司から社内処理の許可が下りなかったため、自己負担した。	1,800	4,000	4	自己	早深平日	10	両方	
*	愛知県	SM	労務	陳列応援にて、応援にもなう費用はすべてメーカー持ち。応援証明書等も先方は用意なし。応援日程も連続4日間あるため、時間的拘束が長い。				自己	早深平日	10	両方	
*	愛知県	SM	労務	毎年、年末に朝売りというイベントがある早期4時から9時まで商品をメーカーが応援に呼ばれ販売。販売応援にもなう費用はすべてメーカー持ち。応援要請書の発行もない。					早深終日	5	両方	
*	愛知県	SM	値引き・押付	（名古屋支店勤務の際）覚えのない価格での発注→都度値増し伝票で対応。	10,000		2		通常平日	84	平日	
*	愛知県	SM	値引き・押付	（名古屋支店勤務の際）覚えのない価格での発注→都度値増し伝票で対応。スーツ、靴の販売。	10,000		2		通常平日	84	平日	
*	愛知県	SM	労務・拒否	3週間早朝（7時～9時）の陳列応援、担当者が行かなければ不利益な取扱あり。					通常平日	15	平日	
*	愛知県	SM	労務	備書え。					早深平日	10	平日	
*	愛知県	SM	押付	クリスマスケーキの購入依頼。	10,000	40,000	1					
*	愛知県	SM	労務	新店および改装店に関して応援依頼あり。応援自体は得意先は得意先「情報収集」「商談」「パートの商品説明」など仕事上の要件があり、なくなると困る部分がある。しかしながら労働時間の面において、朝早くから夕方以降まで労務提供することはどうなのかなと思う。中には連日応援があるメーカーもある。					早深終日	6	休日	
*	愛知県	SM	労務	早朝7時からの開店準備について即を通じて要望される。						6	平日	
*	愛知県	ドラッグ	値引き・買叩き	【不当な値引き、特売商品等の買いたたき、不当な利益の收受、要求拒否の場合の不利益な取り扱い】 体売による補償要請。				ケース				
*	愛知県	百貨店	押付	年2回、5万円のスーツを買わされる。								
*	愛知県	外食	押付	名古屋場所升座、おせち購入要請。	50,000	70,000	2	折半				
*	愛知県	外食	協賛等	飲食店新規開業時、多額な協賛金額の要求。	60,000		2	自己				
*	愛知県	外食	協賛等	飲食店新規開業時、多額な協賛金額の要求。								
*	愛知県	卸店	押付	特売案件に对应しない場合は、今後取引を行わないと先方の役職ある方から言われた事例等。								
*	愛知県	卸店	協賛等	利益が足りないので協賛してほしい。								
*	愛知県	卸店	返品	滞留在庫の返品要請。								
*	三重県	SM	労務	特売商品の陳列応援、特売商品の陳列応援。					早深終日	4	平日	
*	三重県	SM	労務	特売会などの販売応援、特売商品の陳列応援。					早深終日	4	平日	

