

# JACDS

JAPAN ASSOCIATION OF CHAIN DRUG STORES

日本チェーンドラッグストア協会 会報誌

APRIL 2018 **176**

## 第18回JAPANドラッグストアショー開催報告

## 日本のドラッグストア実態調査

## 協会活動

- ・医薬品医療機器法の改正に向けた検討始まる
- ・3月度月次活動報告
- ・議事録

## 協会からのお知らせ

登録販売者試験受験対策支援  
「コンシェルジュマスター研修」ご案内  
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、内閣官房、東京都他

# 日本チェーンドラッグストア協会

## 協会活動の5原則

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

### 1. 民主的な組織と運営を貫くこと

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

### 2. 論議の場であること

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

### 3. 会員は協会の目的達成のために力を合わせる事

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

### 4. 正義を貫くこと

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

### 5. 志高き人々の集団たれ

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

第18回ジャパンドラッグストアショーが盛会裏に終わり、そして平成30年度が始まりました。平成30年6月をもって、JACDSは設立20年目を迎えます。この記念すべき年にドラッグストア業界10兆円産業化に向けた取り組みを会員企業の皆様と進めていきたいと考えています。

まず、ドラッグストア成長戦略研究プロジェクトを設置するために、会員企業の中から委員の方に集まっていただきます。もちろん、製・配・販が協力して進めていきますので、ドラッグストアだけではなく、ドラッグストアショーでも公表しましたが、電子タグ(RFID)の導入研究と「食と健康」の導入マニュアルの作成・普及です。2025年のドラッグストア業界10兆円産業化に向け、スタートを切る年となります。

**JACDS****日本チェンドラッグストア協会 会報****No.176****2018.4****CONTENTS**● **第18回JAPANドラッグストアショー開催報告**

- ・第18回JAPANドラッグストアショー速報
- ・標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー
- ・経済産業省×日本チェンドラッグストア協会 共同宣言発表会
- ・第13回セルフ Medikation アワード 発表&表彰
- ・第6回健康(セルメ)川柳コンクール受賞作品発表
- ・薬剤師 学術セミナー
- ・千葉市セミナー
- ・こどもやくざいし体験コーナー
- ・JACDS・DMS 合同セミナー
- ・朝日 健康・医療フォーラム 2018Extra
- ・実践セミナー
- ・日本薬業専門学校連絡協議会 開催報告
- ・アジア各国から訪日団
- ・ライフスタイルビジョン

● **日本のドラッグストア実態調査**● **協会活動**

- ・医薬品医療機器法の改正に向けた検討始まる
- ・3月度月次活動報告
- ・議事録

● **協会からのお知らせ**

登録販売者試験受験対策支援

- ・「コンシェルジュマスター研修」ご案内
- ・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・集合研修・ネットセミナーの募集案内
- ・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、内閣官房、東京都、公益財団法人日本医療機能評価機構  
一般社団法人日本クレジット協会

第 18 回 JAPAN ドラッグストアショー  
人に、地域につながるドラッグストア！

「人に、地域につながるドラッグストア～暮らしを豊かにするセルフメディケーション～」をテーマに、3月16日(金)～3月18日(日)幕張メッセにて、日本チェーンドラッグストア協会主催による第18回JAPANドラッグストアショーが開催されました。

期間中の総数は 126,066 人の来場となり、昨年より 2,500 人ほど減りましたが、目標の 12 万人を大幅に超えました。

前日の15日(木)は、業界関係者・マスコミ関係者を対象にしたプレビュー開催でした。14時より18時まで4ホールのテーマブース2018をはじめ137社の出展ブースを開放し、約1200人の来場がありました。

会期	天候	来場者数
3月15日(木)	晴れ	1,169人
3月16日(金)	雨	41,658人
3月17日(土)	晴れ	46,373人
3月18日(日)	晴れのち曇	36,866人
合計		126,066人



感謝の言葉

第 18 回 JAPAN ドラッグストアショーは 359 社、1,397 小間のご出展を賜り、3 日間で 126,066 名と目標の 12 万人を大きく超えるご来場をいただきました。これもひとえに、ご出展くださいました皆様をはじめ、会員の方々のご支援の賜物と心より御礼申し上げます。

今回のドラッグストアショーでは、来場者を増やすことだけでなく今まで来たことの無い方にご来場いただくため、情報の発信を SNS 等デジタル化しました。今回、海外からの来場者が目立ったのはその成果だと思います。また、新商品コレクションをきっかけに「ドラッグストアショーから新しいヒット商品が生まれる」そんな場になることを願っています。

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



第 18 回 JAPAN ドラッグストアショー  
実行委員長

富山 浩樹



テープカット



テーマブース

第18回JAPANドラッグストアショー 実行委員

役職名	氏名	役職	企業名
実行委員長	富山 浩樹	代表取締役社長	サツドラホールディングス(株)
副実行委員長	杉浦 伸哉	常務取締役 営業本部 本部長	(株)スギ薬局
委員	佐久間 雄治	管理本部付 渉外担当部長	(株)マツモトキヨシホールディングス
	小沼 健一	総務部長	ウエルシア薬局(株)
	倉知 晃弘	執行役員 商品部ゼネラルマネジャー	サツドラホールディングス(株)
	皆川 友範	代表取締役社長	(株)アカカベ
	長基 健人	常務取締役社長室長	(株)コメヤ薬局
	江黒 太郎	代表取締役社長	(株)クスリのマルエ
	青木 孝憲	専務執行役員 店舗運営本部長	(株)クスリのアオキ
	尾池 勇紀	営業企画室 室長	光(株)
顧問	根津 孝一	代表取締役会長	(株)ぱぱす
	江黒 純一	取締役会長	(株)クスリのマルエ
	浦上 晃之	代表取締役社長	ゴダイ(株)
	皆川 友夫	代表取締役会長	(株)アカカベ
	石田 岳彦	取締役副社長	ウエルシア薬局(株)
	松本 清雄	代表取締役社長	(株)マツモトキヨシホールディングス
	貴島 浩史	代表取締役社長	(株)ミック・ジャパン
	関口 周吉	代表取締役社長	(株)龍生堂本店
特別顧問	宗像 守	事務総長	日本チェーンドラッグストア協会

**■プレビュー開催**

前日の16日(木)には業界関係者・マスコミ関係者を対象にプレビュー開催を行いました。14時より18時まで、4ホールと5ホールの一部においてテーマブース2018をはじめ、137社の出展ブースを開放し、約1200人の来場がありました。各ブースでは、商品の説明や商談をする姿が見受けられました。

**■レセプションパーティー**

第18回ジャパンドラッグストアショーの開催初日の夕方6時より、国際会議場のコンベンションホールにおいて、レセプションパーティーが行われました。

富山実行委員長、青木会長の挨拶ののち、経済産業省 消費・流通政策課長 林 揚哲氏、厚生労働省医政局経済課長 三浦 明氏からご挨拶いただきました。

その後、第13回セルフメディケーションアワード受賞者の発表、第6回健康(セルメ)川柳コンクール受賞作品発表、新商品コレクション 業界関係者の部の発表、ブースコンテスト表彰が行われました。



経済産業省 消費・流通政策課長  
林 揚哲 氏



厚生労働省 医政局 経済課長  
三浦 明 氏

★ブースコンテスト

部門	受賞名	受賞社名	出展ゾーン
総合の部	最優秀大賞	花王グループ	ビューティケア
	大賞	資生堂ジャパン	ビューティケア
	準大賞	クラシエホームプロダクツ販売(株)/クラシエ薬品(株)/クラシエフーズ(株)	ヘルスケア
		(株) ジャパン ゲートウェイ	ビューティケア
		ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング(株)	ビューティケア
	優秀賞	(株) 井田両国堂	ビューティケア
		(株) コーサー/コーサーコスメポート(株)	ビューティケア
		田辺三菱製薬(株)	ヘルスケア
		(株) ネイチャーラボ	ビューティケア
		BCLカンパニー	ビューティケア
	バイヤーズ賞	シオノギヘルスケア	ヘルスケア
		(株) ジブソフィラ	ビューティケア
		大幸薬品(株)	ヘルスケア
		久光製薬(株)	ヘルスケア
		ロート製薬(株)	ヘルスケア
	特別賞の部	協会会長特別賞	興和(株)
(株) サンスマイル			ビューティケア
東和薬品(株)			ストア&ファーマシーソリューション
実行委員長特別賞		(株) 大山	ビューティケア
		サラヤ(株)	ヘルスケア
		(株) ファッションあらた	ビューティケア
審査委員会特別賞		エステー(株)	ホームケア
		河淳(株)	ストア&ファーマシーソリューション
		佐藤製薬(株)	ヘルスケア
バイヤーズ特別賞		SHO-BI(株)	ビューティケア
		(株) フィッツコーポレーション	ビューティケア
		ホーユー(株)	ビューティケア
デザイン賞		(株) グラフィコ	ホームケア
		デンタルプロ(株)	ヘルスケア
		(株) リベルタ	ビューティケア

★新商品コレクション2018

	日本チェーンドラッグストア協会特別賞	第18回JAPANドラッグストアショー実行委員長賞	日本チェーンドラッグストア協会 会長賞
業界関係者投票部門	エーザイ株式会社 イータック抗菌化スプレーα	P&Gジャパン株式会社 ファブリーズ マイクロミスト	マルサンアイ株式会社 香りつづくとろける味噌減塩 だし入りあわせ
一般来場者投票部門	マルサンアイ株式会社 香りつづくとろける味噌減塩 だし入りあわせ	アース製薬株式会社 温泡 ONPO とろり炭酸湯	日本製紙クレシア株式会社 クリネックス ローションティッシュ エックス

標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー 開催報告

「標準EDI(流通BMS)普及推進に向けた取り組み」

～なぜ流通BMSを今導入すべきなのか～

毎年恒例となっております「標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー」について、今回は「標準EDI(流通BMS)普及推進に向けた取り組み」～なぜ流通BMSを今導入すべきなのか～ と題して開催いたしました。

はじめに、江黒委員長と後援をいただいた経済産業省 消費・流通政策課 田村課長補佐にご挨拶をいただきました。

講演については、固定電話網のIP網への移行についての内容で、総務省 事業政策課 宮野課長補佐、東日本電信電話株式会社の山内課長補佐よりご報告がありました。流通BMS導入事例に関して

は、ウエルシア薬局株式会社の導入事例と、花王グループカスタマーマーケティング株式会社の導入事例のご報告をいただきました。軽減税率のインボイス制度につきましては財務省 主税局税制第二課 加藤課長補佐を座長にパネルディスカッションを実施しました。そして、最後に一般財団法人流通システム開発センター(流通BMS協議会)様から、今回のセミナーのまとめや他団体の導入状況、今後についてわかりやすくご報告していただき終了いたしました。

参加者は具体的な話に熱心に耳を傾け、流通BMSの導入や今度の新しいシステム構築に関わる内容について大変参考になるセミナーとなりました。今後も引き続き、標準EDIの普及に向けた活動を積極的に進めてまいります。



標準EDI(流通BMS)推進特別セミナー開催概要

日時 平成30年3月16日(金)13:00～15:30

場所 千葉県幕張メッセ国際展示場「第18回JAPANドラッグストアショー」展示会場内セミナールーム

参加数 約150名

【挨拶】

業界標準化推進委員会(株式会社クスリのマルエ取締役会長) 委員長 江黒 純一

経済産業省 商務情報政策局 商務・サービスグループ 消費・流通政策課 課長補佐 田村 真丈氏

【講演】

固定電話網のIP網への円滑な移行の在り方について ～サービス移行を中心に～

総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 事業政策課 課長補佐 宮野 光一郎氏

固定電話のIP網への移行後のサービス及び移行スケジュールについて

東日本電信電話株式会社 ビジネス開発本部 第一部門ネットワークサービス担当 担当課長 山内 健雅氏

流通BMS導入に関して

ウエルシア薬局株式会社 情報システム本部 取締役 本部長 安倍 崇、システム運用部 部長 棚澤 真之氏

株式会社セゾン情報システムズ 流通ITソリューション事業部 クラウドソリューション部 営業課 小山 智氏

業界標準化に向けた3つの課題～流通システム標準化による効率化の実現～

花王グループカスタマーマーケティング(株)カスタマートレードセンター 流通システムラボグループ マネージャー 川口 和海氏

インボイス制度におけるシステム対応について※パネルディスカッション

財務省 主税局税制第二課 課長補佐 加藤 博之

○パネリスト

株式会社杏林堂薬局 情報システム本部 情報システム課 シニアマネージャー 松山 義政

花王グループカスタマーマーケティング(株)カスタマートレードセンター 流通システムラボグループ マネージャー 川口 和海氏

「流通BMS最新動向」

一般財団法人流通システム開発センター 流通BMS協議会 事務局 梶田 瞳氏

経済産業省 × 日本チェーンドラッグストア協会 共同宣言発表会

『ドラッグストア スマート化宣言』を高らかに発表

3月9日の日本経済新聞朝刊1面に報道された通り、経済産業省と日本チェーンドラッグストア協会は10兆円産業化の実現を目指し、共同した電子タグ(RFID)の導入研究を開始します。

3月16日(金)に、8ホール内特設ルームにて経済産業省と日本チェーンドラッグストア協会による共同宣言発表会を緊急開催しました。定員150名のところ、当日は約250名の方が参加し、大変注目を浴びた共同宣言発表会となりました。

今後、成長戦略プロジェクトを発足させ、3万店時代の人手不足と健康・生活・専門性の強化、ドラッグストアの成長矛盾の解決に向け、電子タグ(RFID)推進への取り組みを行います。

共同宣言の内容はJACDSのホームページに掲載中です。

《開催概要》

日時:2018年3月16日(金) 15:00~15:45

場所:8ホール内特設ルーム

参加者数:約250名

NEWS RELEASE (第136号) 2018年3月16日

**経済産業省・日本チェーンドラッグストア協会  
ドラッグストア スマート化宣言**

発行:日本チェーンドラッグストア協会 広報担当

ドラッグストア業界は現在、約6.8兆円、1.9万店舗まで成長を続け、2025年の10兆円産業化を目指しています。その実現に向け、新たな役割・機能づくりと生活者の満足を提供するために業界一丸となって活動を進めています。

しかし、ドラッグストア10兆円産業化の達成には、人手不足の深刻化や出店拡大と長時間営業による総労働時間の増加といった課題を乗り越え、セルフメディケーションなどの新たなサービスを生み出すことができるスマートな店舗を実現する必要があります。

これらの課題に対応し、次世代を支えるドラッグストアを実現するため、経済産業省と協力し、スマートストアを目指す共同宣言を発表します。

【経済産業省・日本チェーンドラッグストア協会 共同宣言】

**ドラッグストア スマート化宣言**

日本チェーンドラッグストア協会は、経済産業省と共同で、スマートストア(※1)の実現を目指します。

スマート化の取組として、まずは電子タグ(RFID)の研究に取りかかります。「コンビニ電子タグ1000億枚宣言」(※2)の趣旨に同意し、日本チェーンドラッグストア協会としても2025年までに取扱商品に電子タグを実装し、商品の商品管理の実現を目指します。

2018年においては、「成長戦略プロジェクト」を軸とし、ドラッグストアにおける電子タグを用いた実証実験を行います。

これらの取組を通じて、単純作業から解放されたスタッフの専門性を高め、サービスの質を向上させます。さらに、電子タグ等のIoT機器から得られたデータを用いて新たな価値の創造に挑戦することで、ドラッグストア10兆円産業化を目指します。

※1:AI、カメラ、RFIDなど様々なツールを用いて流通をデジタル化し、業務効率化やデータ活用による新たな価値の創造を目指す店舗

※2:経済産業省と大手コンビニ5社が共同で策定した電子タグの活用を目指す宣言

■お問合せ先 日本チェーンドラッグストア協会 事務局  
TEL:045-474-1311 FAX:045-474-2569  
E-mail:seo@jacds.gr.jp



▲経済産業省藤木審議官とJACDS青木会長



▲共同宣言発表会



▲テーマブース内電子タグ体験コーナー



▲テーマブース内レジ体験

## 第13回セルフメディケーションアワード 受賞発表・記念シンポジウム開催報告

これまで、JAPAN ドラッグストアショーの同時開催イベントとして開催していたセルフメディケーションアワード発表会・表彰式を2月に行い、この結果を踏まえたグランプリ受賞者の発表、記念シンポジウムなどを内容としたイベントを3月16日(金)に開催しました。セルフメディケーション推進、ドラッグストア業界の新しい役割をアピールする新しい試みです。



グランプリ受賞者の記念発表の様子



発表事例を踏まえたシンポジウムを実施

第13回セルフメディケーションアワード・発表会での発表を収録した動画と優秀作品集を協会ホームページ <http://www.jacds.gr.jp/> で公開しています。ごちらも是非ご覧下さい。

## 第6回 健康(セルメ)川柳コンクール 結果報告

国民の皆様幅広く遊び心で参加していただくことで、JACDSが取り組んでいるセルフメディケーション推進を広く一般の方に知っていただきたく、第6回目の開催となりました。

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

### 《コンクール全体概要》

- ・ 作品募集期間：2017年10月1日～2018年1月31日
- ・ 応募方法：パソコン・携帯電話による応募フォーム、ハガキ、FAX等々
- ・ 応募作品総数：約19,000作品
- ・ 優秀100作品および受賞作品をイベントステージ横に掲示、
- ・ 受賞作品はイベントステージ、レセプションパーティーにおいて発表後、イベントステージ横に掲示



イベントステージでの結果発表の様子

### 《受賞作品》

協会ホームページで公開しています。ごちらも是非ご覧下さい。

[http://www.jacds.gr.jp/senryu/result\\_6th.html](http://www.jacds.gr.jp/senryu/result_6th.html)

## 第2回JACDS薬剤師学術セミナー

3月16日(土)～18日(日)の3日間、国際展示場内のセミナールームでJACDS薬剤師学術セミナーを開催しました。認定薬剤師研修としては、昨年が第1回で今年が第2回となります。

今回は新しい試みとして、全体6セッションのうち4セッションをスポンサーセッションと銘打ち、企業から講師の派遣や軽食の提供などの協力をいただきました。フレイル予防とOTC(シオノギヘルスケア)、漢方製剤(ロート製薬)、糖尿病の療養指導(テルモ)、ジェネリックの品質と製剤工夫(沢井製薬)など多彩なプログラムの下、参加者には熱心に受講いただきました。

ドラッグストアにおける薬剤師の役割は今後ますます重要になっていきます。協会では薬剤師向けのイベントに力を入れていきたいと考えています。



### ■厚生労働省等特別講演会※学術セミナーの2セッションに該当

厚生労働省保険局医療課から担当官を招き、「平成30年度調剤報酬改定のポイント」と題する講演会を開催しました(17日)。調剤報酬関連の講演会は2年前の平成28年度調剤報酬改定が最初で、今回が2度目になります。ドラッグストアの調剤が年々拡大している中、国の企画・立案担当者から直接話を聞ける貴重な機会として、大変好評でした。

また、薬局ヒヤリ・ハットについても「薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業の成果」と題する講演会を開催しました(16日)。講師は、我が国で唯一この事業を行っている公的機関である(公財)日本医療機能評価機構の理事で九州大学病院医療安全部長でもある後信(うしろ しん)教授にお願いしました。今回の調剤報酬改定でも医療安全の取組み実績が点数評価の対象要件に位置づけられるなど、薬局の安全対策は重要なテーマです。タイムリーな講演会ということで、多くの方に参加いただきました。



▲厚生労働省特別講演



▲薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業の成果

#### <開催概要>

日時:2018年3月16日(金)、17日(土)

場所:千葉 幕張メッセ 国際展示場内4ホール セミナールーム(A)

## 千葉県保健福祉局地域包括ケア推進課セミナー

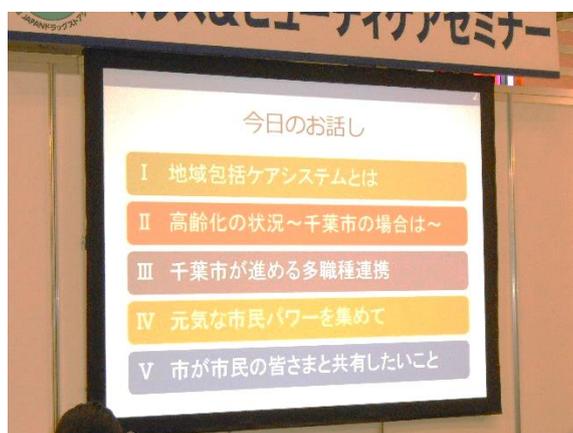
## わたしにもできる地域包括ケア

3月17日(土)国際展示場内セミナールームBにおいて、「わたしにもできる地域包括ケア」と題し千葉県保健福祉局地域包括ケア推進課の富田薫課長にご講演いただきました。

千葉県保健福祉局には、一昨年9月より年2回千葉市支部長が訪問し意見交換を行っています。その中で「市の取り組みについて発信の場がほしい」という要望について「JAPANドラッグストアショーでセミナーを開催してはどうか」と提案、今回の開催が実現しました。地方行政によるセミナーは今回が初めてとなります。

最初に地域包括ケアについての解説、千葉市の相談窓口の紹介、また市で行われているサービスや取り組みについて一般の方にもわかり易く丁寧に説明されました。セミナーの最後に富田課長は「ドラッグストアの店内は店員の方が忙しそうに働いていらっしゃいます。でも薬剤師や登録販売者、美容の専門家や栄養士等様々な相談に乗ってくれる専門家がたくさんいます。遠慮せずに健康や美容のことをどんどん相談してください。」と参加者に呼びかけドラッグストアをもっと活用し生活に役立ててほしいと話されました。

約110名の参加者は幅広い年齢層で、メモを取りながら熱心に聴く一般来場者も多く見受けられ関心の高さがうかがわれました。



## &lt;開催概要&gt;

日時:2018年3月17日(土)

場所:千葉 幕張メッセ 国際展示場内4ホール セミナールーム(B)

参加者数:約110名

調剤推進委員会主催

**「こどもやくざいし体験コーナー」開催報告**

ドラッグストアの調剤を身近に知ってもらうための企画で、今回で3年連続の開催となりました。今年は朝の開場と同時に「あったあった、ここ、ここ」と一目散に走り寄ってくる親子連れもおられ、イベントとして定着してきたことが窺われました。その後も、2日間、朝から夕刻まで順番待ちの列ができるなど大盛況でした。

調剤室の中でどのような手順で作業が行われているのか、自動分包機に入れた薬がどのように分包されるのか、親子ともども興味は尽きない様子。体験後はお薬(お菓子)と修了証を持って記念撮影。子供用の白衣はそのまま差し上げましたので、会場内で白衣の子供たちを目にされた方も多はずです。

最後に、企画から実施、機材の提供、消耗品の調達や、薬剤師の派遣にご協力いただいた参加企業各社の皆様に心から感謝申し上げます。



## 《開催概要》

日時:2018年3月17日(土)、18日(日)10:00~17:00

場所:ヘルス&amp;ビューティー情報ステーション 2018内特設コーナー

参加者数:約 700 組

日本チェーンドラッグストア協会、ドラッグストア MD 研究会共催セミナー  
「業務に役立つ制度改正のポイント」開催報告

平成30年3月15日(木)JAPANドラッグストアショープレビュー開催日に、千葉県幕張メッセ国際展示場内セミナールームにおいて「業務に役立つ制度改正のポイント」と題し、日本チェーンドラッグストア協会、ドラッグストア MD 研究会共催セミナーが開催されました。

医薬品を巡る制度環境が昨年から今年にかけて大きく変化しています。これらの改正は企業コンプライアンス上、どれもが重要な内容になっています。同セミナーでは、その中から次の4点について解説、報告しました。

- ①偽造医薬品の流通防止に関する対応(手順書の書き方)について
- ②平成 29 年度から義務化された登録販売者研修の報告について
- ③医薬品等適正広告基準改正のポイントについて
- ④平成 32 年 4 月以降の登録販売者業務経験証明について



《開催概要》

日時: 2018 年3月 15 日(木)

13:30~15:00: 業務に役立つ制度改正のポイント

一般社団法人日本薬業研修センター認定講師 筑波 純

15:00~15:15: ドラッグストアショーおよびテーマブースの概要と見どころ

日本チェーンドラッグストア協会事務局

日本チェーンドラッグストア協会主催、朝日新聞社メディアビジネス局共催

## 「朝日 健康・医療フォーラム 2018 Extra」開催報告

日本チェーンドラッグストア協会主催、朝日新聞社メディアビジネス局共催で、「朝日 健康・医療フォーラム 2018 Extra」を行ないました。朝日 健康・医療フォーラムは 2011 年から行われている健康セミナーで、今年はその特別版が、JACDS との共催でドラッグストアショーの展示会場内 8 ホール特設ルームにて開催されました。テーマは6つで以下のとおりです。合計1000名近い参加者があり、健康生活に必要な知識を得たいという、賢い生活者のサポートに努めました。

### 【3月17日(土)】

テーマー1:いつまでも楽しくおいしく食べるひけつ

テーマー2:血管の健康を考えよう!

テーマー3:肩こり・腰痛・膝痛

### 【3月18日(日)】

テーマー4:家族の睡眠と健康

テーマー5:ハウスダストとアレルギー

テーマー6:子育て世代の豆知識～家庭のくすり選び



### <開催概要>

日時:2018年3月17日(土)18日(日)

場所:千葉・幕張メッセ 国際展示場 8ホール 特設ルーム

参加者数:6テーマで1時間ずつ開催。合計約1000名。

日本チェーンドラッグストア協会主催

**「アドバイザーのための実践セミナー」開催**

最新技術を習得し、自己学習・店頭でのアドバイザーに活かす

3月16日(金)に第18回JAPANドラッグストアショーの同時開催として 更新セミナーが、千葉・幕張メッセで行われました。当日は多くの受講者をご参加され、熱心にメモを取りながら講師の話に耳を傾けていました。参加された方からは、「毎年参加していますが、今回も店頭で役立つ知識をたくさん教わりました」、「これからは正確な情報を入手してお客様に伝えていきたい」などの感想が寄せられました。

**実践セミナー 1****『女性の健康づくりに薬局でできること』**医薬情報研究所/株式会社エス・アイ・シー  
堀 美智子 氏

女性の健康について様々なお話がされた。平均寿命と健康寿命の差が男性より女性のほうが大きいことなど、参加者にとっても意外なデータが紹介された。また骨粗鬆症は、老化のひとつの現象ではなく、病気であり予防も可能であること等の話もあり、ダイエットに熱心な若い女性から骨粗鬆症に悩む高齢の方まで、幅広い層を対象とした講演となった。PMDD(月経前不快気分障害)などについては、多くの参加者から「知らなかった」「(こういった情報)知っておくことがとても大切だと思った」などの感想も寄せられた。

**実践セミナー 2****『脚が不自由な人の運動について考える』**健康科学アドバイザー  
福田 千晶 氏

脚が不自由な人の健康上の悩み、また脚が不自由とはどういう状態を言うのか、そして、そのような人がどう運動に取り組めばいいのか、方法や目的についても話がありました。運動の具体的方法の紹介に対しては、「健康な人がより健康になる為の運動とは違い、脚が不自由な人でも取り組める運動が紹介されとても良かった」との声もあった。店頭や身近な人に脚に問題を持つ人がいる場合も多く、「是非、今日の話を変えたい」「運動の方法を教えた」などの感想もあり、参加者にとって身近な問題ではあるが、知らなかった多くの知識を学べた講演となった。



平成29年度日本薬業専門学校連絡協議会開催報告

## 各校の近況や取り組みなどについて 活発な意見交換が行われました！

平成30年3月17日（土）14：00  
～16：00、「第18回JAPANDラッグストアショー」開催中の幕張メッセ国際  
展示場内4ホール会議室で行われました。

今回は、例年の会議形式とは趣向を変え、  
各校からご参加の先生方による、意見交換  
を中心とした式次第で進行された。



5校6名の学校会員の方々が参加し  
活発な意見交換が行われました。

少子化が進む中での、学生募集の状況や、その取り組みなどについては、  
各校共通の話題であり、活発な意見交換が行われた。

「登録販売者」という制度の一般への浸透度をもっと高めることにより、学  
生募集の活性化に繋がるのでは、という意見もでた。

また、例年実施されている、セルフメディケーションアワードについては、  
日本薬業研修センター川島理事長からの総評も紹介され、参加校の先生から  
は、学生にとっても励みとなっているので、さらなる学生の活発な参加に向  
けたJACDSへの要望の声もあった。

学校行事と重なってしまった等のため、例年より少ない参加校となったが、  
他校の状況や、情報の共有ができたことは、とても貴重な機会となったなど  
の声を、参加校の先生方から頂きました。

### 参加学校会員（50音順）

あいちビジネス専門学校  
東京医薬専門学校  
日本薬科大学  
福岡医健専門学校  
早稲田速記医療福祉専門学校

## JAPANドラッグストアショーにアジアの各国から訪日団

中国、台湾、韓国など4団体が視察

第18回JAPANドラッグストアショーの視察にアジア各国の業界団体が訪れ、JACDS執行部に表敬訪問されました。

JAPANドラッグストアショー初日の16日(金)には、韓国から「韓国チェーンストア協会」様(27名)、中国から「中国医薬商業協会」様(5名)が来場しました。2日目の17日(土)には台湾から「台湾製薬工業同業公会」様(26名)中国の「香港化粧品同業協会」様(4名)が来場しました。会場内を見学し、日本の業界の近況の説明を受け、JACDS執行部と面談を行いました。

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



▲韓国チェーンストア協会



▲中国医薬商業協会



▲台湾製薬工業業公会



▲香港化粧品同業協会

ドラッグストア在宅介護推進部会

## 「グットライフセレクション」

～私もあなたも 生きがい やりがい わくわくケア～

3月16日から18日までの3日間にわたり、千葉・幕張メッセにて第2回ライフスタイルビジョン(第18回 JAPAN ドラッグストアショー同時開催)が開催され、ドラッグストア在宅介護推進部会が企画した「介護」に関する展示やイベント等を行いました。

展示ブース内では「私もあなたも 生きがい やりがい わくわくケア」をコンセプトとして、パネル展示や馴染みのある食品の意外な効果や活用法を実物の商品と共に紹介を行い、閉鎖的なイメージがある在宅介護を「豊かな時間」にするための提案を行いました。

さらに、ひとにやさしいうつわ開発研究会(ひとらぼ)と協力し、使っている方が幸せに感じられる人にやさしい器の展示と販売を行い、特徴的な形や実用的な用途に多くの方の関心を集めました。

また、介護予防に役立つ健康度チェックの測定検査を東京医科歯科大学、昭和大学の協力のもとで行い、終日絶え間なく希望者が訪れました。

セミナーコーナーでは東京医科歯科大学の吉見先生とひとらぼの中村氏によるセミナーがそれぞれ開催され、多くの方にご参加いただきました。



在宅介護に活用できる身近な商品の意外な効果や用途を実物の商品と共に紹介



健康度チェックでは高齢者の方を中心に多くの方が参加

ペットとの共生によるヘルスケア普及推進部会  
「ペットと暮らす健康生活」  
～ひとの心とからだに良いペットとの暮らし提案～

2018年3月16、17、18日に幕張メッセ（千葉）において開催された第2回ライフスタイルビジョンにおいて、ペットとの共生によるヘルスケア普及推進部会が「ペットと暮らす健康生活」～ひとの心とからだに良いペットとの暮らし提案～をテーマに企画展示を行いました。

ペットとの暮らしが人のヘルスケアに与える効用について解説をしたパネル展示、ペットに関する商品、新サービスの展示、来場者参加型のイベントとして散歩・しつけ体験やクイズ大会を開催。多くの来場者に参加をして頂きました。

また、期間中は越村部会長（（一社）人とペットの幸せ創造協会）が「ペットとの共生は健康寿命を延伸させる！」をテーマに、ペットと共に暮らすことで得られる効用について、生活者に分かりやすく解説するセミナーが行われました。

いずれも多くの来場者に、ペットとの共生とヘルスケアの関係について啓発をする内容となりました。



# ＜第18回 2017年度＞ 日本のドラッグストア実態調査 調査結果のご報告

- 総店舗数は調査開始から連続増加、1万9,534店舗へ
- 総売上高は6兆8,504億円、前年比伸び率は105.5%と前回同様の高成長
- 1店舗当たりの売上高は過去最高の3億5,064万円を達成

今回で18回目となる「日本のドラッグストア実態調査」は、マスコミをはじめ内外の銀行・証券、シンクタンク等の市場調査関係者からの問い合わせが年々増加しています。これは、ドラッグストアの役割や当業界への注目度が大きくなっている何よりの証左と言えます。

今回もご多忙の折、貴重なデータの提供をいただきました正会員の皆様のご協力に感謝申し上げます。この会報誌上では、「第18回 JAPAN ドラッグストアショー」での発表内容に補足事項を追加した調査結果のご報告をいたします。

＜今回調査の内容＞(※詳細は末尾参照)

## 調査目的

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

## 実施期間

2017年10月1日～2018年1月31日(会員外会社に対する調査期間を含む)

## 調査項目

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

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

## 有効回答数

正会員127社中126社が回答(ドラッグストア非経営会社は対象外)

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

## 実施機関及び責任者

日本チェーンドラッグストア協会 執行委員会

執行委員長 根津 孝一(株式会社ぱぱす 代表取締役会長)

## 全国ドラッグストア店舗数調査(推計値)

### ■ 1. 全国ドラッグストア総店舗数 ≫ 1万9,534 店舗

第18回2017年度のJACDSの調査によると、日本のドラッグストア(Dg.S)の総店舗数は、前回2015年度の調査より690店舗増加し、1万9,534店舗であることがわかった。

超高齢社会に向けた狭小商圈化への対応が着実に進み、調剤と食品の伸び、訪日観光者によるインバウンド需要などが後押しとなり積極的な出店がみられた。

その一方でコンビニ、ディスカウントスーパー、ネット販売等の業種を超えた競合は激化の一歩をたどり、M&A等による企業数の減少傾向も継続している。

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

	企業数	総店舗数	増減		企業数	総店舗数	増減
2000年度(第1回)	579	11,787	-	2009年度(第10回)	549	15,971	+346
2001年度(第2回)	590	12,558	+771	2010年度(第11回)	535	16,259	+288
2002年度(第3回)	641	13,343	+785	2011年度(第12回)	525	16,815	+556
2003年度(第4回)	642	14,103	+760	2012年度(第13回)	523	17,144	+329
2004年度(第5回)	671	14,348	+245	2013年度(第14回)	501	17,563	+419
2005年度(第6回)	640	14,725	+377	2014年度(第15回)	486	17,953	+390
2006年度(第7回)	621	15,014	+289	2015年度(第16回)	447	18,479	+526
2007年度(第8回)	605	15,384	+370	2016年度(第17回)	431	18,874	+395
2008年度(第9回)	578	15,625	+241	2017年度(第18回)	416	19,534	+660

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

#### 正会員と非会員の内訳

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

2007年度(第8回)	178	11,203	72.8%	427	4,181	27.2%
2008年度(第9回)	174	11,822	75.7%	404	3,803	24.3%
2009年度(第10回)	176	12,705	79.6%	373	3,266	20.4%
2010年度(第11回)	166	12,997	79.9%	369	3,262	20.1%
2011年度(第12回)	163	13,677	81.3%	362	3,138	18.7%
2012年度(第13回)	163	14,061	82.0%	360	3,083	18.0%
2013年度(第14回)	151	14,973	85.2%	350	2,590	14.8%
2014年度(第15回)	148	15,804	88.0%	338	2,149	12.0%
2015年度(第16回)	141	16,437	88.9%	306	2,042	11.9%
2016年度(第17回)	128	17,109	90.6%	303	1,765	9.4%
2017年度(第18回)	123	17,626	90.2%	293	1,908	9.8%

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

集計(有効回答 190 社、1 万 7,184 店舗)によると、Dg.S の店舗規模では、150～300 坪クラスが 7,683 店舗で全体の 44.7% を占め、Dg.S の中心的規模には変化はない。従前どおり 150 坪超を大型店とするならば、近年は大型店の比率が 6 割となり、一層の増加傾向が鮮明になった。

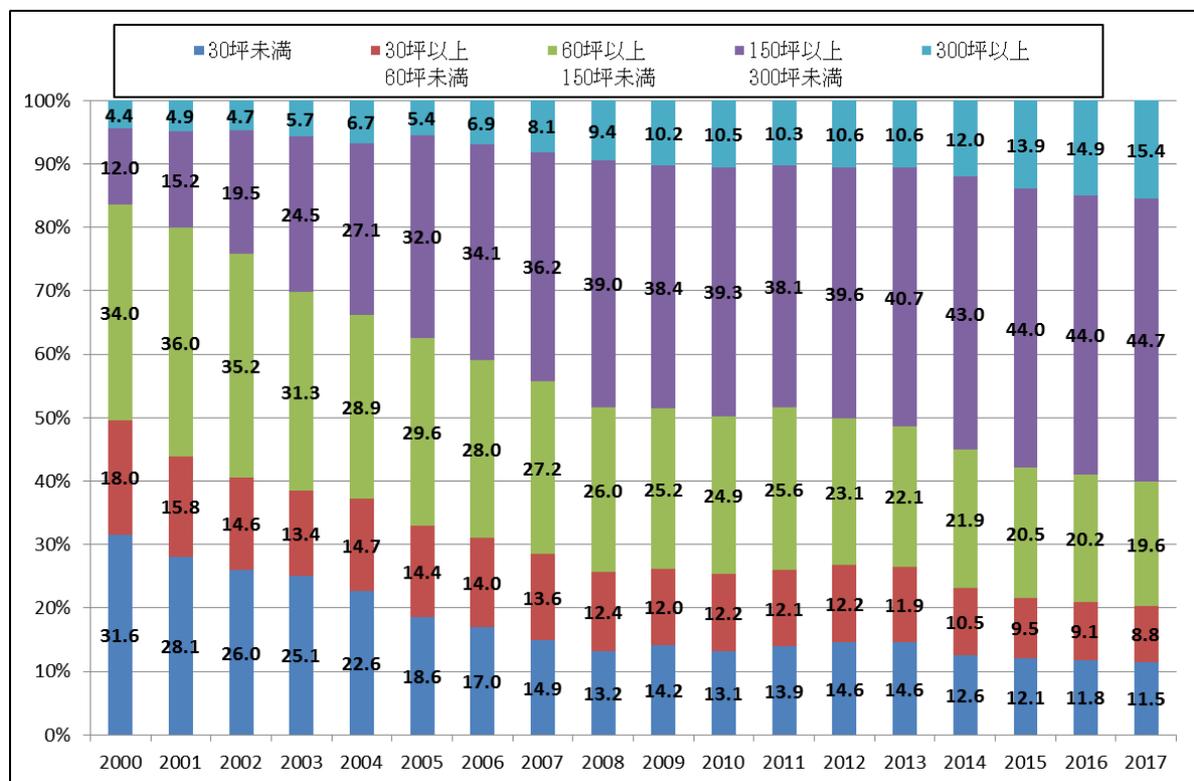
調剤や食品を中心とする取り扱いカテゴリーの増加に伴う大型店と駅前や繁華街等に出店する小型店の 2 極化傾向が継続している。

	総店舗数 (店)	規模別店舗数 (店)				
		30 坪未満	30 坪以上 60 坪未満	60 坪以上 150 坪未満	150 坪以上 300 坪未満	300 坪 以上
JACDS 正会員企業 (有効回答 ; 106 社)	16,340	1,670	1,409	3,224	7,594	2,443
非会員企業 (有効回答 ; 84 社)	844	306	98	142	90	209
合計(下段は構成比) (有効回答 ; 190 社)	17,184	1,976	1,507	3,366	7,683	2,652
	100%	11.5%	8.8%	19.6%	44.7%	15.4%
全国規模別推定店舗数 (有効回答構成比による)	19,534	2,246	1,713	3,826	8,734	3,015

### 規模別店舗数の増減推移

	第15回(2014年度)		第16回(2015年度)		第17回(2016年度)		第18回(2017年度)	
	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数	増減	店舗数	増減
30坪未満	2,258	-313	2,234	-24	2,231	-3	2,246	+15
30坪以上 60坪未満	1,893	-204	1,762	-131	1,711	-51	1,713	+2
60坪以上 150坪未満	3,924	+50	3,796	-128	3,820	+24	3,826	+6
150坪以上 300坪未満	7,724	+570	8,126	+402	8,306	+180	8,734	+428
300坪以上	2,153	+286	2,562	+409	2,805	+243	3,015	+210
合計	17,953	+390	18,479	+526	18,874	+395	19,534	+660

### 規模別店舗数構成比の推移



### ■ 3. 全国ドラッグストア 都道府県別店舗数

第18回2017年度の調査による日本のドラッグストアの都道府県別店舗数は以下のとおりとなっている。地域別には、首都圏(1都3県)に5,518店舗(28.3%)、関西圏(2府4県)に3,578店舗(18.3%)がある。

	正会員企業	会員外企業	合計
北海道	756	230	986
青森県	203	29	232
岩手県	194	7	201
宮城県	355	7	362
秋田県	125	12	137
山形県	192	0	192
福島県	216	5	221
茨城県	402	2	404
栃木県	244	25	269
群馬県	318	7	325
埼玉県	1,072	44	1,116
千葉県	811	186	997
東京都	1,876	290	2,166
神奈川県	1,186	53	1,239
新潟県	262	69	331
富山県	179	10	189
石川県	188	8	196
福井県	86	140	226
山梨県	137	6	143
長野県	306	24	330
岐阜県	311	29	340
静岡県	490	33	523
愛知県	887	150	1,037
三重県	247	12	259

	正会員企業	会員外企業	合計
滋賀県	220	0	220
京都府	397	6	403
大阪府	1,351	159	1,510
兵庫県	726	63	789
奈良県	180	25	205
和歌山県	159	33	192
鳥取県	87	9	96
島根県	102	5	107
岡山県	279	24	303
広島県	404	32	436
山口県	216	11	227
徳島県	109	16	125
香川県	180	5	185
愛媛県	225	4	229
高知県	117	2	119
福岡県	644	57	701
佐賀県	100	12	112
長崎県	152	18	170
熊本県	255	14	269
大分県	142	4	146
宮崎県	142	8	150
鹿児島県	266	2	268
沖縄県	130	21	151
合計	17,626	1,908	19,534

(有効回答) (123社) (293社) 416(社)

## 全国ドラッグストア売上高調査(推計値)

### ■ 1. 全国ドラッグストア総売上高 ≫ 6兆8,504億円

正会員会社(84社 13,066店舗)の集計によると、5兆537億円の市場規模であることが確認できた。これを基に店舗の確認ができた全国のDg.S416社1万9,534店の推定売上高は、6兆8,504億円、2016年度対比の伸び率では105.5%の結果であった。

前回調査から引き続き、調剤分野への積極的な取組み、食品取り扱いの強化、訪日外国人によるインバウンド需要の取り込み、目的来店性の高まりによるワンストップショッピングの効果、これらを背景にした積極的な出店が前年同様の大幅な成長につながったと考える。

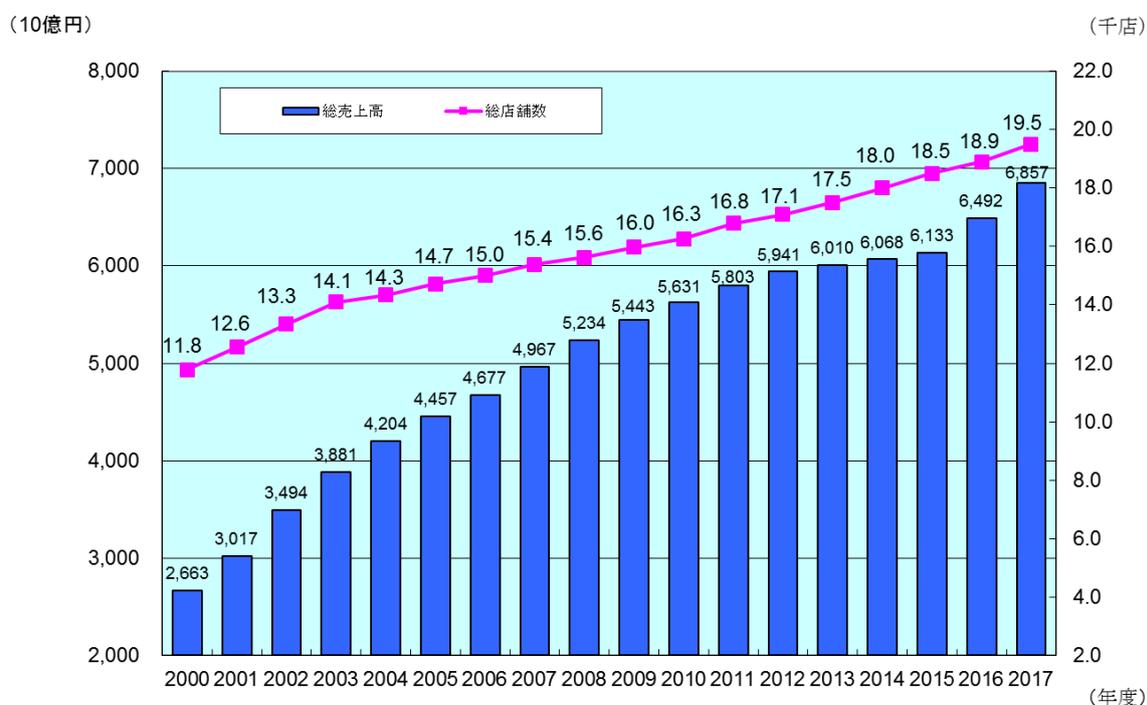
ドラッグストアが日本の産業として国民から信頼され、なくてはならないものとして期待されている証左といえる。

(億円/年、%)

調査年度		2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2016年度 (第17回)	2017年度 (第18回)
JACDS 正会員企業 (有効回答: 84社 13,066店舗)	売上高	47,254	47,765	52,098	50,537
	前年比	(106.4) <sup>注</sup>	(103.8) <sup>注</sup>	(109.7) <sup>注</sup>	105.6
全国推定売上高 (416社 19,534店舗)	売上高	60,679	61,325	64,916	68,504
	前年比	101.0	101.1	105.9	105.5

注)JACDS 正会員企業欄( )内の前年比は、014年度は141社 13,981店舗、2015年度は130社 14,393店舗の各実績ベースです。2016年度は109社 15,147店舗、2以下に共通。