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押売販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*	三重県	SM	押付	ギフトを買わせる。	3,000	5,000	2				
*	三重県	SM	その他	あまりに痛いな従業員の指摘、そのために適正在庫以上の在庫を置かなければならず、結果としてロスを構やしている。							
*	三重県	SM	その他	休日であろうと夜であろうと平気で携帯に電話してくる(一応休日で悪いけどと断るが、そう言えば何を言っても良いのか?)。連休中でも心からゆっくりと休めない。							
*	三重県	SM	押付	牛肉、おせち、うなぎ。		20,000	1				
*	滋賀県	GMS	値引き	定期的な値入改善。							
*	滋賀県	卸店	協賛等	支店のトップ、No.2より、常に協賛の圧力を掛けられている。特にNo.2には協力しなれば己の所の商品がどうなっても知らないぞと脅されている。							
*	滋賀県	卸店	返品	シーズンの品等、先方の発注ミスにも関わらず返品を要求してくる。断ると、商売に影響するぞと脅される。	1,000	2,500	5				
*	京都府	SM	押付	商談時に「押し付け販売」のチラシを配布。後日、電話・メールで再度要請される。							
*	京都府	SM	返品	売れ残り商品の返品や新店・改装オープン店舗での品出し応援、発注対応など。					通常終日		24 両方
*	京都府	SM	押付	うなぎ、ケーキ販売。	20,000	20,000	2	自己			
*	京都府	SM	値引き	新店、RNI協賛金。							
*	京都府	SM	押付	土用の丑のうなぎ、クリスマスケーキ。	5,000	15,000	3	ケース	早深半日		12 両方
*	京都府	SM	労務	毎月28・29日閉店後応援。							
*	京都府	SM	労務	毎月棚卸し応援。							
*	京都府	SM	労務	毎月棚卸し応援。							
*	京都府	SM	労務	毎月棚卸し応援。							
*	京都府	SM	労務	毎月棚卸し応援。							
*	京都府	GMS	押付	中元・歳暮ギフトの購入要請。		1,000	2				
*	大阪府	GMS	労務	陳列の要請。							
*	大阪府	GMS	労務	労働者派遣契約を結んでいるものの、陳列等に要しない場合、次回商談に呼ぶなどのハイヤーからの指示がベンダーに出たりしている。					通常終日		12 平日
*	大阪府	GMS	労務	労働者派遣契約を結んでいるものの、陳列等に要しない場合、次回商談に呼ぶなどのハイヤーからの指示がベンダーに出たりしている。					通常終日		8 平日
*	大阪府	GMS	労務	労働者派遣契約を結んでいるものの、陳列等に要しない場合、次回商談に呼ぶなどのハイヤーからの指示がベンダーに出たりしている。							
*	大阪府	GMS	協賛等	物流センターとマージン(割戻金)があわせて10%を超える。具体的な数値的規制は示されていない。				折半			
*	大阪府	SM	押付	毎年おもちを購入させられる。	10,000	15,000	1				
*	大阪府	SM	労務	商品改定時の棚レイアウト変更、ほぼ全店を卸、メーカーで実施。○店で特売時の品出し要請(3か月に1度)。					通常半日		10 平日
*	大阪府	SM	押付	チケット販売、うなぎ・ワインなどの物品購入依頼。	1,500	15,000	4				
*	大阪府	SM	押付	ワイン購入、うなぎ購入、おせち他。	2,000	10,000	3	会社			
*	大阪府	SM	返品	承諾なしに返品伝票を発行。							
*	大阪府	SM	押付	うなぎ、ワイン、水なす、果物などの購入依頼。	1,500	2,500	3				
*	大阪府	SM	労務	陳列棚掃除。							2 平日
*	大阪府	SM	協賛等	陳列応援の要請。チケットの幹線販売等。クリスマスケーキ等の幹線販売。					通常半日		4 両方
*	大阪府	SM	押付	ボジョレーの押し付け販売。		2,000	1				
*	大阪府	SM	押付	ハイヤーのノルマとなっている丑の日のうなぎ購入の協力をお願いされた。	1,400		1				
*	大阪府	SM	返品	商品(特売、定番)の運延などがあつた時、返品可、または無償等で納品条件がある。							
*	大阪府	DS	労務	ワイン購入の強要。	3,000	10,000	1	自己	早深半日		3 両方
*	大阪府	DS	協賛等	協賛金(CS購入、ポスター購入、etc.)。							
*	大阪府	ホテル	押付	イベントチケットを押し売りされた。	3,000	5,000	3	自己			
*	大阪府	卸店	値引き	先方倉庫内残在庫の処分販売に際し、商談・見積りなしに不当な条件支払を求められた。→事前連絡と可・不可の返書のやり取りを要請済、今後運用改善。							
*	大阪府	卸店	労務	祭事での設置、販売応援。							休日
*	大阪府	卸店	返品	請求書による在庫を抱えて、日付切れ品を返品。							
*	大阪府	卸店	協賛等	ある得意先への対応を断つたところ、他企業での当社商品への圧力をかけると伝えてきて、脅された。							
*	大阪府	卸店	協賛等	一時的に利益を要求された。							
*	大阪府	卸店	協賛	値上げを認めない。							
*	大阪府	卸店	拒否	協賛金(案件の無心)を断つたら上司が呼び出し、他社は100万要求されたこともあり。							
*	兵庫県	GMS	その他	値上げに応じない。							
*	兵庫県	GMS	返品	有無を言わずに返品する。	1,000	3,000	2				
*	兵庫県	SM	押付	巻寿司、くき煮など季節商品を売りつけられる。	2,500	5,000	1				
*	兵庫県	SM	押付	ワインの購入依頼、押し付け販売。							

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*	兵庫県	SM	値引き・拒否	税込価格で販売(2016年6月まで)の場合に他量販での本体価格と同じ売価・利益率を要求された。値下げできないメーカーはカットされた。				自己			
*	兵庫県	SM		値引き条件を受け入れなければ、取引停止すると脅される。				会社			
*	兵庫県	DS	労務	チラシ期間中は、ビール4社が店頭に立たなければいけない。							
*	奈良県	SM	労務	話し販売できてもらっていないマネキンに、厨房でのまったく関係ない業務を手伝わせた(具体的内容は聞いていない)現在は従業員を1人増員したためかそのようなことは言われていない。							
*	奈良県	SM	労務	品出し応援業務(定期的な)							30 平日
*	奈良県	DS	労務	棚卸し手伝い。							12 両方
*	奈良県	DS	労務	年間4回の棚卸し、月1回(日曜日)の品出し応援。年末5日間の品出し応援。							21 両方
*	和歌山県	DS	労務	新店改装オープン時に半強制的に協賛金を要求され、また陳列に無償で拘束される。							10 平日
*	和歌山県	GMS	押付・拒否	ケーキの購入、取引額の大幅減。	2,000	3,000	1				
*	和歌山県	SM	労務	陳列・販売の拘束時間・日数が多い(平均1店新店陳列:4日、改装陳列:2日)、〇〇メーカーは強制的に終日応援要請がある。					通常終日	30	両方
*	和歌山県	SM	労務	和歌山市に在する食品スーパー。朝の改装陳列等、要請が多い。行かないと関係が悪くなることをチカラつかせる。朝の集合を5:30等、今の時代では珍しい取引先。					早深半日	10	両方
*	和歌山県	SM	労務	改装、棚卸応援に対する就書き、業務費の支払いはなし。以前よりは回数も減少。							
*	和歌山県	SM	押付	食品などを年に数回押し付け販売される。	4,000	12,000	5				
*	和歌山県	SM	押付	年に5回ほどケーキを押し付け販売される。	1,000	3,000	3				
*	鳥取県	SM	押付	得意先商品の物品購入依頼。							
*	鳥取県	ドラッグ	労務	陳列応援。							
*	岡山県	ドラッグ	労務	無計画な労務提供要請。							
*	岡山県	GMS	押付	スーツを買わせる。							
*	岡山県	SM	押付	得意先は費用負担依頼あり。	30,000	5,000	3	折半			
*	岡山県	SM	押付	得意先は費用負担の意思あり。	1,000	5,000	5	自己			
*	岡山県	SM	押付	得意先は費用負担の意思あり。							
*	岡山県	SM	押付	うなぎ購入を迫られた。	3,000	3,000	1	自己			
*	岡山県	SM	押付	物品購入要請。早朝応援等、数年前までは多く、幸か不幸か、現在はほぼ消滅している。							
*	岡山県	DS	値引き	売価は各社が決めるものだが、他社の方が安いと言われ、最初の値入れで決定した売価の値引きは事前商談のない値引きがある。							
*	岡山県	卸店	値引き	問屋で提示した値段の調整分の数量確保または事前商談のない値引きがある。							
*	岡山県	GMS・SM	押付	年2回スーツの販売。接待強要。	20,000	50,000	2				
*	広島県	SM	労務	熊本震災後の危険な場所での撤去作業等。							
*	広島県	GMS	労務	翌日締め後の資料提出の強要がたび重なりある。それを休日のため断ると自社商品の計画商品の中止を告げられるため、休日も仕事をせざるを得ない。							
*	広島県	SM	押付	うなぎ販売。		30,000	3				
*	広島県	SM	押付	うなぎ、クリスマスケーキ。		10,000	2	自己			
*	広島県	SM	押付	毎年オータメードのスーツを買わなければならない。前年があるため扱げられない。	30,000	40,000	1				
*	広島県	SM	労務	オープン時の販売応援。							
*	広島県	SM	労務	得意先は費用負担の意思あり。							
*	広島県	SM	労務	得意先は費用負担の意思あり。	1,000	20,000	3	自己	通常終日	1	休日
*	広島県	SM	押付	うなぎ、ケーキ、スーツ等の購入要請。	1,200	3,500	3	自己	通常半日	12	平日
*	広島県	SM	押付	土用の丑の日に際して、うなぎを買ってほしいとの要請があった。日ごろの付き合いもあるので、応じた。	300	30,000	10	ケース	通常半日	12	平日
*	広島県	SM	押付	クリスマスケーキ購入にたひかきなる依頼。1個購入しているのにさらに買うよう何度も依頼。結局10個購入。	1,500	40,000	4	ケース	通常半日	12	平日
*	広島県	SM	押付	過去、スーツ、うなぎの購入など。							
*	広島県	SM	押付	うなぎを買ってくれない業者から、なんで仕入れしないのか!とハイヤーに言われた。	2,000	10,000	2				
*	広島県	SM	押付	うなぎ、ケーキの押し付け販売。	2,000	10,000	4				
*	広島県	SM	押付	うなぎ、クリスマスケーキ、スーツなどの押し付け販売。	2,000	10,000	4				
*	広島県	SM	押付	うなぎ、クリスマスケーキなどの押し付け販売。							
*	広島県	ドラッグ	労務	毎週1~2回の新店・改装応援依頼。							60 平日
*	広島県	ホテル	押付・協賛等	年に数回のディナーショーチケット購入依頼。多額の協賛金依頼他。	60,000	100,000	3				
*	広島県	外食	押付	巻寿司、うなぎ弁当など、卸売経由でのあつせん販売。	5,000	5,000	2				