### 全国ドラッグストア総売上高と店舗数の推移



## ■ 2. 全国ドラッグストア 調剤・ヘルスケア売上高 ≫ 2兆 1,649 億円

正会員会社(84社 13,066店舗)の集計では、1兆 6,550億円、昨年比 103.8%であった。これを基に店舗の確認ができた全国のDg.S416社 1万9,534店の売上高を推定すると2兆 1,649億円、昨年比 103.7%となった。

(億円/年、%)

調査年度		2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2016年度 (第17回)	2017年度 (第18回)
JACDS 正会員企業 (有効回答: 84社 13,066店舗)	売上高	13,078	13,257	13,973	16,550
	前年比	(106.6) <sup>注</sup>	(103.6) <sup>注</sup>	(110.0) <sup>注</sup>	103.8
全国推定売上高 (416社 19,534店舗)	売上高	19,479	19,664	20,874	21,649
	前年比	101.1	100.9	106.2	103.7

注)「総売上高」の注記に同じ

※今回よりカテゴリー分類を医薬品から調剤・ヘルスケアに変更した事にもない、前年との金額比較についての整合性はない。

### ■ 3. 全国ビューティケア売上高 ≫ 1兆4,314億円

正会員会社(84社 13,066店舗)の集計値では、1兆1,548億円、昨年比104.8%であった。これを基に店舗の確認ができた全国のDg.S416社1万9,534店の売上高を推定すると1兆4,314億円、昨年比104.7%となった。

(億円/年、%)

調査年度		2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2016年度 (第17回)	2017年度 (第18回)
JACDS 正会員企業 (有効回答: 84社 13,066店舗)	売上高	10,203	10,062	10,685	11,548
	前年比	(105.4) <sup>注</sup>	(100.4) <sup>注</sup>	(109.2) <sup>注</sup>	104.8
全国推定売上高 (416社 19,534店舗)	売上高	13,260	12,972	13,670	14,314
	前年比	99.9	97.8	105.4	104.7

注)「総売上高」の注記に同じ

※今回よりカテゴリー分類を化粧品からビューティケアに変更した事にもない、前年との金額比較についての整合性はない。

### ■ 4. 全国ホームケア売上高 ≫ 1兆4,762億円

正会員会社(84社 13,066店舗)の集計では8,736億円、昨年比106.3%であった。これを基に店舗の確認ができた全国のDg.S416社1万9,534店の売上高を推定すると、1兆4,762億円、前年比106.2%となった。

(億円/年、%)

調査年度		2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2016年度 (第17回)	2017年度 (第18回)
JACDS 正会員企業 (有効回答: 84社 13,066店舗)	売上高	10,809	10,958	11,690	8,736
	前年比	(106.5) <sup>注</sup>	(105.0) <sup>注</sup>	(109.0) <sup>注</sup>	106.3
全国推定売上高 (416社 19,534店舗)	売上高	12,914	13,213	13,899	14,762
	前年比	101.0	102.3	105.2	106.2

注)「総売上高」の注記に同じ

※今回よりカテゴリー分類を日用雑貨からホームケアに変更した事にもない、前年との金額比較についての整合性はない。

## ■ 5. 全国フーズ・その他売上高 ≧ 1兆7,779億円

正会員会社(84社 13,066店舗)の集計では、1兆3,703億円となり、伸び率は昨年比108%となった。

これを基に、店舗の確認ができた全国のDg.S416社1万9,534店の売上高を推定すると1兆7,779億円、伸び率は107.9%となった。

(億円/年、%)

調査年度		2014年度 (第15回)	2015年度 (第16回)	2016年度 (第17回)	2017年度 (第18回)
JACDS正会員企業 (有効回答: 84社 13,066店舗)	売上高	13,164	13,488	15,749	13,703
	前年比	(107.3)注	(105.7)注	(110.3)注	108.0
全国推定売上高 (416社 19,534店舗)	売上高	15,026	15,476	16,473	17,779
	前年比	101.7	103.0	106.4	107.9

注)「総売上高」の注記に同じ

※今回よりカテゴリー分類を変更したことにもない、前年との比較についての整合性はない。

## ■ 6. 全国商品別売上高構成比 ≧ 調剤・ヘルスケアが全体の3割強

Dg.S416社1万9,534店の集計で見た商品別売上高構成比は、調剤・ヘルスケアが31.6%、ビューティケアが20.9%、ホームケアが21.5%、フーズ・その他が26.0%となった。今回より、実態に合わせて、集計に用いるカテゴリー分類を変更したことから、単純に従来の比率と比較はできないが、極端な変化は見られない。

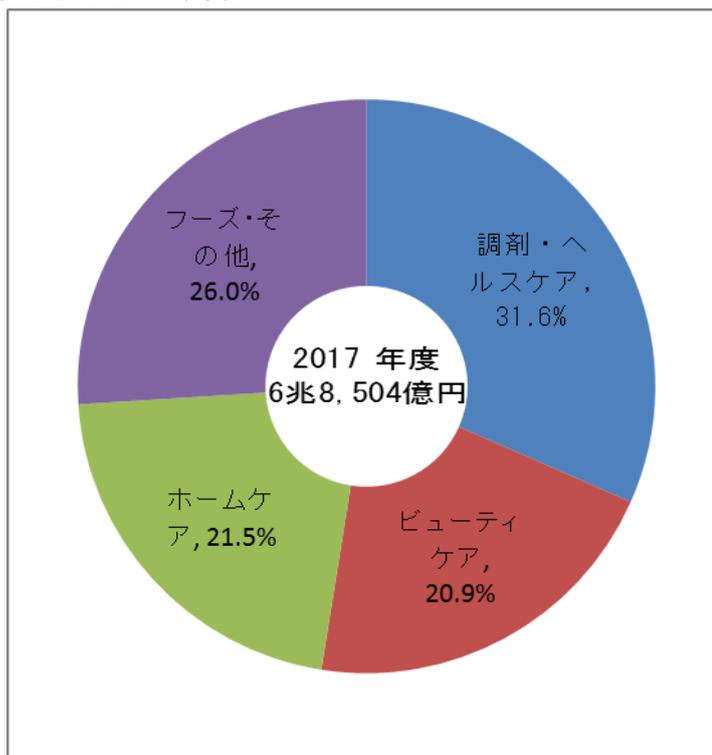
なお、本調査で採用している「カテゴリー分類」は経済産業省の商業動態統計の分類を参考に作成したものであり、別表に示した。

(億円/年、%)

		調剤・ヘルスケア		ビューティケア		ホームケア		フーズ・その他		合計
		売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高
JACDS正会員企業 (有効回答: 84社 13,066店舗)	売上高	16,550	32.7	11,548	22.9	8,736	17.3	13,703	27.1	50,537
	前年比	103.8	—	104.8	—	106.3	—	108.0	—	105.6
全国推定売上高 (416社 19,534店舗)	売上高	21,649	31.6	14,314	20.9	14,762	21.5	17,779	26.0	68,504
	前年比	103.7	—	104.7	—	106.2	—	107.9	—	105.5

注) 正会員企業109社15,147店舗の有効回答数値を基に推定。

カテゴリー別売上高構成比（2017年度）



別表 カテゴリー分類

カテゴリー名称	内容例示
調剤	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、技術料など
ヘルスケア	《OTC医薬品》 風邪薬、胃腸薬、目薬、皮膚治療薬、湿布薬、滋養強壮剤（医薬品）等 《ヘルスケア用品》 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 《介護用品》 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 《ベビー用品》 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
ビューティケア	《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）等
ホームケア	《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 《ペット用品》 ペットフード、ペット用装飾品、ペット用医薬品、ペット用シャンプー、ペット用シート等
フーズ	生鮮食品、菓子類、飲料、米、飲料、日配食品、乳製品、酒類、冷凍食品などの一般食品
その他	上記以外の衣料品、履物、カバン・袋物、書籍、文具、玩具、各種有料サービスなど

## ■ 7. 全国ドラッグストア 1店舗あたり売上高 ≫ 3億5,064万円

今回調査では、日本の Dg.S1 店舗あたりの売上高は 3 億 5,064 万円(前年比 102.1%)となった。前回に続いて増加し、これまでの調査結果の最高となった。

	総店舗数	総売上高 (億円)	1店舗当り 売上高(百万円)	前年比
2000年度(第1回)	11,787	26,628	225.9	—
2001年度(第2回)	12,558	30,169	240.2	106.3%
2002年度(第3回)	13,343	34,936	261.8	109.0%
2003年度(第4回)	14,103	38,814	275.2	105.1%
2004年度(第5回)	14,348	42,042	293.0	106.5%
2005年度(第6回)	14,725	44,568	302.7	103.3%
2006年度(第7回)	15,014	46,774	311.5	102.9%
2007年度(第8回)	15,384	49,674	322.9	103.6%
2008年度(第9回)	15,625	52,336	335.0	103.7%
2009年度(第10回)	15,971	54,430	340.8	101.7%
2010年度(第11回)	16,259	56,308	346.3	101.6%
2011年度(第12回)	16,815	58,026	345.1	99.7%
2012年度(第13回)	17,144	59,408	346.5	100.4%
2013年度(第14回)	17,563	60,097	342.2	98.7%
2014年度(第15回)	17,953	60,679	338.0	98.7%
2015年度(第16回)	18,479	61,325	331.9	98.2%
2016年度(第17回)	18,874	64,916	343.9	103.6%
2017年度(第18回)	19,534	68,504	350.7	102.0%

## JACDS 正会員企業に係るその他の調査

### ■ 1. 一社あたり店舗数(チェーン数)

正会員企業からの有効回答 126 社 17,626 店舗から導かれる 1 社当り店舗数は、139.9 店舗と 14.6 店舗の増加となった。大手企業による意欲的な出店と M&A 等による中小企業の退会などの理由から 1 社当たりの店舗数の増加は加速傾向にあるといえる。

	有効回答企業数	店舗数	1社当り店舗数	増減
2000年度(第1回)	232	7,728	33.3	—
2001年度(第2回)	218	8,151	37.4	+4.1
2002年度(第3回)	214	8,818	41.2	+3.8
2003年度(第4回)	206	9,586	46.5	+5.3

2004年度(第5回)	211	9,886	46.9	+0.3
2005年度(第6回)	202	10,328	51.1	+4.3
2006年度(第7回)	193	10,808	56.0	+4.9
2007年度(第8回)	178	11,203	62.9	+6.9
2008年度(第9回)	174	11,822	67.9	+5.0
2009年度(第10回)	176	12,705	72.2	+4.3
2010年度(第11回)	166	12,997	78.3	+6.1
2011年度(第12回)	163	13,667	83.9	+5.6
2012年度(第13回)	160	14,667	91.6	+7.7
2013年度(第14回)	150	15,170	101.1	+9.5
2014年度(第15回)	148	15,804	106.8	+5.7
2015年度(第16回)	136	15,916	117.0	+10.2
2016年度(第17回)	134	16,536	125.3	+8.3
2017年度(第18回)	126	17,626	139.9	+14.6

## ■ 2. 処方箋取扱い店舗数(調剤併設店)

正会員からの有効回答 104 社 16,340 店舗の中で、処方箋を取扱っている店舗(調剤併設店)は、4,935 店舗、30.2%であった。処方箋取扱い店舗数は確実に増加しており、3 割の店舗が「面分業」に対応した店舗となっている。

	有効回答企業数	店舗数	処方箋取扱店舗数	取扱率
2000年度(第1回)	132	4,886	964	19.7%
2001年度(第2回)	198	7,484	1,752	23.4%
2002年度(第3回)	191	7,907	1,838	23.2%
2003年度(第4回)	186	8,464	2,128	25.1%
2004年度(第5回)	201	9,822	2,286	23.3%
2005年度(第6回)	202	10,328	2,377	23.0%
2006年度(第7回)	193	10,808	2,502	23.1%
2007年度(第8回)	178	11,203	2,716	24.2%
2008年度(第9回)	174	11,822	2,878	24.3%
2009年度(第10回)	176	12,705	3,092	24.3%
2010年度(第11回)	166	12,997	3,307	25.4%
2011年度(第12回)	163	13,677	3,450	25.2%
2012年度(第13回)	159	12,354	3,458	28.0%
2013年度(第14回)	150	13,366	3,759	28.1%
2014年度(第15回)	148	14,626	4,191	28.6%
2015年度(第16回)	136	14,802	4,262	28.8%

2016 年度(第 17 回)	116	15,611	4,482	28.7%
2017 年度(第 18 回)	104	16,340	4,935	30.2%

また、2017 年度の調査で、処方箋取扱い店舗(調剤併設店)について回答いただいた企業のうち、ドラッグストアの店舗規模が確認出来た 78 社のデータによれば、店舗規模の内訳は以下の通りである。

#### 処方箋取扱い率(調剤併設店)

2017 年度(第 18 回)	合計	30 坪未満	30 坪以上 60 坪未満	60 坪以上 150 坪未満	150 坪以上 300 坪未満	300 坪以上
処方箋取扱い店舗	4,935	952	578	777	2,038	590
総店舗数 (有効回答: 106 社)	16,340	1,670	1,409	3,224	7,594	2,443
処方箋取扱い率	30.2%	57.0%	41.0%	24.1%	26.8%	24.2%

### ■ 3. 処方箋取扱い枚数(調剤併設店舗)

処方箋取扱い店舗(調剤併設店)における処方箋取扱い枚数は、処方箋取扱い枚数が確認できた 3,375 店舗(有効回答)の集計では 1 店舗あたり 11,105 枚であった。

調剤専門店を開設している企業で、処方箋取扱い枚数が確認できた 85 社、1,124 店舗(有効回答)のデータから、1 店舗あたりの処方箋年間取扱い枚数を算出すると年間 18,635 枚となり、調剤併設店は調剤薬局の 6 割程度の取扱い枚数となっている。

2017 年度(第 18 回)	処方箋取扱い店舗(調剤併設店舗)有効回答: 80 社						[参考] 調剤専門店 (調剤薬局) 有効回答: 85 社
	合計	30 坪未満	30 坪以上 60 坪未満	60 坪以上 150 坪未満	150 坪以上 300 坪未満	300 坪以上	
店舗数	3,375	215	130	461	1,180	310	1,124
枚数(千枚)	37,481	4,254	2,073	5,659	10,754	2,645	2,0945
1 店舗当り 年間枚数(枚)	11,105	19,784	15,946	12,275	9,114	8,533	18,635

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

### ■ 4. 調剤・ヘルスケアの売上高

調剤・ヘルスケアの売上高については今回よりこれまでの「一般用医薬品(OTC)」と「薬局医薬品(調剤用医薬品)」という分類より変更となった。

84 社の売上高の構成は調剤が 30.5%(5,048 億円)、ヘルスケアが 69.5%(11,501 億円)となっている。カテゴリー変更があったため過去の比率との整合性はなくなっている。

なお、調剤の売上高には、一般的に調剤技術料等の付帯費用が含まれている。

(億円/年、%)

	一般用医薬品(OTC)		薬局医薬品 (調剤技術料等を含む)		合計
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高
2013年度(第14回) 有効回答:127社	7,989	69.0%	3,585	31.0%	11,577
2014年度(第15回) 有効回答:124社	8,527	66.8%	4,237	33.2%	12,764
2015年度(第16回) 有効回答:99社	7,875	66.0%	4,438	34.0%	12,311
2016年度(第17回) 有効回答:96社	8,466	62.4%	5,095	37.6%	13,561
	ヘルスケア		調剤		
2017年度(第17回) 有効回答:84社	11,501	69.5	5,048	30.5%	16,549

注) カテゴリー毎の売上を記載いただいた企業の集計値

※今回よりカテゴリー分類を変更したことにともない、前年との比較についての整合性はない。

## ■ 5. 取扱い商品数(SKUベース)

正会員からの有効回答が 58 社、1 社当りの平均取扱い商品数(SKU)は全体では 4 万 3,522SKU であった。取扱い商品数は年々増加しており、医薬品、化粧品、日用品、生活雑貨、食品など多岐にわたる品ぞろえの拡充を行っていることが読み取れる。

(単位: SKU)

	取扱い総商品数	一般用医薬品 (OTC)	薬局医薬品	化粧品	日用雑貨	その他
2013年度(第14回) 有効回答:64社	32,423	3,321	2,247	12,072	9,594	8,928
2014年度(第15回) 有効回答:70社	34,573	3,612	1,799	11,593	8,785	8,806
2015年度(第16回) 有効回答:59社	34,617	3,351	2,176	11,612	9,249	8,270
2016年度(第17回) 有効回答:58社	35,099	3,839	3,783	11,409	10,509	8,745
	取扱い総商品数	ヘルスケア	調剤	ビューティケア	ホームケア	食品・他
2017年度(第18回) 有効回答:52社	43,522	7,552	3,234	18,483	8,398	10,210

注)カテゴリー毎に、有効回答数による平均値を算出。

※今回よりカテゴリー分類を変更したことにともない、前年との比較についての整合性はない。

## ■ 6. 従業員数(ドラッグストア)

正会員企業の総従業員数は、有効回答 80 社の回答から、14 万 9,148 人がドラッグストア業務に従事している結果であった。内訳としては薬剤師が 1 万 2,597 人、登録販売者が 5 万 1,929 人、その他の一般社員が 8 万 4,622 人であった。

(単位；人)

		総従業員数	薬剤師		登録販売者	その他 一般社員
			ドラッグストア 全体	内、処方箋 取扱い店舗		
2013年度(第14回) 有効回答；112社 10,823店	人数	126,380	13,251	12,948 (2,537店)	38,538	69,290
	1店舗当り	11.7	1.2	5.1	3.6	6.4
2014年度(第15回) 有効回答；101社 8,423店	人数	105,309	10,081	9,930 (2,044店)	47,459	47,770
	1店舗当り	12.5	1.2	4.8	5.6	5.7
2015年度(第16回) 有効回答；99社 11,235店	人数	132,163	12,763	12,544 (2,780店)	45,955	73,446
	1店舗当り	11.8	1.1	4.5	4.1	6.5
2016年度(第17回) 有効回答；93社 12,838店	人数	148,552	13,761	13,501 (2,530店)	60,079	74,711
	1店舗当り	11.6	1.1	5.3	4.3	5.8
2017年度(第18回) 有効回答；80社 12,259店	人数	149,148	12,597	12,396 (2,764店)	51,929	84,622
	1店舗当り	12.2	1.0	4.5	4.2	6.9

注)パート社員は労働時間を1日8時間で換算した値を計上。

## 【参考】 調剤専門店(調剤薬局)における薬剤師数と処方箋取扱い枚数

	薬剤師数	処方箋取扱い枚数
2013年度(第14回) 有効回答；61社 1,306店	5,330人	25,792千枚/年
	4.1人/店舗	4,839枚/人
2014年度(第15回) 有効回答；50社 1,308店	5,666人	27,760千枚/年
	4.3人/店舗	4,899枚/人
2015年度(第16回) 有効回答；54社 1,711店	6,087人	30,772千枚/年
	3.6人/店舗	5,055枚/人
2016年度(第17回) 有効回答；58社 2,063店	7,269人	36,080千枚/年
	3.5人/店舗	4,964枚/人
2017年度(第18回) 有効回答；51社 829店	3,348人	20,945千枚/年
	4.0人/店舗	4,725枚/人

(単位；人)

	有効 回答 企業数	1社当り薬剤師 <sup>注</sup>		1社当り登録販売者 <sup>注</sup>		1社当り一般社員 <sup>注</sup>	
		人数	増減	人数	増減	人数	増減
2000年度(第1回)	207	50.9	—	—	—	234.8	—
2001年度(第2回)	196	65.5	+14.6	—	—	226.4	-8.4

2002年度(第3回)	189	79.3	+13.8	—	—	245.0	+18.6
2003年度(第4回)	162	80.6	+1.3	—	—	299.2	+54.2
2004年度(第5回)	184	83.6	+3.0	—	—	321.1	+21.9
2005年度(第6回)	176	96.9	+13.3	—	—	358.0	+36.9
2006年度(第7回)	153	93.3	-3.6	—	—	386.0	+28.0
2007年度(第8回)	159	104.3	+11.0	—	—	557.2	+171.2
2008年度(第9回)	156	106.4	+2.1	—	—	540.9	-16.3
2009年度(第10回)	144	97.0	-9.4	199.9	(+199.9)	449.2	(-91.7)
2010年度(第11回)	142	99.2	+2.2	246.8	+46.9	456.6	+7.4
2011年度(第12回)	123	110.4	+11.2	273.2	+26.4	416.9	-39.7
2012年度(第13回)	110	121.3	+10.9	344.0	+70.8	564.4	+147.5
2013年度(第14回)	112	118.3	-3.0	344.1	+0.1	618.7	+54.3
2014年度(第15回)	101	99.8	-18.5	469.9	+125.8	472.9	-145.8
2015年度(第16回)	99	128.9	+29.1	464.2	-5.7	741.8	+268.9
2016年度(第17回)	93	147.9	+19.0	646.0	+181.8	803.3	+61.5
2017年度(第18回)	80	163.6	+15.7	649.1	+3.1	1,099.0	+295.7

注)パート社員は労働時間を1日8時間で換算した値を計上。

2009年度(第10回)調査より登録販売者とその他一般社員を分離。

## おわりに

ドラッグストア業界は、セルフメディケーションの推進をスローガンに国民の生活に密着した産業として発展を遂げてきていたが、ここ数年は成長の踊り場とも言うべき状態が続いていた。

しかし、前回105.9%、そして今回は105.5%と再成長の兆しが見えてきた。その要因は、インバウンド需要の取り込み、調剤や食品の伸びに特徴が見られるように、目的来店性の高まり、ワンストップショッピングの効果で各カテゴリーが伸びているのではないかとと思われる。

さらに、業界としての出店意欲は旺盛であり、2年間に1000店舗以上の出店となっており、規模の拡大が続いている。

2025年、10兆円産業化に向けて、着実に歩みを進めているといえる。

# 日本のドラッグストア実態調査 調査概要

## ①調査目的

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

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

## ②調査実績と予定

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

- 第 16 回 2015 年度  
(2015 年 10 月 1 日 ~ 2016 年 1 月 31 日)
- 第 17 回 2016 年度  
(2016 年 10 月 1 日 ~ 2017 年 1 月 31 日)
- 第 18 回 2017 年度  
(2017 年 10 月 1 日 ~ 2018 年 1 月 31 日)

## ③調査対象企業

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

※今回調査 (第 18 回 2016 年度) で有効回答を得られた企業数

(1)JACDS 正会員企業 127 社中 126 社が回答 (正会員中、Dg.S 非経営企業は対象外)

有効回答率 94.4%(一部非公開としている項目もあり、有効回答率は項目ごとに異なる)

(2)会員外企業 303 社(有効回答率は項目ごとに異なる)

## ④調査項目

(1)JACDS 正会員企業

総売上高、商品別売上高、取扱い商品数 (SKU)

総店舗数、規模別店舗数、都道府県別店舗数、調剤取扱店舗数、薬剤師・登録販売者等従業員数、他

(2)会員外企業

会社名、代表者名、本社所在地

総売上高、総店舗数、規模別店舗数、他

## ⑤調査方法

JACDS 正会員企業については、アンケート用紙による調査

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

## ⑥推測値算出方法

有効回答を得られた企業の実績値をもとに合計、平均、構成比などを算出。

## ⑦調査実施機関、実施責任者

日本チェーンドラッグストア協会 執行委員会

執行委員長 根津 孝一 (株式会社ぱぱす 代表取締役会長)

## 医薬品医療機器法の改正に向けた検討始まる

### ■11日、厚生科学会議・医薬品医療機器部会で審議開始

医薬品医療機器法(以下「薬機法」)の見直しの議論が始まりました。現行の薬機法は2014年に施行されましたが、附則第12条に「施行後5年を目途に医薬品販売業の在り方などを検討し、必要がある場合は見直しを行う」ことが規定されています。このため厚生労働省は、2019年春の次期通常国会に改正法案を提出することを視野に、厚生科学会議の中の医薬品医療機器制度部会で審議を開始しました。なお、2014年には医薬品・医療機器の承認審査に関する改正も施行されましたので、今回の見直しはこれらの改正2法が対象になります。

11日の第一回会合では、①薬局・薬剤師のあり方・医薬品の安全な入手、②新薬へのアクセス迅速化と安全対策の充実、③適切な製造・流通・販売体制の確保—の3つのテーマで議論を進めることが決まりました。夏ごろまでに論点を整理し、法改正が必要となった事項については秋以降に詳細に検討するという段取りです。次回開催は5月9日となりました。

### ■議論の見通し どうなるネット販売

2014年の改正は、ネット販売のこれ以上の拡大を阻止するために対面販売の原則を盛り込むとともに、要指導医薬品制度を導入するというものでしたので、今回はこの点の検証と見直しが中心となります。また、「偽薬ハーヴォニー」事件で露呈した医薬品の流通問題についても取り上げられる見通しで、薬局開設者への罰則導入などが議論される見込みです。このほか、保険調剤との絡みで薬局の立地や機能についても、法改正まで行くかどうかはわかりませんが、何らかの審議が予想されます。

これらの論点の中でドラッグストア業界を直撃するのが販売ルールの問題です。前回導入の要指導医薬品制度は、安全性をとるか利便性をとるかかという国民を巻き込む長い間の議論の末に妥協点として決着をみたものです。施行後5年しか経っていないこともあって、常識的には現状を変える必要はありませんが、ひとたび見直しの議論が始まると何が出てくるかわかりません。ネット事業者は、「要指導医薬品制度は職業選択の自由を侵害する憲法違反である」として裁判係争中です(一審は国勝訴。現在控訴審で継続中)、これをチャンスと見てネット販売の全面解禁を求め、厚労省、総理官邸、与党を問わず様々なチャネルで圧力をかけてくることが予想されます。また、資格者なしで医薬品を販売できるように登録販売者制度の廃止を求める議論が出てくる可能性もあります。登録販売者制度は、薬剤師不在問題以来の行政との長い闘争の末に業界の悲願として実現したものです。他業種が容易に参入できないという意味でドラッグストア業態の生命線ですから、何としても阻止しなければなりません。

### ■JACDSとして業界の意見を反映させていく

このような状況の下、ドラッグストア業界として見直しの行方を油断なく、監視していく必要があります。幸い、協会が力をつけてきたことから行政との意思疎通は良好です。また、業界の応援団であるヘルスケア議員懇談会(会長 林芳正議員)も組織しています。協会では、必要な場面場面で業界の考えを政府にぶつけ、見直しの議論に反映させていく考えです。

JACDS

3月 月次活動報告

日付・場所	事業活動	活動・討論・検討内容	出席者
3月2日(金) JACDS東京事務所 17:00~18:00	第113回JACDS記者意見交換会	1. ドラッグストアにおける薬学生実務実習受入れ基準を整備へ 2. JACDS第34回ブロック総会が終了 3. トップ会が終了 4. 第18回ジャパンドラッグストアショー(記者会—1, 2, 3, 4参照) 1) 日程と主な内容 2) テーマブース展開の主な内容 3) ドラッグストア流通記者会の皆様へのご案内 5. 宗像の視点 1) 調剤報酬シュミレーションについて 2) 第103回薬剤師国家試験速報を受けて 3) その他 6. 次回の開催案内	28名
3月8日(木) JACDS東京事務所 10:00~12:00	第8回調剤推進委員会	1. 薬学実務実習受入れ薬局ガイドラインについて 2. 薬学実務実習受入れ薬局ガイドラインの使い方について 3. こどもやくざいし体験コーナーについて 4. その他	6名
3月15日(木) ホテルニューオータニ 2階「ステラ」 17:30~19:00	第9回常任理事会	1. 第18回JAPANDドラッグストアショーについて 2. 組織委員会 ブロック総会報告について 第34回ブロック総会、第10回支部長会の開催報告 3. 電子タグ(RFID)の経産省との取り組みについて 4. 業界自主行動計画の作成について 5. 政治連盟の活動について 6. 報告事項 7. 今後のスケジュール	20名
3月15日(木) 千葉県幕張メッセ 14:00~18:00	第18回JAPANDドラッグストアショー プレビュー開催	4ホールにおいて開催	来場数 1,169名
3月16日(金)~18日(日) 千葉県幕張メッセ	第18回JAPANDドラッグストアショー 商談日: 16~18日 一般公開日: 17・18日	オープニングセレモニー、記者会見、 実践セミナー、標準EDI推進特別セミナー、コンプライアンス委員会セミナー、 勤務薬剤会主催学術セミナー、特別企画セミナー、ビジネスセミナー、 ヘルス&ビューティケアセミナー、 第13回セルフメディケーションアワード受賞記念シンポジウム、 第5回健康(セルメ)川柳コンクール、 ブースコンテスト、レセプションパーティー、 ヘルス&ビューティ情報ステーション2018、全国うまいものフェア 新商品コレクション表彰式、 お楽しみ抽選会など多数イベントやセミナーが開催された	来場数 3/16 41,658名 3/17 46,373名 3/18 36,866名 合計 126,066 名
3月16日(金) 千葉県幕張メッセ 展示会場内 会議室 11:00~12:00	第1回登録販売者委員会	委員長 挨拶 1. 現状の登録販売者の教育について 2. 行政訪問の際、各地から出された要望などについて 3. セルフメディケーション税制について 4. その他	6名
3月17日(土) 千葉県幕張メッセ 展示会場内 会議室 14:00~15:30	日本薬業専門学校連絡協議会	1. 各校近況報告及び意見交換 2. セルフメディケーションアワード総評(川島理事長)紹介及び、参加校の取り組み 3. JACDS及びアドバイザー養成講座への質問、及び要望 4. その他	6名
3月23日(金) JACDS東京事務所 15:00~16:00	第121回定例会合同記者会	1. 日本チェーンドラッグストア協会から 1) 第18回JAPANDドラッグストアショーについて 2) ドラッグストア成長戦略研究プロジェクト 3) 「適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」を発表 4) JACDS設立20周年記念事業について 5) これからの予定 6) 宗像の視点 7) 次回の開催案内 2. 日本ヘルスケア協会から 活動報告 3. 日本薬品登録販売者協会から 生活者の意識改革のための活動報告と「滋賀県モデル」について 4. 日本置き薬協会から JACDSと置き薬、配置販売業 ドラッグストアショーの一角に両協会の紹介パネル 5. 日本薬業研修センターから 平成30年度も薬業界に従事する専門家の育成と資質向上に貢献	22名

会議議事録

第18回 JAPAN ドラッグストアショー 第1回実行委員会議事録

日程 平成29年6月2日(金)

時間 14:00~16:00

場所 JACDS東京事務所

出席者

富山実行委員長、杉浦副実行委員長、尾池委員、佐久間委員、

小沼委員、倉知委員、松本顧問、貴島顧問、関口顧問、

宗像特別顧問(参加者10名)

○富山 浩樹 実行委員長 挨拶

○議事

1. 基本計画及びスケジュール

名称: 第18回JAPANDドラッグストアショー

会期: 2018年3月16日(金)、17日(土)、18日(日)の3日間

午前10:00~午後5:00 (プレビュー開催は要検討)

会場: 幕張メッセ国際展示場4~8ホール

2. 出展促進活動、動員計画、展示会場の計画案、年間計画を説明

デジタル広告については第3回、第4回で検討する。

3. プレビュー開催について

過去3回の開催概要状況も含めて説明した。

BTOB向けを強化し、出展社、来場者のニーズにこたえていってらどうか。

具体的にはブースのエリア、日曜日の閉鎖が可能か、日程など。特に卸企業へのニーズに応じていく。

→検討の結果、プレビューは例年通り実施するが、ただしビジネス

レイアウトをよく考える。飛び地が気になる。

**4. 出展促進活動について**

1) 企業訪問について

企業訪問は新規企業を積極的に訪問する。  
調剤関係企業については題材を提供しないと何をやっていいかわからない。

2) 出展促進強化について

(1) ファーマシーソリューションゾーンの拡大  
・出展促進範囲を広げる  
・かぶっているゾーンを統合して、わかりやすくご案内する。  
・スマートシティ構想などのゾーンを一緒にしてしまうとぼやけてしまう。

→出展状況を見て、新ゾーンを立ち上げるか検討する。個別でアプローチする。

(2) 機能性表示・介護食品

・リストアップした企業と卸企業に協力いただき、アプローチをかける。  
・前回の課題では企画ゾーンで制約をしていたが、今回は通常のゾーンで拡大していく。

(3) ドラッグストアゾーンの設置について

**5. テーマについて**

検討の結果、実行委員長一任になり、後日次のように決まった。  
人に、地域につながるドラッグストア  
～くらしを豊かにするセルフメディケーション～

**6. 出展案内パンフレットのデザインについて**

複数の事務局案を見比べていただき、1案に決定した。

**7. 今後の実行委員会開催スケジュール**

- 第2回 9月8日
- 第3回 10月6日
- 第4回 11月10日
- 第5回 12月2日

以上

**第18回 JAPAN ドラッグストアショー第2回実行委員会議事録**

日程 平成29年9月8日(金)

時間 14:00～16:00

場所 JACDS東京事務所

出席者

富山実行委員長、杉浦副実行委員長、尾池委員、佐久間委員、小沼委員、倉知委員、松本顧問、貴島顧問、関口顧問、宗像特別顧問(参加者10名)

富山 浩樹 実行委員長 挨拶

○議事

**1. 出展促進活動進捗状況報告**

・9月7日現在の申込。

**2. 出展案内**

・案内の送付、テレマーケティングを実施した現状について報告を行なった。

**3. 最重点企業訪問促進状況**

・訪問した企業についてのご報告。  
・訪問した企業については現在申込を確認中。

**4. 重点企業出展促進担当について**

・実行委員、顧問企業から確認をしていただく担当を決めた。

**5. ドラッグストアゾーンについて**

・継続するか廃止するかを検討した結果、ドラッグストアゾーンは廃止する。  
・ドラッグストア向けの出展案内を会員にご送付する。

**6. イベントステージについて**

・事務局で検討して進める旨を説明した。

**7. 海外来場動員**

・業界関連団体や企業に対して、案内を送付して、来場促進を行っている。

**8. 新規展示会(併催)**

・第2回ライフスタイル for ビジネス  
・今回は7月から募集活動を行っている。

**9. 次回開催スケジュール**

- 第3回 平成29年10月6日(金)
- 第4回 平成29年11月10日(金)
- 第5回 平成29年12月7日(木)

出展社説明会も同日実施する。

以上

**第18回 JAPAN ドラッグストアショー第3回実行委員会議事録**

日程 平成29年10月6日(金)

時間 14:00～16:00

場所 JACDS東京事務所

出席者

富山実行委員長、杉浦副実行委員長、長基委員、佐久間委員、倉知委員、松本顧問、関口顧問(参加者7名)

議事

**1. 出展促進活動進捗状況報告**

- 1) 10月5日現在申し込み状況について報告
- 2) 出展案内・申込発送・テレマーケティングについて  
・案内の送付、テレマーケティングを実施した現状について報告を行なった。
- 3) 最重点、重点企業促進状況  
・申し込み状況の報告と申し込みのない所へのアプローチをお願いした。

**2. ポスタービジュアル(案)について**

・B案に決定した。

**3. イベント計画(案)について**

- 1) ヘルス&ビューティ情報ステーション2017の事務局展開案の説明をした。

→ペットは連れてきていいのか。

来場者は禁止をする。

- 2) 新商品コレクション(案)について説明

原則、昨年と同様に実施する。

- 3) お弁当コーナー(案)について

原則、昨年と同様に実施する。

- 4) おたのしみ大抽選会(案)について

原則、昨年と同様に実施する。

- 5) ブースコンテスト(案)について

原則、昨年と同様に実施する。

**4. 企画セミナー(案)について**

・ビジネスセミナーとビューティケアセミナーを開催する。

**5. その他**

企業訪問では来年は実行委員長か副実行委員長のどちらかが必ず訪問出来るように調整をお願いしたい。

**6. 次回開催スケジュール**

- 第4回 平成29年11月10日(金) 14:00～16:00
- 第5回 平成29年12月7日(木) 16:00～17:30

出展社説明会も同日実施する。

・その他、実行委員長の参加

12月10日の常任理事会、2月のブロック総会に参加する。

以上

**第18回 JAPANドラッグストアショー第4回実行委員会議事録**

日程 平成29年11月10日(金)

時間 14:00~16:00

場所 JACDS東京事務所

出席者

富山実行委員長、杉浦副実行委員長、長基委員、尾池委員、佐久間委員、倉知委員、貴島顧問、関口顧問(参加者8名)

議事

**1. 出展促進活動進捗状況報告**

1) 11月9日現在申し込み状況について報告

- ・前回同等ぐらいまでは申し込みをいただけたと考えられる。
- ・これから小間割をしていく。

**2. 式典ご挨拶の依頼について**

会議で候補者を決めて、後日確認の上、次の方に決まった。

1) オープニングセレモニー

2) レセプションパーティー 乾杯

**3. 来場促進活動計画(案)について**

- ・前回の広告と効果について事務局より説明
- ・アンケートから来場で一番多いのは店舗で配布されている案内が約34%、
- ・継続したネットによる案内をしていったほうがいい。
- ・折込をいきなりやめるのは危険、移行期間と考える。

**4. ゾーニング・レイアウト(案)**

A案、B案を事務局案として作成したが、まだプレビュー開催の申込がこれからくることが予想されるため、A案で進めさせていく。申し込み状況によりプレビュー開催のしきりについては決めていく。かならず横串でエリアが途切れないようにする。

**5. 出展社説明会について**

- ・事務局より出展社説明会について説明を行なった。

**6. 次回開催スケジュール**

第5回 平成29年12月7日(木) 10:00~12:00  
出展社説明会も同日実施する。

以上

**第18回 JAPANドラッグストアショー第5回実行委員会議事録**

日程 平成30年12月7日(木)

時間 10:00~11:30

場所 JACDS東京事務所

出席者

富山実行委員長、杉浦副実行委員長、皆川委員、長基委員、尾池委員、佐久間委員、倉知委員、松本顧問、貴島顧問、関口顧問(参加者10名)

議事

**1. 出展促進活動進捗状況報告**

1) 12月6日現在申し込み状況について報告

- ・昨年並みの申込になると予想される。

**2. 出展社説明会について**

- ・参加予定者社数および人数を報告。

**3. 展示会場のレイアウトについて**

- ・事務局より説明をした。
- ・今回、韓国ゾーンはテーマブースの南側に来る。
- ・出展社説明会で出展社に配布する。

**4. 各種イベント計画(案)について**

- ・フードコートについて説明(6~7ホール外)
- 例年通り実施する。

**5. 作成物デザインの確認**

- ・直前ポスターについて A案
- ・内容は1月末までに決定して、
- ・招待状、招待チケット とともに B案

・業界関係者招待状C案、一般来場者招待状B案

**6. 第18回 JAPANドラッグストアショーの動き**

16日 各種行事に参加

○挨拶日

3月15日・17日(挨拶設定)18日(各自で)

**○その他**

- ・弁当の余りが気になる。昼食について事前確認する。

以上

**平成29年度第2回ドラッグストア薬剤師会準備委員会議事録**

日時:平成29年7月14日(金) 13:00~15:00

場所:JACDS東京事務所

欠席 ウエルシア薬局 高田部長

**1 小田委員長挨拶**

**2 委員会の進め方**

事務局からの資料説明の後、意見交換。薬剤師会加入の状況、メリットやデメリット、組織化の意義と役割などについて様々な意見が出された。進行スケジュール案については、随時必要な変更を加えることを前提に、おおむね了承された。

その後、会員企業向けのアンケート調査案について事務局から説明が行われ、8月中の実施に向け、意見がある場合は、来週中に事務局まで連絡することとなった。

**3 追加委員の検討**

自社の内外を問わず委員会の検討テーマにふさわしい人材がいれば積極的に推薦してほしい旨を要請。

**4. 次回開催**

第3回ドラッグストア薬剤師会準備委員会

日時:10月30日(月)13:00~15:00

場所:JACDS東京事務所

以上

**平成29年度第3回ドラッグストア薬剤師会準備委員会議事録**

日時:平成29年10月30日(月) 13:00~15:00

場所:JACDS東京事務所

議事

**1. 小田会長挨拶**

- ・日本ヘルスケア協会学術大会についての報告
- ・職能連携部会での報告について

**2. アンケート調査結果の報告**

- ・回収結果について報告を行なった。

**3. 新組織の役割、事業、サービス、財政等の検討**

- ・新組織への入会、事業としての研修や実務実習等について意見交換を実施した。

**4. 第18回 JAPANドラッグストアショーのセミナーについて**

- ・第2回ドラッグストア薬剤師学術セミナーを開催する。

**5. その他、報告等**

- 1) 厚生労働省委託事業について
  - ・患者のための薬局ビジョンについて、薬局にアンケート調査を実施する。
- 2) JACDSの最近の活動状況について報告を行なった。

**6. 次回の開催について**

第4回ドラッグストア薬剤師会準備委員会

日時:平成29年11月29日(水)15:00~17:00

場所:JACDS東京事務所

以上

**平成29年度第4回ドラッグストア勤務薬剤師会準備委員会議事録**

日時:平成29年11月29日(水) 15:00~17:00

場所:日本ヘルスケア協会 東京事務所 3階

議事

### 1. 組織の検討(3つの方向性の比較優劣、実現可能性等)

資料をもとに意見交換を行い、委員会ではB案押すこととなった。  
 今回は報告書案を審議。

### 2. その他、報告等

#### 1) 処方箋付替え問題の自主点検の再調査について

11月23日に会員企業向けに、前回回答しなかった店舗(薬局)に対しての自主点検をお願いした。これは、厚生労働省からの回収率を高めてほしいという要請のもとに行う再調査で、期間は11月24日から12月8日の2週間。結果は、年内中に発表する。

#### 2) 「食と健康フェスタ」の実証実験について

11月1日から食と健康の実証実験を行なっている店舗で、試飲・試食会を11月下旬から、そして健康応援キャンペーンを12月から1か月間行なう。

11月30日には新聞折り込みチラシを入れ、12月中旬には啓発タブロイド誌を配布する。

#### ●実証実験店舗

・ハックドラッグ東急SC店、フィットケア・エクスプレスセンター南店

### 3. 今後の開催について

第5回 平成30年1月18日15:00~17:00

第6回 平成30年2月 2日15:00~17:00

以上

### 平成29年度第6回 調剤推進委員会 議事録

日時:平成29年12月7日(木) 10:00~12:00

場所:日本チェーンドラッグストア協会 東京事務所

出席者:

委員長 榊原 栄一 (株)スギ薬局 代表取締役会長  
 委員 大竹 富治 (株)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 多田 昌央 (株)トモズ 薬剤部長  
 委員 久保 聡 (株)スギ薬局 ウェルネス事業部  
 関東営業二部 部長  
 委員 本橋 勝 ウエルシア薬局(株) 執行役員  
 調剤在宅本部 薬剤師・登録販売者教育部 部長  
 事務局 中澤 一隆 JACDS専務理事  
 議事

#### 1. 薬科大学・薬学部向け協会パンフレットについて

事務局から、明日8日の理事会にて披露ののち、大学、自治体、会員企業に送付する旨を報告。

#### 2. 薬学実務実習受け入れ基準について

事務局作成の原案をたたき台に審議。意見を踏まえた修正案を事務局で作成し、次回委員会に提出することとなった。

#### 3. 調剤推進計画について

処方箋数の将来の動向などについて意見交換。企業それぞれの戦略もあり、具体的に書くのは差し控えるべきではないかなどの慎重な意見があった。

#### 4. こども薬剤師コーナー実施に向けて

次のとおり合意。

- ①内容 昨年をベースとする。散剤の分包も実施。
- ②機材の提供 トーショーに依頼
- ③参加の呼びかけ 昨年参加の龍生堂と千葉薬品に声掛け
- ④実行委員会 委員長は本橋委員 1月24日10時から開催

#### 5. その他

今回は2月7日、10時から開催。

以上

### 平成29年度第7回 調剤推進委員会 議事録

日時:平成30年2月7日(水) 10:00~12:00

場所:日本チェーンドラッグストア協会 東京事務所

出席者:

委員長 榊原 栄一 (株)スギ薬局 代表取締役会長

委員 大竹 富治 (株)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 多田 昌央 (株)トモズ 薬剤部長

委員 久保 聡 (株)スギ薬局 ウェルネス事業部  
 関東営業二部 部長

委員 本橋 勝 ウエルシア薬局(株) 執行役員  
 調剤在宅本部 薬剤師・登録販売者教育部 部長  
 事務局 中澤 一隆 JACDS専務理事  
 議事

#### 1. 薬学実務実習受け入れガイドラインについて

処方箋の集中率要件と8疾患の要件を一つにまとめた。また、経費については、私学の安いところと国立の中間を根拠に金額が決定された。

#### 2. 調剤推進計画について

委員による意見交換が行われ、伸び率からの機械的な推計を基本にかい離を強調し、かい離解消方を提示する内容とすることで合意があった。介護、在宅の一層の推進が柱となるとの意見があった。

#### 3. こども薬剤師体験コーナーの実施について

実行委員会(1月24日)の報告。ブース費用の折半について合意。支払いと入館証の必要数について連絡されたい旨事務局から依頼があった。

#### 4. その他

今回は3月8日(木) 10:00~

以上

### 平成29年度第8回調剤推進委員会 議事録

日時:平成30年3月8日(水) 10:00~12:00

場所:日本チェーンドラッグストア協会 東京事務所

出席者:

委員長 榊原 栄一 (株)スギ薬局 代表取締役会長  
 委員 大竹 富治 (株)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 多田 昌央 (株)トモズ 薬剤部長  
 委員 久保 聡 (株)スギ薬局 ウェルネス事業部  
 関東営業二部 部長  
 委員 本橋 勝 ウエルシア薬局(株) 執行役員  
 調剤在宅本部 薬剤師・登録販売者教育部 部長  
 事務局 中澤 一隆 JACDS専務理事  
 議事

#### 1. 薬学実務実習受け入れ薬局ガイドラインについて

常任理事会報告時の意見を踏まえ、ガイドラインを一部修正(実習生の指導体制に関し1項目追加)。

#### 2. 薬学実務実習受け入れ薬局ガイドラインの使い方について

事務局案につき意見交換。内容の一部を修正(低額の経費負担としていることの趣旨を明記)■ 教育内容や指針については、既に公的な「薬学実務実習ガイドライン」が存在し定着していることから、協会独自に作成する必要はないとの結論となった。