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*	広島県	卸店	押付	ホテルのディナーショーのチケット、飲食店の年間チケット購入。	10,000	200,000	3				
*	広島県	卸店	押付	土用のうなぎ弁当販売。	1,000	8,000	3				
*	広島県	卸店	押付	得意先の季節品(うなぎ等)を無理に購入させる。	1,000	3,000	2				
*	広島県	GMS・SM	押付	うなぎ、クリスマスケーキ購入の強要。				ケース			
*	山口県	SM	値引き・押し・押付	【不当な値引き、押し付け販売等、労務提供】 陳列応援、催事品の購入要請。見積り提示内容とは異なる単面での納入、催事品(カタログ品)の購入要請、新店の陳列応援、改装の陳列応援。	10,000		2	会社	早深終日	12	平日
*	山口県	SM	値引き・押し・押付	【不当な値引き、押し付け販売等、労務提供】 陳列応援、催事品の購入要請。見積り提示内容とは異なる単面での納入、催事品(カタログ品)の購入要請、新店の陳列応援、改装の陳列応援。	10,000		2		早深終日	12	平日
*	山口県	SM	値引き・押し・押付	【不当な値引き、押し付け販売等、労務提供】 陳列応援、催事品の購入要請。見積り提示内容とは異なる単面での納入、催事品(カタログ品)の購入要請、新店の陳列応援、改装の陳列応援。	10,000		2	自己	早深終日	12	平日
*	山口県	SM	労務	新店改装オープンでの応援要請、クリスマス試食会での必要本数以上の飲み物の要請。							
*	山口県	SM	労務	担当したことはないのよわりまさんが新店オープンやリニューアルオープンの際、応援当番として1週間くらい(要請して交代で)早期から夕方まで店舗につかせる。星食時も売り場を空けると注意されると聞いた。					早深半日		両方
*	徳島県	SM	返品・押付	【不当な返品、押し付け販売等、労務提供】 店舗の売り場、変更、棚替え作業、キャラバンなど。 送り込み商品のセンター仕分け作業(ビールなどの)。	1,500	5,000	5		通常半日	30	平日
*	徳島県	SM	値引き	店舗改装時、在庫売り尽くし処分費の負担。				自己	通常半日	12	平日
*	徳島県	SM	労務	得意先は費用負担の意思あり。	2,480		1		通常半日		
*	徳島県	GMS	押付	うなぎの押し付け販売。主任から直接言われた。買っ選択しかできない。主任も会社が嫌しい感じがした。	2,480		1	自己			
*	香川県	SM	押付	うなぎの押し付け販売。直接は言われなかったが、注文するのが当たり前の雰囲気。							
*	香川県	SM	返品・値引き	【不当な返品、不当な値引き、特売商品等の買いたたき、特別注文品の受領拒否、労務提供、不当な利益の収受、要求拒否の場合の不利な取り扱い】 以前の担当得意先多数。押し付け販売が多い。			6	自己	通常終日	12	平日
*	香川県	SM	労務	得意先は費用負担の意思あり。				自己	通常半日	12	平日
*	香川県	SM	労務	得意先は費用負担の意思あり。					通常半日	12	平日
*	香川県	SM	押付	クリスマスケーキの販売。	2,000	3,000	5				
*	香川県	SM	押付	催事品の押し付け販売。	2,000	5,000	5				
*	香川県	SM	押付	メーカー様への数取りなど。催事商品の購入。	3,000	10,000	5				
*	香川県	SM	押付	東方巻、クリスマスケーキ、うなぎなど。	2,000	5,000	5				
*	香川県	SM	押付	店舗改装。夜8時から開始(ただし自由参加ではあるが)。							4
*	香川県	ホテル	押付	チケットの押し付け販売。	250,000	500,000	1	ケース			
*	香川県	外食・卸店	押付	チケットの押し付け販売。	250,000	500,000	1	折半			
*	香川県	外食・卸店	押付	うなぎ、おせちの購入、もしくは相当額のサンプル提出の要請。	3,000	10,000	3				
*	愛媛県	GMS	労務	毎週火曜日の売り出し日に納品メーカーに労務提供を求めるが、日当および交通費が支払われたことがない。					早深半日	24	両方
*	愛媛県	GMS	労務	毎週火曜日の売り出し日に納品メーカーに労務提供を求めるが、日当および交通費が支払われたことがない。					早深半日	24	両方
*	愛媛県	GMS	押付	ファミリーセールなどの購入斡旋。			2		通常半日	12	平日
*	愛媛県	SM	労務	得意先は費用負担の意思あり。					通常半日	2	両方
*	福岡県	SM	労務	催引拒否の場合、定額カット。					通常半日	2	両方
*	福岡県	SM	労務	労務提供。					通常半日	2	両方
*	福岡県	SM	押付	うなぎ・夏ギフトの購入催促。	2,000	6,000	2				
*	福岡県	SM	押付	うなぎ購入依頼。	3,000	6,000	1				
*	福岡県	SM	押付	うなぎ、O.O.A.I.Sの強力なお願ひ購入催促(2016、8月時点)。		16,000					
*	福岡県	DS	その他	発注時定着納価を勝手に変更(下げてる)。価格改定にしない。					通常半日	12	平日
*	福岡県	ドラッグ	その他	応援依頼拒否→取扱いい減(震災時)。					通常半日		
*	福岡県	卸店	押付	ギフト、チケット販売。	1,000	500,000	5	自己			