#### 3. こどもやくざいし体験コーナーについて

準備状況について実行委員長から報告

#### 4. その他

今回は5月9日。調剤推進計画について審議の予定。

## 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掲載しています。

### 1. 登録販売者試験受験対策支援

全ての教材について発送を開始しました。

申込書の受付と代金の入金確認後、3営業日程度を目途に発送いたします。

#### ●「登録販売者試験受験対策テキスト(上・下巻)」2018年度登録販売者試験対応版

- ・厚生労働省通知『試験問題の作成に関する手引』の解説と学習のポイント・受験対策のポイントを掲載。
- ・試験の手引きの全体の解説と学習のポイント・受験対策のポイントを掲載しています。
- ・試験範囲全体の理解が深まり、継続的記憶に役立ちます。
- ・過去問題集とのセットで学習すると、本番の試験に向け、大きな成果につながります。

#### ●受験対策 重要ワード集

#### ●2017年 都道府県登録販売者試験 過去問題集

- ・2017年に実施された、登録販売者試験問題を掲載した過去問題集です。
- ・各章ごとに問題を整理し、効率よく、無理なく試験問題の傾向と対策を確実につかむことができます。
- ・問題集とeラーニングの併用で、効果的に学習できます。

申込用紙は以下の URL からダウンロード可能です。

<URL [http://www.jacds.gr.jp/tourokuhanbaisya/2018\\_moushikomi\\_jacds.xls](http://www.jacds.gr.jp/tourokuhanbaisya/2018_moushikomi_jacds.xls)>

### 2. 「コンシェルジュマスター研修」ご案内

日本チェーンドラッグストア協会の基本方針にも掲げられ、業界をあげて取り組む「街の健康ハブステーション」構想にかかせないのは、健康案内人「コンシェルジュマスター」の育成です。日本薬業研修センターでは、生活者の健康寿命延伸に貢献できる「コンシェルジュマスター」を養成する「コンシェルジュマスター研修」をスタートしました。生活者の健康寿命延伸のため、ドラッグストアで様々な健康と美容の相談や要望、悩みに対応していく重要な役割を担うため、「コンシェルジュマスター研修」をご活用下さい。

【資料:後頁 2 ページ分あり】

### 3. 「健康サポート薬局研修」ご案内

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

【資料:後頁 6 ページ分あり】

### 3. 介護情報提供員の募集について

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

【資料:後頁 2 ページ分あり】

#### 4. 薬剤師資質向上研修ネットセミナー・集合研修 募集のご案内

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

【資料：後頁 2 ページ分あり】

#### 5. 「アドバイザー養成講座」受講生を募集中

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

【資料：後頁 3 ページ分あり】

#### 6. ダブルライセンス認定制度を実施

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

ぜひ、企業や店舗の成長に貢献する人材育成の制度として、ご活用ください。

【資料：後頁 2 ページ分あり】

#### 7. 日本ヘルスケア協会 ご案内

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

【資料：後頁5ページ分あり】

#### 8. 「薬剤師賠償責任保険」のご案内

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

【資料：後頁3ページ分あり】

#### 9. 「そらぶちキッズキャンプを創る会」支援について

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

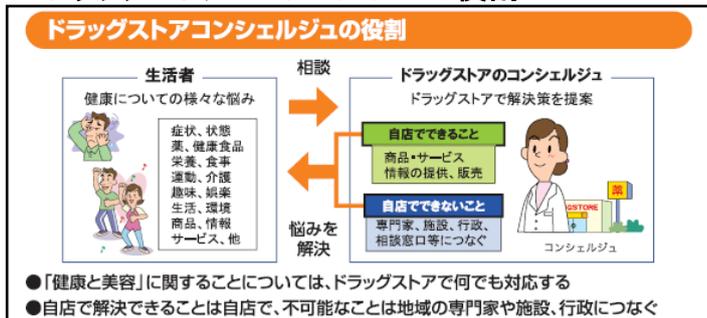
【資料：後頁 1 ページ分あり】

# 幅広い健康づくりのためのプログラムを学習できる 「コンシェルジュマスター研修」実施中

日本チェーンドラッグストア協会の基本方針にも掲げられ、業界をあげて取り組む「街の健康ハブステーション」構想にかかせないのは、健康案内人「コンシェルジュマスター」の育成です。

日本薬業研修センターでは、生活者の健康寿命延伸に貢献できる「コンシェルジュマスター」を養成する「コンシェルジュマスター研修」を実施しております。生活者の健康寿命延伸のため、ドラッグストアで様々な健康と美容の相談や要望、悩みに対応していく重要な役割を担うため、「コンシェルジュマスター研修」をご活用下さい。

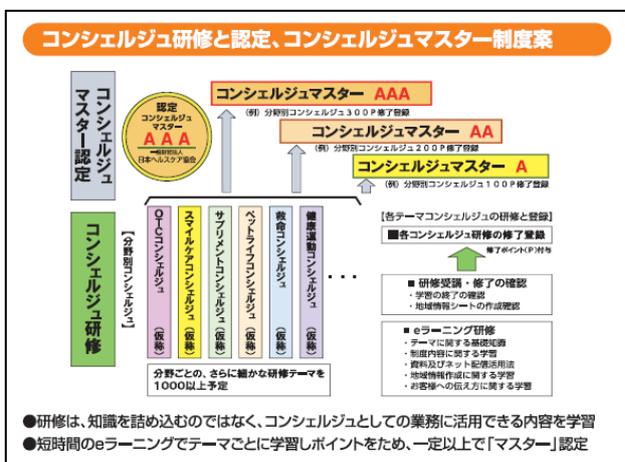
## ■ ドラッグストアコンシェルジュの役割 ■



健康維持や健康づくりにかかわる相談ごとは、幅広くあります。薬やサプリメント、食事、運動、介護、環境、趣味など、日常生活にかかわる数多くの相談に、ドラッグストアで対応しなければなりません。

生活者からの相談に、自店で取扱っている商品やサービスを提供して悩みを解決したり、自店では解決できない場合は、地域の専門家や相談窓口の紹介を行うことが重要です。

## ■ コンシェルジュ研修と認定 ■



日本薬業研修センターでは、コンシェルジュ研修として、1000以上の幅広い健康に関わる研修テーマを用意し提供していきます。

医薬品やスマイルケア、ペットなどの分野ごとに細かなテーマの研修を用意し、テーマを修了するごとに内容に応じて数ポイントが付与されます。

ポイント数により、「コンシェルジュマスターA」、「コンシェルジュマスターAA」、「コンシェルジュマスターAAA」の称号が、一般財団法人日本ヘルスケア協会（認定委員会）より与えられます。

## ■ 会員向けコンシェルジュ学習内容 ■

コンシェルジュマスター研修のコンテンツ内容	
コンテンツの範囲	健康と美容およびその周辺テーマに関するコンテンツに特化した内容
提供する3つの情報	「基本情報」と「コンシェルジュ研修情報」「商品・サービス情報」の3情報提供
・基本情報	基本用語、成分、疾病や症状対応、使用方法等に関する情報提供
・コンシェルジュ研修情報	各テーマごとに、コンシェルジュ機能を修得できる情報
・商品・サービス情報	メーカー協力による商品紹介（法律に抵触しない範囲・方法で）
地域情報の収集	店舗周辺の専門施設や機関、組織、サービス事業者、行政窓口などを調べて記録
添付情報	公的資料、協力者制作資料、動画、メーカーCM等をリンク、情報精度を高める情報

会員向けコンシェルジュ研修は、知識を詰め込むことを目的にしておらず、生活者の悩みを一緒に解決する方法を探せることを目的としています。そのため学習内容は、相談窓口としての一定の基礎知識や書籍、データなどの資料を活用し悩みを解決する方法の提案を行うための学習となっております。

また、自店で解決できない相談には、地域の専門家や施設などを紹介、案内できるような知識情報をまとめたフォームや資料の作成を行います。

## 「コンシェルジュ研修コース」テーマ(一例紹介、1000コンテンツを予定)

各テーマは、それぞれ複数のコンテンツで構成されています。

※現在、学習できるコンテンツは、テーマの前に★印がついています。

★オリエンテーション講座		ベビーケア	コンテンツ
テーマ	■食と健康	コンテンツ	
	食と栄養	ベビー用品	赤ちゃんの食事/赤ちゃんの入浴/赤ちゃんの睡眠/その他
	★スマイルケア食	ベビーケア	赤ちゃんの健康/赤ちゃんの快適生活/赤ちゃんの行事/その他
	★スマイルケア食「赤」	妊娠・出産	妊娠から出産までの基本知識/快適マタニティライフ/その他
	★知っておきたい健康食品とサプリメント	健康維持生活	コンテンツ
その他	★高齢者の運動の必要性	高齢者の運動の必要性/ながら筋トレ体操/カーブスの紹介	
テーマ	■ヘルスケア	ペット飼育	ペットフード知識/ペットの健康と飼育/ペットと社会/その他
	★正しい薬の飲み方・使い方	救急救命	心肺停止状態蘇生法/AED機器使用法/予防法/その他
	★血圧の正しい測定法	健康関連制度	コンテンツ
	医薬品	薬機法	医薬品の分類/販売制度/薬局許可/店舗販売業/調剤業務/他
	ヘルスケア用品	医療費控除制度	医療費控除/セルフメディケーション税制/その他
サポート用品	社会保障制度	国民医療費/健康保険制度/健康寿命延伸政策/その他	
テーマ	■ビューティケア	コンテンツ	
	化粧品	部位別ケア	ネイルケア・ネイルアート法/ヘアメイク法/膝・腰元気法/他
	ビューティケア用品	部位別対処法	フットケア・管理法/毎日の肌管理法/受診勧奨法/その他
テーマ	■加齢生活ケア	コンテンツ	
	加齢用品	美と健康管理	検査数値の読み方/検査機器の正しい使い方と管理法/他
	介護用品	地域情報	分野別関係機関・施設・行政等の把握/地域健康情報/その他
サポート用品	その他	疾病の診療所・病院・専門病院の治療/関係機関の仕事/その他	

### ■ コンシェルジュ研修受講方法 ■

学習方法：eラーニング(セルメ・プラザから学習できます)

年会費：2018年夏頃までは無料で受講が可能

受講対象者：登録販売者、薬剤師、など主に店舗販売従事者向け(以下の方には特典有)。

申込方法：受講を希望される企業の方は、日本薬業研修センター事務局まで、お問合せ下さい。

申込フォームをお送りしますので、企業で取りまとめてお申込み下さい。

※日登協A会員の方でセルメ・プラザに登録されている方は、すでにコンシェルジュ研修はアップされています。

※日登協A会員の方でも、JACDS認定アドバイザーの方は、ポイント加算を行うため、申込フォームにお名前とアドバイザー認定番号を記入下さい。

	特典	コンシェルジュ会員申込
日登協A会員	無料で受講できます。 (2018年夏以降も無料で受講できます。)	不要です。セルメ・プラザに登録後、自動的にセルメ・プラザの教育コースのページに「コンシェルジュマスター研修」をアップします。
JACDS認定 アドバイザー	オリエンテーション講座受講後、マスターA認定が交付され、その後無料で受講できます。 (2018年夏以降も無料で受講できます。)	日本薬業研修センターに以下の申込書に必要項目を記載のうえ、お申込下さい。

コンシェルジュ研修受講申込・問合せ先：日本薬業研修センター

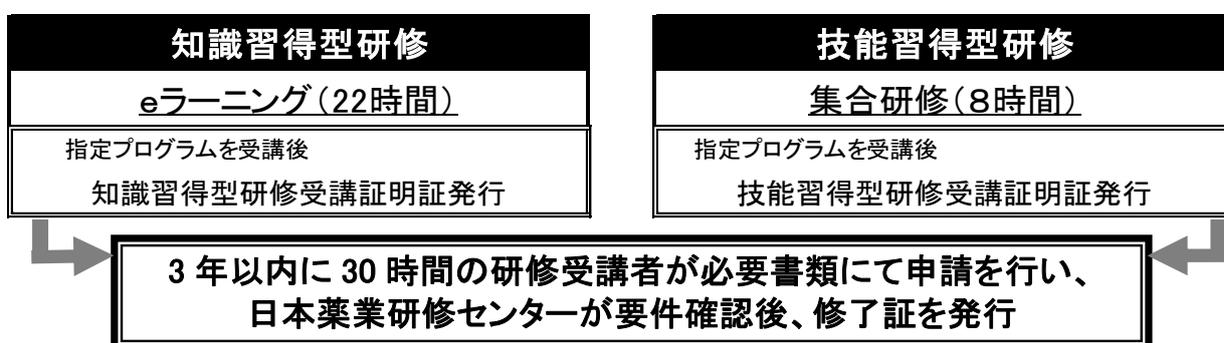
TEL:045-478-5453    FAX:045-478-5461    Mail:cme@yakken-ctr.jp

～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**

日本薬業研修センターでは、昨年より健康サポート薬局研修を実施しています。健康サポート薬局研修の技能習得型研修は、昨年3月の千葉からスタートし、7月より、本格的に各地での研修を実施しています。受講者からのアンケートでは、「健康サポート薬局の基本的な機能・役割が良く理解できた」「地域包括ケアシステムや包括センターの具体的な取り組みについて学べる良い機会となった」「来局者への対応の様々なケースを想定しての講義とディスカッションは、とても勉強になった」との声が寄せられています。

千葉、仙台、大阪等では、地域の薬務課の方も来場され、講義を行って頂きました。今後も、行政とも連携した健康サポート薬局研修を実施していくことを予定しています。

■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		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、日本薬局協会の、日本女性薬局経営者の会に所属の方は、協利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研修を実施の企業・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。

### 〔平成30年度 技能習得型研修開催予定日程・地区〕

※各会場、30名以下の場合は開催を見合わせる場合があります。

No.	開催日	地区	会場	研修時間
1	2018年5月13日(日)	東京都文京区	MK御茶ノ水ビル	9時30分～19時
2	2018年5月20日(日)	長野県長野市	マツモトキヨシ甲信越販売 本社	9時30分～19時
3	2018年6月10日(日)	東京都渋谷区	協励会館	9時～17時40分
4	2018年7月8日(日)	大阪府大阪市	新大阪第一生命ビル	9時30分～19時

● 上記以外にも、神奈川県、関西地区等での開催を調整しています。  
● 日程は、決定次第ホームページ( <http://www.yakken-ctr.jp/kensup/> )にアップします。  
● 開催地区のご要望等ございましたら、ご連絡下さい。

## ■申込・受講の流れ

### 〔技能習得型研修〕

募集・申込
・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。 ・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。 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
・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)。

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下さい。

### 〔知識習得型研修〕

受講申込・受講開始
・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。 ・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。

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。

●平成 30 年度 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、空白でも構いません。

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

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

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

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

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

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

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

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

## ■申込手続きの流れ

1) 企業申込の場合

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

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

③開催日の 2 週間前までに受講案内を企業宛にメールにて送付します。

当日の受付時に必要となりますので、受講者へお渡しください。

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

2) 個人申込の場合

①申込書に必要事項を記入し、FAX、またはメールにてお申し込みください。

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

開催の 2 週間前までに、お振込み願います。

③入金確認後、開催日の 2 週間前までに受講案内をメールにて送付します。

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

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

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

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

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

申し込み・  
問合せ先

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

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

TEL:045-478-5453 FAX:045-478-5461 E-mail:support@yakken-ctr.jp

<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)

「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	5月13日(日)	東京都文京区	MK御茶ノ水ビル	名	名	名	名	
2	5月20日(日)	長野県長野市	マツモトキヨシ甲信越 販売本社	名	名	名	名	
3	6月10日(日)	東京都渋谷区	協励会館	名	名	名	名	
4	7月8日(日)	大阪府大阪市	新大阪第一生命ビル	名	名	名	名	

研修時間は、No1, 2, 4は、9時30分～19時、No3は、9時～17時40分を予定しております。

■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。

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

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

※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研修での受講か選択して下さい。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		
〔記入例〕	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		
企業 個人		○	○	○	○	神奈川県	20~25	20~25	15~20	20~25	H29.4頃
	○				○	静岡県			3~5		
	○		○	○	○	大阪府	1	1	1	1	H29.3頃

※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

# 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。

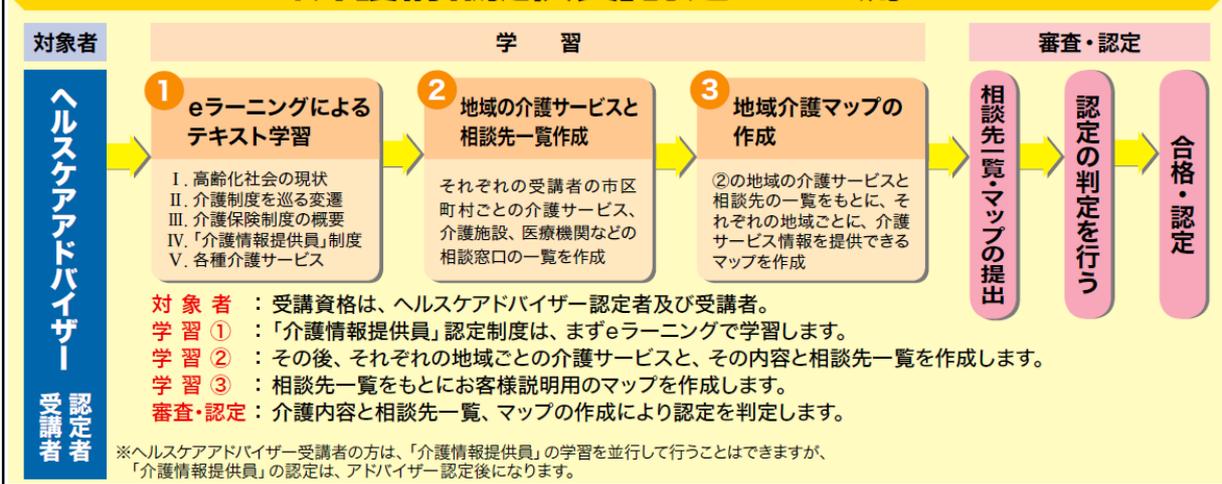
## ■ 主なカリキュラム

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



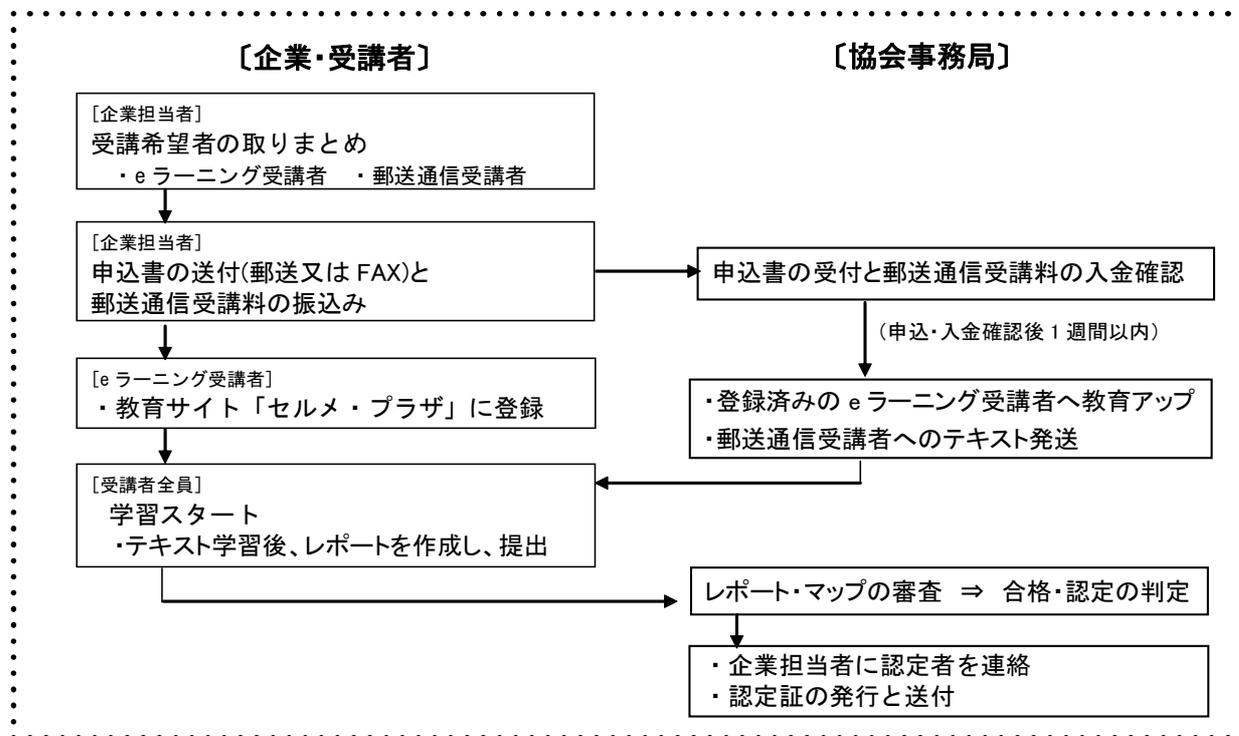
## ■ 学習の狙い

- 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: 日本チェーンドラッグストア協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: 日本チェーンドラッグストア協会に加盟する団体・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

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

○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。

## 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

〒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

**募集締切日 2018年5月20日**

第35期  
(2018年6月生)  
**募集中**

**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。

**ヘルスケアアドバイザー**

**養成講座**

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	2018年5月20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

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)

第23期生  
(2018年6月生)  
募集中

募集締切日 2018年5月20日

## 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

2018年5月20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

ビューティケアアドバイザー

養成講座

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。

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)

第25期生  
(2017年8月生)  
募集中

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

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しています。

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

主なカリキュラム
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

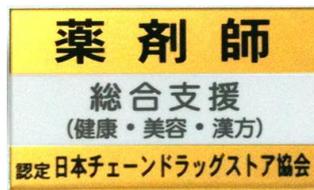
# ダブルライセンス認定制度

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

## より意欲の高い専門家としてダブルライセンス取得者を広くアピール

### ●お客様にダブルライセンスの方をアピールするポスター（配布物2）

当店にはWライセンス認定者がいます

# ダブルライセンス認定者

薬剤師や登録販売者の資格を持ち、さらに皆様の悩みや相談に応える知識を習得したアドバイザーや、複数の専門領域を学んだ、JACDS認定アドバイザーがいます。

ネームプレートに、皆様の悩みや相談にお答えできる専門分野(認定名)が明記されています。

健康支援 健康づくり 漢方支援 漢方薬の活用  
育児支援 妊娠・出産・育児 美容支援 美と健康

総合支援 複数領域を学んでいる認定者です

お気軽にご相談ください! JACDS 日本フェンドラッグストア協会

薬剤師 健康支援  
登録販売者 総合支援 (健康・美容)  
JACDS認定 アドバイザー 総合支援 (美容・育児・漢方)

より専門領域を広げたダブルライセンスの方を、紹介するポスターを作成。認定者に送付しますので、店頭でお客様にアピールしていただくため活用ください。

## 申込・手続き方法と認定者への配布物

### ●現在、認定者の方で、ダブルライセンス認定の対象者

登録内容の確認のため、申込用紙に必要事項を記入の上、事務局までお申し込み下さい。ネームプレートとポスターを無料で発行します。(新規更新登録の場合は、更新料に含まれます) 申込用紙は、人材育成センターのHPに掲載していますので、ダウンロードして下さい。または、お電話でお問い合わせください。

### ●認定者への配布物

◆1：ネームプレート（横6cm×縦3.5cm） ◆2：告知用ポスター（A3サイズ）

## 現在、未更新者の方

●過去にアドバイザーの認定を受け、認定期間中にポイントを達成できなかった方や更新手続きを行わなかった方は、現在「未更新者」となっており、ダブルライセンスの対象となっておりません。再認定のための条件を用意しておりますので、事務局までお問い合わせください。

●以前、1つだけアドバイザーを取得されていて現在未更新の方で、ダブルライセンスを目指したい方も、同様に救済策の対象となります。

- 【救済例】 ①問題・レポートでポイント達成を目指す  
②認定試験を受験する、他

未更新期間や認定時の状況により、有料の場合もあります。  
再認定の時は、登録費用は有料となります。

### お問合せ先

## 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

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

# 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 **今西 信幸**  
(一財)東京薬科大学付属  
ヘルスケア研究所 理事長)



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

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

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

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

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

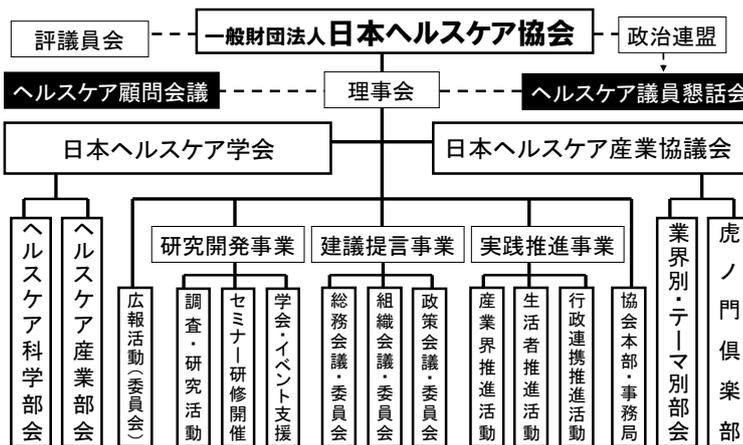
ヘルスケアに関する有識者、産業、関係者の多くの方々に、当協会活動にご参加いただきますようお願い申し上げます。

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

- 1) わが国のヘルスケアを実践する  
新しいロジックや環境を整備します
- 2) ヘルスケア産業育成と効果的かつ効率的の実践を実現します
- 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
- 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

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

### 「一般財団法人日本ヘルスケア協会」組織概要



#### ○日本ヘルスケア学会 会長(2会長制)



(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 会長  
ヘルスケア科学部会 部会長  
**今西 信幸**  
(一財)東京薬科大学付属  
ヘルスケア研究所 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)

## ■ 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。

### ◎ その他

ヘルスケア顧問会議、ヘルスケア議員懇話会が提案、意見、指導、アドバイスを送ってくれます。

### ◎ 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、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。

## ■ 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。

### ◎研究、協議活動

部会、研究会が個々の課題解決に向け、検討会を行なっています。そして、年1回発表会を行います。

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。



活動方針発表会 1000人を超える関係者が集合

### ◎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。



ジャパンドラッグストアショーでヘルスケア事業推進内容を発表



ライフスタイルビジョン for シニアを開催

### ◎業界基準向上認定活動

優れた取組みについて認定する活動をしています(優良配置販売業者、コンシェルジュ、救急救命AED指導員など)。

### ◎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。

ヘルスケア議員懇話会(会長:林芳正参議院議員)では、われわれの提案に賛同し、直接、塩崎厚労大臣に、検体測定室の見直しを要望。今秋を目途に改正が実現!



要望書を手渡すヘルスケア議員懇話会の面々

### ◎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、より効果効率的に実現するために、関係する機関や業界、企業に連携を図ってまいります。



東京薬科大学で「医療コミュニケーション」講座を受託、実施



救急救命・AED指導員養成講習を実施



「ながら筋トレ体操」を開発。普及推進を目指す

### ◎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。

### ◎各種ヘルスケアイベントへの協力活動

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も協力。



ペット飼育のメリットを啓発するパンフレットを作成



機能性表示食品フォーラムに協力



日本医真菌学会総会・学術大会  
区民公開シンポジウムに協力

## ■ 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

- 2018年2月15日午後4時から2019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30年

### ■薬局および店舗販売業契約(1店舗あたり保険料)

＜補償内容＞

業務危険: 1事故1億 保険期間中3億 免責3万

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

※人格権侵害の支払限度額、免責金額は、基本契約(業務危険・施設危険)と同一

＜年間保険料＞

3,460円

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

### ■勤務薬剤師・勤務登録販売者契約(1名あたり保険料)

＜補償内容＞

Aタイプ: 業務危険1事故1,000万円 期間中3,000万円 免責0

Bタイプ: 業務危険1事故3,000万円 期間中9,000万円 免責0

Cタイプ: 業務危険1事故1億 期間中3億 免責0

※人格権侵害の支払限度額、免責金額は、基本契約と同一

＜年間保険料＞

Aタイプ: 1,260円

Bタイプ: 1,420円

Cタイプ: 1,610円

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

seriousfun camp

founded by paul newman



そらぷちキッズキャンプ  
北海道滝川市丸加高原

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

難病とたたかう子どもたちの医療ケア付自然体験施設

# そらぷちキッズキャンプ。

現在、日本では約20万人の  
子どもたちが難病とたたかっています。

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



加盟店舗に募金箱を  
設置しました。

日本チェーンドラッグストア協会はそらぷちキッズキャンプを応援しています

JACDS  
日本チェーンドラッグストア協会

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

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

solaputi kids' camp  
a seriousfun camp  
founded by paul newman

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

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

## 行政・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. 情報通信技術を利用した事業場外勤務の適切な導入及び実施のためのガイドラインの周知依頼について—労働基準局・雇用環境均等局(3月6日)

テレワークの普及・推進のためのガイドラインです。ご興味のある方はご覧下さい。よろしくお願いします。

【資料:後頁34ページ分あり】

#### 2. 学会展示ブース等における医薬品関係者向け広告資材の一般参加者への配布について

—医薬・生活衛生局(3月26日)

医療用医薬品等の広告資材が医療関係者以外の一般人への配布が想定される場合には、広告制限に該当するので留意する必要があるということです。【資料:後頁1ページ分あり】

#### 3. 一般用生薬製剤の添付文書等に記載する使用上の注意について

—医薬・生活衛生局(3月29日)

一般用生薬製剤の使用上の注意をより見やすく、わかりやすいものとするための事例の周知を依頼されました。後頁にありますので、ご覧下さい。なお、2020年9月末日までに改めるよう通知されています。

【資料:後頁41ページ分あり】

文言の間違いがあったとの通知がきました。漢方⇒生薬だそうです。【資料:後頁1ページ分あり】

#### 4. 「試験問題の作成に関する手引き」の改訂について—医薬・生活衛生局(3月29日)

手引きの改訂が行われるので、周知依頼がありました。よろしくお願いします。埼玉県から4月4日に連絡文書が届きましたので、掲載します。厚労省のホームページをご覧下さい。【資料:後頁2ページ分あり】

#### 5. 第13次労働災害防止計画を踏まえた第三次産業における労働災害防止対策の推進について—労働基準局(3月30日)

—労働基準局(3月30日)

労働災害発生率の5%減少を目指して「働く人に安全で安心な店舗・施設づくり推進運動」の特設サイトができたそうです。また、チェックリストをいただきましたので、掲載します。ご活用下さい。

【資料:後頁5ページ分あり】

### 【経済産業省】【関東経産局】

#### 6. ドラッグストア販売統計月報について—経済産業省(2018年1月分)

ドラッグストア販売統計月報(確定版)の2018年1月分がアップされていますのでお知らせします。対象となっている企業様には引き続き販売等のデータ提供をよろしくお願い申し上げます。

【資料:後頁15ページ分あり】

#### 7. 軽減税率対策補助金のパンフレット改訂版について—関東経産局(3月21日)

「今日から始める消費税軽減税率対策」「消費税軽減税率まるわかりBOOK」の両パンフレットが、改訂されたそうです。補助金の申請期間の延長などが反映されました。中小企業庁のWEBサイトに公開されています。一度、ご覧いただきたく、よろしくお願いします。【資料:後頁なし】

★改訂版のパンフレットは中小企業庁のWEBサイトに公開されております★

<http://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/zeisei/2018/180319zeiseikaisei.htm>

## 【農林水産省】

## 8. 消費者庁の「栄養成分表示に関するパンフレット」について—食品流通課(3月15日)

栄養成分表示に関するパンフレットが消費者庁のホームページに公表されたので、参考に連絡してくれました。URLは以下のとおりですので、参考にしてください。よろしくお願ひします。【資料:後頁なし】

【パンフレット】

[http://www.caa.go.jp/policies/policy/food\\_labeling/information/pamphlets/#nutrition\\_labeling](http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/pamphlets/#nutrition_labeling)【食品や栄養に関する表示の制度について】

[http://www.caa.go.jp/policies/policy/food\\_labeling/health\\_promotion/#m05](http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/health_promotion/#m05)

(本件に関するお問い合わせ先) 消費者庁食品表示企画課西川課長補佐

代表: 03-3507-8800 (内線 2310) 直通電話: 03-3507-9218

## 9. 「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～牛乳・乳製品製造業～」の策定について—食料産業局・生産局、経産省大臣官房(3月28日)

ガイドラインが策定されました。取扱いのある会員企業様にはご活用いただきたく、よろしくお願ひします。

【資料:後頁48ページ分あり】【資料概要:後頁5ページ分あり】

## 【内閣官房】

## 10. 新規大学卒業予定者等の就職・採用活動開始時期について(要請)

—内閣官房副長官補付(4月3日)

2019年度卒業・修了予定者(2020年度入社予定者)に関して、広報活動開始時期は卒業年度に入る直前の3月1日以降、採用選考活動開始時期は卒業年度の6月1日となっています。よろしくお願ひします。

【資料:後頁11ページあり】

## 【東京都】

## 11. コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージの普及・促進について(依頼)

—生活文化局(3月28日)

流通・販売事業者に対し、電池工業会のガイドラインに準拠した誤飲防止パッケージを導入した製品の販売促進、安全に考慮した製品の普及に向けた協力をお願いされています。可能な範囲でけっこうですので、ご協力のほど、よろしくお願ひします。【資料:後頁11ページ分あり】

## 【公益財団法人 日本医療機能評価機構】

## 12. 薬局ヒヤリ・ハット事例収集・分析事業 第18回集計報告について

周知依頼がありましたので、お知らせします。なお、本報告書は日本医療機能評価機構のホームページで公開されていますので、ご覧下さい。調剤過誤の0運動にご協力のほど、よろしくお願ひします。【資料:後頁なし】

日本医療機能評価機構

<http://www.yakkyoku-hiyari.jcqh.or.jp/>

## 【一般社団法人日本クレジット協会】

## 13. 「改定版 POS ガイドライン」周知のお願い

—セキュリティ対策推進センター(3月30日)

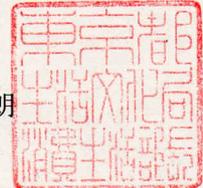
POS加盟店のIC対応を円滑に進めるための一助として、「ICカード対応POSガイドライン」「非接触EMV対応POSガイドライン」が改定されたそうです。会員企業への周知依頼がありましたのでご案内いたします。関心のある方は事務局までお問い合わせ下さい。【資料:後頁なし】



29生消生第587号  
平成30年3月28日

日本チェーンドラッグストア協会  
会長 青木 桂生 様

東京都生活文化局  
消費生活部長 三木 暁朗



コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージの普及促進について（依頼）

日頃より、東京都の消費生活行政に御理解と御協力をいただき、厚く御礼を申し上げます。

都は、子供がボタン電池等を誤飲し重い事故が起きていることから、平成27年度東京都商品等安全対策協議会の報告を受け、ボタン電池等の安全対策を早急に講じていただくよう、関係事業者団体等に対し提案・要望をさせていただきました。

また、ボタン電池等の中でも「コイン形リチウム電池」の誤飲は最悪の場合死に至る危険性があることから、製造事業者及び流通・販売事業者の皆様には、28生消生第350号により、電池工業会が策定した「コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージガイドライン」の活用と安全に配慮したパッケージの導入、同ガイドラインに準拠した製品の販売促進、安全に配慮した製品の普及をお願いしたところです。

電池工業会は、平成30年3月末を目処に同ガイドラインに準拠したパッケージの市場導入を進める予定とし、同工業会会員会社では、順次導入を開始しております。また、誤飲防止パッケージは、開封にハサミなどを必要とし、開け難さを伴うことから、消費者の認知度を高めて、安全な商品の普及を進めるため、周知用ポスターを作成し、普及啓発に取り組んでおります。

つきましては、流通・販売事業者の皆様には、引き続き、電池工業会のガイドラインに準拠した誤飲防止パッケージを導入した製品の販売を促進し、安全に配慮した製品の普及にご協力をお願いします。

なお、消費者への広報に際に電池工業会が作成した周知用ポスターをご活用いただけます。下記 URL からダウンロードしてご利用ください。

【周知用ポスター】

「パッケージが変わります！」（一般社団法人電池工業会）

[http://www.denchi.info/publication/package\\_change.pdf](http://www.denchi.info/publication/package_change.pdf)

【関連情報】

《一般社団法人電池工業会ウェブサイト》

コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージガイドライン（第2版）

<http://www.denchi.info/publication/packageguideline.pdf>

（担当）東京都生活文化局 消費生活部 生活安全課  
商品安全担当 吉本、尾崎  
電話 03-5388-3082 FAX 03-5388-1332

## 情報通信技術を利用した事業場外勤務の 適切な導入及び実施のためのガイドライン

### 1 趣旨

労働者が情報通信技術を利用して行う事業場外勤務（以下「テレワーク」という。）は、業務を行う場所に依じて、労働者の自宅で業務を行う在宅勤務、労働者の属するメインのオフィス以外に設けられたオフィスを利用するサテライトオフィス勤務、ノートパソコンや携帯電話等を活用して臨機応変に選択した場所で業務を行うモバイル勤務といった分類がされる。

いずれも、労働者が所属する事業場での勤務に比べて、働く時間や場所を柔軟に活用することが可能であり、通勤時間の短縮及びこれに伴う精神的・身体的負担の軽減、仕事に集中できる環境での就労による業務効率化及びこれに伴う時間外労働の削減、育児や介護と仕事の両立の一助となる等、労働者にとって仕事と生活の調和を図ることが可能となるといったメリットを有する。

また、使用者にとっても、業務効率化による生産性の向上、育児・介護等を理由とした労働者の離職の防止や、遠隔地の優秀な人材の確保、オフィスコストの削減等のメリットを有している。

上記のテレワークの形態ごとの特徴を例示すると以下のような点が挙げられる。

#### ① 在宅勤務

通勤を要しないことから、事業場での勤務の場合に通勤に要する時間を有効に活用できる。また、例えば育児休業明けの労働者が短時間勤務等と組み合わせ勤務することが可能となること、保育所の近くで働くことが可能となること等から、仕事と家庭生活との両立に資する働き方である。

#### ② サテライトオフィス勤務

自宅の近くや通勤途中の場所等に設けられたサテライトオフィスでの勤務は、通勤時間を短縮しつつ、在宅勤務やモバイル勤務以上に作業環境の整った場所で就労可能な働き方である。

#### ③ モバイル勤務

労働者が自由に働く場所を選択できる、外勤における移動時間を利用できる等、働く場所を柔軟に運用することで、業務の効率化を図ることが可能な働き方である。

さらに、平成27年に独立行政法人労働政策研究・研修機構において実施した「情報通信機器を利用した多様な働き方の実態に関する調査」においても、テレワークの実施の効果について、企業側は「従業員の移動時間の短縮・効率化」（※1）、「定型的業務の効率・生産性の向上」（※2）等の点を、

労働者側は「仕事の生産性・効率性が向上する」（54.4%）、「通勤による負担が少ない」（17.4%）等の点をそれぞれ挙げている。

その一方で、同調査においては、テレワークを行う上での問題や課題等についても挙げており、企業側は「労働時間の管理が難しい」（※3）、「情報セキュリティの確保に問題がある」（※4）等の点を、労働者側は「仕事と仕事以外の切り分けが難しい」（38.3%）、「長時間労働になりやすい」（21.1%）等の点をそれぞれ挙げている。

特に労働時間の管理や長時間労働の問題については、働き方改革実行計画（平成29年3月28日働き方改革実現会議決定）においても、テレワークが長時間労働につながるおそれがあることが指摘されている。

こうしたことから、テレワークにおける適切な労務管理の実施は、テレワークの普及の前提となる重要な要素であるため、本ガイドラインにおいてその留意すべき点を明らかにしたものである。

（※1）終日在宅勤務：35.7%、1日の一部在宅勤務：44.9%、モバイルワーク：58.4%

（※2）終日在宅勤務：35.7%、1日の一部在宅勤務：28.6%、モバイルワーク：54.5%

（※3）終日在宅勤務：30.9%、1日の一部在宅勤務：42.0%、モバイルワーク：40.3%

（※4）終日在宅勤務：27.3%、1日の一部在宅勤務：28.0%、モバイルワーク：42.3%

## 2 労働基準関係法令の適用及び留意点等

### （1）労働基準関係法令の適用

労働基準法上の労働者については、テレワークを行う場合においても、労働基準法（昭和22年法律第49号）、最低賃金法（昭和34年法律第137号）、労働安全衛生法（昭和47年法律第57号）、労働者災害補償保険法（昭和22年法律第50号）等の労働基準関係法令が適用されることとなる。

### （2）労働基準法の適用に関する留意点

#### ア 労働条件の明示

使用者は、労働契約を締結する際、労働者に対し、賃金や労働時間のほかに、就業の場所に関する事項等を明示しなければならない（労働基準法第15条、労働基準法施行規則（昭和22年厚生省令第23号）第5条第1項第1の3号）。その際、労働者に対し就労の開始時にテレワークを行わせることとする場合には、就業の場所としてテレワークを行う場所を明示しなければならない。また、労働者がテレワークを行うことを予定している場合においては、自宅やサテライトオフィス等、テレワークを行うことが可能である就業の場所を明示することが望ましい。

なお、労働者が専らモバイル勤務をする場合等、業務内容や労働者の都

合に合わせて働く場所を柔軟に運用する場合は、就業の場所についての許可基準を示した上で、「使用者が許可する場所」といった形で明示することも可能である。

また、テレワークの実施とあわせて、始業及び終業の時刻の変更等を行うことを可能とする場合は、就業規則に記載するとともに、その旨を明示しなければならない（労働基準法施行規則第5条第1項第2号）。

## イ 労働時間制度の適用と留意点

使用者は、原則として労働時間を適正に把握する等労働時間を適切に管理する責務を有していることから、下記に掲げる各労働時間制度の留意点を踏まえた上で、労働時間の適正な管理を行う必要がある。

### (ア) 通常の労働時間制度における留意点

#### (i) 労働時間の適正な把握

通常の労働時間制度に基づきテレワークを行う場合についても、使用者は、その労働者の労働時間について適正に把握する責務を有し、みなし労働時間制が適用される労働者や労働基準法第41条に規定する労働者を除き、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」（平成29年1月20日策定）に基づき、適切に労働時間管理を行わなければならない。

同ガイドラインにおいては、労働時間を記録する原則的な方法として、パソコンの使用時間の記録等の客観的な記録によること等が挙げられている。また、やむを得ず自己申告制によって労働時間の把握を行う場合においても、同ガイドラインを踏まえた措置を講ずる必要がある。

#### (ii) テレワークに際して生じやすい事象

テレワークについては、以下のような特有の事象に留意する必要がある。

##### ① いわゆる中抜け時間について

在宅勤務等のテレワークに際しては、一定程度労働者が業務から離れる時間が生じやすいと考えられる。

そのような時間について、使用者が業務の指示をしないこととし、労働者が労働から離れ、自由に利用することが保障されている場合には、その開始と終了の時間を報告させる等により、休憩時間として扱い、労働者のニーズに応じ、始業時刻を繰り上げる、又は

終業時刻を繰り下げることや、その時間を休憩時間ではなく時間単位の年次有給休暇として取り扱うことが考えられる。なお、始業や終業の時刻の変更が行われることがある場合には、その旨を就業規則に記載しておかなければならない。また、時間単位の年次有給休暇を与える場合には、労使協定の締結が必要である。

② 通勤時間や出張旅行中の移動時間中のテレワークについて

テレワークの性質上、通勤時間や出張旅行中の移動時間に情報通信機器を用いて業務を行うことが可能である。

これらの時間について、使用者の明示又は黙示の指揮命令下で行われるものについては労働時間に該当する。

③ 勤務時間の一部でテレワークを行う際の移動時間について

午前中だけ自宅やサテライトオフィスで勤務をしたのち、午後からオフィスに出勤する場合等、勤務時間の一部でテレワークを行う場合がある。

こうした場合の就業場所間の移動時間が労働時間に該当するの  
か否かについては、使用者の指揮命令下に置かれている時間である  
か否かにより、個別具体的に判断されることになる。

使用者が移動することを労働者に命ずることなく、単に労働者自らの都合により就業場所間を移動し、その自由利用が保障されているような時間については、休憩時間として取り扱うことが考えられる。ただし、その場合であっても、使用者の指示を受けてモバイル勤務等に従事した場合には、その時間は労働時間に該当する。

一方で、使用者が労働者に対し業務に従事するために必要な就業場所間の移動を命じており、その間の自由利用が保障されていない場合の移動時間は、労働時間と考えられる。例えば、テレワーク中の労働者に対して、使用者が具体的な業務のために急きょ至急の出勤を求めたような場合は、当該移動時間は労働時間に当たる。

なお、テレワークの制度の導入に当たっては、いわゆる中抜け時間や部分的テレワークの移動時間の取扱いについて、上記の考え方に基  
づき、労働者と使用者との間でその取扱いについて合意を得ておく  
ことが望ましい。

(iii) フレックスタイム制

フレックスタイム制は、清算期間やその期間における総労働時間等

を労使協定において定め、清算期間を平均し、1週当たりの労働時間が法定労働時間を超えない範囲内において、労働者が始業及び終業の時刻を決定し、生活と仕事との調和を図りながら効率的に働くことのできる制度であり、テレワークにおいても、本制度を活用することが可能である。

例えば、労働者の都合に合わせて、始業や終業の時刻を調整することや、オフィス勤務の日は労働時間を長く、一方で在宅勤務の日の労働時間を短くして家庭生活に充てる時間を増やす、といった運用が可能である。(ア) (ii) ①のような時間についても、労働者自らの判断により、その時間分その日の終業時刻を遅くしたり、清算期間の範囲内で他の労働日において労働時間を調整したりすることが可能である。

ただし、フレックスタイム制は、あくまで始業及び終業の時刻を労働者の決定に委ねる制度であるため、(ア) (i) に示すとおり、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」に基づき、使用者は各労働者の労働時間の把握を適切に行わなければならない。

なお、フレックスタイム制の導入に当たっては、労働基準法第 32 条の 3 に基づき、就業規則その他これに準ずるものにより、始業及び終業の時刻をその労働者の決定に委ねる旨定めるとともに、労使協定において、対象労働者の範囲、清算期間、清算期間における総労働時間、標準となる 1 日の労働時間等を定めることが必要である。