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日	
*	福岡県	卸店	その他	自動車、背広。							平日	
*	福岡県	加工用	押付	年に数回バン・クーキの輪旋販売があり、買わなければメーカーは干される状態。	1,400	3,000	3					
*	福岡県	SM・DS	値引き	【不当な値引き、不当な利益の収受、要求拒否の場合の不利益な取り扱い】 見積り内容に対しての圧力的な値下げ要求。								
*	福岡県	卸店・その他	値引き	不良在庫商品への商品補填。				折半				
*	福岡県	卸店・その他	値引き	不良在庫商品への商品補填。				自己				
*	福岡県		押付	以前は横行していたがなくなった。								
*	福岡県	SM	協賛等	お中元、年末ギフトの要請(本部から)。	30,000	35,000	2					
*	福岡県	SM	押付	センターファイブ、本朝ファイブで合計17.6%をベンダーに請求。うち、メーカーにある程度の請求がある。								
*	長崎県	SM	協賛	保険加入の押し付け。断ったので負担はないが、関係悪化した。				自己	通常終日	10	平日	
*	熊本県	SM	協賛	3日間にわたる改装、新店時の陳列応援、他カチコリーの陳列、什器の撤去、弁当の購入。	15,000	20,000	3					
*	大分県	SM	押付	年間通じて、うなぎ、茶、ワイン等。	20,000	30,000	2	自己				
*	宮崎県	SM	押付	スーツの押し付け販売(オーダースーツ/29,800円)。								
*	鹿児島県	SM	買	売上の悪い理由は、メーカーの提案が悪いこと。売上補填をしろ！と言われた。				ケース				
*	鹿児島県	SM	押付	押し付け販売。買ってくれたメーカーが優位的に売上・販促が増える。		30,000	6	自己	通常終日	20	平日	
*	鹿児島県	HC	協賛	長期にわたる棚替え・改装・販売応援				自己				
*	沖縄県	SM	値引き	商品(特売、定番セット)残の半額処分引き。				自己				
*	沖縄県	SM	協賛	年2回(春、秋)の補習え応援(期間がのべ2カ月)。				自己	通常半日	20	平日	
*	沖縄県	SM	押付	中元、歳暮、クリスマスケーキ、ポジョレヌーヴオーワインの購入要請(買わない場合、商談に呼ばれなくなる)。	3,000	12,000	2	自己	通常半日	24	両方	
*	全国	OVS	協賛	新店陳列など	3,000	6,000	2	自己	通常終日	36	平日	
*	全国	ドラッグ	協賛	実際の陳列の応援をしていただいているのは他部署の方だが、新店、改装の応援が多い。月に3~4店舗。押し付け販売は、バイヤーから直接依頼されるので、なかなか断れない。								
*	全国	ドラッグ	協賛	陳列応援依頼が多い。								
*	全国	卸店	返品	仕入れ後の滞留在庫基準(2カ月)を独自のルールと称して返品または、ダンピング販売条件の要請が多い。								
*	全国	その他	その他	優先的地位の差別的な視点ではない。								
*	全国	その他	その他	商品の搬入立ち合いや店頭からの撤去作業、新店・改装によるオーブニングセール期間中の販売応援と、発注業務。改装による店頭からの一時撤去作業や再搬入、店舗における通常発注業務の強要。商品の買取り要求(店舗での売価での買取り)。	12,000					通常終日	180	両方
*	関東	SM	協賛等	POP代名義での協賛の慣例化。				自己				
*	関東	SM	協賛等	POP代名義での協賛の慣例化。				自己				
*	関東	SM	協賛等	POP代名義での協賛の慣例化。				自己				
*	関東	SM	協賛等	POP代名義での協賛の慣例化。				自己				
*	北関東	ドラッグ	協賛	2016年は新規店70店、改装店舗が30店舗程度あり。陳列応援のために週に2度は全国出張している。応援要請はベンダー経由だが、出欠を取られ、欠席の場合には強く代役要請されている。				自己				
*	東日本各県	ドラッグ	協賛	商品陳列作業参加への圧力。								
*	東海	ドラッグ	協賛	2016年は新規店70店、改装店舗が30店舗程度あり。陳列応援のために週に2度は全国出張している。応援要請はベンダー経由だが、出欠を取られ、欠席の場合には強く代役要請されている。				自己	通常終日	10	平日	
*	東近畿	ドラッグ	協賛	2016年は新規店70店、改装店舗が30店舗程度あり。陳列応援のために週に2度は全国出張している。応援要請はベンダー経由だが、出欠を取られ、欠席の場合には強く代役要請されている。								
*	北陸	ドラッグ	協賛	2016年は新規店70店、改装店舗が30店舗程度あり。陳列応援のために週に2度は全国出張している。応援要請はベンダー経由だが、出欠を取られ、欠席の場合には強く代役要請されている。				自己	通常半日	100	平日	
*	広島県他	GMS	協賛	毎週特定店舗に業者を呼んで品出しさせる。								
*		GMS	協賛	22時以降も陳列させることが多い。								
*		GMS	協賛	朝7時から陳列させるケースも多い(〇〇自身が広島に限らないため移動も大変)。	2,000	10,000	4	自己	通常終日		平日	
*		GMS	協賛	特販商品 社内上司からの協力要請。								
*		GMS	買	【特売商品等の買いたたき、押し付け販売等、労務提供、その他】	3,000	5,000	2		通常半日			
*		GMS	買	クリスマスケーキの押し付け販売、周年・イベント用の商品の要請、リニューアル時の陳列応援(先輩がイベント販売もやられていた)。	2,000	30,000	2		通常半日			

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*		GMS	SM	製造メーカーが原料高などの理由で減量、値上げを行い受け入れないし、該当商品のカットも行わない。衣品ペナルティ発生など。							
*		GMS	SM	クリスマスケーキ		10,000	1		通常終日	30	平日
*		SM	SM	明らかに度を超えた改装応募と販売応募。					早深半日	12	両方
*		SM	SM	販売応募。					通常終日		両方
*		SM	SM	新店、改装等の販売応募。新店、改装セール中に月1、2回ある。					通常終日		両方
*		SM	SM	押し付け販売は減った印象。労務提供はほとんどのチェーンストアで発生。					通常終日		両方
*		SM	SM	中元ギフト購入依頼、特売日陳列。		20,000		自己	通常半日		
*		SM	SM	クリスマスケーキの預かり在庫の引取拒否。					通常半日	6	平日
*		SM	SM	陳列、販売応募。				自己	通常半日		
*		SM	SM	昔に比べると、現状は得意先からの要請はほとんどない状況です。					通常終日		両方
*		SM	SM	休日の店内改装応募。		5,000	3		通常終日		両方
*		SM	SM	陳列応募。					通常終日	24	両方
*		SM	SM	新規店舗オープン期間中における、他部署や営業担当者からの応募要請。前日からの復活等負担が大きい。クリスマスシーズンのケーキ、ローストチキン、年末のおせちセット等の案内。					通常終日	12	両方
*		SM	SM	陳列応募はざらにある。朝替え時の陳列応募。					通常半日		平日
*		SM	SM	押し付けではないが、先方(得意先)の都合で急に依頼がくるときもある(例:金曜の夜に電話があり、通明けから朝替えの応募来れないか?など)。				会社	通常半日	48	平日
*		SM	SM	家庭用商品の朝替え応募(春、秋の年2回)。					通常終日	10	平日
*		SM	SM	改装時の手伝い。					通常終日		
*		SM	SM	新店開店時などの応募で終日品出しをさせられる。自社カテゴリー製品問わず。				自己	通常終日		
*		SM	SM	商品を取うがために値引きを強要させられた。商品を買わされた。					通常終日		
*		SM	SM	取引先メーカーに対して押し付け販売をされた。	5,000	10,000	2		通常終日		
*		SM	SM	過去の担当得意先にて書面のない、改装陳列業務。				自己	通常終日		
*		SM	SM	物品購入要請、早期応募等、数年前迄は多く、辛かったが、現在はほぼ消滅している。					通常半日	10	平日
*		SM	SM	物品購入要請、早期応募等、数年前迄は多く、辛かったが、現在はほぼ消滅している。					通常半日		平日
*		SM	SM	応募依頼。					通常半日		
*		SM	SM	労務提供(品出しなしだと、話もしない)。					通常半日		
*		SM	SM	専方巻やうなぎの購入依頼、強制ではないが回数から依頼があり、購入しないといけないと感じる。	1,000	3,000	2		通常半日		
*		SM	SM	うなぎの購入の押し付けがあった。	2,000	2,000	1		通常半日		
*		SM	SM	クリスマスケーキやおせち、母の日ギフトなど購入を求められた。明確に「購入しないと取引に影響がある」などのことは言われていないが、実際はそういふ部分がある。	1,000	20,000	3		通常終日	60	平日
*		DS	DS	遠方への陳列応募。	1,000	2,000	1		通常終日		
*		DS	DS	うなぎ等の販売。							
*		DS	DS	先方限発注にも関わらず、不当な値引き依頼。							
*		DS	DS	決められた原価を下回る価格で発注を上げる。							
*		CVS	CVS	催事物購入拒否による不可対応。	500	20,000	8				
*		CVS	CVS	お中元、お歳暮等の購入依頼。	2,000	3,000	2				
*		CVS	CVS	取引先社内確認用サンプルの供給回数が複数回になる。				自己			
*		CVS	CVS	納品時の値入40%を残さないと取引しない。							
*		CVS	CVS	うなぎ、ひなまつりケーキ等の購入金額。	1,000	8,000	3				
*		ドラッグ	ドラッグ	店舗応募、価格改定商談拒否。					早深半日	48	平日
*		ドラッグ	ドラッグ	陳列応募。					通常終日	40	平日
*		生協	生協	チケット類の購入要請。					通常半日	3	両方
*		ホテル	ホテル	ギフト販売。							
*		外食	外食	協賛の文小により、銘柄の変更もしくは商品取扱回数に影響が出る。	1,000	500,000	5	会社			
*		外食	外食								

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日	
*		卸店	押付・労務	【押し付け販売等、労務提供、不当な利益の収受、その他】 お節の購入やひも付きユーザーへの協賛など。	10,000	30,000	2		早深終日		平日	
*		卸店	委託・押付	卸センターに委託してしまつた商品の販売依頼。 保険勧誘。卸で取り組んでいる商品の購入依頼。								
*		卸店	その他	クリスマスケーキの販売要請。								
*		卸店	押付	ギフト商品の購入。		30,000	3					
*		卸店	労務	ユーザーからのチケット販売。卸が販売するものの押し売り。					早深半日		10 平日	
*		卸店	押付	契約書などを結ばない、労務提供。 とある酒販店の季節限定PB商品をメーカーに押し売り。断ろうとすると普段の取引を匂わせ、圧力を押し切られる。面倒になることを避け、最低限の数量をお付き合いで購入している。								
*		卸店	押付	とある酒販店の季節限定PB商品をメーカーに押し売り。断ろうとすると普段の取引を匂わせ、圧力を押し切られる。面倒になることを避け、最低限の数量をお付き合いで購入している。								
*		卸店	押付	とある酒販店の季節限定PB商品をメーカーに押し売り。断ろうとすると普段の取引を匂わせ、圧力を押し切られる。面倒になることを避け、最低限の数量をお付き合いで購入している。								
*		加工用	その他	ポジョレスオーブ、おせちの購入依頼。	20,000	30,000	2					
*		加工用	その他	クリスマスケーキ購入要請。強制ではないが業者向け説明会を開く。								
*		その他	協賛等	値上げ要求に対する他社への切戻え。								
*		GMS・SM	労務	封筒代やカレンダー代(当社名入れ代として)の協賛が高く断つたが、受け入れてもらえなかった。								
*		GMS・SM	労務	スーパーの陳列・棚替え等。					通常半日		20 両方	
*		GMS・SM	労務	休日の陳列応援、週3日の陳列、契約では17時まででも、毎回21時まで拘束される。当日欠落商品をメーカー、卸にセンターに取りに行かせる。						早深終日		150 両方
*		GMS・SM	返品・押付	【不当な返品、押し付け販売等、労務提供】 試食宣伝販売時のイベントコーナー設置時に一般販売品も陳列・品出しをする。	1,000	5,000	2			通常半日		12 両方
*		SM・DS	その他	店舗での店頭販売。	5,000	10,000	2	自己	通常半日		2 両方	
*		SM・その他	その他	バー券。								
*		SM・トナリ	労務	開店、改装時の売り場づくり。開店日の陳列。								
*		SM・トナリ	労務・協賛等	【労務提供、不当な利益の収受、要求拒否の場合の不利益な取り扱い】 むしろ卸売業者からも受けることが多い。					通常終日		3	
*		SM・生協	返品	特売などで期間中に売れなかった商品の返品。								
*			押付	うなぎ、クリスマスケーキ、恵方巻。								
*			労務	新店・改装応援(ある程度の帳合先のため、仕方ない点もある)。	1,800	3,000	2	ケース	通常終日		24 両方	
*			労務	ポジョレーやクリスマスケーキ等。								
*			労務	近年ではありません。								
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。								
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。					ケース			
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。								
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。								
*			労務	陳列応援。								
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。					自己			
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。					自己			
*			労務	新店・改装の際の陳列応援。					自己			
*			労務	押し付けではなく、購入のお願いはされますが、必要ないものはお断りしています。					自己	通常終日	24	両方
*			労務	過去に受けたことはあるが、現在にいたってはほとんどない。								
*			労務	先方商品の購入依頼。								
*			労務	声出しの応援。								
*			労務	チケット購入。								
*			労務	チケット、ケーキ購入。								
*			労務	もつと飲んでくれるのだからとさらにすすめられること。								
*			労務	返品対応依頼。								
*			労務	事前の相談なしに請求書を発行される。								