#### (イ) 事業場外みなし労働時間制

テレワークにより、労働者が労働時間の全部又は一部について事業場で業務に従事した場合において、使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定することが困難なときは、労働基準法第 38 条の 2 で規定する事業場外労働のみなし労働時間制（以下「事業場外みなし労働時間制」という。）が適用される。

テレワークにおいて、使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定することが困難であるというためには、以下の要件をいずれも満たす必要がある。

- ① 情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこととされていないこと

「情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこととされていないこと」とは、情報通信機器を通じた使用者の指示

に即応する義務がない状態であることを指す。なお、この使用者の指示には黙示の指示を含む。

また、「使用者の指示に即応する義務がない状態」とは、使用者が労働者に対して情報通信機器を用いて随時具体的指示を行うことが可能であり、かつ、使用者からの具体的な指示に備えて待機しつつ実作業を行っている状態又は手待ち状態で待機している状態にはないことを指す。例えば、回線が接続されているだけで、労働者が自由に情報通信機器から離れることや通信可能な状態を切断することが認められている場合、会社支給の携帯電話等を所持していても、労働者の即応の義務が課されていないことが明らかである場合等は「使用者の指示に即応する義務がない」場合に当たる。

したがって、サテライトオフィス勤務等で、常時回線が接続されており、その間労働者が自由に情報通信機器から離れたり通信可能な状態を切断したりすることが認められず、また使用者の指示に対し労働者が即応する義務が課されている場合には、「情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこと」とされていると考えられる。

なお、この場合の「情報通信機器」とは、使用者が支給したものか、労働者個人が所有するものか等を問わず、労働者が使用者と通信するために使用するパソコンやスマートフォン・携帯電話端末等を指す。

## ② 随時使用者の具体的な指示に基づいて業務を行っていないこと

「具体的な指示」には、例えば、当該業務の目的、目標、期限等の基本的事項を指示することや、これら基本的事項について所要の変更の指示をすることは含まれない。

事業場外みなし労働時間制を適用する場合、テレワークを行う労働者は、就業規則等で定められた所定労働時間を労働したものとみなされる（労働基準法第 38 条の 2 第 1 項本文）。

ただし、業務を遂行するために通常所定労働時間を超えて労働することが必要となる場合には、当該業務に関しては、当該業務の遂行に通常必要とされる時間を労働したものとみなされる（労働基準法第 38 条の 2 第 1 項ただし書）。この「当該業務の遂行に通常必要とされる時間」は、業務の実態を最もよく分かっている労使間で、その実態を踏まえて協議した上で決めることが適当であるため、労使協定によりこれを定めることが望ましい。当該労使協定は労働基準監督署長へ届け出なければ

ならない（労働基準法第 38 条の 2 第 2 項及び第 3 項）。また、この場合、労働時間の一部について事業場内で業務に従事した場合には、当該事業場内の労働時間と「当該業務の遂行に通常必要とされる時間」とを加えた時間が労働時間となること、このため事業場内の労働時間については、（ア）（i）に示したとおり、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」に基づき適切に把握しなければならないことに留意が必要である。

事業場外みなし労働時間制が適用される場合、所定労働時間又は業務の遂行に通常必要とされる時間労働したものとみなすこととなるが、労働者の健康確保の観点から、勤務状況を把握し、適正な労働時間管理を行う責務を有する。

その上で、必要に応じ、実態に合ったみなし時間となっているか労使で確認し、結果に応じて、業務量を見直したり、労働時間の実態に合わせて労使協定を締結又は見直したりすること等が適当である。

なお、テレワークを行わず労働者が労働時間の全部を事業場内で業務に従事する日や、テレワークを行うが使用者の具体的な指揮監督が及び労働時間を算定することが困難でないときについては、事業場外みなし労働時間制の適用はない。

#### （ウ）裁量労働制の対象となる労働者のテレワークについて

専門業務型裁量労働制や企画業務型裁量労働制は、労使協定や労使委員会の決議により法定の事項を定めて労働基準監督署長に届け出た場合において、対象労働者を、業務の性質上その適切な遂行のためには遂行の方法を大幅に労働者の裁量に委ねる必要があるため、当該業務の遂行の手段及び時間配分の決定等に関し使用者が具体的な指示をしないこととする業務に就かせた場合には、決議や協定で定めた時間労働したものとみなされる制度である。裁量労働制の要件を満たし、制度の対象となる労働者についても、テレワークを行うことが可能である。

この場合、労使協定で定めた時間又は労使委員会で決議した時間を労働時間とみなすこととなるが、労働者の健康確保の観点から、決議や協定において定めるところにより、勤務状況を把握し、適正な労働時間管理を行う責務を有する。

その上で、必要に応じ、労使協定で定める時間が当該業務の遂行に必要とされる時間となっているか、あるいは、業務量が過大もしくは期限の設定が不適切で労働者から時間配分の決定に関する裁量が事実上失われていないか労使で確認し、結果に応じて、業務量等を見直すことが

適当である。

#### ウ 休憩時間の取扱いについて

労働基準法第 34 条第 2 項では、原則として休憩時間を労働者に一斉に付与することを規定しているが、テレワークを行う労働者について、労使協定により、一斉付与の原則を適用除外とすることが可能である。

なお、一斉付与の原則の適用を受けるのは、労働基準法第 34 条に定める休憩時間についてであり、労使の合意により、これ以外の休憩時間を任意に設定することも可能である。

また、テレワークを行う労働者について、本来休憩時間とされていた時間に使用者が出社を求める等具体的な業務のために就業場所間の移動を命じた場合、当該移動は労働時間と考えられるため、別途休憩時間を確保する必要があることに留意する必要がある。

#### エ 時間外・休日労働の労働時間管理について

テレワークについて、実労働時間やみなされた労働時間が法定労働時間を超える場合や、法定休日に労働を行わせる場合には、時間外・休日労働に係る三六協定の締結、届出及び割増賃金の支払が必要となり、また、現実に深夜に労働した場合には、深夜労働に係る割増賃金の支払が必要となる（労働基準法第 36 条及び第 37 条）。

このようなことから、テレワークを行う労働者は、業務に従事した時間を日報等において記録し、使用者はそれをもって当該労働者に係る労働時間の状況の適切な把握に努め、必要に応じて労働時間や業務内容等について見直すことが望ましい。

なお、労働者が時間外、深夜又は休日（以下エにおいて「時間外等」という。）に業務を行った場合であっても、少なくとも、就業規則等により時間外等に業務を行う場合には事前に申告し使用者の許可を得なければならず、かつ、時間外等に業務を行った実績について事後に使用者に報告しなければならないとされている事業場において、時間外等の労働について労働者からの事前申告がなかった場合又は事前に申告されたが許可を与えなかった場合であって、かつ、労働者から事後報告がなかった場合について、次の全てに該当する場合には、当該労働者の時間外等の労働は、使用者のいかなる関与もなしに行われたものであると評価できるため、労働基準法上の労働時間に該当しないものである。

- ① 時間外等に労働することについて、使用者から強制されたり、義務付けられたりした事実がないこと。

② 当該労働者の当日の業務量が過大である場合や期限の設定が不適切である場合等、時間外等に労働せざるを得ないような使用者からの黙示の指揮命令があったと解し得る事情がないこと。

③ 時間外等に当該労働者からメールが送信されていたり、時間外等に労働しなければ生み出し得ないような成果物が提出されたりしている等、時間外等に労働を行ったことが客観的に推測できるような事実がなく、使用者が時間外等の労働を知り得なかったこと。

ただし、上記の事業場における事前許可制及び事後報告制については、以下の点をいずれも満たしていなければならない。

① 労働者からの事前の申告に上限時間が設けられていたり、労働者が実績どおりに申告しないよう使用者から働きかけや圧力があつたりする等、当該事業場における事前許可制が実態を反映していないと解し得る事情がないこと。

② 時間外等に業務を行った実績について、当該労働者からの事後の報告に上限時間が設けられていたり、労働者が実績どおりに報告しないよう使用者から働きかけや圧力があつたりする等、当該事業場における事後報告制が実態を反映していないと解し得る事情がないこと。

### (3) 長時間労働対策について

テレワークについては、業務の効率化に伴い、時間外労働の削減につながるというメリットが期待される一方で、労働者が使用者と離れた場所で勤務をするため相対的に使用者の管理の程度が弱くなるおそれがあること等から、長時間労働を招くおそれがあることも指摘されている。

テレワークにおける労働時間管理の必要性については、(2)イで示したとおりであるが、使用者は、単に労働時間を管理するだけでなく、長時間労働による健康障害防止を図ることが求められている。

テレワークにおける長時間労働等を防ぐ手法としては、以下のような手法が考えられる。

#### ① メール送付の抑制

テレワークにおいて長時間労働が生じる要因として、時間外、休日又は深夜に業務に係る指示や報告がメール送付されることが挙げられる。

そのため、役職者等から時間外、休日又は深夜におけるメールを送付することの自粛を命ずること等が有効である。

#### ② システムへのアクセス制限

テレワークを行う際に、企業等の社内システムに外部のパソコン等から

アクセスする形態をとる場合が多いが、深夜・休日はアクセスできないよう設定することで長時間労働を防ぐことが有効である。

③ テレワークを行う際の時間外・休日・深夜労働の原則禁止等

業務の効率化やワークライフバランスの実現の観点からテレワークの制度を導入する場合、その趣旨を踏まえ、時間外・休日・深夜労働を原則禁止とすることも有効である。この場合、テレワークを行う労働者に、テレワークの趣旨を十分理解させるとともに、テレワークを行う労働者に対する時間外・休日・深夜労働の原則禁止や使用者等による許可制とすること等を、就業規則等に明記しておくことや、時間外・休日労働に関する三六協定の締結の仕方を工夫することが有効である。

④ 長時間労働等を行う労働者への注意喚起

テレワークにより長時間労働が生じるおそれのある労働者や、休日・深夜労働が生じた労働者に対して、注意喚起を行うことが有効である。

具体的には、管理者が労働時間の記録を踏まえて行う方法や、労務管理のシステムを活用して対象者に自動で警告を表示するような方法がある。

(4) 労働安全衛生法の適用及び留意点

ア 安全衛生関係法令の適用

労働安全衛生法等の関係法令等に基づき、過重労働対策やメンタルヘルス対策を含む健康確保のための措置を講じる必要がある。

具体的には、

- ・ 必要な健康診断とその結果等を受けた措置（労働安全衛生法第 66 条から第 66 条の 7 まで）
- ・ 長時間労働者に対する医師による面接指導とその結果等を受けた措置（同法第 66 条の 8 及び第 66 条の 9）及び面接指導の適切な実施のための時間外・休日労働時間の算定と産業医への情報提供（労働安全衛生規則（昭和 47 年労働省令第 32 号）第 52 条の 2）
- ・ ストレスチェックとその結果等を受けた措置（労働安全衛生法第 66 条の 10）

等の実施により、テレワークを行う労働者の健康確保を図ることが重要である。

また、事業者は、事業場におけるメンタルヘルス対策に関する計画である「こころの健康づくり計画」を策定することとしており（労働者の心の健康の保持増進のための指針（平成 18 年公示第 3 号））、当該計画にお

いて、テレワークを行う労働者に対するメンタルヘルス対策についても衛生委員会等で調査審議の上記載し、これに基づき取り組むことが望ましい。

加えて、労働者を雇い入れたとき又は労働者の作業内容を変更したときは、必要な安全衛生教育を行う等関係法令を遵守する必要がある（労働安全衛生法第 59 条第 1 項及び第 2 項）。

#### イ 自宅等でテレワークを行う際の作業環境整備の留意

テレワークを行う作業場が、自宅等の事業者が業務のために提供している作業場以外である場合には、事務所衛生基準規則（昭和 47 年労働省令第 43 号）、労働安全衛生規則及び「VDT 作業における労働衛生管理のためのガイドライン」（平成 14 年 4 月 5 日基発第 0405001 号）の衛生基準と同等の作業環境となるよう、テレワークを行う労働者に助言等を行うことが望ましい。

#### (5) 労働災害の補償に関する留意点

テレワークを行う労働者については、事業場における勤務と同様、労働基準法に基づき、使用者が労働災害に対する補償責任を負うことから、労働契約に基づいて事業主の支配下にあることによって生じたテレワークにおける災害は、業務上の災害として労災保険給付の対象となる。ただし、私的行為等業務以外が原因であるものについては、業務上の災害とは認められない。

在宅勤務を行っている労働者等、テレワークを行う労働者については、この点を十分理解していない可能性もあるため、使用者はこの点を十分周知することが望ましい。

### 3 その他テレワークの制度を適切に導入及び実施するに当たっての注意点

#### (1) 労使双方の共通の認識

テレワークの制度を適切に導入するに当たっては、労使で認識に齟齬のないように、あらかじめ導入の目的、対象となる業務、労働者の範囲、テレワークの方法等について、労使委員会等の場で十分に納得のいくまで協議し、文書にして保存する等の手続をすることが望ましい。

また、個々の労働者がテレワークの対象となり得る場合であっても、実際にテレワークを行うか否かは本人の意思によることとすべきである。

#### (2) 業務の円滑な遂行

テレワークを行う労働者が業務を円滑かつ効率的に遂行するためには、業務内容や業務遂行方法等を明確にして行わせることが望ましい。また、あらかじめ通常又は緊急時の連絡方法について、労使間で取り決めておくことが望ましい。

### (3) 業績評価等の取扱い

専らテレワークを行う労働者等、職場に出勤する頻度の低い労働者については、業績評価等について、評価者や労働者が懸念を抱くことのないように、評価制度及び賃金制度を明確にすることが望ましい。

特に、業績評価や人事管理に関して、テレワークを行う労働者について通常の労働者と異なる取扱いを行う場合には、あらかじめテレワークを選択しようとする労働者に対して当該取扱いの内容を説明することが望ましい。また、いつまでに何をするとといった形で、仕事の成果に重点を置いた評価を行う場合は、テレワークの場合であっても事業場での勤務と同様の評価が可能であるので、こうした場合は、評価者に対して、労働者の勤務状況が見えないことのみを理由に不当な評価を行わないよう注意喚起することが望ましい。

なお、テレワークを行う労働者について、通常の労働者と異なる賃金制度等を定める場合には、当該事項について就業規則を作成・変更し、届け出なければならないこととされている（労働基準法第 89 条第 2 号）。

### (4) 通信費、情報通信機器等のテレワークに要する費用負担の取扱い

テレワークに要する通信費、情報通信機器等の費用負担、サテライトオフィスの利用に要する費用、専らテレワークを行い事業場への出勤を要しないとされている労働者が事業場へ出勤する際の交通費等、テレワークを行うことによって生じる費用については、通常の勤務と異なり、テレワークを行う労働者がその負担を負うことがあり得ることから、労使のどちらが負担するか、また、使用者が負担する場合における限度額、労働者が請求する場合の請求方法等については、あらかじめ労使で十分に話し合い、就業規則等において定めておくことが望ましい。

特に、労働者に情報通信機器、作業用品その他の負担をさせる定めをする場合には、当該事項について就業規則に規定しなければならないこととされている（労働基準法第 89 条第 5 号）。

### (5) 社内教育等の取扱い

テレワークを行う労働者については、OJT による教育の機会が得がたい面

もあることから、労働者が能力開発等において不安に感じるものがないよう、社内教育等の充実を図ることが望ましい。

なお、社内教育等を実施する際は、必要に応じ、総務省が作成している「テレワークセキュリティガイドライン」を活用する等して、テレワークを行う上での情報セキュリティ対策についても十分理解を得ておくことが望ましい。

また、テレワークを行う労働者について、社内教育や研修制度に関する定めをする場合には、当該事項について就業規則に規定しなければならないこととされている（労働基準法第89条第7号）。

#### 4 テレワークを行う労働者の自律

テレワークを行う労働者においても、勤務する時間帯や自らの健康に十分に注意を払いつつ、作業能率を勘案して自律的に業務を遂行することが求められる。

# 情報通信技術を利用した事業場外勤務の適切な導入及び実施のためのガイドライン

平成30年2月22日、「情報通信技術を利用した事業場外勤務(テレワーク)の適切な導入及び実施のためのガイドライン」を策定しました

## ガイドラインの主なポイント

### ○ テレワークのメリット

テレワークは労働者が所属する事業場での勤務に比べて、**働く時間や場所を柔軟に活用することが可能**

#### 労働者にとってのメリット

- ・ 通勤時間の短縮
- ・ 業務の効率化・時間外労働の削減
- ・ 育児や介護と仕事の両立の一助に
- ・ 仕事と生活の調和を図ることが可能 等

#### 使用者にとってのメリット

- ・ 業務効率化による生産性の向上
- ・ 育児・介護等による労働者の離職の防止
- ・ 遠隔地の優秀な人材の確保
- ・ オフィスコストの削減 等

### ○ テレワークの問題や課題

#### 問題や課題

- ・ 労働時間の管理が難しい
- ・ 仕事と仕事以外の切り分けが難しい
- ・ 長時間労働になりやすい 等

**テレワークにおける適切な労務管理の実施は、テレワークの普及の前提となる重要な要素**

### ○ 労働基準関係法令の適用

テレワークを行う労働者にも、労働基準法、最低賃金法、労働安全衛生法、労働者災害補償保険法等の労働基準関係法令が適用される

## 業務を行う場所に応じたテレワークの特徴

#### ① 在宅勤務

通勤の必要がないため、時間を有効に活用することが可能となり、仕事と家庭生活との両立に繋がる

#### ② サテライトオフィス勤務

自宅近くや通勤途中の場所などに設けられたサテライトオフィスを利用することで、通勤時間を短縮しつつ、作業環境の整った場所での就労が可能

#### ③ モバイル勤務

労働者が自由に働く場所を選択できる、外勤における移動時間を利用できる等、業務の効率化を図ることが可能

ガイドラインの概要 P 2～10

ガイドライン（本体） P 11～16

# ガイドラインの概要

## 1 趣旨 → P1 参照

## 2 労働基準関係法令の適用及び留意点等

### (1) 労働基準関係法令の適用

- ・テレワークを行う労働者にも、労働基準法、最低賃金法、労働安全衛生法、労働者災害補償保険法等の労働基準関係法令が適用される

### (2) 労働基準法の適用に関する留意点

#### ア 労働条件の明示

- ・使用者は、労働契約を締結する際、労働者に対し、賃金や労働時間、就業の場所に関する事項等を明示しなければならない
- ・就労の開始時にテレワークを行わせる場合、就業の場所としてテレワークを行う場所を明示しなければならない

- 労働者がテレワークを行うことを予定している場合、テレワークを行うことが可能である就業の場所を明示することが望ましい
- 専らモバイル勤務をする場合等で、業務内容や労働者の都合に合わせて働く場所を柔軟に運用する場合は、就業の場所についての許可基準を示した上で、「使用者が許可する場所」といった形で明示することも可能
- テレワークの実施とあわせて、始業及び終業の時刻の変更等を行うことを可能とする場合は、就業規則に記載するとともに、その旨を明示しなければならない

#### イ 労働時間制度の適用と留意点

- ・使用者は、原則として労働時間を適正に把握する等、労働時間を適切に管理する責務を有していることから、以下に掲げる留意点を踏まえた上で、**テレワークを行う労働者に関する労働時間の適正な管理を行う必要がある**

#### (ア) 通常の労働時間制度における留意点

##### (i) 労働時間の適正な把握

- ・通常の労働時間制度に基づきテレワークを行う場合、使用者は原則として、労働時間を適正に把握する責務を有し、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」（平成29年1月20日策定）に基づき、適切に労働時間管理を行わなければならない

- 同ガイドラインにおいては、労働時間を記録する原則的な方法として、パソコンの使用時間の記録等の客観的な記録によること等が挙げられている
- また、やむを得ず自己申告制によって労働時間の把握を行う場合においても、同ガイドラインを踏まえた措置を講ずる必要がある

(ガイドラインについては、以下URLを参照。)

[http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou\\_roudou/roudoukijun/roudouzikun/070614-2.html](http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/roudouzikun/070614-2.html)

## (ii) テレワークに際して生じやすい事象

### ① いわゆる「中抜け時間」について

- ・在宅勤務等では、一定程度労働者が業務から離れる時間が生じやすい（いわゆる中抜け時間）

中抜け時間について、使用者が業務の指示をしないこととし、労働者が労働から離れ、自由に利用することが保障されている場合

休憩時間や時間単位の年次有給休暇として取り扱うことが可能

### ② 通勤時間や出張旅行中の移動時間中のテレワークについて

- ・テレワークの性質上、通勤時間や出張旅行中の移動時間に情報通信機器を用いて業務を行うことが可能

使用者の明示又は黙示の指揮命令下で行われるもの

労働時間に該当

### ③ 勤務時間の一部でテレワークを行う際の移動時間等について

- ・勤務時間の一部でテレワークを行う場合の就業場所間の移動時間については、使用者の指揮命令下に置かれている時間であるか否かにより、個別具体的に労働時間に該当するか判断される

使用者が移動することを労働者に命ずることなく、単に労働者自らの都合により就業場所間を移動し、その自由利用が保障されている時間

休憩時間として取り扱うことが可能

- ▶ ただし、この場合でも、使用者の指示を受けてモバイル勤務等に従事した場合は、その時間は労働時間に該当

使用者が労働者に対し業務に従事するために必要な就業場所間の移動を命じており、その間の自由利用が保障されていない場合の移動時間

労働時間に該当

- ▶ テレワークの制度の導入に当たっては、いわゆる中抜け時間や部分的テレワークの移動時間の取扱いについて、上記の考え方にに基づき、労働者と使用者との間でその取扱いについて合意を得ておくことが望ましい

### (iii) フレックスタイム制

- ・テレワークにおいても、フレックスタイム制を活用することが可能

➤ 例えば、労働者の都合に合わせて、始業や終業の時刻を調整することや、オフィス勤務の日は労働時間を長く、一方で在宅勤務の日の労働時間を短くして家庭生活に充てる時間を増やす、といった運用が可能

- ・ただし、フレックスタイム制は、あくまで始業及び終業の時刻を労働者の決定に委ねる制度であるため、**使用者は各労働者の労働時間の把握を適切に行わなければならない**

➤ フレックスタイム制の導入に当たっては、労働基準法に基づき、就業規則その他これに準ずるものにより、始業及び終業の時刻をその労働者の決定に委ねる旨を定めるとともに、労使協定において、対象労働者の範囲、清算期間、清算期間における総労働時間、標準となる1日の労働時間等を定めることが必要

## (イ) 事業場外みなし労働時間制

- ・テレワークにより、労働者が労働時間の全部又は一部について事業場で業務に従事した場合で、**使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定することが困難**なときは、労働基準法第38条の2で規定する事業場外労働のみなし労働時間制が適用される

テレワークにおいて、「**使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定することが困難**」であるというためには、以下①②の要件をいずれも満たす必要がある

- ① 情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこととされていないこと

= 情報通信機器を通じた**使用者の指示に即応する義務がない状態**を指す

- 「**使用者の指示に即応する義務がない状態**」とは、使用者が労働者に対して情報通信機器を用いて随時具体的指示を行うことが可能であり、かつ、使用者からの具体的な指示に備えて待機しつつ実作業を行っている状態又は手待ち状態で待機している状態にはないことを指す
- 例えば、回線が接続されているだけで、労働者が自由に情報通信機器から離れることや通信可能な状態を切断することが認められている場合や、会社支給の携帯電話等を所持していても、労働者の即応の義務が課されていないことが明らかである場合等は「**使用者の指示に即応する義務がない**」場合に当たる

- ② 随時使用者の具体的な指示に基づいて業務を行っていないこと

- 当該業務の目的、目標、期限等の基本的事項を指示することや、これら基本的事項について所要の変更の指示をすることは含まれない

- ・事業場外みなし労働時間制が適用される場合も、使用者は**労働者の健康確保の観点から、勤務状況を把握し、適正な労働時間管理を行う責務を有する**
- ・必要に応じ、実態に合ったみなし時間となっているか労使で確認し、結果に応じて、業務量を見直したり、労働時間の実態に合わせて労使協定を締結又は見直したりすること等が適当

## (ウ) 裁量労働制の対象となる労働者のテレワークについて

- ・ 専門業務型裁量労働制や企画業務型裁量労働制の要件を満たし、制度の対象となる労働者についても、テレワークを行うことが可能
- ・ 裁量労働制が適用される場合も、使用者は労働者の健康確保の観点から、決議や協定において定めるところにより、勤務状況を把握し、適正な労働時間管理を行う責務を有する
- ・ 必要に応じ、労使協定で定める時間が当該業務の遂行に必要とされる時間となっているか、業務量が過大もしくはは期限の設定が不適切で労働者から時間配分の決定に関する裁量が事実上失われていないかを労使で確認し、結果に応じて、業務量等を見直すことが適当

### ウ 休憩時間の取扱いについて

- ・ テレワークを行う労働者についても、労使協定により、休憩時間の一斉付与の原則を適用除外とすることが可能

## Ⅰ 時間外・休日労働の労働時間管理について

- ・実労働時間やみなされた労働時間が法定労働時間を超える場合には、**三六協定の締結、届出及び割増賃金の支払が必要**
- ・テレワークを行う労働者は、業務に従事した時間を日報等において記録し、使用者はそれをもって当該労働者に関する労働時間の状況の適切な把握に努め、必要に応じて労働時間や業務内容等について見直すことが望ましい
- ・労働者が時間外等に業務を行う場合で、下記に該当する場合、当該労働者の時間外等の労働は、使用者のいかなる関与もなしに行われたものであると評価できるため、労働基準法上の労働時間に該当しない

事前申し使用者の許可を得なければならず、かつ、その実績を事後報告しなければならなかったにもかかわらず、労働者から事前申告がなかった場合又は事前申告内容が許可されなかった上に、労働者から事後報告がなかった場合で、次の①②③の全てに該当する場合

- ① 時間外等に労働することについて、使用者から強制されたり、義務付けられたりした事実がないこと
  - ② 当該労働者の当日の業務量が過大である場合や期限の設定が不適切である場合等、時間外等に労働せざるを得ないような使用者からの黙示の指揮命令があったと解し得る事情がないこと
  - ③ 時間外等に当該労働者からメールが送信されていたり、時間外等に労働しなければ生み出し得ないような成果物が提出されたりしている等、時間外等に労働を行ったことが客観的に推測できるような事実がなく、使用者が時間外等の労働を知り得なかったこと
- ・ただし、上記における事前許可制及び事後報告制については、以下の点をいづれも満たしていなければならない

- ① 労働者からの事前の申告に上限時間が設けられていたり、労働者が実績どおりに申告しないよう使用者から働きかけや圧力があったりする等、当該事業場における事前許可制が実態を反映していないと解し得る事情がないこと
- ② 時間外等に業務を行った実績について、当該労働者からの事後の報告に上限時間が設けられていたり、労働者が実績どおりに報告しないよう使用者から働きかけや圧力があったりする等、当該事業場における事後報告制が実態を反映していないと解し得る事情がないこと

### (3) 長時間労働対策について

- ・テレワークについては、労働者が使用者と離れた場所で勤務をするため、長時間労働を招くおそれがあることも指摘されており、**使用者は、長時間労働による健康障害防止を図ることが求められる**
- ・長時間労働等を防ぐ手法としては、以下のような手法が考えられる

#### ① メール送付の抑制

役職者等から時間外、休日又は深夜におけるメールを送付することの自粛を命ずる

#### ② システムへのアクセス制限

外部のパソコン等から深夜・休日はアクセスできないよう設定すること

#### ③ テレワークを行う際の時間外・休日・深夜労働の原則禁止等

業務の効率化やワークライフバランスの実現の観点から、時間外・休日・深夜労働を原則禁止とすること又は使用者等による許可制とすること

#### ④ 長時間労働等を行う労働者への注意喚起

長時間労働が生じるおそれのある労働者や、休日・深夜労働が生じた労働者に対して、労働時間の記録や、労務管理システムを活用して注意喚起を行うこと

## (4) 労働安全衛生法の適用及び留意点

### ア 安全衛生関係法令の適用

- ・労働安全衛生関係法令等に基づき、下記すべての健康確保措置を講じる必要がある
  - ▶ 健康診断とその結果等を受けた措置（労働安全衛生法第66条から第66条の7まで）
  - ▶ 長時間労働者に対する医師による面接指導とその結果等を受けた措置（同法第66条の8及び第66条の9）及び面接指導の適切な実施のための時間外・休日労働時間の算定と産業医への情報提供（労働安全衛生規則（昭和47年労働省令第32号）第52条の2）
  - ▶ ストレスチェックとその結果等を受けた措置（労働安全衛生法第66条の10）
- ・テレワークを行う労働者に対するメンタルヘルス対策についても衛生委員会等で調査審議の上記載し、これに基づき取り組むことが望ましい
- ・労働者を雇い入れたとき又は労働者の作業内容を変更したときは、必要な安全衛生教育を行う等関係法令を遵守する必要がある

### イ 自宅等でテレワークを行う際の作業環境整備の留意点

- ・事業者が業務のために提供している作業場以外でテレワークを行う場合も、事務所衛生基準規則、労働安全衛生規則及び「VDT作業における労働衛生管理のためのガイドライン」の衛生基準と同等の作業環境となるようにすることが望ましい

## (5) 労働災害の補償に関する留意点

- ・テレワークを行う労働者についても、使用者が労働災害に対する補償責任を負うことから、労働契約に基づいて使用者の支配下にあることによって生じたテレワークにおける災害は、業務上の災害として労災保険給付の対象となる。ただし、私的行為等業務以外が原因であるものについては、業務上の災害とは認められない
- ・使用者は、テレワークを行う労働者に労災保険給付の対象となることを十分周知することが望ましい

## 3 テレワークを適切に導入及び実施するに当たっての注意点

### (1) 労使双方の共通の認識

- ・テレワーク制度を適切に導入するに当たっては、労使で認識に齟齬がないよう、あらかじめ導入の目的、対象となる業務、労働者の範囲、テレワークの方法等について、労使間で十分に協議すること等が望ましい
- ・実際にテレワークを行うか否かは本人の意志によるべきである

### (2) 業務の円滑な遂行

- ・テレワークを行う労働者が業務を円滑かつ効率的に遂行するため、業務内容や業務遂行方法等を明確にして行わせることが望ましい

### (3) 業績評価等の取扱い

- ・テレワークを行う労働者が業績評価等について、評価者や労働者が懸念を抱くことのないように、評価制度及び賃金制度を明確にすることが望ましい

▶ 仕事の成果に重点を置いた評価を行う場合、評価者に対して、労働者の勤務状況が見えないことのみを理由に不当な評価を行わないよう注意喚起することが望ましい

- ・通常の労働者と異なる賃金制度を定める場合には、就業規則を作成・変更し、届け出なければならない（労働基準法第89条第2号）

### (4) 通信費、情報通信機器等のテレワークに要する費用負担の取扱い

- ・テレワークに要する通信費等の費用について、労使のどちらが負担するか、また、使用者が負担する場合の限度額等を、あらかじめ労使で十分に話し合い、就業規則等において定めておくことが望ましい

- ・特に、労働者に情報通信機器等の負担をさせる定めをする場合には、就業規則に規定しなければならない（労働基準法第89条第5号）

### (5) 社内教育等の取扱い

- ・テレワークを行う労働者が能力開発等において不安に感じることのないよう、社内教育等の充実を図ることが望ましい
- ・社内教育や研修制度に関する定めをする場合には、就業規則に規定しなければならない（労働基準法第89条第7号）

## 4 テレワークを行う労働者の自律

- ・労働者においても、勤務する時間帯や自らの健康に十分に注意を払いつつ、作業能率を勘案して自律的に業務を遂行することが求められる

# ガイドライン（本体）

## 情報通信技術を利用した事業場外勤務の適切な導入及び実施のためのガイドライン

### 1 趣旨

労働者が情報通信技術を利用して行う事業場外勤務（以下「テレワーク」という。）は、業務を行う場所に応じて、労働者の自宅で業務を行う在宅勤務、労働者の属するメインのオフィス以外に設けられたオフィスを利用するサテライトオフィス勤務、ノートパソコンや携帯電話等を活用して臨機応変に選択した場所で業務を行うモバイル勤務といった分類がされる。

いずれも、労働者が所属する事業場での勤務に比べて、働く時間や場所を柔軟に活用することが可能であり、通勤時間の短縮及びこれに伴う精神的・身体的負担の軽減、仕事に集中できる環境での就労による業務効率化及びこれに伴う時間外労働の削減、育児や介護と仕事の両立の一助となる等、労働者にとって仕事と生活の調和を図ることが可能となるといったメリットを有する。

また、使用者にとっても、業務効率化による生産性の向上、育児・介護等を理由とした労働者の離職の防止や、遠隔地の優秀な人材の確保、オフィスコストの削減等のメリットを有している。

上記のテレワークの形態ごとの特徴を例示すると以下のような点が挙げられる。

#### ① 在宅勤務

通勤を要しないことから、事業場での勤務の場合に通勤に要する時間を有効に活用できる。また、例えば育児休業明けの労働者が短時間勤務等と組み合わせて勤務することが可能となること、保育所の近くで働くことが可能となること等から、仕事と家庭生活との両立に資する働き方である。

#### ② サテライトオフィス勤務

自宅の近くや通勤途中の場所等に設けられたサテライトオフィスでの勤務は、通勤時間を短縮しつつ、在宅勤務やモバイル勤務以上に作業環境の整った場所で就労可能な働き方である。

#### ③ モバイル勤務

労働者が自由に働く場所を選択できる、外勤における移動時間を利用できる等、働く場所を柔軟に運用することで、業務の効率化を図ることが可能な働き方である。

さらに、平成27年に独立行政法人労働政策研究・研修機構において実施した「情報通信機器を利用した多様な働き方の実態に関する調査」においても、テレワークの実施の効果について、企業側は「従業員の移動時間の短縮・効率化」(※1)、「定型的業務の効率・生産性の向上」(※2)等の点を、労働者側は「仕事の生産性・効率性が向上する」(54.4%)、「通勤による負担が少ない」(17.4%)等の点をそれぞれ挙げている。

その一方で、同調査においては、テレワークを行う上での問題や課題等についても挙げており、企業側は「労働時間の管理が難しい」(※3)、「情報セキュリティの確保に問題がある」(※4)等の点を、労働者側は「仕事と仕事以外の切り分けが難しい」(38.3%)、「長時間労働になりやすい」(21.1%)等の点をそれぞれ挙げている。

特に労働時間の管理や長時間労働の問題については、働き方改革実行計画(平成29年3月28日働き方改革実現会議決定)においても、テレワークが長時間労働につながるおそれがあることが指摘されている。

こうしたことから、テレワークにおける適切な労務管理の実施は、テレワークの普及の前提となる重要な要素であるため、本ガイドラインにおいてその留意すべき点を明らかにしたものである。

(※1)終日在宅勤務:35.7%、1日の一部在宅勤務:44.9%、モバイルワーク:58.4%

(※2)終日在宅勤務:35.7%、1日の一部在宅勤務:28.6%、モバイルワーク:54.5%

(※3)終日在宅勤務:30.9%、1日の一部在宅勤務:42.0%、モバイルワーク:40.3%

(※4)終日在宅勤務:27.3%、1日の一部在宅勤務:28.0%、モバイルワーク:42.3%

### 2 労働基準関係法令の適用及び留意点等

#### (1)労働基準関係法令の適用

労働基準法上の労働者については、テレワークを行う場合においても、労働基準法(昭和22年法律第49号)、最低賃金法(昭和34年法律第137号)、労働安全衛生法(昭和47年法律第57号)、労働者災害補償保険法(昭和22年法律第50号)等の労働基準関係法令が適用されることとなる。

#### (2)労働基準法の適用に関する留意点

##### ア 労働条件の明示

使用者は、労働契約を締結する際、労働者に対し、賃金や労働時間のほかに、就業の場所に関する事項等を明示しなければならない(労働基準法第15条、労働基準法施行規則(昭和22年厚生省令第23号)第5条第1項第1の3号)。その際、労働者に対し就労の開始時にテレワークを行わせることとする場合には、就業の場所としてテレワークを行う場所を明示しなければならない。また、労働者がテレワークを行うことを予定している場合においては、自宅やサテライトオフィス等、テレワークを行うことが可能である就業の場所を明示することが望ましい。

なお、労働者が専らモバイル勤務をする場合等、業務内容や労働者の都合に合わせて働く場所を柔軟に運用する場合は、就業の場所についての許可基準を示した上で、「使用者が許可する場所」といった形で明示することも可能である。

また、テレワークの実施とあわせて、始業及び終業の時刻の変更等を行うことを可能とする場合は、就業規則に記載するとともに、その旨を明示しなければならない(労働基準法施行規則第5条第1項第2号)。

## イ 労働時間制度の適用と留意点

使用者は、原則として労働時間を適正に把握する等労働時間を適切に管理する責務を有していることから、下記に掲げる各労働時間制度の留意点を踏まえた上で、労働時間の適正な管理を行う必要がある。

### (ア) 通常の労働時間制度における留意点

#### (i) 労働時間の適正な把握

通常の労働時間制度に基づきテレワークを行う場合についても、使用者は、その労働者の労働時間について適正に把握する責務を有し、みなし労働時間制が適用される労働者や労働基準法第41条に規定する労働者を除き、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」(平成29年1月20日策定)に基づき、適切に労働時間管理を行わなければならない。

同ガイドラインにおいては、労働時間を記録する原則的な方法として、パソコンの使用時間の記録等の客観的な記録によること等が挙げられている。また、やむを得ず自己申告制によって労働時間の把握を行う場合においても、同ガイドラインを踏まえた措置を講ずる必要がある。

#### (ii) テレワークに際して生じやすい事象

テレワークについては、以下のような特有の事象に留意する必要がある。

##### ① いわゆる中抜け時間について

在宅勤務等のテレワークに際しては、一定程度労働者が業務から離れる時間が生じやすいと考えられる。そのような時間について、使用者が業務の指示をしないこととし、労働者が労働から離れ、自由に利用することが保障されている場合には、その開始と終了の時間を報告させる等により、休憩時間として扱い、労働者のニーズに応じ、始業時刻を繰り上げる、又は終業時刻を繰り下げることや、その時間を休憩時間ではなく時間単位の年次有給休暇として取り扱うことが考えられる。なお、始業や終業の時刻の変更が行われることがある場合には、その旨を就業規則に記載しておかなければならない。また、時間単位の年次有給休暇を与える場合には、労使協定の締結が必要である。

##### ② 通勤時間や出張旅行中の移動時間中のテレワークについて

テレワークの性質上、通勤時間や出張旅行中の移動時間に情報通信機器を用いて業務を行うことが可能である。

これらの時間について、使用者の明示又は黙示の指揮命令下で行われるものについては労働時間に該当する。

##### ③ 勤務時間の一部でテレワークを行う際の移動時間について

午前中だけ自宅やサテライトオフィスで勤務をしたのち、午後からオフィスに出勤する場合等、勤務時間の一部でテレワークを行う場合がある。

こうした場合の就業場所間の移動時間が労働時間に該当するの否かについては、使用者の指揮命令下に置かれている時間であるか否かにより、個別具体的に判断されることになる。

使用者が移動することを労働者に命ずることなく、単に労働者自らの都合により就業場所間を移動し、その自由利用が保障されているような時間については、休憩時間として取り扱うことが考えられる。ただし、その場合であっても、使用者の指示を受けてモバイル勤務等に従事した場合には、その時間は労働時間に該当する。

一方で、使用者が労働者に対し業務に従事するために必要な就業場所間の移動を命じており、その間の自由利用が保障されていない場合の移動時間は、労働時間と考えられる。例えば、テレワーク中の労働者に対して、使用者が具体的な業務のために急きょ至急の出勤を求めたような場合は、当該移動時間は労働時間に当たる。

なお、テレワークの制度の導入に当たっては、いわゆる中抜け時間や部分的テレワークの移動時間の取扱いについて、上記の考え方にに基づき、労働者と使用者との間でその取扱いについて合意を得ておくことが望ましい。

#### (iii) フレックスタイム制

フレックスタイム制は、清算期間やその期間における総労働時間等を労使協定において定め、清算期間を平均し、1週当たりの労働時間が法定労働時間を超えない範囲内において、労働者が始業及び終業の時刻を決定し、生活と仕事との調和を図りながら効率的に働くことのできる制度であり、テレワークにおいても、本制度を活用することが可能である。

例えば、労働者の都合に合わせて、始業や終業の時刻を調整することや、オフィス勤務の日は労働時間を長く、一方で在宅勤務の日の労働時間を短くして家庭生活に充てる時間を増やす、といった運用が可能である。(ア)(ii)①のような時間についても、労働者自らの判断により、その時間分その日の終業時刻を遅くしたり、清算期間の範囲内で他の労働日において労働時間を調整したりすることが可能である。

ただし、フレックスタイム制は、あくまで始業及び終業の時刻を労働者の決定に委ねる制度であるため、(ア)(i)に示すとおり、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」に基づき、使用者は各労働者の労働時間の把握を適切に行わなければならない。

なお、フレックスタイム制の導入に当たっては、労働基準法第32条の3に基づき、就業規則その他これに準ずるものにより、始業及び終業の時刻をその労働者の決定に委ねる旨定めるとともに、労使協定において、対象労働者の範囲、清算期間、清算期間における総労働時間、標準となる1日の労働時間等を定めることが必要である。

#### (イ) 事業場外みなし労働時間制

テレワークにより、労働者が労働時間の全部又は一部について事業場外で業務に従事した場合において、使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定することが困難なときは、労働基準法第38条の2で規定する事業場外労働のみなし労働時間制(以下「事業場外みなし労働時間制」という。)が適用される。

テレワークにおいて、使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定することが困難であるというためには、以下の要件をいずれも満たす必要がある。

##### ① 情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこととされていないこと

「情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこととされていないこと」とは、情報通信機器を通じた使用者の指示に即応する義務がない状態であることを指す。なお、この使用者の指示には黙示の指示を含む。

また、「使用者の指示に即応する義務がない状態」とは、使用者が労働者に対して情報通信機器を用いて随時具体的な指示を行うことが可能であり、かつ、使用者からの具体的な指示に備えて待機しつつ実作業を行っている状態又は手待ち状態で待機している状態にはないことを指す。例えば、回線が接続されているだけで、労働者が自由に情報通信機器から離れることや通信可能な状態を切断することが認められている場合、会社支給の携帯電話等を所持しているも、労働者の即応の義務が課されていないことが明らかである場合等は「使用者の指示に即応する義務がない」場合に当たる。

したがって、サテライトオフィス勤務等で、常時回線が接続されており、その間労働者が自由に情報通信機器から離れたり通信可能な状態を切断したりすることが認められず、また使用者の指示に対し労働者が即応する義務が課されている場合には、「情報通信機器が、使用者の指示により常時通信可能な状態におくこと」と考えられる。

なお、この場合の「情報通信機器」とは、使用者が支給したものか、労働者個人が所有するものか等を問わず、労働者が使用者と通信するために使用するパソコンやスマートフォン・携帯電話端末等を指す。

##### ② 随時使用者の具体的な指示に基づいて業務を行っていないこと

「具体的な指示」には、例えば、当該業務の目的、目標、期限等の基本的事項を指示することや、これら基本的事項について所要の変更の指示をすることは含まれない。

事業場外みなし労働時間制を適用する場合、テレワークを行う労働者は、就業規則等で定められた所定労働時間を労働したものとみなされる(労働基準法第38条の2第1項本文)。

ただし、業務を遂行するために通常所定労働時間を超えて労働することが必要となる場合には、当該業務に関しては、当該業務の遂行に通常必要とされる時間を労働したものとみなされる(労働基準法第38条の2第1項ただし書)。この「当該業務の遂行に通常必要とされる時間」は、業務の実態を最もよく分かっている労使間で、その実態を踏まえて協議した上で決めることが適当であるため、労使協定によりこれを定めることが望ましい。当該労使協定は労働基準監督署長へ届け出なければならない(労働基準法第38条の2第2項及び第3項)。また、この場合、労働時間の一部について事業場内で業務に従事した場合には、当該事業場内の労働時間と「当該業務の遂行に通常必要とされる時間」とを加えた時間が労働時間となること、このため事業場内の労働時間については、(ア)(i)に示したとおり、「労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン」に基づき適切に把握しなければならないことに留意が必要である。

事業場外みなし労働時間制が適用される場合、所定労働時間又は業務の遂行に通常必要とされる時間労働したものとみなすこととなるが、労働者の健康確保の観点から、勤務状況を把握し、適正な労働時間管理を行う責務を有する。

その上で、必要に応じ、実態に合ったみなし時間となっているか労使で確認し、結果に応じて、業務量を見直したり、労働時間の実態に合わせて労使協定を締結又は見直したりすること等が適当である。

なお、テレワークを行わず労働者が労働時間の全部を事業場内で業務に従事する日や、テレワークを行うが使用者の具体的な指揮監督が及び労働時間を算定することが困難でないときについては、事業場外みなし労働時間制の適用はない。

### (ウ)裁量労働制の対象となる労働者のテレワークについて

専門業務型裁量労働制や企画業務型裁量労働制は、労使協定や労使委員会の決議により法定の事項を定めて労働基準監督署長に届け出た場合において、対象労働者を、業務の性質上その適切な遂行のためには遂行の方法を大幅に労働者の裁量に委ねる必要があるため、当該業務の遂行の手段及び時間配分の決定等に関し使用者が具体的な指示をしないこととする業務に就かせた場合には、決議や協定で定めた時間労働したものとみなされる制度である。裁量労働制の要件を満たし、制度の対象となる労働者についても、テレワークを行うことが可能である。

この場合、労使協定で定めた時間又は労使委員会で決議した時間を労働時間とみなすこととなるが、労働者の健康確保の観点から、決議や協定において定めるところにより、勤務状況を把握し、適正な労働時間管理を行う責務を有する。

その上で、必要に応じ、労使協定で定める時間が当該業務の遂行に必要とされる時間となっているか、あるいは、業務量が過大もしくは期限の設定が不適切で労働者から時間配分の決定に関する裁量が事実上失われていないか労使で確認し、結果に応じて、業務量等を見直すことが適当である。

### ウ 休憩時間の取扱いについて

労働基準法第34条第2項では、原則として休憩時間を労働者に一斉に付与することを規定しているが、テレワークを行う労働者について、労使協定により、一斉付与の原則を適用除外とすることが可能である。