取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売最低額	押付販売最高額	押付販売頻度(年間)	押付販売負担	労務提供時間帯	労務提供頻度(年間)	労務提供曜日
*				不動産に対する補填要請が常態化している。				ケース			
*				当社一帳合先→取引先の関係上、取引先からは帳合先へ要請され、そのままメーカーに負担(協力?)を求められる。					通常終日	20	平日
*			労務	新店陳列、改装応援を断つた際に隣にこちらが不利になるようなことを言う。					通常終日	2	平日
*			労務	春秋の定番売り場レイアウト変更における陳列作業。					通常終日	40	平日
*			労務	補填への強要。					通常終日	3	両方
*			労務	改装オープンなど、土日祝日含めて販売応援(品出し)依頼がある。(2日間ほど)					通常終日	52	平日
*			労務	他社品の商品片づけ、陳列など。自社品の陳列に關して訪問できない場合、電話で呼び出し。					通常終日	52	平日
*			労務	他社品の商品片づけ、陳列など。自社品の陳列に關して訪問できない場合、電話で呼び出し。					通常終日	52	平日
*			押付	クリスマスケーキ等の販売。		60,000	1		通常半日		
*			押付	ケーキやうなぎや、ギフト等の販売。	1,000	15,000	4	自己			
*			押付	ギフトの販売強要	1,000	5,000	1				
*			協賛等	ある得意先からの接待、送迎の強要。							
*				毎週のように改装応援に呼ばれる企業があり、担当者は1日拘束される対価を払えば良いという慣習に疑問を感じる。							



---

## 取引慣行に関する実態調査 ～ 取引慣行の改善に向けて ～

フード連合・UAゼンセン合同調査「取引慣行アンケート」集計結果報告  
— 2017年2月発行 —

---

日本食品関連産業労働組合総連合会  
〒108-0014 東京都港区芝5-26-30 専売ビル4階  
TEL 03-6435-2882

全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟  
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-16  
TEL 03-3288-3736

---

# 私たちは『食』の価値を公正に 適正な価格で消費者に届けたい

食品関連産業で働く労働者は約800万人で、国内最終消費額は約76兆円、全産業の約15%と国民経済上重要な位置を占めています（※）。

食品関連産業は、人の生命にとって欠くことのできない食料を国民・消費者に安定的に届けるという重要な役割を担っています。そして、国民・消費者が「食」を通じて豊かで健康な生活ができるように、安全・安心な食品を提供することが大切です。