なお、一斉付与の原則の適用を受けるのは、労働基準法第34条に定める休憩時間についてであり、労使の合意により、これ以外の休憩時間を任意に設定することも可能である。

また、テレワークを行う労働者について、本来休憩時間とされていた時間に使用者が出社を求める等具体的な業務のために就業場所間の移動を命じた場合、当該移動は労働時間と考えられるため、別途休憩時間を確保する必要があることに留意する必要がある。

### エ 時間外・休日労働の労働時間管理について

テレワークについて、実労働時間やみなされた労働時間が法定労働時間を超える場合や、法定休日に労働を行わせる場合には、時間外・休日労働に係る三六協定の締結、届出及び割増賃金の支払が必要となり、また、現実に深夜に労働した場合には、深夜労働に係る割増賃金の支払が必要となる(労働基準法第36条及び第37条)。

このようなことから、テレワークを行う労働者は、業務に従事した時間を日報等において記録し、使用者はそれをもって当該労働者に係る労働時間の状況の適切な把握に努め、必要に応じて労働時間や業務内容等について見直すことが望ましい。

なお、労働者が時間外、深夜又は休日(以下エにおいて「時間外等」という。)に業務を行った場合であっても、少なくとも、就業規則等により時間外等に業務を行う場合には事前に申告し使用者の許可を得なければならず、かつ、時間外等に業務を行った実績について事後に使用者に報告しなければならないとされている事業場において、時間外等の労働について労働者からの事前申告がなかった場合又は事前に申告されたが許可を与えなかった場合であって、かつ、労働者から事後報告がなかった場合について、次の全てに該当する場合には、当該労働者の時間外等の労働は、使用者のいかなる関与もなしに行われたものであると評価できるため、労働基準法上の労働時間に該当しないものである。

- ① 時間外等に労働することについて、使用者から強制されたり、義務付けられたりした事実がないこと。
- ② 当該労働者の当日の業務量が過大である場合や期限の設定が不適切である場合等、時間外等に労働せざるを得ないような使用者からの黙示の指揮命令があったと解し得る事情がないこと。
- ③ 時間外等に当該労働者からメールが送信されていたり、時間外等に労働しなければ生み出し得ないような成果物が提出されたりしている等、時間外等に労働を行ったことが客観的に推測できるような事実がなく、使用者が時間外等の労働を知り得なかったこと。

ただし、上記の事業場における事前許可制及び事後報告制については、以下の点をいずれも満たしていなければならない。

- ① 労働者からの事前の申告に上限時間が設けられていたり、労働者が実績どおりに申告しないよう使用者から働きかけや圧力があったりする等、当該事業場における事前許可制が実態を反映していないと解し得る事情がないこと。
- ② 時間外等に業務を行った実績について、当該労働者からの事後の報告に上限時間が設けられていたり、労働者が実績どおりに報告しないよう使用者から働きかけや圧力があったりする等、当該事業場における事後報告制が実態を反映していないと解し得る事情がないこと。

### (3)長時間労働対策について

テレワークについては、業務の効率化に伴い、時間外労働の削減につながるというメリットが期待される一方で、労働者が使用者と離れた場所で勤務をするため相対的に使用者の管理の程度が弱くなるおそれがあること等から、長時間労働を招くおそれがあることも指摘されている。

テレワークにおける労働時間管理の必要性については、(2)イで示したとおりであるが、使用者は、単に労働時間を管理するだけでなく、長時間労働による健康障害防止を図ることが求められている。

テレワークにおける長時間労働等を防ぐ手法としては、以下のような手法が考えられる。

① メール送付の抑制

テレワークにおいて長時間労働が生じる要因として、時間外、休日又は深夜に業務に係る指示や報告がメール送付されることが挙げられる。

そのため、役職者等から時間外、休日又は深夜におけるメールを送付することの自粛を命ずること等が有効である。

② システムへのアクセス制限

テレワークを行う際に、企業等の社内システムに外部のパソコン等からアクセスする形態をとる場合が多いが、深夜・休日はアクセスできないよう設定することで長時間労働を防ぐことが有効である。

③ テレワークを行う際の時間外・休日・深夜労働の原則禁止等

業務の効率化やワークライフバランスの実現の観点からテレワークの制度を導入する場合、その趣旨を踏まえ、時間外・休日・深夜労働を原則禁止とすることも有効である。この場合、テレワークを行う労働者に、テレワークの趣旨を十分理解させるとともに、テレワークを行う労働者に対する時間外・休日・深夜労働の原則禁止や使用者等による許可制とすること等を、就業規則等に明記しておくことや、時間外・休日労働に関する三六協定の締結の仕方を工夫することが有効である。

④ 長時間労働等を行う労働者への注意喚起

テレワークにより長時間労働が生じるおそれのある労働者や、休日・深夜労働が生じた労働者に対して、注意喚起を行うことが有効である。

具体的には、管理者が労働時間の記録を踏まえて行う方法や、労務管理のシステムを活用して対象者に自動で警告を表示するような方法がある。

(4) 労働安全衛生法の適用及び留意点

ア 安全衛生関係法令の適用

労働安全衛生法等の関係法令等に基づき、過重労働対策やメンタルヘルス対策を含む健康確保のための措置を講じる必要がある。

具体的には、

- ・ 必要な健康診断とその結果等を受けた措置(労働安全衛生法第66条から第66条の7まで)
  - ・ 長時間労働者に対する医師による面接指導とその結果等を受けた措置(同法第66条の8及び第66条の9)及び面接指導の適切な実施のための時間外・休日労働時間の算定と産業医への情報提供(労働安全衛生規則(昭和47年労働省令第32号)第52条の2)
  - ・ ストレスチェックとその結果等を受けた措置(労働安全衛生法第66条の10)
- 等の実施により、テレワークを行う労働者の健康確保を図ることが重要である。

また、事業者は、事業場におけるメンタルヘルス対策に関する計画である「こころの健康づくり計画」を策定することとしており(労働者の心の健康の保持増進のための指針(平成18年公示第3号))、当該計画において、テレワークを行う労働者に対するメンタルヘルス対策についても衛生委員会等で調査審議の上記載し、これに基づき取り組むことが望ましい。

加えて、労働者を雇い入れたとき又は労働者の作業内容を変更したときは、必要な安全衛生教育を行う等関係法令を遵守する必要がある(労働安全衛生法第59条第1項及び第2項)。

イ 自宅等でテレワークを行う際の作業環境整備の留意

テレワークを行う作業場が、自宅等の事業者が業務のために提供している作業場以外である場合には、事務所衛生基準規則(昭和47年労働省令第43号)、労働安全衛生規則及び「VDT作業における労働衛生管理のためのガイドライン」(平成14年4月5日基発第0405001号)の衛生基準と同等の作業環境となるよう、テレワークを行う労働者に助言等を行うことが望ましい。

(5) 労働災害の補償に関する留意点

テレワークを行う労働者については、事業場における勤務と同様、労働基準法に基づき、使用者が労働災害に対する補償責任を負うことから、労働契約に基づいて事業主の支配下にあることによって生じたテレワークにおける災害は、業務上の災害として労災保険給付の対象となる。ただし、私的行為等業務以外が原因であるものについては、業務上の災害とは認められない。

在宅勤務を行っている労働者等、テレワークを行う労働者については、この点を十分理解していない可能性もあるため、使用者はこの点を十分周知することが望ましい。

#### (5)労働災害の補償に関する留意点

テレワークを行う労働者については、事業場における勤務と同様、労働基準法に基づき、使用者が労働災害に対する補償責任を負うことから、労働契約に基づいて事業主の支配下にあることによって生じたテレワークにおける災害は、業務上の災害として労災保険給付の対象となる。ただし、私的行為等業務以外が原因であるものについては、業務上の災害とは認められない。

在宅勤務を行っている労働者等、テレワークを行う労働者については、この点を十分理解していない可能性もあるため、使用者はこの点を十分周知することが望ましい。

### 3 その他テレワークの制度を適切に導入及び実施するに当たっての注意点

#### (1)労使双方の共通の認識

テレワークの制度を適切に導入するに当たっては、労使で認識に齟齬のないように、あらかじめ導入の目的、対象となる業務、労働者の範囲、テレワークの方法等について、労使委員会等の場で十分に納得のいくまで協議し、文書にして保存する等の手続をすることが望ましい。

また、個々の労働者がテレワークの対象となり得る場合であっても、実際にテレワークを行うか否かは本人の意思によることとすべきである。

#### (2)業務の円滑な遂行

テレワークを行う労働者が業務を円滑かつ効率的に遂行するためには、業務内容や業務遂行方法を明確にして行わせることが望ましい。また、あらかじめ通常又は緊急時の連絡方法について、労使間で取り決めておくことが望ましい。

#### (3)業績評価等の取扱い

専らテレワークを行う労働者等、職場に出勤する頻度の低い労働者については、業績評価等について、評価者や労働者が懸念を抱くことのないように、評価制度及び賃金制度を明確にすることが望ましい。

特に、業績評価や人事管理に関して、テレワークを行う労働者について通常の労働者と異なる取扱いを行う場合には、あらかじめテレワークを選択しようとする労働者に対して当該取扱いの内容を説明することが望ましい。また、いつまでに何をするといった形で、仕事の成果に重点を置いた評価を行う場合は、テレワークの場合であっても事業場での勤務と同様の評価が可能であるので、こうした場合は、評価者に対して、労働者の勤務状況が見えないことのみを理由に不当な評価を行わないよう注意喚起することが望ましい。

なお、テレワークを行う労働者について、通常の労働者と異なる賃金制度等を定める場合には、当該事項について就業規則を作成・変更し、届け出なければならないこととされている(労働基準法第89条第2号)。

#### (4)通信費、情報通信機器等のテレワークに要する費用負担の取扱い

テレワークに要する通信費、情報通信機器等の費用負担、サテライトオフィスの利用に要する費用、専らテレワークを行い事業場への出勤を要しないとされている労働者が事業場へ出勤する際の交通費等、テレワークを行うことによって生じる費用については、通常の勤務と異なり、テレワークを行う労働者がその負担を負うことがあり得ることから、労使のどちらが負担するか、また、使用者が負担する場合における限度額、労働者が請求する場合の請求方法等については、あらかじめ労使で十分に話し合い、就業規則等において定めておくことが望ましい。

特に、労働者に情報通信機器、作業用品その他の負担をさせる定めをする場合には、当該事項について就業規則に規定しなければならないこととされている(労働基準法第89条第5号)。

#### (5)社内教育等の取扱い

テレワークを行う労働者については、OJTによる教育の機会が得がたい面もあることから、労働者が能力開発等において不安に感じることをないよう、社内教育等の充実を図ることが望ましい。

なお、社内教育等を実施する際は、必要に応じ、総務省が作成している「テレワークセキュリティガイドライン」を活用する等して、テレワークを行う上での情報セキュリティ対策についても十分理解を得ておくことが望ましい。

また、テレワークを行う労働者について、社内教育や研修制度に関する定めをする場合には、当該事項について就業規則に規定しなければならないこととされている(労働基準法第89条第7号)。

### 4 テレワークを行う労働者の自律

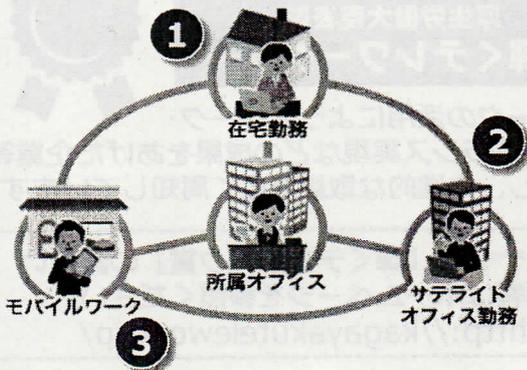
テレワークを行う労働者においても、勤務する時間帯や自らの健康に十分に注意を払いつつ、作業能率を勘案して自律的に業務を遂行することが求められる。

# テレワークを活用してみませんか

テレワークは、  
情報通信技術を活用し、  
時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方 です。

適切な労務管理下におけるテレワークは、業務の効率化や、通勤負担の軽減によるワーク・ライフ・バランスの実現を図ることができます。

## 3つの形態から、柔軟に選択して活用を！



### ① 在宅勤務

自宅を就業場所とする働き方です。通勤による時間的・身体的な負担が軽減され、また時間を有効活用できるため、仕事と家庭生活の両立に役立ちます。

### ② サテライトオフィス勤務

所属オフィス以外の、通勤や業務に便利な場所にオフィスやワーキングスペースを設ける働き方です。時間の有効活用に加え、業務に集中できる環境で就労できます。

### ③ モバイルワーク

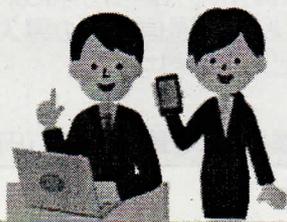
移動中（交通機関の車内など）や顧客先、カフェなどを就業場所とする働き方です。時々で働く場所を柔軟に選んで運用できるため、業務効率化に繋がります。

## 利用者の声

企業の方、従業員の方の双方から、様々な効果が報告されています。

### 従業員

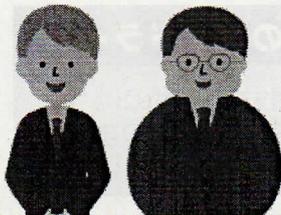
(テレワーク実施者)の感じる効果



- 効果Ⅰ 家族と過ごす時間や趣味の時間が増えた
- 効果Ⅱ 育児や介護等と仕事の両立が可能となった
- 効果Ⅲ 集中力が増して、仕事の効率が良くなった
- 効果Ⅳ 自律的に仕事を進めることができる能力が強化された
- 効果Ⅴ 職場と密に連携を図るようになり、これまで以上に信頼感が強くなった
- 効果Ⅵ 仕事の満足度が上がり、仕事に対する意欲が増した

### 企業

(経営者・推進担当者)の感じる効果



- 効果Ⅰ 優秀な人材の確保や雇用継続につながった
- 効果Ⅱ 従業員のワーク・ライフ・バランスの向上につながった
- 効果Ⅲ 資料の電子化や業務改善の機会となった
- 効果Ⅳ 通勤費やオフィス維持費などを削減できた
- 効果Ⅴ 非常時でも事業を継続でき、早期復旧もしやすかった
- 効果Ⅵ 顧客との連携強化、従業員の連携強化になった
- 効果Ⅶ 企業のブランドやイメージを向上させることができた

# テレワークの導入を支援します

厚生労働省では、企業のテレワーク導入を支援するため、  
以下のような取組を実施しています。

## テレワーク相談センター

テレワークの導入に関する様々な  
ご相談に無償で対応します。

※全国の企業が対象

TEL 0120-91-6479

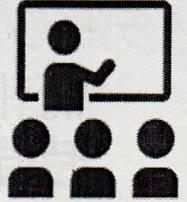
メール [sodan@japan-telework.or.jp](mailto:sodan@japan-telework.or.jp)

URL <http://www.tw-sodan.jp/>



## テレワークセミナー

テレワークをする際の労務管理の  
ポイントや活用事例の紹介など、  
セミナー形式で必要な情報を提供  
します。労務管理やセキュリティ  
面での課題等に関して個別相談会  
も実施します。



## 東京テレワーク推進センター

テレワークの導入に関するご相談に無償で対応  
するほか、テレワークの体験などができます。

※東京都内に事業場を有する企業が対象

TEL 0120-97-0396

メール [suishin@japan-telework.or.jp](mailto:suishin@japan-telework.or.jp)

## 労働者向けイベント

テレワークの活用事例の紹介や、テレワークに  
よる仕事の体験を通じて働く方にテレワークの  
メリットをお伝えしています。

## 訪問コンサルティング

テレワーク導入・活用の専門家を  
3回まで無償で派遣します。

### 【コンサルティング内容】

- ◆ テレワーク規定の整備に関すること
- ◆ テレワーク時の労働時間管理に関すること など

【申し込み先】 テレワーク相談センター



## テレワーク推進企業等 厚生労働大臣表彰 ～輝くテレワーク賞～

テレワークの活用によってワーク・  
ライフ・バランス実現などの成果をあげた企業等  
を表彰し、先進的な取組を広く周知しています。



セミナーや「輝くテレワーク賞」の詳しい  
情報はホームページを参照ください。

<http://kagayakutelework.jp/>

## 職場意識改善助成金（テレワークコース）

平成30年度から時間外労働等改善  
助成金（テレワークコース）に改称予定

自宅又はサテライトオフィスにおいて就業するテレワークに取り組む中小企業  
事業主を支援するための助成金制度です。

### ＜対象事業主＞

テレワークを新規で導入する中小企業事業主  
又は

テレワークを継続して活用する中小企業事業主

※過去に支給を受けたことのある事業主も2回まで支給を受けられます

### ＜支給額＞

テレワークの導入等に要した経費の一部を支給します（1事業主につき最大150万円）

支給額は、①～③のうち一番低い額（上限額は平成29年度の金額）

- ① テレワークの導入等に要した経費 × 補助率（成果目標達成時は3/4、未達成時は1/2）
- ② 1企業当りの上限額（成果目標達成時は150万円、未達成時は100万円）
- ③ テレワークの実施者数 × 1人当りの上限額（成果目標達成時は15万円、未達成時は10万円）

※成果目標：申請者が積極的にテレワークを実施したか、テレワークによって有給休暇の取得促進又は時間外労働の削減の成果を上げたかといった観点から設定するもの

＜申請先＞ テレワーク相談センター（手続等の詳細はホームページを参照ください。）



## 情報通信技術を利用した事業場外勤務の適切な導入及び実施のためのガイドライン

テレワークが長時間労働を招かないよう労働時間管理の仕方等を整理し、長時間労働対策の例などを示したガイドラインを策定しています。上記テレワークセミナーでも、ガイドラインを踏まえた労務管理のポイントを説明しています。



事務連絡  
平成30年3月26日

各  
都道府県  
保健所設置市  
特別区  
衛生主管部(局)薬務主管課 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局  
監視指導・麻薬対策課

学会展示ブース等における医薬関係者向け広告資材の一般参加者  
への配布について (Q&A)

近年、患者による、医療用医薬品、医療機器及び再生医療等製品（以下、「医療用医薬品等」という）に係る情報を含む医療情報の収集活動の一環として、患者団体等による医学薬学関連学会への参加も行われることがあります。当該学会において、個別企業による展示ブース等で患者等の医薬関係者以外の者に向けた情報提供が行われる場合の取扱いについて、下記のとおり、Q&Aを作成しましたので、御了知の上、格段の御配慮をお願いいたします。

#### 記

Q 医学薬学関連学会において製薬企業等が設置・運営する展示ブース等において、医薬関係者向けの医療用医薬品等に関する広告資材を、主に医薬関係者に配布し、あわせて医薬関係者以外の一般参加者にも配布する行為については、医薬品等適正広告基準「5 医療用医薬品等の広告の制限」にて禁止されている一般人を対象とする広告と解するのか。

A 学会における展示ブース等は、本来的に医学薬学関係者である学会会員を対象に設置されるものであることに鑑み、原則として、一般人を対象とする広告活動とは解さない。

ただし、その際は、医薬関係者向けの情報提供資材であることがわかる何らかの工夫が必要である。

また、例えば製薬企業等が医学薬学関係者以外の一般人の参加を想定し、患者向けの広告資材を別途作成して配布するなど、一般人を誘因する意図が確認できる際には、一般人を対象とする広告に該当することに留意する必要がある。



薬生薬審発 0329 第 18 号  
薬生安発 0329 第 2 号  
平成 30 年 3 月 29 日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課長  
( 公 印 省 略 )

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課長  
( 公 印 省 略 )

一般用漢方製剤の添付文書等に記載する使用上の注意について

標記の件について、別添写しのとおり各都道府県衛生主幹部（局）長あてに  
通知したのでご了知のほどお願いいたします。

薬生薬審発 0329 第 17 号  
薬生安発 0329 第 1 号  
平成 30 年 3 月 29 日

各都道府県衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課長  
（ 公 印 省 略 ）

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課長  
（ 公 印 省 略 ）

#### 一般用生薬製剤の添付文書等に記載する使用上の注意について

一般用生薬製剤については、平成29年12月21日付け薬生発1221第4号厚生労働省医薬・生活衛生局長通知により、一般用生薬製剤の承認基準を定めているところです。

今般、一般用生薬製剤の使用上の注意に記載する情報が、一般用生薬製剤を使用する者に確実に伝達されるよう、一般用生薬製剤の使用上の注意をより見やすく、わかりやすいものとするため、承認基準が制定された一般用生薬製剤について、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第52条第1項第1号に規定する使用及び取扱い上の注意として記載すべき事項として、少なくとも別添の事項を添付文書等に記載することとし、今後作成する添付文書等については原則として別添の事項を記載し、すでに作成されている添付文書等については2020年9月末日までに改めることとしたので、貴管下関係業者等に対し周知徹底をお願いします。

また、本通知の写しを独立行政法人医薬品医療機器総合機構理事長、公益社団法人日本医師会会長、公益社団法人日本歯科医師会会長、公益社団法人日本薬剤師会会長、一般社団法人日本病院薬剤師会会長、公益社団法人全日本医薬品登録販売者協会会長、一般社団法人日本医薬品登録販売者協会会長、日本チェーンドラッグストア協会会長、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会

会長、日本製薬団体連合会会長、日本一般用医薬品連合会会長、米国研究製薬工業協会会長、欧州製薬団体連合会会長及び一般社団法人日本医薬品卸業連合会会長あてに発出することとしているので申し添えます。

(別添)

一般用生薬製剤の添付文書等に記載する  
使用上の注意

## 目次

1.	ウワウルシ	1
2.	オウバク末（内服）	2
2.	オウバク末（外用）	3
3.	オウレン	5
4.	オウレン末	6
5.	カゴソウ	7
6.	カンゾウ	8
7.	カンゾウ末	10
8.	キキョウ末	12
9.	キササゲ	13
10.	ケイヒ末	14
11.	ケツメイシ	15
12.	ゲンチアナ末	16
13.	ゲンノショウコ	17
14.	ゲンノショウコ末	18
15.	コウカ	19
16.	コウジン	20
17.	サフラン	21
18.	サンキライ	22
19.	サンシシ末	23
20.	シャゼンソウ	25
21.	ジュウヤク	26
22.	センブリ	28
23.	ソウハクヒ	29
24.	ニンジン	30
25.	ボウイ	31
26.	モクツウ	32
27.	ユウタン	33
28.	ヨクイニン	34
29.	ヨクイニン末	35
30.	リュウタン末	36

## 1. ウワウルシ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 2. オウバク末（内服）

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 発熱を伴う下痢のある人、血便のある人又は粘液便の続く人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回、下痢に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 発熱を伴う下痢のある人、血便のある人又は粘液便の続く人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること

〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 2. オウバク末（外用）

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### してはいけないこと

（守らないと現在の症状が悪化したり、副作用が起こりやすくなる）

#### 次の部位には使用しないこと

- （1）目の周囲、粘膜等。
- （2）湿疹、かぶれ、傷口。

#### 相談すること

#### 1. 次の人は使用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- （1）医師の治療を受けている人。
- （2）薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 使用后、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに使用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 5～6日間使用しても症状がよくなる場合は使用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

〔用法及び用量に関連する注意として、用法及び用量の項目に続けて以下を記載すること。〕

- （1）小児に使用させる場合には、保護者の指導監督のもとに使用させること。  
〔小児の用法及び用量がある場合に記載すること〕
- （2）目に入らないように注意すること。万一、目に入った場合には、すぐに水又はぬるま湯で洗うこと。なお、症状が重い場合には、眼科医の診療を受けること。
- （3）外用にのみ使用すること。

#### 保管及び取扱い上の注意

- （1）直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- （2）小児の手の届かない所に保管すること。
- （3）他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の部位には使用しないこと
  - （1）目の周囲、粘膜等。
  - （2）湿疹、かぶれ、傷口。
2. 次の人は使用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - （1）医師の治療を受けている人。
  - （2）薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

2. 使用が適さない場合があるので、使用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔2. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には2. を記載すること。〕
3. 使用に際しては、説明文書をよく読むこと
4. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

### 3. オウレン

#### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 発熱を伴う下痢のある人、血便のある人又は粘液便の続く人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回、下痢に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

#### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 発熱を伴う下痢のある人、血便のある人又は粘液便の続く人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること 〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 4. オウレン末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 発熱を伴う下痢のある人、血便のある人又は粘液便の続く人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回、下痢に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 発熱を伴う下痢のある人、血便のある人又は粘液便の続く人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること 〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 5. カゴソウ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 6. カンゾウ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### してはいけないこと

(守らないと現在の症状が悪化したり、副作用が起こりやすくなる)

#### 短期間の服用にとどめ、連用しないこと

#### 相談すること

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 高齢者。
- (4) 次の症状のある人。  
むくみ
- (5) 次の診断を受けた人。  
高血圧、心臓病、腎臓病

##### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

まれに下記の重篤な症状が起こることがある。その場合は直ちに医師の診療を受けること。

症状の名称	症 状
偽アルドステロン症、 ミオパチー	手足のだるさ、しびれ、つっぱり感やこわばりに加えて、脱力感、筋肉痛があらわれ、徐々に強くなる。

##### 3. 5～6回服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない(湿気の少ない)涼しい所に(密栓して)保管すること。  
〔( )内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。(誤用の原因になったり品質が変わる。)  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 高齢者。
  - (4) 次の症状のある人。

むくみ

(5) 次の診断を受けた人。

高血圧、心臓病、腎臓病

1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 7. カンゾウ末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### してはいけないこと

(守らないと現在の症状が悪化したり、副作用が起こりやすくなる)

#### 短期間の服用にとどめ、連用しないこと

#### 相談すること

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 高齢者。
- (4) 次の症状のある人。  
むくみ
- (5) 次の診断を受けた人。  
高血圧、心臓病、腎臓病

##### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

まれに下記の重篤な症状が起こることがある。その場合は直ちに医師の診療を受けること。

症状の名称	症 状
偽アルドステロン症、 ミオパチー	手足のだるさ、しびれ、つっぱり感やこわばりに加えて、脱力感、筋肉痛があらわれ、徐々に強くなる。

##### 3. 5～6回服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない(湿気の少ない)涼しい所に(密栓して)保管すること。  
〔( )内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。(誤用の原因になったり品質が変わる。)  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 高齢者。
  - (4) 次の症状のある人。

むくみ

(5) 次の診断を受けた人。

高血圧、心臓病、腎臓病

1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 8. キキョウ末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- (4) 胃腸が弱く下痢しやすい人。
- (5) 次の症状のある人。

高熱

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ
消化器	食欲不振、胃部不快感

#### 3. 5～6回服用しても症状がよくならない場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- (4) 胃腸が弱く下痢しやすい人。
- (5) 次の症状のある人。

高熱

#### 1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること

〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 9. キササゲ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 授乳中の人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 授乳中の人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること 〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 10. ケイヒ末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位（胃のむかつきに服用する場合は5～6回）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 11. ケツメイシ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位（便秘に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 12. ゲンチアナ末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。

##### 2. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。

##### 1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕

##### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

##### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること

〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

### 13. ゲンノショウコ

#### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位（便秘に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

#### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 14. ゲンノショウコ末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位（便秘に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 15. コウカ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること 〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 16. コウジン

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるため、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくならない場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

4. 長期連用する場合には、医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕

2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

- 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 17. サフラン

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 18. サンキライ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 19. サンシシ末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### してはいけないこと

(守らないと現在の症状が悪化したり、副作用が起こりやすくなる)

#### 1. 次の人は使用しないこと

小麦アレルギーのある人(小麦と混ぜ、水で練って外用するため)

#### 2. 次の部位には使用しないこと

- (1) 目の周囲、粘膜等。
- (2) 湿疹、かぶれ、傷口。

#### 相談すること

#### 1. 次の人は使用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 使用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに使用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 5～6日間使用しても症状がよくなる場合は使用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

[用法及び用量に関連する注意として、用法及び用量の項目に続けて以下を記載すること。]

- (1) 小児に使用させる場合には、保護者の指導監督のもとに使用させること。

[小児の用法及び用量がある場合に記載すること。]

- (2) 目に入らないように注意すること。万一、目に入った場合には、すぐに水又はぬるま湯で洗うこと。なお、症状が重い場合には、眼科医の診療を受けること。
- (3) 外用にのみ使用すること。

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない(湿気の少ない)涼しい所に(密栓して)保管すること。

[( )内は必要とする場合に記載すること。]

- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。(誤用の原因になったり品質が変わる。)

[容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。]

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は使用しないこと

小麦アレルギーのある人(小麦と混ぜ、水で練って外用するため)

2. 次の部位には使用しないこと
  - (1) 目の周り、粘膜等。
  - (2) 湿疹、かぶれ、傷口。
3. 次の人は使用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 3´. 使用が適さない場合があるので、使用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔3. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には3´. を記載すること。〕
4. 使用に際しては、説明文書をよく読むこと
5. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 20. シャゼンソウ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- (4) 次の症状のある人。

高熱

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 5～6回服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- (4) 次の症状のある人。

高熱

#### 1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること

〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 21. ジュウヤク

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### してはいけないこと

(守らないと現在の症状が悪化したり、副作用が起こりやすくなる)

本剤を服用している間は、次の医薬品を服用しないこと  
他の瀉下薬（下剤）

#### 相談すること

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 次の症状のある人。  
はげしい腹痛、吐き気・嘔吐

##### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
消化器	はげしい腹痛、吐き気・嘔吐

##### 3. 服用後、次の症状があらわれることがあるので、このような症状の持続又は増強が見られた場合には、服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

下痢

##### 4. 本剤の服用により、まれに症状が進行することもあるので、このような場合には、服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

##### 5. 1ヵ月位（便秘、便秘に伴う吹出物に服用する場合は5～6日間）服用しても症状がよくならない場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 本剤を服用している間は、次の医薬品を服用しないこと  
他の瀉下薬（下剤）
2. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
(1) 医師の治療を受けている人。

(2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。

(3) 次の症状のある人。

はげしい腹痛、吐き気・嘔吐

- 2´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔2. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には2´. を記載すること。〕
3. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
4. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 22. センブリ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 23. ソウハクヒ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 授乳中の人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

#### 3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

#### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
- (3) 授乳中の人。
- (4) 高齢者。
- (5) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。

#### 1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること 〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕

#### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

#### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること

- 〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 24. ニンジン

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
4. 長期連用する場合には、医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 25. ボウイ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 26. モクツウ

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 27. ユウタン

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ

3. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 28. ヨクイニン

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ
消化器	胃部不快感

3. 服用後、次の症状があらわれることがあるので、このような症状の持続又は増強が見られた場合には、服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
下痢
4. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

## 29. ヨクイニン末

### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
2. 服用後、次の症状があらわれた場合は副作用の可能性があるので、直ちに服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

関係部位	症 状
皮 膚	発疹・発赤、かゆみ
消化器	胃部不快感

3. 服用後、次の症状があらわれることがあるので、このような症状の持続又は増強が見られた場合には、服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
下痢
4. 1ヵ月位服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること
  - (1) 医師の治療を受けている人。
  - (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。
  - (3) 薬などによりアレルギー症状を起こしたことがある人。
- 1´. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること  
〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1´. を記載すること。〕
2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと
3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

### 30. リュウタン末

#### 【添付文書等に記載すべき事項】

#### 相談すること

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。

##### 2. 1ヵ月位（食べ過ぎ、飲み過ぎ、胃のむかつきに服用する場合は5～6回）服用しても症状がよくなる場合は服用を中止し、この文書を持って医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

#### 保管及び取扱い上の注意

- (1) 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること。  
〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕
- (2) 小児の手の届かない所に保管すること。
- (3) 他の容器に入れ替えないこと。（誤用の原因になったり品質が変わる。）  
〔容器等の個々に至適表示がなされていて、誤用のおそれのない場合には記載しなくてもよい。〕

#### 【外部の容器又は外部の被包に記載すべき事項】

#### 注意

##### 1. 次の人は服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

- (1) 医師の治療を受けている人。
- (2) 妊婦又は妊娠していると思われる人。

##### 1. 服用が適さない場合があるので、服用前に医師、薬剤師又は登録販売者に相談すること

〔1. の項目の記載に際し、十分な記載スペースがない場合には1. を記載すること。〕

##### 2. 服用に際しては、説明文書をよく読むこと

##### 3. 直射日光の当たらない（湿気の少ない）涼しい所に（密栓して）保管すること

〔（ ）内は必要とする場合に記載すること。〕

薬生薬審発 0410 第 1 号  
薬生安発 0410 第 1 号  
平成 30 年 4 月 10 日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課長  
( 公 印 省 略 )

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課長  
( 公 印 省 略 )

「一般用漢方製剤の添付文書等に記載する使用上の注意について」  
の訂正について

「一般用漢方製剤の添付文書等に記載する使用上の注意について」(平成 30 年 3 月 29 日付け薬生薬審発 0329 第 18 号・薬生安発 0329 第 2 号厚生労働省医薬・生活衛生局医薬品審査管理課長・医薬安全対策課長連名通知)の一部に誤りがありましたので、下記のとおり訂正致します。

記

該当箇所	誤	正
標題	一般用漢方製剤の添付文書等に 記載する使用上の注意について	一般用生薬製剤の添付文書等に 記載する使用上の注意について



薬生総発 0329 第 1 号  
平成 30 年 3 月 29 日

各都道府県衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長  
（公印省略）

「試験問題の作成に関する手引き」の改訂について

登録販売者試験（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和 35 年法律第 145 号）第 36 条の 8 第 1 項に規定する試験をいう。以下同じ。）については、「登録販売者試験の実施について」（平成 19 年 8 月 8 日付け薬食総発第 0808001 号厚生労働省医薬食品局総務課長通知）によりお示しした「登録販売者試験実施要領」において、「試験問題の作成に関する手引き」（以下「手引き」という。）から出題するものとされています。

今般、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律施行規則の一部を改正する省令（平成 29 年厚生労働省令第 96 号）等の内容を踏まえ、別添のとおり、手引きを改訂することとしました。

貴職におかれましては、内容につき御了知の上、貴管下関係業者等に周知いただくとともに、手引きの改訂に伴い、今後行われる登録販売者試験について受験者の混乱等が生じないよう御配慮いただきますようお願いいたします。



薬 第 24-4 号

平成30年4月4日

日本チェーンドラッグストア協会  
埼玉県支部長 関 伸治 様

埼玉県保健医療部薬務課長 天下井 昭（公印省略）

「試験問題の作成に関する手引き」の改訂について（通知）

薬務行政の推進につきましては、日頃格別の御協力を賜り厚くお礼申し上げます。

このたび、平成30年3月29日付けで厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長から、別添（写し）のとおり通知がありました。

つきましては、貴会員へ周知していただきますよう御配慮をお願いいたします。

なお、「試験問題の作成に関する手引き」については、薬務課ホームページ（<http://www.pref.saitama.lg.jp/a0707/han-tuuti2.html>）に掲載しているため、添付を省略しています。

担当 販売指導担当

電話 048-830-3622

E-mail a3620-14@pref.saitama.lg.jp

基安発 0330 第 4 号

平成 30 年 3 月 30 日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省労働基準局

安全衛生部長



第 13 次労働災害防止計画を踏まえた第三次産業における  
労働災害防止対策の推進について（協力要請）

第三次産業における労働災害の占める割合が年々増加する中、平成 30 年度から平成 34 年度を計画期間とする第 13 次労働災害防止計画が策定され、第三次産業の中で労働災害発生件数の多い小売業、社会福祉施設及び飲食店については、労働災害発生率（休業 4 日以上死傷年千人率）の 5% 減少という目標が掲げられ、重点的な取組が求められています。

これらの業種の労働災害発生状況を見ると、複数の店舗、施設を展開する企業・法人傘下の事業場での災害も多く見られており、また、店舗や施設の安全衛生の取組を見ると安全衛生担当者がいないなど体制が脆弱であることから、本社・本部主導による企業・法人全体の効果的な取組として水平展開することが有効です。

このため、厚生労働省では、引き続き、中央労働災害防止協会とともに、「働く人に安全で安心な店舗・施設づくり推進運動」を主唱し、経営トップの参画の下、本社・本部主導による自主的安全衛生活動の推進を図ることとしました。

つきましては、貴団体におかれましても、安心して働ける安全な職場環境の実現に向けて、傘下の会員に対し、上記推進運動を周知していただくとともに趣旨を御理解の上、取り組んでいただきますよう、特段の御配慮をお願いします。

なお、厚生労働省ホームページの「働く人に安全で安心な店舗・施設づくり推進運動」特設サイト (<http://anzeninfo.mhlw.go.jp/information/sanjisangyo.html>) に、労働災害統計、取組事例、各種セミナー等の情報を掲載していますので、御活用ください。

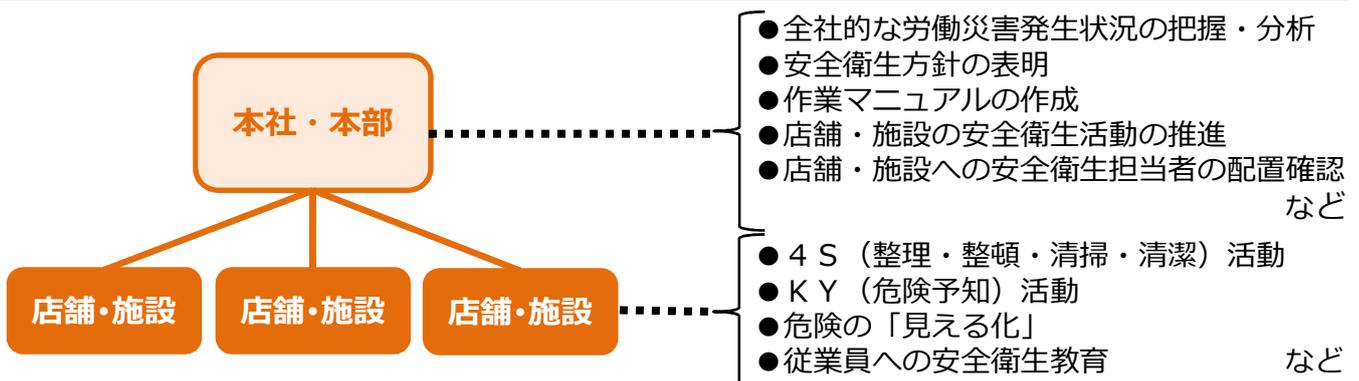
# 働く人に安全で安心な 店舗・施設づくり推進運動

～ 小売業・社会福祉施設・飲食店の労働災害の減少に向けて ～

厚生労働省と中央労働災害防止協会では、小売業、社会福祉施設、飲食店において増加している労働災害の減少を図るため、「働く人に安全で安心な店舗・施設づくり推進運動」を展開しています。

これらの業種で効果的な労働災害防止対策を進めるためには、2・3ページに掲載の「チェックリストⅠ・Ⅱ」を活用し、多くの店舗を展開する**企業本社**、複数の社会福祉施設を展開する**法人本部が主導して**、店舗、施設の労働安全衛生活動について**全社的に取り組むことが重要**です。

3・4ページには、下図のような取組事項の具体例のうち、主なものをまとめていますので、ご参照ください。



## 増加する小売業、社会福祉施設、飲食店での労働災害



※休業4日以上死傷労働災害件数(11月末現在速報値)、点線は第12次労働災害防止計画における目標値

## 小売業、社会福祉施設、飲食店で多い労働災害

転倒	急な動き・無理な動き	墜落・転落	その他
「急いでいるときや、両手で荷物を抱えているときなどに、放置された荷物や台車につまずく」 「濡れた床で滑る」など	「重いものを無理な姿勢で持ち上げたり、移動させたりするとき、介護で利用者を持ち上げるときなどに、ぎっくり腰になる、筋を痛める、くじく」など	「脚立や、はしごなどの上でバランスを崩す」「階段で足が滑る」など	「やけどをした」、「刃物で手を切った」、「交通事故にあった」、「通路でぶつかった」など



# チェックリスト

## I

### 本社・本部実施事項

次の事項のうち、労働災害の発生状況等を踏まえ、必要性の高いものから取組を始め、順次、取組事項を拡げてください。なお、法定の義務事項に該当する重要な取組もありますので（衛生管理者の選任等）、その場合は特に速やかに実施する必要があります。

チェック項目		☑
1	全店舗・施設の労働災害の発生状況を把握し、分析を行っていますか。	<input type="checkbox"/>
2	企業・法人の経営トップの意向を踏まえた安全衛生方針を作成し、掲示や小冊子の配布などの方法により店舗・施設に周知していますか。	<input type="checkbox"/>
3	店舗・施設の作業について、過去の労働災害発生状況を踏まえ、安全に配慮した作業マニュアルを作成して店舗・施設に周知していますか。	<input type="checkbox"/>
4	次の①～⑪の項目のうちから、店舗・施設で実施すべき安全衛生活動を定め、店舗・施設での取組を行わせるとともに、必要な資料の提供、教育の実施等の支援を行っていますか。	-
①	4S（整理、整頓、清掃、清潔）の徹底による床面の水濡れ、油汚れ等の小まめな清掃、台車等の障害物の除去、介護、保育等の作業ができるスペース・通路の確保等による転倒・腰痛災害の防止	<input type="checkbox"/>
②	作業マニュアルの店舗・施設の従業員への周知・教育	<input type="checkbox"/>
③	KY（危険予知）活動による危険予知能力、注意力の向上	<input type="checkbox"/>
④	ヒヤリハット活動による危険箇所の共有、除去	<input type="checkbox"/>
⑤	危険箇所の表示による危険の「見える化」の実施	<input type="checkbox"/>
⑥	店長・施設長、安全衛生担当者による定期的な職場点検の実施	<input type="checkbox"/>
⑦	朝礼時等での安全意識の啓発	<input type="checkbox"/>
⑧	転倒防止に有効な靴、切創防止手袋等の着用の推進、介護機器・用具等の導入と、使用の推進、熱中症予防のための透湿性・通気性の良い服装の活用	<input type="checkbox"/>
⑨	腰痛予防対策指針に基づく健康診断の実施	<input type="checkbox"/>
⑩	腰痛・転倒予防体操の励行	<input type="checkbox"/>
⑪	熱中症予防のための休憩場所・時間の確保	<input type="checkbox"/>
5	店舗・施設における安全衛生担当者（衛生管理者、衛生推進者、安全推進者等）の配置状況を確認していますか。	<input type="checkbox"/>
6	店舗・施設の安全衛生担当者に対する教育を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
7	本社・本部、エリアマネージャーから店舗・施設に対する危険箇所や安全衛生活動の取組状況の点検、災害防止指導を実施していますか。（店舗・施設の監査チェックリストに安全衛生に関する項目を明記することなどがあります）	<input type="checkbox"/>
8	安全対策の取組や注意喚起を分かりやすく従業員へ周知するための掲示や小冊子の配布を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
9	リスクアセスメント（職場の危険・有害要因を特定し、リスクの大きさを評価すること）を実施してその結果に基づく対策を講じていますか。	<input type="checkbox"/>
10	店舗・施設におけるメンタルヘルス対策について指導および実施状況の把握を行っていますか。	<input type="checkbox"/>
11	店舗・施設における健康診断および事後措置、長時間労働者への面接指導など、健康確保措置の実施状況を把握していますか。	<input type="checkbox"/>

## チェックリスト II 店舗・施設実施事項

本社・本部が定めた安全衛生活動を実施するほか、店舗・施設独自の取組を順次広げてください。

チェック項目		☑
1	4 S活動（整理、整頓、清掃、清潔）の徹底による床面の水濡れ、油汚れ等の小まめな清掃、台車等の障害物の除去、介護、保育等の作業ができるスペース・通路の確保等による転倒・腰痛災害の防止を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
2	作業マニュアルを店舗・施設の従業員に周知、教育していますか。	<input type="checkbox"/>
3	K Y（危険予知）活動による危険予知能力、注意力の向上に取り組んでいますか。	<input type="checkbox"/>
4	ヒヤリハット活動による危険箇所の共有、除去を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
5	危険箇所の表示による危険の「見える化」を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
6	店長・施設長、安全担当者による定期的な職場点検を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
7	朝礼時等での安全意識の啓発を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
8	転倒防止に有効な靴、切創防止手袋等の着用の推進、介護機器・用具等の導入、使用の推進、熱中症予防のための透湿性・通気性の良い服装の活用などを行っていますか。	<input type="checkbox"/>
9	腰痛予防対策指針に基づく健康診断を実施していますか。	<input type="checkbox"/>
10	腰痛・転倒予防体操を励行していますか。	<input type="checkbox"/>
11	熱中症予防のための休憩場所・時間の確保を実施していますか。	<input type="checkbox"/>

## 主な取組事項の概要

### ① 経営トップによる安全衛生方針の表明

- ◆経営トップによる安全衛生方針を策定し、掲示や従業員への小冊子の配布などにより周知します。

### ② 4 S活動 = 災害の原因を取り除く

- ◆「4 S」とは「整理」、「整頓」、「清掃」、「清潔」のことで、これらを日常的な活動として行うのが「4 S活動」です。
- ◆4 S活動は、労働災害の防止だけではなく、作業のしやすさ、作業の効率化も期待できます。
- ◆お客様の目に触れにくいバックヤードも整頓を忘れないようにしましょう。
- ◆荷物やゴミなど、物が散らかっている職場や、水や油で床が滑りやすい職場は、災害の危険が高くなります。



策定例



策定日 平成●●年 月 日  
 揭示日 平成●●年 月 日

### 安全衛生方針

当社は、「『従業員の安全』は『お客様の安全』の礎である」との理念に基づき、安全衛生の基本方針を以下のとおり定め、経営者、従業員一丸となって労働災害防止活動の推進に努めます。

#### 安全衛生の基本方針

- ① 安全衛生活動の推進を可能とするための組織体制の整備、責任の所在の明確化を図る
- ② 労使のコミュニケーションにより、職場の実情に応じた合理的な対策を講じる
- ③ すべての社員、パート、アルバイトに安全衛生確保に必要なかつ十分な教育・訓練を実施する
- ④ 上記の実行に当たっては適切な経営資源を投入し、効果的な改善を継続的に実施する

会社名 株式会社●●スーパーマーケット  
 代表者 代表取締役 安全太郎

(自筆で署名しましょう)

### ③ KY活動 = 潜んでいる危険を見つける

- ◆ KYとは「危険（K）・予知（Y）」のことです。KY活動では、業務を開始する前に職場で「その作業では、どんな危険が潜んでいるか」を話し合っ「これは危ない」というポイントに対する対策を決め、作業のときは、一人ひとりが「指差し呼称」をして行動を確認します。
- ◆ 「うっかり」、「勘違い」、「思い込み」などは安全ではない行動を招き、災害の原因となります。



### ④ 危険の「見える化」 = 危険を周知する

- ◆ 危険の「見える化」とは、職場の危険を可視化（＝見える化）し、従業員全員で共有することをいいます。KY活動で見つけた危険のポイントに、右のようなステッカーなどを貼りつけることで、注意を喚起します。
- ◆ 墜落や衝突などのおそれのある箇所が事前に分かっている場合は、そこでは特に慎重に行動することができます。



### ⑤ 安全教育・研修 = 正しい作業方法を学ぶ

- ◆ 「脚立の正しい使い方」、「腰痛を防ぐ方法」、「器具の正しい操作方法」などを知っていれば、労働災害を防ぐことができます。
- ◆ 組織の本社や本部では、「どんな災害が起こっているか」、「どうしたら災害は防げるか」を踏まえ、「正しい作業手順（マニュアル）」を作成します。そして店舗・施設では、この内容を従業員に伝え、教えます。
- ◆ 朝礼など皆が集まる機会を活用して教育・研修を行う方法もあります。特に、はじめて職務に就いた従業員には、雇い入れ時に安全教育を行う必要があります。

### ⑥ 安全意識の啓発 = 全員参加により安全意識を高める

- ◆ 安全活動は、経営者や責任者の責務であるとともに、正社員、パート、アルバイト、派遣などの雇用形態にかかわらず、従業員は全員参加することが重要です。
- ◆ 従業員一人ひとりの安全意識を高めるために、朝礼などの場を活用して、店長・施設長から安全の話をする事や、従業員からヒヤリハット事例を報告してもらい、みんなで安全について話し合ったりすることなどが効果的です。

### ⑦ 安全推進者の配置 (労働安全衛生法施行令第2条第3号に掲げる業種における安全推進者の配置等に係るガイドライン)

- ◆ 店舗・施設ごとに安全の担当者である安全推進者を配置し、安全衛生活動、安全衛生教育・啓発の推進などの旗振り役を担わせます。

## 「働く人に安全で安心な店舗・施設づくり推進運動」特設サイト

<http://anzeninfo.mhlw.go.jp/information/sanjisangyo.html>

こちらも  
ご覧ください

●安全・衛生に関する主な制度・施策紹介 ●安全衛生関係のパンフレット一覧

安全・衛生

検索

安全 パンフ

検索

職場の安全活動についてのご不明点などは、厚生労働省ホームページをご覧ください。最寄りの都道府県労働局、労働基準監督署にお問い合わせ下さい。

# 商業動態統計月報

Monthly Report on the Current Survey of Commerce

平成30年1月分

〔年間補正〕

January, 2018

〔Annual Revised〕

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26年商業統計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29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26年商業統計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・ヘアアイロン、フェイスケア器具、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	ヘルスケア用品（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） 介護用品（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） ベビー用品（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） ペット用品（ペットフード、ペット用装飾品、ペット用医薬品、ペット用シャンプー、ペット用シート等）
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30年1月の家電大型専門店販売額は3821億円、前年同月比で見ると2.8%の増加となった。商品別にみると、情報家電が同6.5%の増加、AV家電が同3.6%の増加、生活家電が同2.6%の増加、その他が同0.5%の増加となった。一方、カメラ類が同▲5.5%の減少、通信家電が同▲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
3,821	583	907	302	151	1,493	385	2,526
2.8	3.6	6.5	▲0.6	▲5.5	2.6	0.5	2.5

## 6. ドラッグストア販売額の動向

平成30年1月のドラッグストア販売額は5053億円、前年同月比で見ると7.0%の増加となった。商品別にみると、調剤医薬品が同11.2%の増加、食品が同11.0%の増加、ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビーが同8.3%の増加、ビューティケア（化粧品・小物）が同7.3%の増加、その他が同4.3%の増加、家庭用品・日用消耗品・ペット用品が同4.3%の増加、OTC医薬品が同3.8%の増加、トイレタリーが同3.2%の増加、健康食品が同2.9%の増加となった。

(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
5,053	326	737	380	168	739	469	750	1,367	117	15,079
7.0	11.2	3.8	8.3	2.9	7.3	3.2	4.3	11.0	4.3	5.0

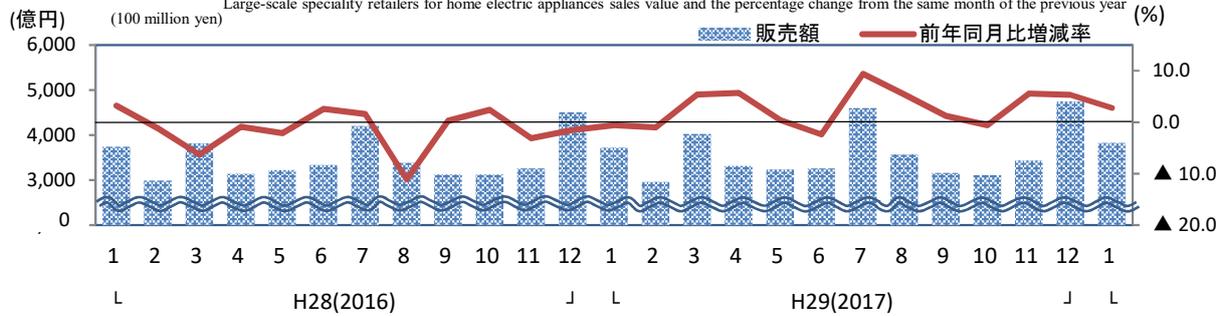
## 7. ホームセンター販売額の動向

平成30年1月のホームセンター販売額は2415億円、前年同月比で見ると▲0.7%の減少となった。商品別にみると、園芸・エクステリアが同▲5.5%の減少、カー用品・アウトドアが同▲5.0%の減少、インテリアが同▲4.3%の減少、オフィス・カルチャーが同▲2.3%の減少、家庭用品・日用品が同▲2.1%の減少、DIY用具・素材が同▲0.1%の減少となった。一方、その他が同6.8%の増加、ペット・ペット用品が同0.7%の増加、電気が同0.0%の横ばいとなった。

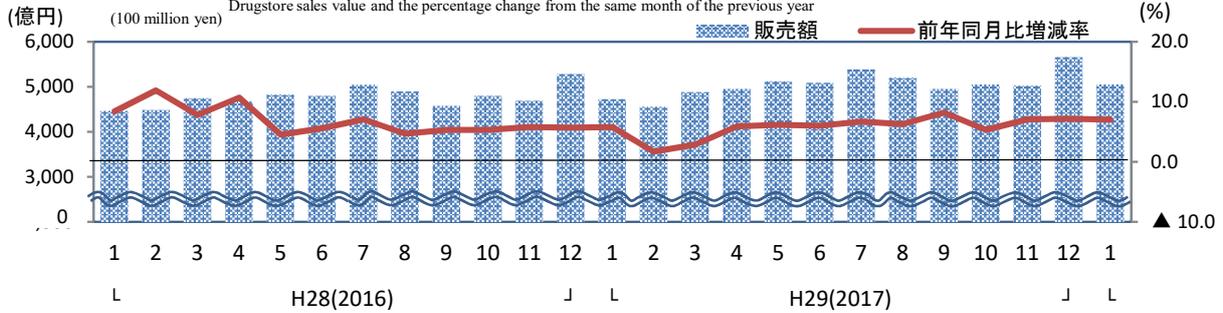
(単位:億円、店、%)

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
2,415	521	216	173	520	197	192	117	145	335	4,300
▲0.7	▲0.1	0.0	▲4.3	▲2.1	▲5.5	0.7	▲5.0	▲2.3	6.8	0.9

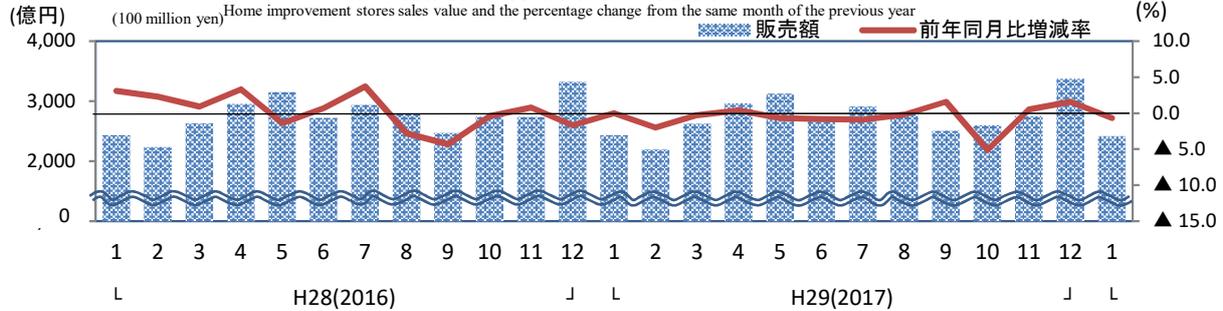
### 家電大型専門店販売額・前年同月比増減率の推移



### 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 27 年	42,467	▲6.3	2,432	53,609	6.4	13,547	33,012	▲1.3	4,209	C.Y. 2015
28	41,830	▲1.5	2,472	57,258	6.8	14,190	33,090	0.2	4,273	2016
29	43,115	3.1	2,529	60,580	5.4	15,049	32,942	▲0.4	4,304	2017
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	57,729	5.3	14,509	33,040	▲0.4	4,271	2016
平成 28 年 10~12月	10,884	▲0.9	2,472	14,763	5.6	14,190	8,793	▲0.5	4,273	Q4 2016
平成 29 年 1~3月	10,698	1.5	2,478	14,159	3.0	14,509	7,245	▲0.7	4,271	Q1 2017
4~6	9,809	1.1	2,503	15,161	5.6	14,672	8,785	▲0.4	4,279	Q2
7~9	11,320	5.8	2,508	15,530	6.6	14,838	8,192	0.1	4,291	Q3
10~12	11,288	3.7	2,529	15,730	6.1	15,049	8,720	▲0.8	4,304	Q4
平成 28 年 11月	3,252	▲3.1	2,457	4,689	5.8	14,111	2,737	0.8	4,257	Nov. 2016
12	4,507	▲1.5	2,472	5,282	5.7	14,190	3,318	▲1.7	4,273	Dec.
平成 29 年 1月	3,716	▲0.6	2,465	4,723	5.4	14,359	2,433	0.0	4,263	Jan. 2017
2	2,960	▲1.0	2,466	4,555	1.3	14,427	2,189	▲2.0	4,264	Feb.
3	4,022	5.4	2,478	4,880	2.5	14,509	2,623	▲0.3	4,271	Mar.
4	3,316	5.7	2,490	4,953	5.5	14,594	2,962	0.4	4,280	Apr.
5	3,236	0.4	2,497	5,124	5.8	14,625	3,125	▲0.7	4,279	May
6	3,257	▲2.4	2,503	5,084	5.6	14,672	2,698	▲0.8	4,279	Jun.
7	4,595	9.4	2,510	5,383	6.3	14,714	2,910	▲0.9	4,282	Jul.
8	3,567	5.4	2,506	5,199	5.8	14,767	2,775	▲0.2	4,281	Aug.
9	3,158	1.2	2,508	4,948	7.8	14,838	2,507	1.6	4,291	Sep.
10	3,105	▲0.6	2,510	5,047	4.9	14,889	2,599	▲5.1	4,293	Oct.
11	3,436	5.6	2,530	5,020	6.6	14,978	2,750	0.5	4,298	Nov.
12	4,748	5.3	2,529	5,663	6.8	15,049	3,371	1.6	4,304	Dec.
平成 30 年 1月	3,821	2.8	2,526	5,053	7.0	15,079	2,415	▲0.7	4,300	Jan. 2018

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	O T C 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)	トイレット リー	家庭用品・日 用消耗品・ ペット用品	食品	その他	店舗数 (店) Number of establishments	Year and Month	
		Dispensing pharmaceutical products	Over the counter medical products	Health care (sanitary goods), nursing care, and baby products	Health foods	Beauty care (cosmetic products and goods)	Toiletry goods	Household utensils, daily necessities, pet products	Food	Others			
販 売 額  (百万円)	平成 27 年	5,360,899	364,366	791,064	388,937	190,617	811,167	535,639	813,831	1,339,365	125,913	13,547	C.Y. 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
	29	6,057,971	387,005	865,848	419,021	206,730	910,175	582,151	926,210	1,620,640	140,191	15,049	2017
	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	5,772,937	367,209	836,223	401,793	198,639	860,281	566,208	890,454	1,516,667	135,463	14,509	2016
	平成 28 年 10~12月	1,476,337	92,106	216,947	103,279	48,909	220,435	143,199	232,758	382,543	36,161	14,190	Q4 2016
	平成 29 年 1~3月	1,415,872	92,412	210,445	104,030	49,125	206,685	135,816	209,745	375,265	32,349	14,509	Q1 2017
	4~6	1,516,125	95,467	213,359	103,038	52,347	230,788	146,564	232,855	407,048	34,659	14,672	Q2
	7~9	1,552,978	97,223	217,843	102,949	53,826	235,389	149,620	241,159	419,714	35,255	14,838	Q3
	10~12	1,572,996	101,903	224,201	109,004	51,432	237,313	150,151	242,451	418,613	37,928	15,049	Q4
	平成 28 年 11月	468,918	29,640	68,971	33,537	15,461	68,581	45,919	72,870	122,435	11,504	14,111	Nov. 2016
	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	472,284	29,324	71,018	35,095	16,284	68,850	45,466	71,873	123,180	11,194	14,359	Jan. 2017
	2	455,540	30,385	66,584	34,072	15,894	65,108	43,709	66,984	122,572	10,232	14,427	Feb.
	3	488,048	32,703	72,843	34,863	16,947	72,727	46,641	70,888	129,513	10,923	14,509	Mar.
	4	495,278	31,896	69,656	34,347	16,855	75,090	47,683	75,390	132,899	11,462	14,594	Apr.
	5	512,426	31,021	72,674	34,763	17,550	77,754	49,875	78,907	137,815	12,067	14,625	May
	6	508,421	32,550	71,029	33,928	17,942	77,944	49,006	78,558	136,334	11,130	14,672	Jun.
	7	538,305	32,421	75,001	35,742	18,858	84,068	52,711	83,742	143,616	12,146	14,714	Jul.
	8	519,922	31,972	73,731	34,235	17,930	77,599	49,767	81,125	141,674	11,889	14,767	Aug.
9	494,751	32,830	69,111	32,972	17,038	73,722	47,142	76,292	134,424	11,220	14,838	Sep.	
10	504,671	32,728	72,473	33,813	17,067	75,070	47,978	77,709	135,985	11,848	14,889	Oct.	
11	501,991	33,222	71,898	35,142	16,292	74,529	48,686	76,578	133,691	11,953	14,978	Nov.	
12	566,334	35,953	79,830	40,049	18,073	87,714	53,487	88,164	148,937	14,127	15,049	Dec.	
平成 30 年 1月	505,258	32,602	73,718	38,016	16,761	73,869	46,925	74,950	136,737	11,680	15,079	Jan. 2018	
前 年 (度・同 期・同 月)比 増減 率(%)	平成 27 年	6.4	6.6	4.7	6.3	6.6	8.9	2.6	5.3	8.8	0.4	3.7	C.Y. 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
	29	5.4	2.0	3.8	4.2	4.6	6.4	3.1	4.5	8.4	3.8	5.0	2017
	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	▲2.8	3.8	1.2	2.2	4.1	3.9	7.2	10.1	5.5	5.2	2016
	平成 28 年 10~12月	5.6	▲4.2	5.2	1.0	1.8	4.1	2.5	8.8	10.5	6.4	4.7	Q4 2016
	平成 29 年 1~3月	3.0	▲8.9	2.7	0.4	3.1	3.7	2.4	3.9	7.0	1.4	5.2	Q1 2017
	4~6	5.6	2.0	4.6	4.2	5.2	7.4	2.4	5.0	8.2	4.2	5.1	Q2
	7~9	6.6	6.7	5.1	7.2	5.2	7.1	3.2	5.6	9.1	4.6	5.7	Q3
	10~12	6.1	9.4	2.8	5.3	4.8	7.3	4.5	3.6	9.2	4.9	5.0	Q4
	平成 28 年 11月	5.8	▲4.0	5.9	1.7	0.6	4.7	3.2	8.4	10.4	7.4	4.4	Nov. 2016
	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	▲5.9	7.6	3.9	4.1	4.0	3.6	6.6	8.9	2.0	4.6	Jan. 2017
	2	1.3	▲10.2	0.1	▲2.0	▲0.1	2.9	0.9	2.2	5.3	0.4	4.9	Feb.
	3	2.5	▲10.3	0.5	▲0.7	5.2	4.2	2.6	3.0	6.8	1.8	5.2	Mar.
	4	5.5	▲3.0	3.6	4.3	4.3	6.9	3.9	7.0	8.2	5.6	5.1	Apr.
	5	5.8	4.2	5.3	4.1	5.2	7.3	2.2	4.3	8.3	6.4	5.0	May
	6	5.6	5.3	4.9	4.3	6.1	7.9	1.0	3.8	8.2	0.6	5.1	Jun.
	7	6.3	3.4	4.1	6.8	6.5	7.4	2.7	5.3	9.3	6.5	5.1	Jul.
	8	5.8	6.1	4.7	5.9	2.0	5.7	2.2	6.3	8.3	3.4	5.2	Aug.
9	7.8	10.8	6.8	9.0	7.2	8.5	5.0	5.0	9.9	4.0	5.7	Sep.	
10	4.9	8.6	2.0	4.1	4.8	5.2	2.5	1.9	8.4	5.1	5.0	Oct.	
11	6.6	10.9	3.7	4.6	5.0	8.3	5.7	4.6	8.9	3.9	5.0	Nov.	
12	6.8	8.8	2.7	7.0	4.6	8.2	5.4	4.4	10.1	5.6	5.0	Dec.	
平成 30 年 1月	7.0	11.2	3.8	8.3	2.9	7.3	3.2	4.3	11.0	4.3	5.0	Jan. 2018	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.



## 第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	北海道 Hokkaido		青森 Aomori		岩手 Iwate		宮城 Miyagi		秋田 Akita		山形 Yamagata		Year and Month
	店舗数 Establishments												
平成 27年	223,651	616	43,523	127	63,359	170	103,311	240	31,120	98	40,680	104	C.Y. 2015
28	240,175	654	47,970	141	65,693	173	106,785	254	34,686	107	43,526	115	2016
29	252,551	679	51,086	150	68,861	179	113,002	268	37,646	115	47,260	126	2017
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10~12月	60,856	654	12,470	141	16,885	173	27,157	254	8,922	107	11,032	115	Q4 2016
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
4~6	61,758	661	12,769	144	17,143	174	28,147	263	9,325	111	11,732	119	Q2
7~9	65,707	669	13,294	147	18,052	177	29,419	265	9,998	114	12,559	121	Q3
10~12	63,951	679	13,164	150	17,608	179	28,716	268	9,596	115	11,961	126	Q4
平成 28年11月	19,977	647	3,990	141	5,488	173	8,911	252	2,914	106	3,711	114	Nov. 2016
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.
4	20,294	659	4,238	144	5,660	172	9,244	260	3,077	111	3,809	119	Apr.
5	20,200	659	4,215	144	5,696	174	9,304	261	3,076	111	3,876	119	May
6	21,264	661	4,316	144	5,787	174	9,599	263	3,172	111	4,047	119	Jun.
7	22,228	665	4,589	145	6,202	176	10,095	265	3,349	111	4,170	120	Jul.
8	22,326	667	4,514	146	6,153	177	9,845	264	3,451	111	4,345	121	Aug.
9	21,153	669	4,191	147	5,697	177	9,479	265	3,198	114	4,044	121	Sep.
10	21,097	670	4,332	148	5,766	178	9,365	265	3,165	114	3,923	122	Oct.
11	21,018	676	4,159	149	5,678	179	9,405	267	3,122	115	3,983	126	Nov.
12	21,836	679	4,673	150	6,164	179	9,946	268	3,309	115	4,055	126	Dec.
平成 30年1月	22,704	680	4,484	150	5,923	179	9,998	269	3,342	115	4,216	127	Jan. 2018
平成 27年	6.9	5.5	8.6	14.4	5.4	6.3	4.4	2.1	9.9	7.7	5.6	5.1	C.Y. 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
29	5.2	3.8	6.5	6.4	4.8	3.5	5.8	5.5	8.5	7.5	8.6	9.6	2017
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10~12月	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 2016
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
4~6	5.4	5.1	7.0	8.3	5.5	2.4	6.2	6.5	8.5	7.8	7.7	9.2	Q2
7~9	5.8	4.7	5.9	6.5	5.6	4.1	6.5	6.9	8.6	9.6	9.1	10.0	Q3
10~12	5.1	3.8	5.6	6.4	4.3	3.5	5.7	5.5	7.6	7.5	8.4	9.6	Q4
平成 28年11月	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. 2016
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.
4	5.6	5.8	9.5	11.6	6.9	2.4	6.1	4.8	10.4	9.9	7.3	10.2	Apr.
5	6.2	5.6	6.1	9.1	5.2	3.0	6.4	5.2	8.2	7.8	8.4	8.2	May
6	4.4	5.1	5.5	8.3	4.4	2.4	6.1	6.5	7.0	7.8	7.4	9.2	Jun.
7	7.3	4.7	9.9	6.6	8.2	3.5	8.7	6.9	10.9	7.8	9.9	10.1	Jul.
8	4.5	4.2	2.1	5.8	2.5	4.1	2.8	5.6	6.0	6.7	7.8	11.0	Aug.
9	5.6	4.7	5.8	6.5	6.2	4.1	8.2	6.9	9.2	9.6	9.6	10.0	Sep.
10	5.1	3.7	5.1	5.7	3.8	3.5	5.3	6.4	7.5	8.6	9.2	8.0	Oct.
11	5.2	4.5	4.2	5.7	3.5	3.5	5.5	6.0	7.1	8.5	7.3	10.5	Nov.
12	5.0	3.8	7.2	6.4	5.5	3.5	6.3	5.5	8.0	7.5	8.7	9.6	Dec.
平成 30年1月	4.2	4.0	8.5	4.2	7.0	3.5	7.3	5.9	9.1	6.5	9.8	10.4	Jan. 2018

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		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	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	店舗数	店舗数
平成 27年	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
29	83,518	184	158,509	348	116,508	232	109,855	279	368,008	994	298,809	762	646,690	1,684
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	355,138	971	286,510	728	616,688	1,646
平成 28年10～12月	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	87,478	971	70,336	728	152,990	1,646
4～6	20,762	175	39,375	331	28,919	223	27,403	270	92,511	984	74,540	735	163,088	1,662
7～9	22,072	180	41,126	334	30,629	227	28,210	274	92,835	979	75,713	747	162,880	1,678
10～12	20,915	184	39,999	348	29,296	232	27,999	279	95,184	994	78,220	762	167,732	1,684
平成 28年11月	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	28,927	960	23,235	720	50,364	1,628
2	6,509	172	12,309	332	9,084	217	8,475	266	27,912	965	22,743	725	48,968	1,637
3	6,395	173	12,605	332	9,178	218	8,815	269	30,639	971	24,358	728	53,658	1,646
4	6,672	175	12,575	332	9,279	219	8,904	268	30,179	979	24,034	731	53,874	1,653
5	6,895	175	13,301	331	9,641	220	9,154	271	31,445	980	25,346	734	55,120	1,649
6	7,195	175	13,499	331	9,999	223	9,345	270	30,887	984	25,160	735	54,094	1,662
7	7,401	178	14,087	333	10,298	223	9,585	270	32,409	979	26,440	740	57,372	1,671
8	7,582	179	14,105	333	10,572	226	9,592	272	30,726	978	24,984	744	53,639	1,674
9	7,089	180	12,934	334	9,759	227	9,033	274	29,700	979	24,289	747	51,869	1,678
10	6,815	181	12,876	336	9,339	227	8,885	278	30,383	987	24,340	748	53,383	1,676
11	6,910	183	12,969	342	9,613	231	9,131	279	30,541	991	25,945	750	53,861	1,681
12	7,190	184	14,154	348	10,344	232	9,983	279	34,260	994	27,935	762	60,488	1,684
平成 30年1月	7,363	184	13,644	350	10,018	228	9,374	282	30,067	997	24,978	766	53,095	1,690
前年(度・同期・同月)比増減率(%)														
平成 27年	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
29	5.9	7.6	3.0	4.8	6.2	8.4	1.5	1.5	4.4	3.4	4.6	6.1	2.9	3.4
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	2.8	1.6	4.5
平成 28年10～12月	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	3.0	3.4	2.1	2.8	▲0.8	4.5
4～6	6.5	8.0	2.8	1.5	5.7	10.4	1.0	0.4	5.7	4.6	5.7	3.1	2.8	4.1
7～9	6.5	7.8	3.3	2.1	8.7	11.8	2.9	2.6	5.7	4.6	5.5	5.2	5.1	4.9
10～12	4.9	7.6	3.4	4.8	5.8	8.4	2.3	1.5	3.1	3.4	4.9	6.1	4.4	3.4
平成 28年11月	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	6.0	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	2.3	3.4	2.3	2.8	▲1.5	4.5
4	5.4	9.4	2.0	1.5	3.9	8.4	0.1	0.4	6.6	4.5	5.1	2.7	3.5	4.1
5	7.0	8.7	3.1	1.5	4.8	8.4	1.0	1.5	4.8	4.1	5.7	3.1	2.6	3.7
6	7.0	8.0	3.2	1.5	8.2	10.4	1.8	0.4	5.8	4.6	6.2	3.1	2.2	4.1
7	7.8	9.2	4.2	2.1	8.8	11.5	2.2	0.4	5.4	3.8	6.4	3.5	3.7	4.6
8	4.8	8.5	1.8	1.5	7.9	12.4	2.1	1.1	6.2	4.4	3.4	4.1	5.3	4.7
9	7.1	7.8	3.9	2.1	9.6	11.8	4.5	2.6	5.5	4.6	6.7	5.2	6.4	4.9
10	5.7	7.7	1.9	3.1	4.6	9.7	0.7	2.2	0.4	2.4	1.8	3.9	2.6	4.0
11	3.9	8.3	3.2	3.0	6.0	9.5	3.3	2.2	5.6	3.1	6.6	4.2	5.7	3.8
12	5.3	7.6	5.0	4.8	6.6	8.4	2.8	1.5	3.4	3.4	6.0	6.1	5.0	3.4
平成 30年1月	7.3	7.6	4.2	5.1	6.6	6.5	4.7	6.0	3.9	3.9	7.5	6.4	5.4	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.

神奈川 Kanagawa		新潟 Niigata		富山 Toyama		石川 Ishikawa		福井 Fukui		山梨 Yamanashi		長野 Nagano		Year and Month		
店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments				
406,054	912	90,697	269	60,477	153	66,839	148	46,009	100	42,584	130	63,376	201	C.Y. 2015	Sales value (million yen) ・ Number of establishments	
422,984	946	97,602	279	65,866	155	74,422	154	54,302	110	45,486	128	68,663	208	2016		
447,255	1,031	103,308	294	69,350	156	77,075	163	58,990	116	47,822	137	74,654	222	2017		
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		
424,953	1,008	98,745	285	66,237	156	74,291	158	53,787	111	45,713	130	69,470	211	2016		
108,022	946	25,257	279	16,877	155	18,919	154	13,468	110	11,645	128	17,611	208	Q4 2016		
104,781	1,008	24,267	285	16,065	156	17,831	158	13,354	111	11,130	130	17,379	211	Q1 2017		
112,444	1,024	25,441	286	16,964	158	19,253	160	14,739	113	11,997	129	18,346	212	Q2		
112,886	1,027	26,877	288	18,208	157	20,313	160	15,628	116	12,297	134	19,309	215	Q3		
117,144	1,031	26,723	294	18,113	156	19,678	163	15,269	116	12,398	137	19,620	222	Q4		
34,656	943	7,974	279	5,429	154	6,110	154	4,403	109	3,679	128	5,693	207	Nov. 2016		
38,753	946	9,093	279	5,946	155	6,625	154	4,740	110	4,084	128	6,303	208	Dec.		
34,938	994	8,096	280	5,542	155	6,074	154	4,469	110	3,691	129	5,627	208	Jan. 2017		
33,600	999	7,852	284	5,275	156	5,944	157	4,433	111	3,559	129	5,718	210	Feb.		
36,243	1,008	8,319	285	5,248	156	5,813	158	4,452	111	3,880	130	6,034	211	Mar.		
36,503	1,016	8,252	284	5,613	156	6,175	160	4,869	112	3,903	130	6,035	210	Apr.		
38,180	1,018	8,556	285	5,561	155	6,385	160	4,902	113	4,097	130	6,170	210	May		
37,761	1,024	8,633	286	5,790	158	6,693	160	4,968	113	3,997	129	6,141	212	Jun.		
39,541	1,022	9,153	286	6,083	158	6,841	159	5,267	113	4,280	132	6,551	213	Jul.		
37,062	1,023	9,273	286	6,291	159	6,980	159	5,345	115	4,123	132	6,662	215	Aug.		
36,283	1,027	8,451	288	5,834	157	6,492	160	5,016	116	3,894	134	6,096	215	Sep.		
37,188	1,027	8,532	288	5,810	160	6,382	163	4,873	115	3,981	135	6,250	220	Oct.		
37,618	1,026	8,497	290	5,859	158	6,320	164	4,900	115	3,954	137	6,288	220	Nov.		
42,338	1,031	9,694	294	6,444	156	6,976	163	5,496	116	4,463	137	7,082	222	Dec.		
37,200	1,030	8,411	294	5,815	156	6,379	164	4,944	119	3,981	137	6,443	223	Jan. 2018		
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	C.Y. 2015		Percentage change from the same month/term of the previous year (%)
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		
3.8	4.0	5.8	5.4	5.3	0.6	3.6	5.8	8.6	5.5	5.1	7.0	8.7	6.7	2017		
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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		
2.3	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		
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 2016		
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		
3.9	4.9	5.0	5.5	2.9	3.9	3.5	6.0	9.7	8.7	5.1	0.0	8.4	4.4	Q2		
4.6	5.2	7.6	5.5	8.3	1.9	7.2	4.6	15.5	8.4	6.7	4.7	10.0	4.9	Q3		
6.4	4.0	5.8	5.4	7.3	0.6	4.0	5.8	13.4	5.5	6.5	7.0	11.4	6.7	Q4		
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. 2016		
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.		
2.9	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		
▲2.4	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.		
3.2	4.0	5.1	5.6	2.0	2.0	▲0.8	4.6	7.3	8.7	2.6	▲0.8	7.8	4.0	Apr.		
3.3	4.2	5.1	5.2	3.8	1.3	5.6	6.0	12.3	9.7	6.1	0.8	8.8	4.0	May		
5.2	4.9	4.8	5.5	3.0	3.9	5.9	6.0	9.6	8.7	6.6	0.0	8.6	4.4	Jun.		
4.7	4.2	7.0	5.1	7.7	3.3	9.0	4.6	15.4	7.6	7.7	2.3	9.6	4.9	Jul.		
2.3	4.5	9.1	4.4	7.9	3.9	5.2	4.6	14.5	8.5	4.8	1.5	10.2	5.4	Aug.		
7.0	5.2	6.6	5.5	9.5	1.9	7.6	4.6	16.8	8.4	7.8	4.7	10.2	4.9	Sep.		
5.5	4.6	4.2	4.7	5.6	3.9	3.2	5.8	12.7	7.5	2.6	4.7	11.3	6.8	Oct.		
6.5	4.0	6.6	3.9	7.9	2.6	3.4	6.5	11.3	5.5	7.5	7.0	10.5	6.3	Nov.		
7.2	4.0	6.6	5.4	8.4	0.6	5.3	5.8	15.9	5.5	9.3	7.0	12.4	6.7	Dec.		
6.5	3.6	3.9	5.0	4.9	0.6	5.0	6.5	10.6	8.2	7.9	6.2	14.5	7.2	Jan. 2018		

## 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															
販売額(百万円) ・ 店舗数(店)	平成 27年	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	
	29	138,903	388	240,372	466	369,034	911	73,428	225	63,668	182	98,675	281	402,896	906	
	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	129,042	361	229,571	449	356,410	864	67,427	211	60,298	175	91,360	269	376,653	883	
	平成 28年10～12月	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	31,181	361	56,525	449	85,478	864	16,924	211	14,611	175	22,526	269	92,059	883	
	4～6	34,792	370	60,041	457	92,746	880	18,304	214	16,050	177	24,801	273	101,621	887	
	7～9	36,138	380	61,122	457	94,194	896	18,797	223	16,158	180	25,038	277	103,324	899	
	10～12	36,792	388	62,684	466	96,616	911	19,403	225	16,849	182	26,310	281	105,892	906	
	平成 28年11月	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	10,279	356	18,782	448	28,670	848	5,634	206	4,843	174	7,284	265	29,712	866	
	2	9,980	359	17,827	446	27,321	854	5,393	208	4,691	175	7,288	267	30,014	870	
	3	10,922	361	19,916	449	29,487	864	5,897	211	5,077	175	7,954	269	32,333	883	
	4	11,423	370	19,670	457	30,214	869	6,023	214	5,266	175	8,096	272	33,862	887	
	5	11,730	368	20,391	457	31,401	874	6,164	214	5,451	177	8,449	273	33,931	883	
	6	11,639	370	19,980	457	31,131	880	6,117	214	5,333	177	8,256	273	33,828	887	
	7	12,431	375	21,272	457	32,725	883	6,473	214	5,580	177	8,719	274	35,877	887	
8	12,087	376	20,577	457	31,240	890	6,268	215	5,401	179	8,343	275	33,904	892		
9	11,620	380	19,273	457	30,229	896	6,056	223	5,177	180	7,976	277	33,543	899		
10	11,762	384	19,970	463	30,990	902	6,158	222	5,401	181	8,386	279	33,754	897		
11	11,662	385	19,692	466	30,367	906	6,172	224	5,278	180	8,401	280	33,741	905		
12	13,368	388	23,022	466	35,259	911	7,073	225	6,170	182	9,523	281	38,397	906		
平成 30年1月	11,490	391	19,889	465	30,099	910	6,207	225	5,304	182	8,098	281	33,686	907		
前年(度・同期・同月)比増減率(%)	平成 27年	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	
	29	8.8	7.8	5.5	4.0	4.3	7.4	10.3	10.8	6.5	2.8	9.8	6.4	7.7	5.5	
	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	16.9	16.8	3.8	0.9	7.0	9.9	8.4	6.6	6.6	6.7	7.5	6.3	6.1	4.1	
	平成 28年10～12月	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	4.4	16.8	3.3	0.9	3.0	9.9	5.5	6.6	3.7	6.7	7.2	6.3	2.8	4.1	
	4～6	10.1	14.2	6.4	1.8	4.9	10.1	9.2	8.6	8.7	7.3	11.3	7.1	6.5	4.0	
	7～9	12.1	12.8	6.1	3.6	5.9	10.6	13.8	13.2	6.7	6.5	9.4	7.8	10.4	5.0	
	10～12	8.2	7.8	6.3	4.0	3.3	7.4	12.7	10.8	6.8	2.8	11.2	6.4	10.8	5.5	
	平成 28年11月	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	8.8	19.9	4.4	0.2	8.8	7.8	9.8	4.6	7.5	7.4	9.1	5.2	4.5	3.3	
	2	2.1	18.5	▲0.0	▲0.2	1.4	8.8	2.5	5.6	2.3	7.4	5.5	5.1	1.1	3.6	
	3	2.7	16.8	5.3	0.9	▲0.7	9.9	4.2	6.6	1.5	6.7	7.2	6.3	2.7	4.1	
	4	10.8	17.5	7.0	2.2	4.9	9.7	10.4	8.6	10.4	6.1	12.0	8.4	5.2	3.7	
	5	10.7	15.0	6.5	2.0	5.1	9.7	8.7	8.1	9.0	7.3	11.2	6.6	7.0	4.1	
	6	8.8	14.2	5.6	1.8	4.7	10.1	8.5	8.6	6.7	7.3	10.8	7.1	7.2	4.0	
	7	10.8	14.0	5.2	2.0	4.0	10.1	11.9	9.7	4.5	5.4	6.9	6.6	8.5	4.0	
8	11.2	12.9	4.8	2.0	5.7	10.4	13.4	9.1	7.3	7.2	9.0	6.6	9.8	4.6		
9	14.4	12.8	8.5	3.6	8.2	10.6	16.3	13.2	8.7	6.5	12.6	7.8	13.1	5.0		
10	7.1	9.1	5.7	5.2	1.4	7.5	10.3	12.1	5.4	6.5	11.4	9.4	9.1	5.4		
11	7.5	7.8	6.6	5.0	4.4	7.7	14.8	11.4	7.0	4.0	13.3	7.7	11.5	6.0		
12	9.9	7.8	6.5	4.0	4.0	7.4	13.0	10.8	7.9	2.8	9.2	6.4	11.8	5.5		
平成 30年1月	11.8	9.8	5.9	3.8	5.0	7.3	10.2	9.2	9.5	4.6	11.2	6.0	13.4	4.7		

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														
207,877	553	32,558	101	16,290	71	18,083	55	26,005	59	65,676	151	95,771	252	C.Y. 2015
215,328	566	35,198	101	18,412	73	20,833	60	28,197	63	70,540	164	104,086	274	2016
222,555	586	41,278	111	24,011	79	22,572	63	29,810	67	75,735	176	112,805	287	2017
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	36,150	104	19,466	75	21,301	62	28,620	65	71,623	166	105,787	276	2016
55,867	566	9,407	101	4,761	73	5,414	60	7,195	63	18,608	164	27,089	274	Q4 2016
51,374	565	9,100	104	5,422	75	5,174	62	6,951	65	17,437	166	25,992	276	Q1 2017
55,758	573	10,615	109	6,231	77	5,677	63	7,516	65	19,236	170	27,460	276	Q2
57,076	578	10,600	110	6,149	76	5,887	64	7,730	65	18,961	170	29,185	281	Q3
58,347	586	10,963	111	6,209	79	5,834	63	7,613	67	20,101	176	30,168	287	Q4
17,461	562	2,899	101	1,504	74	1,650	60	2,179	63	5,757	163	8,186	270	Nov. 2016
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	1,787	73	1,669	61	2,268	64	5,859	164	8,314	274	Jan. 2017
16,455	566	2,895	103	1,723	73	1,636	61	2,164	64	5,487	166	8,161	277	Feb.
17,928	565	3,259	104	1,912	75	1,869	62	2,519	65	6,091	166	9,517	276	Mar.
18,162	571	3,541	108	2,097	77	1,839	62	2,420	65	6,198	166	8,885	274	Apr.
18,967	576	3,635	109	2,155	77	1,961	62	2,595	65	6,674	169	9,470	276	May
18,629	573	3,439	109	1,979	77	1,877	63	2,501	65	6,364	170	9,105	276	Jun.
20,131	574	3,727	109	2,160	77	2,093	63	2,780	65	6,814	170	10,547	277	Jul.
18,928	574	3,505	109	2,077	77	1,975	63	2,582	65	6,388	170	9,563	280	Aug.
18,017	578	3,368	110	1,912	76	1,819	64	2,368	65	5,759	170	9,075	281	Sep.
18,517	579	3,416	109	1,932	76	1,959	63	2,579	65	6,585	173	9,940	283	Oct.
18,384	580	3,478	111	1,956	77	1,739	63	2,214	66	6,217	176	9,016	286	Nov.
21,446	586	4,069	111	2,321	79	2,136	63	2,820	67	7,299	176	11,212	287	Dec.
18,359	586	3,455	111	2,010	79	1,746	63	2,329	68	6,313	176	9,031	289	Jan. 2018
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	C.Y. 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
3.4	3.5	17.3	9.9	30.4	8.2	8.3	5.0	5.7	6.3	7.4	7.3	8.4	4.7	2017
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	16.2	7.1	13.5	10.7	8.0	8.3	7.8	7.1	8.6	7.8	2016
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 2016
0.6	2.0	11.7	4.0	24.1	7.1	9.9	10.7	6.5	8.3	6.6	7.1	7.0	7.8	Q1 2017
3.6	2.9	22.0	9.0	33.3	6.9	9.5	8.6	5.9	4.8	9.0	6.9	7.4	3.4	Q2
4.6	3.4	18.5	7.8	33.4	4.1	6.5	6.7	4.8	4.8	5.7	6.9	7.6	3.7	Q3
4.4	3.5	16.5	9.9	30.4	8.2	7.8	5.0	5.8	6.3	8.0	7.3	11.4	4.7	Q4
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. 2016
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	23.6	5.8	12.2	10.9	10.5	6.7	11.3	7.2	8.8	7.9	Jan. 2017
▲1.6	1.8	8.9	4.0	22.1	4.3	8.1	10.9	3.3	6.7	1.3	7.1	5.1	8.6	Feb.
1.2	2.0	14.4	4.0	26.5	7.1	9.6	10.7	5.8	8.3	7.3	7.1	7.1	7.8	Mar.
3.3	2.5	25.0	5.9	37.7	8.5	11.5	10.7	7.0	6.6	8.6	5.7	8.4	4.6	Apr.
2.9	2.9	21.7	9.0	35.9	6.9	9.7	6.9	4.6	4.8	10.7	5.6	8.3	4.2	May
4.5	2.9	19.4	9.0	26.4	6.9	7.3	8.6	6.1	4.8	7.6	6.9	5.4	3.4	Jun.
4.2	3.1	19.5	9.0	36.1	6.9	6.3	5.0	4.6	4.8	8.4	5.6	6.4	3.4	Jul.
3.9	2.9	17.7	5.8	38.5	5.5	6.5	5.0	3.8	4.8	3.9	5.6	7.6	4.1	Aug.
5.7	3.4	18.3	7.8	25.7	4.1	6.8	6.7	6.3	4.8	4.7	6.9	9.0	3.7	Sep.
1.7	3.0	11.6	7.9	25.6	4.1	10.9	5.0	10.6	3.2	7.7	6.1	15.8	5.2	Oct.
5.3	3.2	20.0	9.9	30.1	4.1	5.4	5.0	1.6	4.8	8.0	8.0	10.1	5.9	Nov.
6.1	3.5	18.0	9.9	35.0	8.2	6.9	5.0	5.0	6.3	8.3	7.3	8.7	4.7	Dec.
8.1	3.2	17.3	8.8	12.5	8.2	4.6	3.3	2.7	6.3	7.7	7.3	8.6	5.5	Jan. 2018

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	山口 Yamaguchi		徳島 Tokushima		香川 Kagawa		愛媛 Ehime		高知 Kochi		福岡 Fukuoka		佐賀 Saga		
		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		店舗数		
		Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments		
販売額 (百万円)  ・ 店舗数(店)	平成 27年	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	
	29	71,695	184	32,468	73	41,883	113	79,372	214	28,660	81	257,320	670	41,098	87	
	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	69,802	181	31,646	70	39,814	104	75,161	205	26,961	78	242,799	649	39,348	84	
	平成 28年10~12月	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	16,851	181	7,602	70	9,540	104	18,135	205	6,666	78	60,587	649	9,505	84	
	4~6	17,856	181	8,187	70	10,619	108	20,041	208	7,124	77	64,302	652	10,380	86	
	7~9	18,479	183	8,314	73	10,733	108	20,398	209	7,433	78	65,683	658	10,675	87	
	10~12	18,509	184	8,365	73	10,991	113	20,798	214	7,437	81	66,748	670	10,538	87	
	平成 28年11月	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	5,998	181	2,608	70	3,329	104	6,372	205	2,273	78	21,583	649	3,321	84	
	4	5,733	181	2,673	68	3,495	105	6,536	207	2,319	78	20,979	651	3,337	85	
	5	6,174	182	2,813	69	3,611	107	6,857	208	2,420	77	21,962	653	3,588	86	
	6	5,949	181	2,701	70	3,513	108	6,648	208	2,385	77	21,361	652	3,455	86	
	7	6,484	181	2,903	71	3,815	107	7,114	208	2,543	77	22,559	654	3,685	86	
	8	6,275	182	2,819	71	3,595	108	7,025	208	2,567	78	21,895	659	3,643	87	
	9	5,720	183	2,592	73	3,323	108	6,259	209	2,323	78	21,229	658	3,347	87	
	10	5,932	183	2,696	72	3,482	109	6,660	211	2,397	78	21,836	660	3,436	87	
	11	5,686	184	2,645	73	3,468	112	6,566	214	2,361	80	21,014	666	3,280	87	
	12	6,891	184	3,024	73	4,041	113	7,572	214	2,679	81	23,898	670	3,822	87	
	平成 30年1月	5,649	186	2,655	73	3,538	113	6,516	215	2,426	80	20,954	671	3,437	87	
	前年(度・同期・同月)比増減率 (%)	平成 27年	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
		29	3.9	2.8	3.9	2.8	5.8	11.9	6.0	4.9	8.8	9.5	7.8	3.6	5.6	3.6
		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		8.1	5.8	5.4	4.5	4.3	1.0	3.4	3.5	10.5	18.2	6.0	5.4	5.7	2.4	
平成 28年10~12月		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		4.9	5.8	5.4	4.5	2.4	1.0	1.7	3.5	10.0	18.2	7.4	5.4	4.9	2.4	
4~6		4.0	5.2	3.4	2.9	6.4	5.9	7.3	4.5	11.0	11.6	8.9	3.0	5.4	4.9	
7~9		3.7	4.6	3.0	5.8	5.7	8.0	7.1	4.0	7.7	9.9	8.1	2.8	6.1	4.8	
10~12		3.0	2.8	3.8	2.8	8.4	11.9	7.8	4.9	6.6	9.5	6.9	3.6	6.0	3.6	
平成 28年11月		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		4.7	5.8	5.4	4.5	3.4	1.0	2.2	3.5	10.3	18.2	8.4	5.4	3.9	2.4	
4		3.2	5.8	5.2	3.0	7.5	2.9	7.7	3.5	12.5	16.4	7.6	4.7	3.0	3.7	
5		4.4	5.8	2.4	3.0	5.2	4.9	7.2	5.1	11.8	13.2	10.2	4.0	7.1	4.9	
6		4.3	5.2	2.7	2.9	6.5	5.9	7.0	4.5	8.8	11.6	9.0	3.0	6.2	4.9	
7		1.7	4.6	2.4	4.4	5.0	4.9	6.2	4.5	6.9	8.5	7.9	3.2	5.5	4.9	
8		5.4	5.2	3.2	4.4	5.6	5.9	8.1	4.0	7.6	9.9	7.3	3.5	6.0	6.1	
9		4.1	4.6	3.6	5.8	6.7	8.0	6.9	4.0	8.8	9.9	9.3	2.8	6.9	4.8	
10		2.2	4.0	1.8	2.9	4.1	9.0	5.2	5.0	5.5	8.3	8.3	3.3	5.8	4.8	
11		3.9	4.0	4.1	2.8	8.9	10.9	8.1	5.4	6.4	11.1	6.9	3.4	4.5	3.6	
12		3.1	2.8	5.5	2.8	12.0	11.9	9.9	4.9	7.9	9.5	5.6	3.6	7.6	3.6	
平成 30年1月		3.7	2.8	4.5	2.8	10.1	10.8	8.0	5.4	6.8	5.3	5.7	3.4	8.1	3.6	