さらに、持続的に国民・消費者に「食」のもつ文化や価値を適正な価格で提供していくことを、フードバリューチェーン全体で常に意識していく必要があると考えています。

（※）平成28年度食品産業統計年報より

豊かで健康な食生活を送りたい  
消費者

安全な食品を安心の価格で  
小売

品質も時間も守ってお届けしたい  
流通

魅力ある食品をお届けしたい  
食品加工

安全で新鮮な食品素材を作りたい  
生産者

「食」の価値連鎖

「食」の価値を引き継ぎ  
適正な価格で  
評価する社会

## フードバリューチェーン 全体で取り組む課題

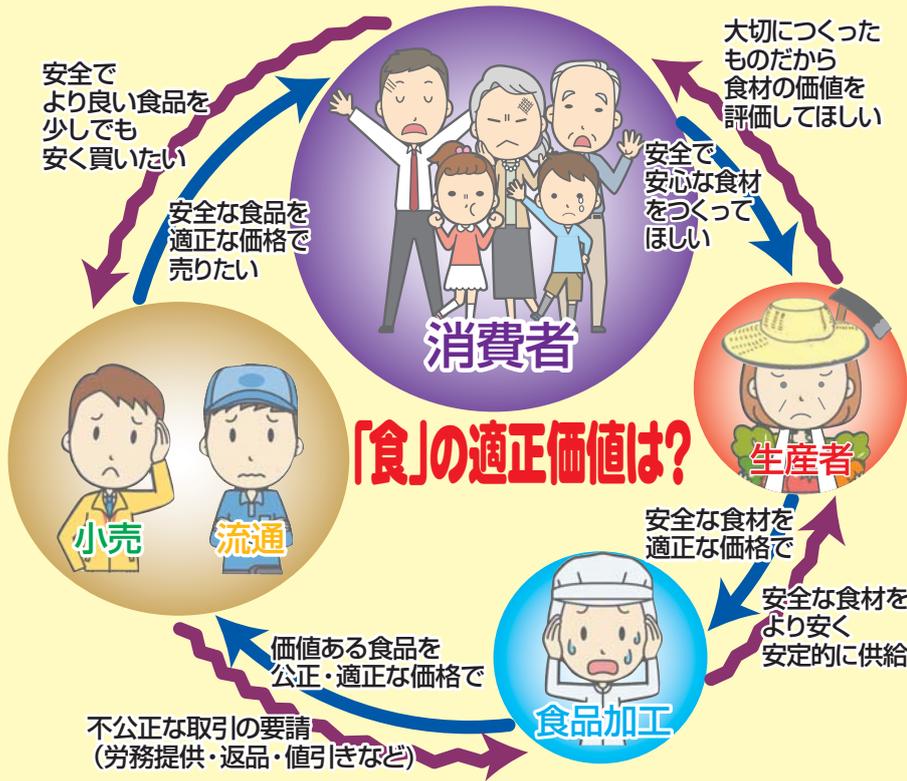
食品関連産業の健全な発展を通じ国民・消費者へ良質かつ多様な食料を提供し、豊かな生活の実現に貢献していくために

- ①「食」の安全・安心と食品表示への対応
- ②取引慣行の是正と公正取引の実現
- ③安定した食料の供給と国民生活の多様化への対応
- ④食品ロスの削減と環境負荷低減への対応
- ⑤魅力ある産業かつ質の高い雇用の創出

食品が生産者から消費者に届くまでの各段階（生産・製造・流通・小売）において、それぞれが生み出した価値が公正・適正に付加されていく取引を実現する「食」の価値連鎖が必要だと考えています。

にもかかわらず、食品関連産業の実態は……

# 「食」の価値連鎖にゆがみが生じている



食品関連産業は重要な役割を担っているにもかかわらず、食品の本来あるべき「商品価値」「付加価値」に見合う「小売り・販売価格」となっていません(左図の ← 参照)。

食品の価格はこれで良いのでしょうか?

食料の生産者から消費者に届くまでの各段階、生産・加工・流通・小売において、それぞれの生み出した価値が公正・適正に付加されるような取引が不可欠です(左図の → 参照)。

私たちは、「食」のもつ文化や価値を適正な価格で消費者に届けるため、フードバリューチェーン全体で取り組みを推進していきます。

## 食品関連産業の賃金は相対的に低水準

全産業規模にみる相対的賃金水準  
(全産業規模別 賃金センサスより作成)

センサス(賃金構造基本調査)は、特定の社会事象について、特定時点で一斉に行われる全数調査(官庁の行う大規模調査)で、全産業を100とした指数であらわしています。  
食品関連産業は、以下にみられるように相対的に低水準になっています。



フードバリューチェーンの目標は  
「食」を適正な価格で評価する社会の実現です

## 協会ホームページについて

- アドバイザー養成講座 2017 年上期受講受付開始のご案内を掲載しました
- 登録販売者試験受験対策 2016 年実施過去問題集の完売に伴う対応について

2016 年実施過去問題集は大変な好評をもって完売いたしました。希望者には、2015 年実施過去問題集を販売いたします。

## 事務局だより

- ・「街の健康ハブステーション構想」のすべてを会員の皆様にお送りするため、準備を進めています。もう少々お時間下さい。「次世代ドラッグストアビジョン」をはじめ、「健康サポートドラッグ」「コンシェルジュマスター制度」そして、サポートパートナーによる支援を受け、「街の健康ハブステーション」となります。ドラッグストア業界が地域を救う存在となるよう、頑張りたいと思います。
- ・6月5日、通常総会と同時に、政治連盟特別セミナーとドラッグストア業界研究レポート報告会が開催されました。セミナー講師は、話のわかりやすさに定評のある時事通信解説委員の田崎史郎氏でした。研究レポート報告会では「ドラッグストア10兆円産業化の方針」が宗像事務総長により発表されました。「今回のセミナー＆報告会はとてもよかった」という声が聞かれました。
- ・セルフメディケーション税制が始まって半年が経過しようとしています。店舗での質問はありますでしょうか。質問に答えていただいていますでしょうか。スイッチOTC医薬品が対象で、パッケージにはメーカー団体が作ったセルフメディケーション税制の控除対象商品のマークが印刷されています。しかし、よくよく見ないと見逃してしまいそうで、やはりスポッターやショーカードに工夫が必要かもしれません。いまはまだ、利用範囲が狭かったり、控除対象になるバー(12000円)が高かったりと、条件が足かせとなっていますが、業界みんなで育てていきたいと思っています。

発行日	平成 29 年 6 月 13 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>