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			
47,506	111	73,415	156	51,545	105	54,659	121	68,098	174	20,192	51	C.Y.	2015
53,309	116	80,632	162	56,013	111	58,065	121	73,045	184	22,897	55		2016
55,314	117	83,504	172	58,815	119	59,411	121	77,147	189	24,785	62		2017
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
53,980	116	81,435	165	56,715	115	58,391	122	73,839	183	22,627	58		2016
13,771	116	20,685	162	14,244	111	14,970	121	18,681	184	5,625	55	Q4	2016
12,961	116	19,489	165	13,786	115	14,002	122	17,808	183	5,383	58	Q1	2017
13,942	116	21,184	169	14,860	117	14,806	120	19,322	185	5,998	58	Q2	
14,334	116	21,506	171	15,117	120	15,311	122	20,003	188	6,621	60	Q3	
14,077	117	21,325	172	15,052	119	15,292	121	20,014	189	6,783	62	Q4	
4,300	116	6,414	161	4,443	111	4,675	122	5,861	182	1,835	54	Nov.	2016
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.	
4,492	116	6,815	165	4,826	115	4,836	122	6,189	183	1,864	58	Mar.	
4,543	116	6,920	167	4,840	115	4,853	122	6,225	184	1,940	58	Apr.	
4,769	116	7,288	168	5,124	116	5,079	121	6,658	185	1,989	58	May	
4,630	116	6,976	169	4,896	117	4,874	120	6,439	185	2,069	58	Jun.	
4,993	116	7,439	171	5,205	118	5,250	119	6,847	186	2,198	59	Jul.	
4,910	116	7,308	171	5,194	118	5,245	120	6,799	186	2,239	60	Aug.	
4,431	116	6,759	171	4,718	120	4,816	122	6,357	188	2,184	60	Sep.	
4,584	116	6,966	171	4,913	120	4,928	119	6,584	188	2,223	61	Oct.	
4,351	116	6,603	172	4,679	120	4,734	119	6,270	189	2,246	62	Nov.	
5,142	117	7,756	172	5,460	119	5,630	121	7,160	189	2,314	62	Dec.	
4,519	118	6,787	172	4,821	119	4,909	121	6,404	189	2,248	62	Jan.	2018
5.6	5.7	2.6	9.1	6.5	11.7	1.8	0.0	▲1.0	▲0.6	19.8	8.5	C.Y.	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
3.8	0.9	3.6	6.2	5.0	7.2	2.3	0.0	5.6	2.7	8.2	12.7		2017
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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
8.1	4.5	7.8	4.4	6.9	7.5	4.6	2.5	6.6	2.2	5.2	9.4		2016
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	2016
5.5	4.5	4.3	4.4	5.4	7.5	2.4	2.5	4.7	2.2	▲4.8	9.4	Q1	2017
3.7	2.7	4.9	9.0	4.5	8.3	2.5	1.7	5.1	3.4	▲0.9	7.4	Q2	
3.8	2.7	2.1	6.9	4.5	10.1	2.3	1.7	5.4	3.3	19.0	13.2	Q3	
2.2	0.9	3.1	6.2	5.7	7.2	2.2	0.0	7.1	2.7	20.6	12.7	Q4	
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.	2016
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.	
3.7	4.5	4.7	4.4	5.4	7.5	2.0	2.5	5.5	2.2	▲3.7	9.4	Mar.	
3.6	3.6	6.1	5.7	2.6	7.5	1.1	4.3	3.8	3.4	2.4	9.4	Apr.	
3.7	2.7	5.4	7.0	6.6	7.4	3.8	3.4	6.1	3.4	▲5.0	7.4	May	
3.9	2.7	3.2	9.0	4.3	8.3	2.4	1.7	5.5	3.4	0.1	7.4	Jun.	
4.0	2.7	2.8	8.9	4.4	8.3	2.1	0.8	5.9	3.9	21.4	11.3	Jul.	
3.7	2.7	2.0	8.9	4.7	8.3	2.9	2.6	5.3	3.9	17.7	13.2	Aug.	
3.7	2.7	1.4	6.9	4.4	10.1	1.8	1.7	5.1	3.3	17.9	13.2	Sep.	
2.6	1.8	2.5	6.2	5.0	9.1	1.6	▲0.8	7.2	3.3	16.0	13.0	Oct.	
1.2	0.0	2.9	6.8	5.3	8.1	1.3	▲2.5	7.0	3.8	22.4	14.8	Nov.	
2.8	0.9	3.8	6.2	6.6	7.2	3.4	0.0	7.2	2.7	23.5	12.7	Dec.	
4.7	1.7	4.4	5.5	5.6	6.3	3.6	0.0	8.2	2.2	28.8	10.7	Jan.	2018

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	O T C 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 12 月	812,002	34,729	131,029	54,860	35,043	207,408	78,317	112,405	135,728	22,483	Q4 2016	Value (million yen)	Commodity stocks
	平成 29 年 3 月	825,358	34,413	129,178	54,127	37,161	232,713	78,654	109,826	127,275	22,011	Q1 2017		
	6	843,426	36,628	135,567	55,225	36,295	229,230	80,555	115,029	134,086	20,811	Q2		
	9	821,081	36,073	131,290	54,541	34,099	226,346	79,185	109,102	129,633	20,812	Q3		
	12	894,730	39,805	140,813	60,752	35,880	238,194	84,463	127,291	145,208	22,324	Q4		
前年同期末比増減率 (%)	平成 28 年 12 月	7.7	▲3.3	7.2	7.4	6.6	5.8	6.5	12.9	10.5	12.0	Q4 2016	Percentage change from the previous year (%)	Inventory ratio
	平成 29 年 3 月	12.8	2.1	10.3	7.6	14.5	19.2	11.0	15.2	8.3	14.2	Q1 2017		
	6	13.6	11.4	14.1	11.4	8.7	17.0	9.9	16.5	10.8	8.8	Q2		
	9	10.8	10.4	9.5	10.5	1.3	15.5	11.6	11.0	7.7	5.9	Q3		
	12	9.8	13.3	6.9	10.5	2.1	14.3	7.7	12.9	7.0	▲0.7	Q4		
商品在庫率	平成 28 年 12 月	153.7	106.3	169.5	146.9	203.5	256.8	154.8	133.8	100.6	168.0	Q4 2016	Inventory ratio (%)	Inventory ratio
	平成 29 年 3 月	169.1	105.2	177.3	155.3	219.3	320.0	168.6	154.9	98.3	201.5	Q1 2017		
	6	165.9	112.5	190.9	162.8	202.3	294.1	164.4	146.4	98.4	187.0	Q2		
	9	166.0	109.9	190.0	165.4	200.1	307.0	168.0	143.0	96.4	185.5	Q3		
	12	158.0	110.7	176.4	151.7	198.5	271.6	157.9	144.4	97.5	158.0	Q4		
前年同期末比増減率 (%)	平成 28 年 12 月	1.9	0.6	1.5	5.4	2.2	1.2	4.3	5.1	▲0.1	6.0	Q4 2016	Percentage change from the previous year (%)	Inventory ratio
	平成 29 年 3 月	10.0	13.7	9.7	8.4	8.8	14.4	8.2	11.8	1.4	12.2	Q1 2017		
	6	7.5	5.7	8.8	6.9	2.5	8.4	8.7	12.2	2.5	8.2	Q2		
	9	2.9	▲0.4	2.6	1.3	▲5.5	6.4	6.3	5.7	▲2.0	1.9	Q3		
	12	2.9	4.1	4.1	3.3	▲2.4	5.6	2.2	8.2	▲2.9	▲6.0	Q4		

注1: 在庫率=期末商品手持額 / 月間商品販売額 × 100

注2: 前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note1: Inventory ratio = value of commodity stocks at the end of term / value of commodity monthly sales x 100

Note2: The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

付表 ドラッグストア販売 リンク係数表

(平成27年1月) (2015.Jan)

Appendix Coefficients for continuity of drugstore sales

商品販売額										店舗数 Number of establishments
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		
1.0204	0.9908	1.0260	1.0274	1.0856	1.0254	1.0198	1.0045	1.0200	1.0375	

商品手持額									
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	
0.9753	0.9751	0.9765	1.0021	1.0371	0.9902	0.9795	0.9678	0.9182	0.9497

経済産業局 Regional bureaus of METI			
		販売額 Sales value	店舗数 Number of establishments
北海道	Hokkaido	0.9976	0.9949
東北	Tohoku	1.1189	0.9976
関東	Kanto	1.0213	1.0115
中部	Chubu	0.9977	0.9961
近畿	Kansai	1.0042	0.9776
中国	Chugoku	1.0012	0.9954
四国	Shikoku	1.0075	0.9952
九州	Kyushu	1.0295	1.0054
沖縄	Okinawa	1.0032	0.9419

都道府県 Prefecture			
		販売額 Sales value	店舗数 Number of establishments
石川	Ishikawa	0.9969	0.9933
福井	Fukui		
山梨	Yamanashi	0.9809	
長野	Nagano	0.9746	
岐阜	Gifu		
静岡	Shizuoka		
愛知	Aichi	0.9977	0.9961
三重	Mie	0.9962	0.9945
滋賀	Shiga		
京都	Kyoto	0.9809	0.9723
大阪	Osaka	1.0093	0.9640
兵庫	Hyogo	1.0152	0.9945
奈良	Nara	0.9596	0.9406
和歌山	Wakayama		
鳥取	Tottori		
島根	Shimane		
岡山	Okayama	0.9925	0.9868
広島	Hiroshima	0.9920	0.9878
山口	Yamaguchi	1.0265	1.0131
徳島	Tokushima	1.0143	0.9848
香川	Kagawa	0.9946	0.9900
愛媛	Ehime	1.0141	
高知	Kochi		
福岡	Fukuoka	1.0323	1.0034
佐賀	Saga	1.0609	
長崎	Nagasaki	1.0255	
熊本	Kumamoto	1.0133	0.9932
大分	Oita	1.0293	1.0208
宮崎	Miyazaki	1.0275	1.0170
鹿児島	Kagoshima	1.0247	1.0115
沖縄	Okinawa	1.0032	0.9419

都道府県 Prefecture			
		販売額 Sales value	店舗数 Number of establishments
北海道	Hokkaido	0.9976	0.9949
青森	Aomori		
岩手	Iwate	1.0679	
宮城	Miyagi	1.1548	0.9958
秋田	Akita		
山形	Yamagata	1.1572	
福島	Fukushima	1.2244	0.9932
茨城	Ibaraki	1.0148	1.0063
栃木	Tochigi	0.9603	1.0393
群馬	Gunma	1.0480	1.1010
埼玉	Saitama	0.9858	1.0122
千葉	Chiba	1.0936	1.0211
東京	Tokyo	1.0540	1.0055
神奈川	Kanagawa	1.0053	0.9989
新潟	Niigata	0.9894	
富山	Toyama	0.9959	0.9935

(注) ドラッグストアの一部調査対象企業の数値の訂正があり、平成27年1月～12月分まで遡及して訂正(年間補正)を行った。このため、平成26年1月～12月分の販売額等にリンク係数を乗じて処理した数値が平成27年1月分以降と接続する。空欄はリンク係数が無いことを示す。

Note

The data of drugstore sales during the period from January to December 2015 were modified retroactively as a consequence of the data modification of some establishments.

In accordance with this, in order to maintain consistency in the time-series data of January 2015 and after,

linked coefficients shown above tables should be multiplied to the monthly data, such as sales amounts, during the period of January through December 2014.

Blank cells above table means no linked coefficients.

付表 ドラッグストア販売 リンク係数表

(平成29年1月) (2017.Jan)

Appendix Coefficients for continuity of drugstore sales

商品販売額 Sales of goods	商品販売額									店舗数 Number of establishments
	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	
1.0040	1.0111	1.0057	1.0022	1.0032	1.0034	1.0032	1.0051	1.0023		1.0104

商品手持額 Commodity stocks	商品手持額								
	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
1.0035	1.0112	1.0050	1.0023	1.0024	1.0047	1.0017	1.0029		

経済産業局 Regional bureaus of METI		
	販売額 Sales value	店舗数 Number of establishments
北海道 Hokkaido	1.0092	1.0244
東北 Tohoku		
関東 Kanto		
中部 Chubu		
近畿 Kansai		
中国 Chugoku		
四国 Shikoku		
九州 Kyushu		
沖縄 Okinawa		

都道府県 Prefecture		
	販売額 Sales value	店舗数 Number of establishments
石川 Ishikawa		
福井 Fukui		
山梨 Yamanashi		
長野 Nagano		
岐阜 Gifu		
静岡 Shizuoka		
愛知 Aichi		
三重 Mie		
滋賀 Shiga		
京都 Kyoto		
大阪 Osaka		
兵庫 Hyogo		
奈良 Nara		
和歌山 Wakayama		
鳥取 Tottori		
島根 Shimane		
岡山 Okayama		
広島 Hiroshima		
山口 Yamaguchi		
徳島 Tokushima		
香川 Kagawa		
愛媛 Ehime		
高知 Kochi		
福岡 Fukuoka		
佐賀 Saga		
長崎 Nagasaki		
熊本 Kumamoto		
大分 Oita		
宮崎 Miyazaki		
鹿児島 Kagoshima		
沖縄 Okinawa		

都道府県 Prefecture		
	販売額 Sales value	店舗数 Number of establishments
北海道 Hokkaido	1.0033	1.0112
青森 Aomori		
岩手 Iwate		
宮城 Miyagi		
秋田 Akita		
山形 Yamagata		
福島 Fukushima		
茨城 Ibaraki		
栃木 Tochigi		
群馬 Gunma		
埼玉 Saitama		
千葉 Chiba		
東京 Tokyo		
神奈川 Kanagawa		
新潟 Niigata		
富山 Toyama		

(注) ドラッグストアの調査対象企業の見直しにより、平成29年1月～12月分まで遡及して訂正(年間補正)を行った。このため、平成28年1月～12月分の販売額等にリンク係数を乗じて処理した数値が平成29年1月分以降と接続する。空欄はリンク係数が無いことを示す。

Note

As a change was made to revised the establishments from the January 2017 survey onwards, there exists some discontinuity between the time series of monthly sales, etc. up to Dec., 2016.

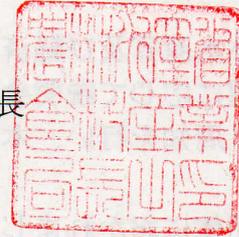
Therefore, the monthly sales, etc., up to December 2016 are to be multiplied by the linked coefficients to connect the January 2017 survey with those afterwards.

Blank cells above table means no linked coefficients.

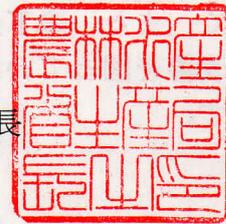
29食産第5692号  
29生畜第1508号  
20180328商局第1号  
平成30年3月28日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

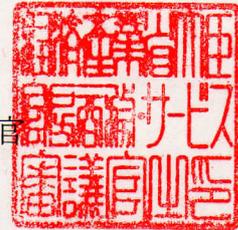
農林水産省食料産業局長



農林水産省生産局長



経済産業省大臣官房商務・サービス審議官



**「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～牛乳・乳製品製造業～」の策定について**

貴会及び傘下会員の皆様方におかれましては、日頃から食料産業行政の推進に特段の御尽力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、農林水産省では、平成29年3月に策定された豆腐・油揚げ製造業に続き、食品関係で2例目となる「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～牛乳・乳製品製造業～」を別添のとおり策定しました。

牛乳・乳製品については、「農業競争力強化プログラム」（平成28年11月29日農林水産省・地域の活力創造本部決定）において、「量販店等の不公正取引（優越的地位の濫用による買ったときや不当廉売等）について、徹底した監視を行う」こととされ、取引の実態について調査を行ったところ、豆腐・油揚げ製造業で見られた事例に加え、牛乳・乳製品という商品の特性により、短納期発注や客寄せのための納品価格の不当な引下げ等の新たな取引事例が報告されました。

このため、関係法令の遵守を徹底し、健全な取引慣行を幅広く普及するための取組を、小売業者及び牛乳・乳製品製造業者双方に御理解いただくことが重要との考えから、新たに本ガイドラインを策定したところです。

農林水産省及び経済産業省としても、適正な取引の推進に向け、関係業界団体の要望に応じて説明会を行っていくほか、別紙の資料（チラシ及びパンフレット）により周知を行い、本ガイドラインの普及を図っていく考えです。

貴団体におかれましては、ホームページへのリンクの掲載、機関誌への資料（チラシ）の掲載など、会員企業等に対して、本ガイドラインの周知に御協力をお願いいたく、また、傘下会員企業等に対し、本ガイドラインを参考に、自社の取引慣行の改善を図っていただくよう、働きかけを行っていただきますようお願いいたします。

# 食品製造業・小売業の適正取引推進 ガイドライン

～牛乳・乳製品製造業～

平成30年3月

農林水産省

食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン  
～牛乳・乳製品製造業～

目 次

第1章 適正取引推進ガイドラインの概要について

1. 適正取引推進ガイドライン策定の背景と目的..... 1
2. 適正取引推進ガイドラインの内容..... 4

第2章 適正取引推進上の問題と望ましい取引形態について

第1節 牛乳・乳製品製造業における新たな論点

1. 過度な鮮度要求、欠品回避のための短納期発注..... 7
2. 客寄せのための納品価格の不当な引下げ..... 9
3. 物流費等のコスト増加を反映しない価格決定..... 11
4. PB商品をめぐる不利な取引条件の設定..... 12

第2節 既存のガイドラインと同様の論点

1. 前提が異なる場合の同一単価による発注..... 13
2. 包材（パック等）の費用負担..... 15
3. 合理的な根拠のない価格決定..... 17
4. 原材料価格や労務費の上昇時の取引価格改定..... 19
5. 物流センター使用料（センターフィー）等の負担..... 20
6. 協賛金（リベート）の負担..... 22
7. 店舗到着後の破損処理..... 24
8. 短納期での発注、発注のキャンセル..... 26
9. 受発注等に関するシステム使用料等の徴収..... 28
10. 物の購入強制..... 30
11. 従業員の派遣、役務の提供..... 31
12. その他留意すべき事項..... 32
  - (1) 支払方法の留意点..... 32
  - (2) 下請取引の該当性に係る留意点..... 32
  - (3) 不正競争防止法上の留意点..... 33
  - (4) 消費税転嫁の留意点..... 33

第3章 望ましい取引慣行の確立に向けた取組

1. 適正取引推進ガイドラインの浸透には発注側の率先垂範が必要..... 35

2. 受注側における適正取引推進ガイドラインの活用.....	35
3. 活用パターン.....	35

## 参考資料

(1) 下請かけこみ寺事業について.....	37
(2) 下請代金支払遅延等防止法上の親事業者の義務・禁止行為.....	37
(3) 「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」の改正について....	40
(4) 「下請中小企業振興法第3条第1項の規定に基づく振興基準」の 改正、「下請代金の支払手段について」の見直し.....	40
(5) 「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(概要及びベスト プラクティス) .....	40
(6) 独占禁止法に基づく「大規模小売業者による納入業者との取引に おける不公正な取引方法」 .....	40
(7) 独占禁止法に基づく「大規模小売業者による納入業者との取引に おける不公正な取引方法」ガイドブック .....	42
(8) 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン.....	43

## 第1章 適正取引推進ガイドラインの概要について

### **1. 適正取引推進ガイドライン策定の背景と目的**

#### (1) 適正取引推進ガイドライン策定の背景

##### ① 中小企業の活性化のための下請適正取引等の推進の必要性

日本経済を持続的な成長軌道に乗せていくためには、下請などの中小企業の取引条件を改善していくことが重要との観点から、政府では、平成27年末から「下請等中小企業の取引条件改善に関する関係府省等連絡会議」を設置し、大規模な実態調査やきめ細かい聞き取り調査を行ってきた。また、平成29年8月には、取引条件改善に加え、最低賃金引上げ、長時間労働の是正、生産性向上、人手不足等、中小企業・小規模事業者が抱える諸課題の実態を把握し、対応策を検討するため、「中小企業・小規模事業者の活力向上のための関係省庁連絡会議」を立ち上げ、下請代金支払遅延等防止法、運用基準の周知・広報や自主行動計画の実施状況に関するフォローアップ調査などの取組について議論を行ってきたところである。

##### ② 牛乳・乳製品製造業取引実態調査結果を踏まえた取引慣行是正の必要性

農林水産省では、平成29年3月末に、食品産業では初めて、豆腐・油揚げ製造業を対象に、下請適正取引等の推進のためのガイドラインを策定し、公表した。

ガイドライン策定後、製造業者から、「例年、需要の高まる夏場に特売の要請があったが、今年はなかった。」「ガイドラインを基に交渉したところ、価格改定が認められた。」といった声があり、着実に改善の動きは見られるものの、「今のところ特段の変化はない。」「小売業者の担当者が変わるたびに始めからやり直し。」との声もあり、さらなる取組が必要となっていることから、農林水産省をはじめ、関係省庁が連携してガイドラインの周知・広報を実施しているところである。

また、「農業競争力強化プログラム」（平成28年11月29日農林水産省・地域の活力創造本部決定）において、「量販店等の不公正取引（優越的地位の濫用による買ったたきや不当廉売等）について、徹底した監視を行う」こととされた牛乳・乳製品については、豆腐・油揚げと同様に、加工食品の中でも、いわゆる日配品で日持ちがせず、店頭での特売の対象となりやすいという特徴を踏まえ、納品先であるスーパーやドラッグストア等との取引につい

て実態調査を行ったところ（アンケート回答企業数 52 社、ヒアリング実施企業数 27 社）、牛乳・乳製品製造業者と小売業者との間における取引慣行の実態が明らかになった。この中には、必ずしも各種法令に即した取引ルールにより取引を行っているわけではなく、長年の取引慣行だからという理由で、法令違反のおそれのある取引を繰り返している例も存在する。特に、豆腐・油揚製造業で見られた事例に加え、牛乳・乳製品という商品の特性を反映した新たな事例が見られた。

こうした取引慣行は、製造業者の経営努力、創意工夫、技術力向上等の意欲を削ぎ、食品製造業の付加価値を生み出すインセンティブを低減させ、その結果、最終製品の高付加価値化や競争力にも悪影響を及ぼす懸念がある。また、小売業者としても、不適正な取引の継続によって製造業者に負荷をかけ続けることは、中長期的に見ると安定的な取引など多方面に悪影響を及ぼす懸念がある。

こうした牛乳・乳製品製造業に関する望ましくない取引慣行の背景には、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（以下「独占禁止法」という。）及び「下請代金支払遅延等防止法」（以下「下請法」という。）に対する理解や対応が十分でないなど、法令に即した基本的な取引ルールが浸透していないことにも原因がある。

このため、独占禁止法及び下請法の法令遵守を徹底し、健全な取引慣行に是正し、牛乳・乳製品製造業における中小企業の能力を十分に引き出していくとともに、合理的根拠のない価格決定や不利な取引条件の一方向的な押付けなどの取引慣行を改善するための取組を、小売業者及び牛乳・乳製品製造業者双方に浸透させていく必要がある。

今回のガイドライン策定に当たっては、小売業では、法令遵守の下、企業努力により顧客ニーズに沿った商品提供の実現を目指す企業が大半を占める中で、一部の企業が不適正な取引を行っているとの実状を踏まえ、新日本スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会、日本チェーンドラッグストア協会、日本フランチャイズチェーン協会、日本ボランティアチェーン協会（団体名：五十音順）等の業界団体の御協力の下、牛乳・乳製品製造業における特徴的な問題や望ましい取引実例（ベストプラクティス）を整理したところである。

なお、小売業界では、本ガイドラインの策定を受け、今回初めて、関係業界への適正取引の浸透等を目的とした「自主行動計画」を策定しており、本ガイドラインに加えて、自主行動計画に基づき、小売業者が主体的に法令を遵守し、適正取引を行っていくことで、食品製造業と小売業の取引環境が改善していくことが期待される。

## (2) 適正取引推進ガイドライン策定の目的

牛乳・乳製品製造業を対象とした食品製造業と小売業との適正取引の推進を目指し、以下を目的に、適正取引推進ガイドラインを策定する。

- ① 本ガイドラインは、牛乳・乳製品製造業者と小売業者との「取引」におけるコンプライアンス強化を目的とする。ヒアリング等実態調査の結果、以前に比べて問題事例は減ったとの声がある一方、各事業者においては、下請法、独占禁止法あるいは同法に基づく「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」（平成 17 年公正取引委員会告示第 11 号。以下「大規模小売業告示」という。）に関する理解がない、または理解が十分でない、あるいは理解していたとしても対応が十分ではないといった理由から、法令に沿った取引が行われず、取引慣行も変わらないという事例が見受けられる。そこで、本ガイドラインは、牛乳・乳製品製造業者、小売業者双方の経営者、役員、調達担当、経理担当等に、特徴的な問題事例を提示し、できるだけわかりやすい形で法令の考え方を示すことにより、取引上の法令違反を未然防止することを目的とする。
- ② 本ガイドラインは、牛乳・乳製品製造業における経営努力が報われ、健全な取引環境の整備の一助とすることを目的とする。品質が反映されない値決めがされるなど、事業者の意欲を削ぐような取引慣行が存在するため、そうした取引慣行を是正し、生産性の向上、品質の一層の向上につなげていくことを目的とする。
- ③ 本ガイドラインは、事業者間の競争を制限し、いたずらに中小企業を保護するものではない。牛乳・乳製品製造業者の経営努力、創意工夫、技術力向上等の意欲を削ぐような取引慣行が改善されるとともに、顧客ニーズに沿った商品を提供する小売業者の経営努力の意欲を削ぐことがないよう、必要に応じてガイドラインの改訂も行いつつ、双方が公正な競争環境において、円滑な取引が行われることを目的とする。

## 2. 適正取引推進ガイドラインの内容

### (1) 本ガイドラインが対象とする法令

本ガイドラインが牛乳・乳製品製造業者と小売業者の取引に適用を想定する法律は、主として独占禁止法及び下請法を対象としている。下請法は、独占禁止法の補完法であり、下請法の対象とならない取引であっても、独占禁止法の問題となる可能性がある。

#### ① 独占禁止法（優越的地位の濫用）について

下請法が取引の内容及び資本金・出資金により区分される親事業者（委託事業者）・下請事業者（受託事業者）間の取引にのみ適用されるのに対し、独占禁止法は、事業者の規模を問わず、事業者が不公正な取引方法を用いることを禁じている。

優越的地位とは、自己にとって、当該事業者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、当該事業者の要請が著しく不利益なものであっても、これを受け入れざるを得ないような場合であるとされている。

また、その判断に当たっては、当該取引先に対する取引依存度、当該取引先の市場における地位、取引先変更の可能性、その他当該取引先と取引することの必要性を示す具体的事実が総合的に考慮されることとされている。

優越的地位の濫用とは、自己の取引上の地位が相手方に優越している一方の当事者が、取引の相手方に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることをいう（独占禁止法第2条第9項第5号）。

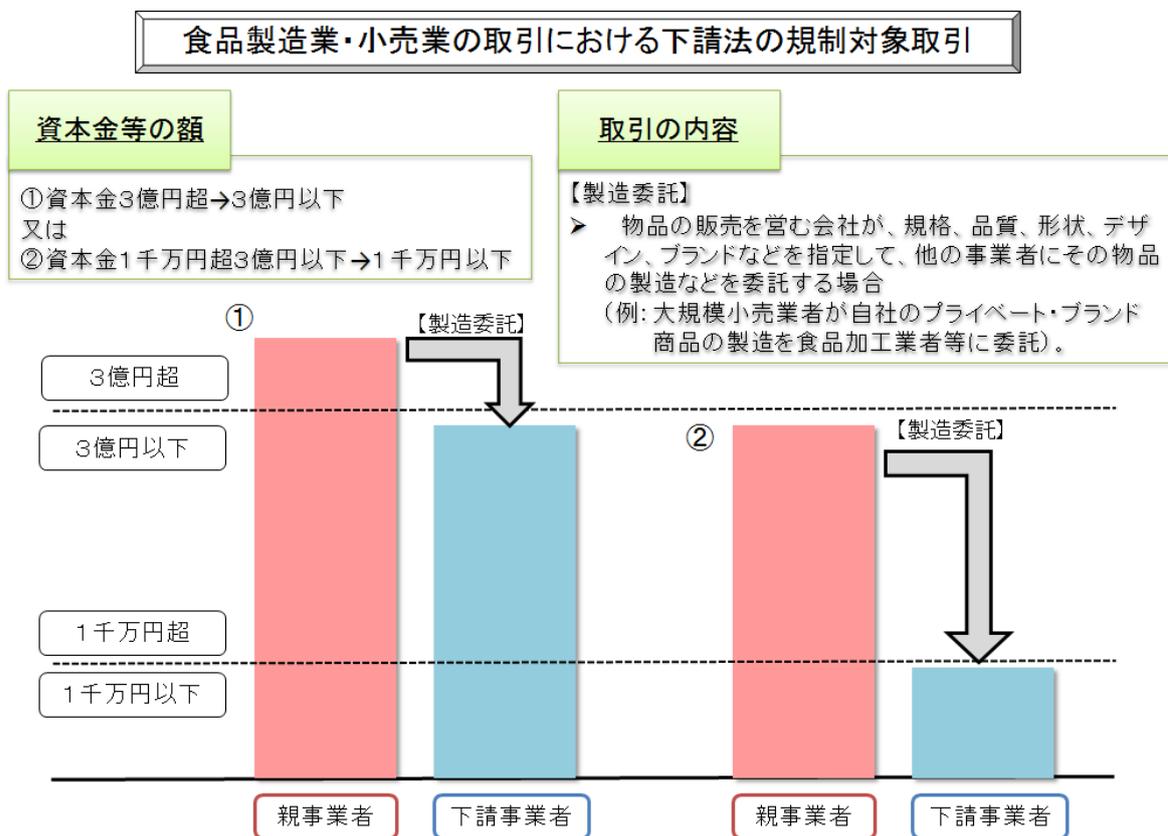
特に、大規模小売業者の納入業者に対する優越的地位の濫用行為については、大規模小売業告示において、大規模小売業者がいわゆるバイイングパワーを利用して、不当な協賛金の負担要請や不当な返品など事前の契約とは関係ない、あるいは、あらかじめ合意された取引条件を事後的に変更するような取引を行わせるような禁止行為について、具体的に定められている（参考資料（6）参照）。

#### ② 下請法について

下請法では、対象取引を親事業者及び下請事業者の資本金の額又は出資の総額（以下「資本金等の額」という。）と取引の内容によって決めており、一定の資本金等の額の組合せにより、親事業者が下請事業者に対して製造委託等をするケースを規制対象としている（具体的な禁止事項については、参

考資料（2）参照。

図1 下請法の規制対象（資本金等の額の組合せ、取引の内容）



※ なお、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」（平成15年公正取引委員会事務総長通達第18号）では、製造委託の種類の中で、「大規模小売業者（百貨店、スーパー、ホームセンター、専門量販店、ドラッグストア、コンビニエンスストア本部、通信販売業者等）が、自社のプライベート・ブランド商品（PB商品）の製造を食品加工業者等に委託すること」が例として挙げられている。

## (2) 適正取引推進ガイドラインの構成

本ガイドラインの構成は、下記のとおりである。

第1章は、本ガイドライン策定の背景、目的及び本ガイドラインの概要を整理している。

第2章は、アンケート調査又はヒアリング調査に基づいて把握した事例のうち、独占禁止法又は下請法において問題となり得る事例を示している。また、この事例は、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年11月30日公正取引委員会）、「『大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法』の運用基準」（平成17年公正取引委員会事務総長通達第9号）、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」等に鑑みて、独占禁止法及び下請法において留意すべき点を整理している。さらに、本ガイドラインでは、牛乳・乳製品製造業で見られた新たな論点と、既存のガイドラインと同様の論点とに分けて整理している。

第3章は、適正取引の推進に向けた本ガイドラインの活用、下請かけこみ寺の活用等について整理している。

なお、本ガイドラインで取り上げる問題となり得る事例、望ましい取引実例は例示であり、取引には様々な背景により問題事象が生じている。よって、違法性があるか否かについては、実際の個別の取引実態に即した十分な情報を踏まえ、法的に判断する必要がある。

## 第2章 適正取引推進上の問題と望ましい取引形態について

### 第1節 牛乳・乳製品製造業における新たな論点

#### 1. 過度な鮮度要求、欠品回避のための短納期発注

##### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者は、消費期限の長い商品を販売しようとするため、納品期限が短い当日発注・当日納品の要求を行いながら、それに伴うコスト増加分を支払わずに、記録を残さずに又は納期直前に発注を行うことが常態化。製造業者は、見込み生産で対応せざるを得ないため、頻繁に余剰が発生し、廃棄処分を余儀なくされている。
- 1日の納品回数は決まっているが、商品が不足した場合、小売業者から注文書面の交付なしで一方向的に急な追加納品を指示される。

##### (2) 関連法規の留意点

下請法の適用対象となるPB商品の取引を行う場合、委託事業者は、受託事業者への発注に際して、下請代金の額、支払期日、物品等を受領する期日等の具体的な記載事項をすべて記載した3条書面を直ちに交付しなければ、下請法第3条の「書面の交付義務」に違反する。当初は書面なしで口約束で生産を行い、納期直前になって初めて書面が送られてきた場合であっても、同条項に違反する。

##### (3) 望ましい取引慣行

発注数量に合わせた生産が行われ、見込生産やそれによる余剰生産物の廃棄を余儀なくされないことがないよう、両者合意の下、小売業者は十分なリードタイムを確保した上で発注書面を交付することが望ましい。

##### (4) 望ましい取引事例

- 一般的には数日前に数量を確定して発注してもらうとともに、直前の発注を行う場合はコスト増加分を支払ってもらうこととし、いずれの場合も記録を残して発注してもらうことを小売業者に要請し、合意した。
- 毎週一括で発注するよう小売業者に協力を要請したことにより、当日発注の頻度が減少した。

- 最新鋭の製造技術の導入により、賞味期限が延びたことから、リードタイムを伸ばすよう小売業者と調整がついたことで、廃棄することがなくなった。

## 2. 客寄せのための納品価格の不当な引下げ

### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者が、製造業者が納品した商品を当該製造業者の納品価格を下回る価格で販売。別の小売業者から、これを引き合いに、同種の商品の納品価格を引き下げよう一方的に要求され、断ることができない。
- 小売業者から、新規開店等のセール時に納品価格を一律で半額に引き下げよう一方的に要求され、応じざるを得ない。

### (2) 関連法規の留意点

委託事業者が、発注した製造委託の内容に対して通常支払われる対価に比べて著しく低い額を不当に定めることがある。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、一方的に通常支払われる対価より著しく低い単価で下請代金の額を定めることは、下請法第4条第1項第5号の「買ったたき」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「取引の対価の一方的決定」、大規模小売業告示における「特売商品等の買ったたき」（告示第4項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

なお、正当な理由がないのに、商品の供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合、独占禁止法第2条第9項第3号の「不当廉売」に該当するほか、商品を不当に低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合は、不公正な取引方法（昭和57年6月18日公正取引委員会告示第15号）第6項の「不当廉売」に該当することから、十分に留意する必要がある。

### (3) 望ましい取引慣行

製品の単価・委託代金について、品質や原価、物流費等の条件を加味しながら、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、委託の場合にはあらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。

### (4) 望ましい取引実例

- 小売業者に対して、恒常的な納価割れ販売は問題であることを説明し、

改善された。

- 小売業者から、他の小売業者による納価割れ販売を引き合いに取引価格を引き下げるよう一方的に要求されたが、納価割れ販売の実態を説明し、取引価格を維持することで合意した。
- セール時の納品価格の引下げに際しては、販売促進費で補填可能な範囲を算出し、値引きに応じられる金額を明確化することで、小売業者と価格交渉を行い、合意している。

### 3. 物流費等のコスト増加を反映しない価格決定

#### (1) 問題となり得る事例

- 人件費、物流費等の上昇に伴うコストの大幅な増加について、毎年の乳価改定時以外は価格転嫁を認めてもらえず、一方的に納品価格を据え置かれた。

#### (2) 関連法規の留意点

原材料価格や労務費等のコストが大幅に上昇したため、受託事業者が単価引上げを求めたにも関わらず、一方的に従来どおりに単価を据え置くことは、下請法第4条第1項第5号の「買ったたき」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「取引の対価の一方的決定」、大規模小売業告示における「特売商品等の買ったたき」（告示第4項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

#### (3) 望ましい取引慣行

原材料価格、労務費等の値上がりに伴うコスト増に対応するため、経費動向などを踏まえた明確な算出根拠に基づいて、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、委託の場合にはあらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。

また、合意がない事項については、外的要因によるコスト増加が一時的で対応可能なものであるかについて検討を行った上で、適切な転嫁がなされるよう製造業者と小売業者が十分に協議を行うことが望ましい。

#### (4) 望ましい取引事例

- 物流費等の増加に際し、乳価改定時に限らず、取引価格について継続的に交渉を行うことで、改定につながった。

## 4. PB商品をめぐる不利な取引条件の設定

### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者から、NB商品の取引の中止、取引数量の減少をちらつかされ、著しく低い納品価格でPB商品の製造委託を一方向的に要求された。
- PB商品の製造にあたり、NB商品と同水準の原材料の使用を求められるにもかかわらず、小売業者から著しく低い取引価格を一方向的に設定された。

### (2) 関係法規の留意点

下請法の適用対象となるPB商品の取引を行う場合には、一方向的に通常支払われる対価より著しく低い単価で下請代金の額を定めることは、下請法第4条第1項第5号の「買ったたき」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「取引の対価の一方向的決定」、大規模小売業告示における「特売商品等の買ったたき」（告示第4項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### (3) 望ましい取引慣行

製品の単価・委託代金について、品質や原価、物流費等の条件を加味しながら、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、委託の場合にはあらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。

### (4) 望ましい取引実例

- 小売業者とPB商品の価格交渉を行い、納得できる価格で合意した。
- NB商品の取扱いを維持、増加してもらうことを小売業者と合意できる場合に、PB商品の製造委託に応じている。

## 第2節 既存のガイドラインと同様の論点

### 1. 前提が異なる場合の同一単価による発注

#### (1) 問題となり得る事例

- 製造業者は、当初、大ロットでの出荷を前提とした割安な単価での見積りを出したが、実際の発注の段階になると、小売業者が当初の予定数量から発注数量を半減させたにもかかわらず、大量発注を前提とした割安な単価を一方向的に決めた。

#### (2) 関連法規の留意点

委託事業者は、一定以上の数量を生産させることを前提に、受託事業者に製品単価の見積りをさせながら、実際の発注の際には、見積時の数量よりも少ない数量であるにもかかわらず、一方向的に見積時の（割安な）単価で発注を行うことがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、このように委託事業者が大量生産を前提とした見積時の予定単価に基づき、一方向的に実際には見積時よりも少ない数量の場合の単価として下請代金の額を定めることは、下請法第4条第1項第5号の「買ったたき」に該当するおそれがあるので留意が必要である。

以上のように、実際の発注時の単価については、合理的な原価計算等に基づき、受託事業者と委託事業者が十分に協議の上、単価等を決定する必要がある。

#### (3) 望ましい取引慣行

納品数量と製造等のコストは連動しているため、一般的には、発注数量が一定程度変動すれば、発注時の単価を見直す必要がある場合もある。見積時における数量が発注時に減少するなど、単価が変動する状況が発生した場合には、製造業者と小売業者が十分に協議を行う必要があり、製造等のコストを反映した合理的な単価を再び設定し直すことが望ましい。

#### (4) 望ましい取引実例

【単価を数量別に設定した例】

- 価格設定の段階で、発注ごとの出荷数量の単位別の単価をあらかじめ取り決めている。

## 2. 包材（パック等）の費用負担

### （1）問題となり得る事例

- 小売業者から製造委託を受けてパックを調達したにもかかわらず、販売不振により使わなくなったパックの代金を小売業者に負担してもらえなかった。
- 小売業者の要請でパックのデザインを変更したにもかかわらず、かかった経費を負担してもらえなかった。

### （2）関連法規の留意点

委託事業者が受託事業者に対して製造を委託し、これを受けて受託事業者が既に原材料等を調達しているにもかかわらず、製品の売行きが悪いという理由で、受託事業者が要した費用を支払うことなく、発注した製品の一部の発注を取り消すことがある。

下請法の適用対象となる取引を行う場合には、委託事業者が受託事業者に対して、受託事業者の責めに帰すべき理由がないのに、受託事業者が要した費用を負担することなく発注を取り消すことは、下請法第4条第2項第4号の「不当な給付内容の変更及び不当なやり直し」に該当するおそれがあるので留意が必要である。

さらに、受託事業者に責任がないのに、発注した物品等の受領を拒否したり、発注の取消、納期の延期等で納品物を受け取らない場合は、下請法第4条第1項第1号の「受領拒否」に違反するおそれがある。大規模小売業者が、プライベート・ブランド商品など特別な規格等を指定した上で、納入業者に商品を納入させることを契約した後において、当該商品の受領を拒むことは、「特別注文品の受領拒否」（告示第5項）に違反するおそれがある。

### （3）望ましい取引慣行

小売業者が、使用予定の包材（パック等）の一括調達を含む発注を行っていたのであれば、当該包材の費用は、製造業者が印刷業者等へ発注又は購入を行った時点で速やかに製造業者へ一括して支払われることが望ましい。

また、パックの一括調達が契約上明記されていない場合でも、製造業者が、小売業者の販売計画を踏まえ、必要なパックを調達し、製造中止等により残パックが発生した場合は、小売業者が費用負担することが望ましい。

#### (4) 望ましい取引実例

##### 【あらかじめ契約書に明記の上、買い取ってもらった例】

- 残ったパックは小売業者に買い取ってもらうよう、あらかじめ契約で取り決めている。

##### 【販売途中でデザインが変更となり、発生した残パックを買い取ってもらった例】

- 取引先の小売業者が同業他社と合併したことにより、パックのデザインが変更され、残パックが発生したが、小売業者と協議の上、残パックの費用を小売業者に負担してもらった。

### 3. 合理的な根拠のない価格決定

#### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者側の特売期間に対応した通常より大幅に低い価格について、特売期間終了後も小売業者側から継続を求められ、一方的にその価格を押しつけられた。
- 小売業者が、協賛金を徴収したという名目で、事前の相談なく、伝票上で納品価格を勝手に引き下げる操作を行った。
- 製造トラブルによる欠品が発生した際に、小売業者からペナルティとして過大な損失補償を求められた。

#### (2) 関連法規の留意点

委託事業者が、発注した製造委託の内容に対して通常支払われる対価に比べて著しく低い額を不当に定めることがある。下請法の適用対象となる取引を行う場合には、一方的に通常支払われる対価より著しく低い単価で下請代金の額を定めることは、下請法第4条第1項第5号の「買ったたき」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「取引の対価の一方的決定」、大規模小売業告示における「特売商品等の買ったたき」(告示第4項)に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

また、協賛金の徴収の名目で納品価格を一方的に引き下げることは、下請法第4条第1項第3号の「減額」に、欠品が発生した際にペナルティとして過大な損失補償を行わせることは同法第4条第2項第3号「不当な経済上の利益の提供要請」に、それぞれ該当するおそれがある。

#### (3) 望ましい取引慣行

製品の単価・委託代金について、品質や原価、物流費等の条件を加味しながら、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、委託の場合にはあらかじめ算定の手法等においても合意しておくことが望ましい。

また、協賛金の徴収や、欠品が発生した際の損失補償については、その支払条件等を製造業者と小売業者との間で事前に合意しておくことが望ましい。

#### (4) 望ましい取引実例

**【合理的な根拠を持って小売業者側と交渉を行った例】**

- 採算の取れない取引は行わず、納得できる取引価格で合意した。

**【伝票を確認することで追加支払いを求めた例】**

- 小売業者による納品価格の勝手な引下げに対しては、伝票を入念に確認し、追加の支払いを請求した。

## 4. 原材料価格や労務費の上昇時の取引価格改定

### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者からの急な発注に対応するため、追加で人件費、物流費等のコストが大幅に増加したにもかかわらず、従来の納品価格のまま据え置かれた。

### (2) 関連法規の留意点

原材料価格や労務費等のコストが大幅に上昇したため、受託事業者が単価引上げを求めたにも関わらず、一方的に従来どおりに単価を据え置くことは、下請法第4条第1項第5号の「買ったたき」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「取引の対価の一方的決定」、大規模小売業告示における「特売商品等の買ったたき」(告示第4項)に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### (3) 望ましい取引慣行

原材料価格、労務費等の値上がりに伴うコスト増に対応するため、経費動向などを踏まえた明確な算出根拠に基づいて、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、委託の場合にはあらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。

また、合意がない事項については、外的要因によるコスト増加が一時的で対応可能なものであるかについて検討を行った上で、適切な転嫁がなされるよう製造業者と小売業者が十分に協議を行うことが望ましい。

### (4) 望ましい取引実例

#### 【合理的な根拠を持って小売業者側と交渉を行った例】

- 追加発注の場合に発生した費用を小売業者に請求して負担してもらった。

## 5. 物流センター使用料（センターフィー）等の負担

### （1）問題となり得る事例

- 合理的な根拠が示されることなく、著しく高額なセンターフィーを徴収された。
- 通常のセンターフィーとは別に、センター通過に対して積算根拠の不明なリベートの支払いを求められた。

### （2）関連法規の留意点

受託事業者の利益との関係が明らかではないセンターフィー等を提供させることは、下請法第4条第2項第3号の「不当な経済上の利益の提供要請」に該当するおそれがあるので留意が必要である。また、センターフィーに限らず、協賛金（リベート）等を提供させることにより、受託事業者の利益を不当に害することは、下請法第4条第2項第3号の「不当な経済上の利益の提供要請」に該当する。また、委託事業者が、正当な理由がないのに、自己の指定する役務の利用を強制することは、下請法第4条第1項第6号の「購入・利用強制」に該当する。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「その他経済上の利益の提供の要請」、大規模小売業告示における「不当な経済上の利益の收受等」（告示第8項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### （3）望ましい取引慣行

センターフィー等については、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、下請代金の本体価格と混同しないように、別に料率を決定することが望ましい。また、料率の設定に当たっては、あらかじめ、合理的な算定の手法、積算根拠等を明確に示しておくことが望ましい。

### （4）望ましい取引実例

#### 【センターフィーの契約書面で決定した例】

- 小売業者側から、センターフィーの内訳について説明を受け、契約書面により料率を決定している。

#### 【店舗配送とセンター配送を使い分けることとした例】

- 納品先の店舗の所在地によって、センターを経由せず、直接店舗配送の方が効率的であることをデータに基づいて説明し、店舗配送とセンター配送を使い分けるようにした。

## 6. 協賛金（リベート）の負担

### （1）問題となり得る事例

- 新規商品の導入に際して、販売数量見込みのないまま協賛金を徴収された。
- 納得できる算出基準や根拠の明示がないまま、販売量とは関係なく、一律に毎月売上高の○%に相当する額の協賛金を徴収された。
- スポーツイベントの開催にあたり、スポンサーになっている小売業者から、1カ月の利益額に相当する高額な協賛金の支払いを要求され、断れば取引を減らすとほのめかされたため断ることができなかった。

### （2）関連法規の留意点

「協賛金」、「リベート」等について、①委託事業者と受託事業者との間で、負担額及びその算出根拠、使途、提供の条件等について明確になっていない「経済上の利益」の提供等、受託事業者の利益との関係が明らかでない場合、②委託事業者の決算対策等を理由とした協賛金等の要請等、受託事業者の直接の利益とならない場合は、下請法第4条第2項第3号の「不当な経済上の利益の提供要請」に該当する。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「その他経済上の利益の提供の要請」、大規模小売業告示における「不当な経済上の利益の收受等」（告示第8項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### （3）求められる取引慣行

協賛金やリベートなどを徴収するのであれば、それらの「経済上の利益」を提供することが製造委託を受けた物品等の販売促進につながるものとして<sup>1</sup>、製造業者と小売業者との間で十分な協議の下に合意がなされ、その算出根拠、使途、提供の条件等が明確になっていることが必要である。

### （4）望ましい取引実例

---

<sup>1</sup> ただし、いわゆる「達成リベート」が、下請代金の減額として下請法上違反とされた事例はある。一定期間における納入数量の合計が、あらかじめ定めた目標数量以上となった場合に、下請事業者を支払わせるものであっても、単位コストの低減効果がなければ問題となる。

**【合意の下での料率決定と書面化した例】**

- 事前に小売業者と製造業者が十分協議を行い、協賛金を支払うことについて合意がなされ、小売業者が販売促進費として活用するものとして、算出根拠とともに協賛金の料率を契約で決定している。

## 7. 店舗到着後の破損処理

### (1) 問題となり得る事例

- 物流センターで検品が行われなかったため、どの時点で破損したか特定できず、小売業者から言われるままに返品や交換に応じざるを得ない。
- 破損による欠品を防ぐため、小売業者から予備の商品を無償で提供しよう要求され、買取りを求めても、受け入れてもらえない。

### (2) 関連法規の留意点

受託事業者の責めに帰すべき理由がないにもかかわらず、店舗到着時の破損を理由に商品を引き取らせることは、下請法第4条第1項第4号で禁止されている「返品」に該当する。なお、親事業者が受け入れ検品を省略した場合、納入品はすべて受け入れ可能と判断されたことになる。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「返品」、大規模小売業告示における「不当な返品」（告示第1項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

予備の商品を無償で提供させることは、下請法第4条第2項第3号「不当な経済上の利益の提供要請」に該当するおそれがある。さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「その他経済上の利益の提供の要請」、大規模小売業告示における「不当な経済上の利益の收受等」（告示第8項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### (3) 求められる取引慣行

物流センター段階で問題が指摘されなかった商品で、店舗到着時に不良品が発生した場合は、小売業者の責任であり、返品することはできない。

破損による欠品を防ぐため、製造業者に予備の商品の提供を求める場合は、小売業者が買い取る必要がある。

### (4) 望ましい取引事例

#### 【店舗到着時の破損品の取扱いを明確化した例】

- 商品の引渡し時に、物流センターの担当者の氏名の記入を求めることにより、責任の所在を明確化した。

#### 【予備の商品の提供の買取りについて合意した例】

- 小売業者が予備の商品を買い取ることを合意した。

## 8. 短納期での発注、発注のキャンセル

### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者の発注漏れにより、事前に注文書面が交付されずに当日の納品を求められた。
- 小売業者が指定するセンターへの納品の際、天候等の影響によりセンターから店舗への納品ができないことを理由に、納品の受入れを拒否され、発注をキャンセルされた。その結果、出荷許容日を越えた商品は廃棄処分となった。
- 特売日として通常より多数の商品の生産を受託し、生産に入っていたが、発注者の都合により、既に生産していた製品の一部がキャンセルとなった上に、それまで製造業者が要した費用を負担してもらえなかった。また、結果として余剰が発生し、廃棄処分につながった。

### (2) 関連法規の留意点

下請法の適用対象となるPB商品の取引を行う場合、委託事業者は、受託事業者への発注に際して、下請代金の額、支払期日、物品等を受領する期日等の具体的記載事項をすべて記載した3条書面を直ちに交付しなければ、下請法第3条の「書面の交付義務」に違反する。当初は書面なしで口約束で生産を行い、納期直前になって初めて書面が送られてきた場合であっても、同条項に違反する。

また、受託事業者に責任がないにもかかわらず、委託事業者が受託事業者に対して費用を負担せずに発注の取消しや発注内容の変更若しくはやり直しをさせることにより、受託事業者の利益を不当に害すると、下請法第4条第2項第4号で禁止されている「不当な給付内容の変更及び不当なやり直し」に該当するおそれがあるので、製造委託等に当たっては留意が必要である。

さらに、受託事業者に責任がないのに、発注した物品等の受領を拒否したり、発注の取消、納期の延期等で納品物を受け取らない場合は、下請法第4条第1項第1号の「受領拒否」に違反するおそれがある。大規模小売業者が、PB商品など特別な規格等を指定した上で、納入業者に商品を納入させることを契約した後において、当該商品の受領を拒むことは、「特別注文品の受領拒否」（告示第5項）に違反するおそれがある。

### (3) 望ましい取引慣行

発注数量に合わせた生産が行われ、見込生産やそれによる余剰生産物の廃棄を余儀なくされることがないように、また、発注数量に対する充足率を満たせず、納入済みの分の単価を引き下げられることがないように、両者合意の下、小売業者は十分なリードタイムを確保した上で発注書面を交付することが望ましい。

契約成立後のキャンセルについては、製造業者の責めに帰すべき理由がない場合、小売業者は、製造業者が負担することとなった費用をすべて負担する必要がある。

### (4) 望ましい取引実例

#### **【キャンセル時の対応ルールを策定・共有化した例】**

- キャンセル時においては、製造業者に責任がない場合には、製造業者が負担することとなった費用を支払うルールとしている。

#### **【小売業者と緊密に連絡を取り合っている例】**

- 小売業者と緊密に連絡を取り合い、在庫状況や販売実績、天候などについて打ち合わせを行うことで生産量を調整し、廃棄処分が減少した。

## 9. 受発注等に関するシステム使用料等の徴収

### (1) 問題となり得る事例

- 取引を開始する条件として、小売業者から、直接の利益となることが示されることなく、オンラインシステムの開発費用や月次の使用料の負担を求められた。
- 小売業者側のシステムが変わると、直接の利益となることが示されることなく、自社システムの改修や増強も必要になり、その費用を負担しなければならない。
- 発注の度に伝票が発行され、情報提供料として1行〇円というような請求があるほか、システム利用料などを請求されるが、直接の利益となることは示されていない。

### (2) 関連法規の留意点

委託事業者が受託事業者に自社のシステムを利用させるに当たり、研修等の名目で参加費を徴収したり、また、利用に当たり伝票への入力ごとに費用を徴収する場合がある。

委託事業者が、これらの行為により、受託事業者の利益を不当に害することは、下請法第4条第2項第3号の「不当な経済上の利益の提供要請」に該当するおそれがある。

また、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「その他経済上の利益の提供の要請」、大規模小売業告示における「不当な経済上の利益の收受等」（告示第8項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### (3) 望ましい取引慣行

受発注システムの開発費用、発注データを送信するための通信費用等は、発注書面の交付義務を負う小売業者が負担する必要がある。システムの使用に関する事前研修に当たっては、一律で研修費を徴収するのではなく、小売業者の責任で研修の機会を用意することが望ましい。

### (4) 望ましい取引実例

#### 【製造業者が負担する費用を削減した例】

- 小売業者と取引を開始する際、システムの開発費用、使用料と取引高を検討し、不利益になると判断した場合には取引を断った。

- システム使用料を削減するため、取引量が少ない場合はFAXでの受発注を行っている。

## 10. 物の購入強制

### (1) 問題となり得る事例

- クリスマスケーキ、お歳暮、お中元など、小売業者の扱う商品について、前年実績等を示されて購入を催促されており、今後の取引を考えると断れない。
- 小売業者の営業担当者が、取引上の付き合いから、製造業者の営業担当者個人では消費しきれない程の物品の購入を要請し、製造業者が購入を余儀なくされた。

### (2) 関連法規の留意点

指定する製品等を強制的に購入させることのほか、委託事業者が強制ではなく任意に購入要請を依頼していたと認識していても、受託事業者によっては、その依頼を拒否できないことがある。このように、事実上、受託事業者が購入を余儀なくさせている場合、下請法第4条第1項第6号の「購入・利用強制」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「購入・利用強制」、大規模小売業告示における「押し付け販売等」（告示第6項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### (3) 望ましい取引慣行

小売業者が製造業者に対し物品等を販売する場合で、特に営業担当者などの取引に影響を及ぼす者が購入を要請することは、事実上、製造業者に対し、購入を余儀なくさせることになり得る。

したがって、外注担当者などの取引に影響を及ぼす者はもとより、小売業者から物品等の購入の要請をしないことが望ましい。

### (4) 望ましい取引実例

#### 【購入要請をやめた例】

- 小売業者が販売している季節商品のセール時期において、以前は小売業者の営業担当者が製造業者に対して前年の購入数量を引き合いに購入を要請していたが、現在は一方的な斡旋をなくし、製造業者側から希望をした場合に限り、購入を案内している。

## 11. 従業員の派遣、役務の提供

### (1) 問題となり得る事例

- 小売業者の要請に基づき、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、早朝の対応を求められた上に、日当・交通費の支払がなかった。
- 小売業者から、牛乳・乳製品と関係がない商品の搬入、陳列、棚卸し等、製造業者の利益にならない業務を行うために無償で従業員を派遣させられた。

### (2) 関係法規の留意点

受託事業者の利益との関係が明らかでない場合や受託事業者の直接の利益とならない場合は、従業員の派遣や役務の提供要請、商品の無償提供の要請は下請法第4条第2項第3号の「不当な経済上の利益の提供要請」に該当するおそれがある。

さらに、独占禁止法上、優越的地位の濫用における「従業員等の派遣の要請」、大規模小売業告示における「納入業者の従業員等の不当使用等」（告示第7項）に該当するおそれがあり、下請取引に該当しない場合であっても留意が必要である。

### (3) 望ましい取引慣行

小売業者が製造業者に従業員の派遣を要請する必要がある場合には、派遣の条件について、あらかじめ合意するとともに、派遣に必要な費用を負担する必要がある。また、製造業者の専門的な知識・技術を必要としないような作業に従事させようとする場合には、小売業者がアルバイトなどを雇うことで対応することが望ましい。

### (4) 望ましい取引実例

【派遣費用はもとより、派遣の条件についてあらかじめ協議の上で決定した例】

- 小売業者側が製造業者に対し、取引商品の販売業務に係る応援要請を行う際、日当や宿泊費、交通費、弁当など派遣に必要な費用の支払はもとより、曜日の選択など要請を受けられるか製造業者と十分協議の上で決定した。

## 12. その他留意すべき事項

### (1) 支払方法の留意点

下請法又は下請中小企業振興法の適用対象となる取引を行う場合には、下請代金の支払は現金によることが原則である。加えて、「下請中小企業振興法第3条第1項の規定に基づく振興基準」では、少なくとも賃金に相当する分については、全額を現金で支払うこととされている。

一方、手形による支払も認められているが、著しく長いサイト（取引代金の締日から支払までの期間）の手形など、割引困難な手形の交付は、下請事業者の資金繰りに多大な悪影響を与えるため、下請法第4条第2項第2号により禁止されている。平成28年12月に発出された「下請代金の支払手段について」（平成28年12月14日 20161207 中第1号 公取企第140号 中小企業庁長官 公正取引委員会事務総長）では、手形サイトは120日以内とすることは当然として、段階的に短縮に努めることとし、将来的には60日以内とするよう定められているので、留意が必要である。

### (2) 下請取引の該当性に係る留意点

製造業者と小売業者の間に商社が介在する取引については、商社の関与の仕方により、商社が親事業者又は下請事業者に該当する場合があることから、商社の関与に関して留意する必要がある。

#### ア 商社が下請法上の親事業者又は下請事業者に該当しない場合

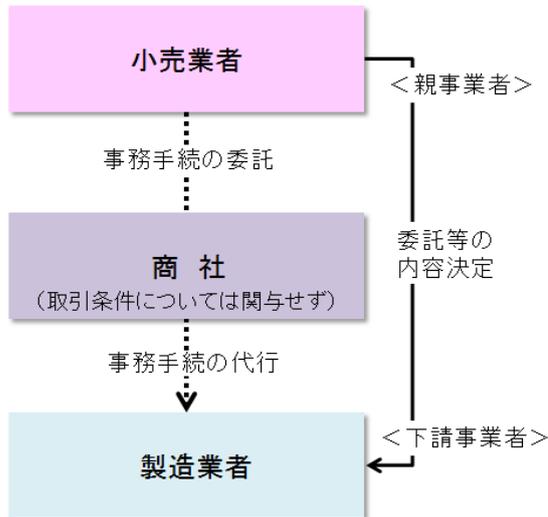
商社が本法の資本金区分を満たす製造業者と小売業者の間に入って取引を行うが、製造委託等の内容（製品仕様、下請事業者の選定、下請代金の額の決定等）に全く関与せず、事務手続の代行（注文書の取次ぎ、下請代金の請求、支払等）を行っているにすぎないような場合、その商社は本法上の親事業者又は下請事業者とはならず、小売業者が親事業者、製造業者が下請事業者となる。したがって、親事業者は商社と製造業者との間の取引内容を確認し、本法上の問題が生じないよう商社を指導する必要がある。

#### イ 商社が下請法上の親事業者又は下請事業者に該当する場合

商社が製造委託等の内容に関与している場合には、小売業者が商社に対して製造委託等をしていることとなり、小売業者と商社の間で本法の資本金区分を満たす場合には、商社が下請事業者となる。また、商社と製造業者の間で本法の資本区分を満たす場合には、当該取引において商社が親事業者となり、製造業者が下請事業者となる。

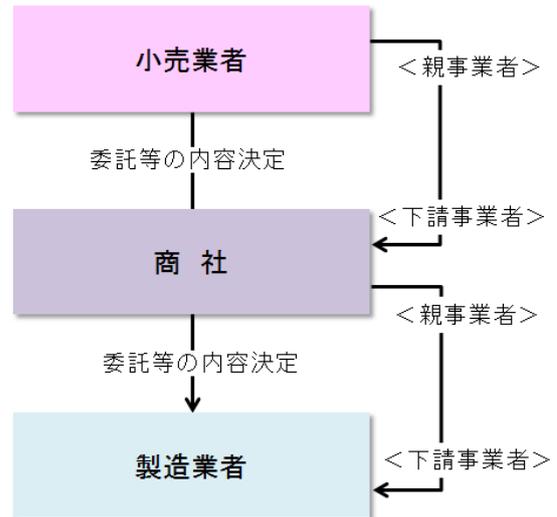
ア 商社が下請法上の親事業者又は下請事業者に該当しない場合

＜商社が事務手続の代行のみを行う場合＞



イ 商社が下請法上の親事業者又は下請事業者に該当する場合

＜商社が委託内容の決定に関わる場合＞



### (3) 不正競争防止法上の留意点

不正競争防止法は、事業者の保有する技術・ノウハウ等の「営業秘密」を不正に取得する行為や、不正に取得した営業秘密を使用・開示する行為等を「不正競争」と定め、差止・損害賠償請求等の対象としているとともに、一定の悪質な行為については、併せて刑事罰の対象ともしている。

小売業者においては、営業秘密の管理・取扱いに関する理解を深め、下請事業者の営業秘密の取扱いに関して、下請事業者に損失を与えることのないよう、十分な配慮を行うことが望まれる。

### (4) 消費税転嫁の留意点

#### ① 消費税転嫁対策特別措置法について

消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として、「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」（平成 25 年法律第 41 号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）が平成 25 年 10 月 1 日に施行された。本法律は平成 33 年 3 月 31 日まで適用される。その概要は以下のとおりである。

#### 第1 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置

消費税の転嫁拒否等の行為を取締り、当該行為を是正又は防止するために必要な法制上の措置を講じる。

#### 第2 消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置

消費者の誤認を招き、他の事業者による円滑な転嫁を阻害する宣伝・広告等を是正又は防止するために必要な法制上の措置を講じる。

#### 第3 価格の表示に関する特別措置

消費税の総額表示義務について、表示する価格がその時点における税込価格であると誤認されないための措置を講じている場合に限り、税込価格を表示することを要しないための必要な法制上の措置を講じる。

#### 第4 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置

事業者又は事業者団体が行う転嫁カルテル及び表示カルテルについて、平成元年の消費税導入時と同様の独占禁止法の適用除外制度を設ける。

### ② 転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置の適用対象者

下請法が①資本金又は出資金の総額の区分と②取引の内容の二つの条件から判断される親事業者・下請事業者間の取引にのみ適用されるのに対し、消費税転嫁対策特別措置法は、資本金等の額が3億円以下である事業者（特定供給事業者）から、継続して商品の供給を受ける法人事業者（特定事業者）に適用される。当該特定事業者については資本金規模等の区分はない。

また、大規模小売事業者（特定事業者）に対して、継続して商品を供給する事業者（特定供給事業者）について資本金規模等の区分がないことにも留意が必要である。

### ③ 特定事業者の遵守事項

特定事業者が、特定供給事業者に対して以下の行為を行うことを禁止している。特に本体価格での交渉の拒否は、下請法及び独占禁止法には規定されていない禁止事項であることから、特定供給事業者との価格交渉において留意が必要である。

#### イ 消費税の転嫁拒否等の行為

- ・減額、買ったたき
- ・商品購入、役務利用又は利益提供の要請
- ・本体価格での交渉の拒否

#### ロ 報復行為

## 第3章 望ましい取引慣行の確立に向けた取組

### 1. 適正取引推進ガイドラインの浸透には発注側の率先垂範が必要

本ガイドラインは、各事業者が理解し、実践することにより、取引改善効果が生まれ、取引慣行の是正につながる。しかし、各種取引条件は発注側と受注側のパワーバランス上、主に発注側の意向を反映するケースが多いため、発注側が率先して本ガイドラインに留意した取引を行わなければ、法令を遵守した取引慣行へ是正されない傾向にある。すなわち、発注側が法令を遵守した取引ルールを受け入れなければ、受注側が取引改善に向けた努力をしたとしても、取引慣行の是正はなされないというケースが多い。

本ガイドラインの浸透には、発注側においてまず自ら進んで法令を遵守した取引ルールに改善する率先垂範の姿勢が特に必要である。

### 2. 受注側における適正取引推進ガイドラインの活用

受注側の立場では、まずは、本ガイドラインを読み込むことによって、どのような取引行為が法令違反に該当するおそれがあるのか、法令を遵守した適正な取引のルールを十分に理解した上で、足元からの取組を実践していくことが、取引慣行の改善のための第一歩である。

例えば、為替変動の影響等に伴う原材料・エネルギーコストの上昇分の転嫁に応じてくれない取引先には、原価データ等の客観的な書面を準備し、継続的に何度も話し合いの場を持つように働きかけるといった取組が考えられる。

こうした取組を少しずつ着実に積み重ねていくことで、発注側の意識喚起を促し、取引改善への効果を生み出していくことが重要である。

### 3. 活用パターン

本ガイドラインの一般的な活用パターンは下記のとおりである。

- (1) 本ガイドライン説明会への参加や本ガイドラインを読むことで、取引のルールを理解すること。
- (2) 本ガイドラインにおける「問題となり得る事例」と「関連法規の留意点」を参考に、自社における取引に問題がないか見直しを行うこと。
- (3) 本ガイドラインにおける「望ましい(求められる)取引慣行」を参考に、

自社における取引の改善可能性、取引先と協力した取引の改善可能性について検討し、実施できるところから、着実に改善への取組を行う。

- (4) 「望ましい取引実例」を参考に、自社における事業特性と業務特性を踏まえ、実施可能な改善への取組を検討し、実践すること。
- (5) 法律の解釈について疑問があれば、「下請かけこみ寺」へ相談すること（匿名でも相談できるため、疑問があれば積極的に活用することが望まれる）。
- (6) 取引先が十分な協議に応じてくれない場合や取引条件の改善に応じてくれない場合など、問題が解決されない場合には、「下請かけこみ寺」を活用すること。
- (7) 「下請かけこみ寺」に相談したが、取引が改善されなかった場合は、農林水産省のほか中小企業庁や公正取引委員会に相談すること。

※ 〈下請かけこみ寺相談窓口〉フリーダイヤル：0120-418-618

〈その他相談窓口〉

- ・公正取引委員会（事務総局取引部企業取引課）直通：03-3581-3375
- ・中小企業庁（事業環境部取引課）直通：03-3501-1669
- ・農林水産省（食料産業局企画課）直通：03-6744-2065  
（生産局牛乳乳製品課）直通：03-6744-2128

## 参考資料

### (1) 下請かけこみ寺事業について

平成 20 年度以降、中小企業庁の委託事業（委託先：(財)全国中小企業取引振興協会）として、「下請かけこみ寺」が 47 都道府県に設置され、中小企業者の取引上のトラブルの相談業務、紛争を調停等で解決する裁判外紛争解決手続（ADR 業務）、及びガイドラインの普及啓発業務を実施しています。

<http://www.zenkyo.or.jp/kakekomi/>

### (2) 下請代金支払遅延等防止法上の親事業者の義務・禁止行為

下請法の適用対象となる取引では、発注事業者（親事業者）に次の 4 つの義務及び 11 項目の禁止事項が定められています。

#### 【親事業者の義務事項】

下請法の適用対象となる取引では、親事業者に次の 4 つの義務が課せられている。

#### ① 書面の交付義務（第 3 条）

口頭発注によるトラブルを未然に防止するため、親事業者は発注に当たって、発注に関する具体的記載事項を全て記載した書面を交付する義務がある。

ただし、試作品の製造、修理委託等、事前に下請代金が算定できない場合等は、下請代金の算定方法を正式単価の代わりに記載することが認められている。この他にも正当な理由があつて、発注書面に記載できない項目がある場合は、内容が決まり次第、補充書面を交付して通知することが認められている。

#### ② 支払期日を定める義務（第 2 条の 2）

不当な支払期日の変更、支払遅延により、下請事業者の経営が不安定になることを防止するため、親事業者は下請事業者と合意の上で、下請代金の支払期日を事前に定めることが義務付けられている。この場合、支払期日は納入された物品の受領後 60 日以内で、かつ、できる限り短い期間になるように定めなければならない。

③ 書類の作成・保存義務（第5条）

製造委託を始めとする下請取引が完了した場合、親事業者は給付内容、下請代金の金額等、取引に関する記録を書類として作成し、2年間保存することが義務付けられている。親事業者の違反行為に対する注意を喚起するとともに、迅速、正確な調査や検査に資することを目的としている。

④ 遅延利息の支払義務（第4条の2）

親事業者が、支払期日までに下請代金を支払わなかった場合、下請事業者に対して遅延利息を支払う義務がある。遅延利息は、納品日から60日を経過した日から実際に支払が行われるまでの期間、未払金額に年率14.6%を乗じた金額となっている。

**【親事業者の禁止事項】**

下請法の適用対象となる取引において、親事業者には次の11項目の禁止事項が定められている。

① 受領拒否（第4条第1項第1号）

下請事業者に責任がないのに、発注した物品等の受領を拒否すること。発注の取消、納期の延期等で納品物を受け取らない場合も、受領拒否にあたる。

② 下請代金の支払遅延（第4条第1項第2号）

発注した物品等の受領日から、60日以内で定められている支払期日までに下請代金を支払わないこと。物品等の検査、検収に日数がかかる場合でも、納品後60日以内に支払わなければ支払遅延となる。

③ 下請代金の減額（第4条第1項第3号）

下請事業者に責任がないのに、発注時に決定した下請代金を発注後に減額すること。協賛金の徴収、原材料価格の下落等、名目や方法、金額にかかわらず、あらゆる減額行為が禁止されている。

④ 返品（第4条第1項第4号）

下請事業者に責任がないのに、発注した物品等を受領後に返品すること。不良品等があった場合には、受領後6か月以内に限り、返品することが認められる。

なお、親事業者が受入検査を省略する場合等には返品することは認められない。

- ⑤ 買ったとき（第4条第1項第5号）  
発注する物品等に通常支払われる対価に比べ、著しく低い下請代金を不当に定めること。通常支払われる対価とは、同種又は類似品等について実際に行われている取引の価格をいう。
- ⑥ 購入・利用強制（第4条第1項第6号）  
下請事業者が発注する物品の品質を維持する等、正当な理由がないのに、親事業者が指定する物（製品、原材料等）、役務（保険、リース等）を強制して購入、利用させること。
- ⑦ 報復措置（第4条第1項第7号）  
親事業者の違反行為を公正取引委員会や中小企業庁に知らせたことを理由に、その下請事業者に対して取引数量の削減・取引停止等、不利益な扱いをすること。
- ⑧ 有償支給原材料等の対価の早期決済（第4条第2項第1号）  
親事業者が有償支給する原材料等で、下請事業者が物品の製造等を行っている場合、その原材料等が用いられた物品の下請代金の支払日より早く、原材料等の対価を支払わせること。
- ⑨ 割引困難な手形の交付（第4条第2項第2号）  
下請代金を手形で支払う際、銀行や信用金庫等、一般の金融機関で割引を受けることが困難な手形（長期の手形（繊維業は90日超、その他は120日超））を交付すること。
- ⑩ 不当な経済上の利益の提供要請（第4条第2項第3号）  
親事業者が自己のために、下請事業者に金銭や役務、その他の経済上の利益を不当に提供させること。下請代金の支払とは独立して行われる、協賛金の提供、従業員の派遣要請等が該当する。
- ⑪ 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し（第4条第2項第4号）  
発注の取消しや発注内容の変更を行ったり、受領した後にやり直しや追加作業を行わせる場合に、下請事業者が作業に当たって負担する費用を親事業者が負担しないこと。

### (3) 「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」の改正について

中小企業者の取引条件の改善を図る観点から、下請法・独占禁止法の一層の運用強化に向けた取組を進めているところ、その取組の一環として、平成 28 年 12 月 14 日に「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」を改正し、親事業者による違反行為事例等を追加しています。

[http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/dec/161214\\_1.html](http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/dec/161214_1.html)

### (4) 「下請中小企業振興法第 3 条第 1 項の規定に基づく振興基準」の改正、「下請代金の支払手段について」の見直し

経済の好循環を実現するためには、下請等中小企業の取引条件を改善していくことが重要との観点から、以下の下請中小企業振興法に基づく振興基準の改正、下請代金の支払手段についての通達の見直しを行いました。

- ① 「下請中小企業振興法第 3 条第 1 項の規定に基づく振興基準」(平成 28 年 12 月 14 日経済産業省告示第 290 号)
- ② 「下請代金の支払手段について」(平成 28 年 12 月 14 日 20161207 中第 1 号 公取企第 140 号 中小企業庁長官 公正取引委員会事務総長)

<http://www.meti.go.jp/press/2016/12/20161214002/20161214002.html>

### (5) 「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」(概要及びベストプラクティス)

下請事業者と親事業者の間の望ましい企業間取引を推進するため、業種ごとに下請ガイドラインを策定していますが、各下請ガイドラインに記載されている望ましい取引事例等のうち、他の業種にも普及すべきものを共通的な事項としてベストプラクティス集を作成しています。

<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2014/140619shitauke.pdf>

### (6) 独占禁止法に基づく「大規模小売業者による納入業者との取引における不公正な取引方法」

① 大規模小売業告示について

大規模小売業告示は、大規模小売業者の納入業者に対する優越的地位の濫用行為を効果的に規制するために指定された、独占禁止法上の告示です。

また、公正取引委員会は、大規模小売業告示の運用の透明性を確保し、事業者の予測可能性を高めるため、「『大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法』の運用基準」を定めています。

② 大規模小売業者の定義

一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者で、次のア又はイのいずれかに該当するもの

ア 前事業年度の売上高が 100 億円以上の者

イ 次のいずれかの店舗を有する者

- ・ 東京都特別区及び政令指定都市においては店舗面積が 3,000 m<sup>2</sup>以上の店舗
- ・ その他の市町村においては店舗面積が 1,500 m<sup>2</sup>以上の店舗

◇コンビニエンスストア等の特定連鎖化事業を営む本部を含む。

③ 納入業者の定義

大規模小売業者が販売（委託販売を含む。）する商品を納入する業者

- ・ 取引上の地位が大規模小売業者に対して劣っていないと認められる者を除きます。当該大規模小売業者の優越性の判断に当たっては、(ア) 当該大規模小売業者に対する取引依存度、(イ) 当該大規模小売業者の市場における地位、(ウ) 納入業者にとっての取引先変更可能性、(エ) その他当該大規模小売業者と取引することの必要性を示す具体的事実を総合的に考慮します。
- ・ 納入業者には、大規模小売業者と実質的に取引関係が認められる事業者を含みます。

④ 大規模小売業者の禁止行為

ア 不当な返品（告示第 1 項）

大規模小売業者が、納入業者から購入した商品の全部又は一部を返品すること。

イ 不当な値引き（告示第 2 項）

大規模小売業者が、納入業者から商品を購入した後に、当該商品の納入価格の値引きをさせること。

ウ 不当な委託販売取引（告示第 3 項）

- 大規模小売業者が、正常な商慣習に照らして納入業者に著しく不利益となるような条件で委託販売取引をさせること。
- エ 特売商品等の買ったとき（告示第4項）  
大規模小売業者が、セール等を行うために購入する商品について、通常の納入価格に比べて著しく低い価格を定めて納入させること。
- オ 特別注文品の受領拒否（告示第5項）  
大規模小売業者が、プライベート・ブランド商品など特別な規格等を指定した上で、納入業者に商品を納入させることを契約した後において、当該商品の受領を拒むこと。
- カ 押し付け販売等（告示第6項）  
大規模小売業者が、納入業者が購入等を希望しないにもかかわらず、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。
- キ 納入業者の従業員等の不当使用等（告示第7項）  
大規模小売業者が、自己等の業務に従事させるために納入業者に従業員等を派遣させて使用すること、又は自己等が雇用する従業員等の人件費を納入業者に負担させること。
- ク 不当な経済上の利益の収受等（告示第8項）  
大規模小売業者が、納入業者に、本来当該納入業者が提供する必要のない金銭等を提供させること又は納入業者が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、役務その他の経済上の利益を提供させること。
- ケ 要求拒否の場合の不利益な取扱い（告示第9項）  
大規模小売業者が、納入業者がアからクの要求に応じないことを理由として、代金の支払遅延、取引の停止その他不利益な取扱いをすること。
- コ 公正取引委員会への報告に対する不利益な扱い（告示第10項）  
大規模小売業者が、納入業者が公正取引委員会に対し、アからケの事実を知らせ、又は知らせようとしたことを理由として、代金の支払遅延、取引の停止その他不利益な取扱いをすること。

## (7) 独占禁止法に基づく「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」ガイドブック

公正取引委員会は、大規模小売業告示に基づく規制対象となる取引、また大規模小売業者の禁止行為について、具体的な事例とともに整理したガイドブックを策定しています。

<http://www.jftc.go.jp/houdou/panfu.files/daikibopamph.pdf>

## (8) 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン

公正取引委員会は、消費税転嫁対策特別措置法の執行の統一を図るとともに、法運用の透明性を確保し、違反行為の未然防止のため、「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方」を策定し、特別措置に関する解釈の明確化を図るとともに、運用方針を示しています。

また、消費税率引上げに際し、独占禁止法及び下請法上、どのような行為が問題となるのかについても併せて具体的に示しています。

[http://www.jftc.go.jp/tenkataisaku/hourei\\_tenkataisaku/GL.html](http://www.jftc.go.jp/tenkataisaku/hourei_tenkataisaku/GL.html)



# 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～牛乳・乳製品製造業～（概要）



- 食品製造業と小売業との適正取引等の推進を目指して、食品関係では初めて、平成29年3月末に、豆腐・油揚製造業を対象としたガイドラインを策定・公表。
- これに加え、今般、「農業競争力強化プログラム」で「不公正取引について徹底した監視を行う」こととされた牛乳・乳製品について、商品の特性を反映した新たな事例を盛り込んだガイドラインを策定・公表。

⇒ さらに、スーパーマーケット・ドラッグストアを含む小売業界では、本ガイドラインの策定を受け、今回初めて、業界内への適正取引の浸透等を目的とした「自主行動計画」を策定。

## ①短納期発注

### <問題となり得る事例>

- × 納品期限が極端に短い当日発注・当日納品を、それに伴うコスト増加分を支払わずに、記録を残さずには又は納期直前に発注を行うことが常態化。



こんな短い納期で言われてもコスト増加分を払ってもらえない。

### <望ましい取引事例>

- 通常は数日前に数量を確定して発注してもらうとともに、直前の発注を行う場合はコスト増加分を支払ってもらうこととし、いずれの場合も記録を残して発注してもらうことを小売業者に要請し、合意した。

## ②客寄せのための納品価格の不当な引下げ

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者Aが、納品価格を下回る価格で商品を販売※。別の小売業者Bから、これを引き合いに、同種の商品の納品価格を引き下げよう一方的に要求され、断ることができない。

※納価割れ販売を継続的に行い、他の事業者の活動を困難にするおそれがある場合は、独占禁止法上の「不当廉売」となります。



広告の品

毎日  
お買い得

### <望ましい取引事例>

- 小売業者Aに対して、恒常的な納価割れ販売は問題であることを説明し、改善された。
- 小売業者Bに対して、小売業者Aによる納価割れ販売の実態を説明することで、取引価格を維持することで合意した。

## ③物流費等のコスト増加を反映しない価格決定

### <問題となり得る事例>

- × 人件費、物流費等の上昇に伴うコストの大幅な増加について、毎年の乳価改定時以外は価格に転嫁することを認めてもらえず、一方的に納品価格を据え置かれた。



こんなに物流コストが上がっているのに価格転嫁できない…



### <望ましい取引事例>

- 物流費等の増加に際し、乳価改定時に限らず、取引価格について継続的に交渉を行うことで、改定につながった。

## ④PB商品をめぐる不利な取引条件の設定

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者から、NB商品※1の取引の中止、取引数量の減少をちらつかされ、著しく低い取引価格でPB商品※2の製造委託を一方的に要求された。

※1 NB商品：ナショナル・ブランド商品  
※2 PB商品：プライベート・ブランド商品



プライベートブランド

新商品!

### <望ましい取引事例>

- 小売業者とPB商品の価格交渉を行い、納得できる価格で合意した。
- NB商品の取扱いを維持、増加してもらうことを小売業者と合意できる場合に、PB商品の製造委託に応じている。

<詳しいガイドラインは> 農林水産省HPで、ご覧になれます。

<このチラシのお問合せ先> 農林水産省 食料産業局企画課 直通 03-6744-2065

<取引上の悩みについてのご相談は> 下請かけこみ寺 フリーダイヤル 0120-418-618

<その他独占禁止法及び下請法に関するお問合せは>

公正取引委員会 事務総局取引部企業取引課 直通 03-3581-3375

# 食品製造業・小売業の 適正取引推進ガイドライン

～牛乳・乳製品製造業～

読んだから  
言えた。

読んだから  
気づけた。

長くおつき合い  
したいから…

FAIR TRADE, FAIR PRICE



農林水産省  
食料産業局・生産局

## このガイドラインの活用方法

- このガイドラインでは、独占禁止法や下請法※で「問題となり得る事例」とともに、「望ましい取引実例」を15項目にわたりわかりやすく掲載しています。
- 取引に当たり、どのような行為が法令違反に該当するおそれがあるのか、また、望ましい取引実例としてどのようなものがあるのか参考にしてください。
- 以下に概要をお示しますが、ガイドラインの詳しい内容は農林水産省ホームページでご覧になれます。

※下請代金支払遅延等防止法

## 牛乳・乳製品製造業における新たな論点

### ①短納期発注

#### <問題となり得る事例>

- ✗ 納品期限が極端に短い当日発注・当日納品を、それに伴うコスト増加分を支払わずに、記録を残さずに又は納期直前に発注を行うことが常態化。



#### <望ましい取引実例>

- 通常は数日前に数量を確定して発注してもらうとともに、直前の発注を行う場合はコスト増加分を支払ってもらうこととし、いずれの場合も記録を残して発注してもらうことを小売業者に要請し、合意した。

### ②客寄せのための納品価格の不当な引下げ

#### <問題となり得る事例>

- ✗ 小売業者Aが、納品価格を下回る価格で商品を販売※。別の小売業者Bから、これを引き合いに、同種の商品の納品価格を引き下げよう一方的に要求され、断ることができない。

※納価割れ販売を継続的に行い、他の事業者の活動を困難にするおそれがある場合は、独占禁止法上の「不当廉売」となります。



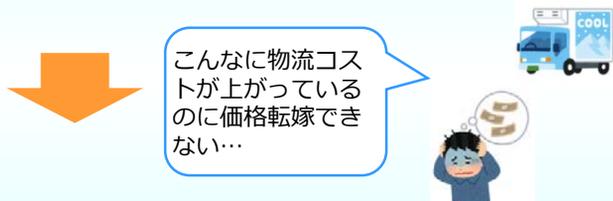
#### <望ましい取引実例>

- 小売業者Aに対して、恒常的な納価割れ販売は問題であることを説明し、改善された。
- 小売業者Bに対して、小売業者Aによる納価割れ販売の実態を説明することで、取引価格を維持することで合意した。

### ③物流費等のコスト増加を反映しない価格決定

#### <問題となり得る事例>

- ✗ 人件費、物流費等の上昇に伴うコストの大幅な増加について、毎年の乳価改定時以外は価格に転嫁することを認めてもらえず、一方的に納品価格を据え置かれた。



#### <望ましい取引実例>

- 物流費等の増加に際し、乳価改定時に限らず、取引価格について継続的に交渉を行うことで、改定につながった。

### ④PB商品をめぐる不利な取引条件の設定

#### <問題となり得る事例>

- ✗ 小売業者から、NB商品※1の取引の中止、取引数量の減少をちらつかされ、著しく低い取引価格でPB商品※2の製造委託を一方的に要求された。

※1 NB商品: ナショナル・ブランド商品  
※2 PB商品: プライベート・ブランド商品



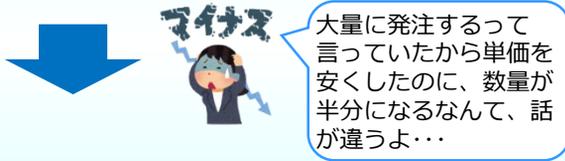
#### <望ましい取引実例>

- 小売業者とPB商品の価格交渉を行い、納得できる価格で合意した。
- NB商品の取扱いを維持、増加してもらうことを小売業者と合意できる場合に、PB商品の製造委託に応じている。

## 1 前提が異なっても同じ単価で発注

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者は、当初の予定数量から発注数量を半減させたにもかかわらず、大量発注を前提とした割安な単価を一方的に決めた。



### <望ましい取引事例>

- 価格設定の段階で、発注ごとの出荷数量の単位別の単価をあらかじめ取り決めている。

## 2 包材（パック等）の費用負担

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者から製造委託を受けてパックを調達したにもかかわらず、販売不振により使わなくなったパックの代金を小売業者に負担してもらえなかった。



### <望ましい取引事例>

- 残ったパックは小売業者に買い取ってもらうよう、あらかじめ契約で取り決めている。

## 3 合理的な根拠のない価格決定

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者の特売期間に対応した通常より大幅に低い価格を、特売期間終了後も継続を求められ、一方的にその価格を押し付けられた。



### <望ましい取引事例>

- 採算の取れない取引は行わず、納得できる取引価格で小売業者と合意した。

## 4 協賛金（リベート）の負担

### <問題となり得る事例>

- × 新規商品の導入に際して、販売数量見込みのないまま協賛金を徴収された。



### <望ましい取引事例>

- 事前に小売業者と十分協議の上、協賛金を支払うことについて合意し、小売業者が販売促進費として活用するものとして、協賛金の料率を契約で決定している。

## 5 発注のキャンセル

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者が指定するセンターへの納品の際、天候等の影響によりセンターから店舗への納品ができないことを理由に、納品の受入れを拒否され、発注をキャンセルされた。



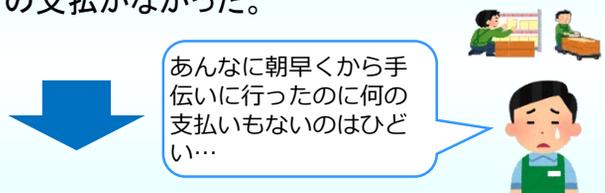
### <望ましい取引事例>

- キャンセル時には、製造業者に責任がない場合には、製造業者が負担することになった費用を支払うルールとしている。

## 6 従業員の派遣、役務の提供

### <問題となり得る事例>

- × 小売業者の要請に基づき、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、早朝の対応を求められた上に、日当・交通費の支払がなかった。



### <望ましい取引事例>

- 日当や交通費など派遣に必要な費用の支払いや、曜日の選択などについて小売業者と製造業者との間で十分協議した上で決定した。

## 本ガイドラインの活用パターン

### 【小売業者の方へ】

- 取引においては買い手の立場が強いのが一般的です。小売業者自ら取引条件の改善に積極的に取り組むようお願いいたします。
- 担当者が代わると対応も変わることがあり得ますので、常に自社の取引の点検をお願いいたします。

### 【製造業者の方へ】

- 自らも取引のルールを十分に理解し、取引先に改善を求めていくことも大事です。
- 取引先が十分な協議に応じてくれないなど、問題が解決されない場合には「下請かけこみ寺」を活用してください。
- 本ガイドラインで示した事例は、他の食品製造業の同様の事例にも活用していただけます。

## 小売業界における自主行動計画の策定

- スーパーマーケット・ドラッグストアを含む小売業界では、本ガイドラインの策定を受け、今回初めて、業界内への適正取引の浸透等を目的とした「自主行動計画」が策定されました。
- 本ガイドラインに加えて、自主行動計画に基づき、小売業者が主体的に法令を遵守し、適正取引を行っていくことで、食品製造業と小売業の取引環境が改善していくことが期待されています。

取引が改善されない場合は、  
匿名でも相談できます。

## 問い合わせ先等

### 〈詳しいガイドラインは〉

- 農林水産省HPで、ご覧になれます。

牛乳 適正取引 検索 🔍



ガイドライン本文  
はこちら

### 〈このパンフレットのお問合せ先〉

- 農林水産省 食料産業局企画課 電話(直通) **03-6744-2065**  
生産局牛乳乳製品課 電話(直通) **03-6744-2128**

### 〈取引上の悩みについての相談は〉

- 下請かけこみ寺は、全国の都道府県に設置しており、企業間取引に関するさまざまな相談などに対して、相談員が無料で親身になって対応します。
- 必要に応じて弁護士の無料相談を行うとともに、紛争の早期解決に向けて裁判外紛争処理手続(ADR)も無料で実施しています。

下請かけこみ寺 **0120-418-618**(中小企業庁委託事業)

### 〈その他独占禁止法及び下請法に関するお問合せは〉

公正取引委員会事務総局 取引部 企業取引課 電話(直通) **03-3581-3375**

平成 30 年 4 月 3 日

経済団体・業界団体御担当者 様

内閣官房副長官補付

新規大学卒業予定者等の就職・採用活動開始時期について（要請）

貴団体におかれましては、益々御盛栄のこととお慶び申し上げます。

2019 年度卒業・修了予定者（2020 年度入社予定者）の就職採用活動時期については、経済団体、大学等及び関係府省において議論を行い、前年度に引き続き、学生の学業に配慮し、広報活動開始時期については卒業年度に入る直前の 3 月 1 日以降、採用選考活動開始時期については卒業年度の 6 月 1 日以降とすることになりました。

来年度の就職・採用活動に向けて、各企業の更なる御理解・御協力を要請いたしたく、貴団体におかれましては、別添の趣旨・内容について、加盟各企業に対して周知いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、加盟各企業等への周知を電子メールで実施する場合など、別添の要請文書の電子データを希望される場合は、下記メールアドレスまでご連絡ください。

その際、メールの件名欄には、「【電子ファイル依頼】就活日程要請文書（団体名）」と記入し、メール本文にご連絡先を記入して下さい。

○メールアドレス：koichiro.izumi.r7k@cao.go.jp

kazutaka.torikoshi.k6t@cao.go.jp

naoko.funato.h5x@cao.go.jp

※ 3 名を宛先としてくださいますようお願いいたします。

<連絡先>

住 所：〒100-8914 東京都千代田区永田町 1-6-1

担 当：和泉、鳥越、船戸

TEL：03-6257-1537

平成30年4月3日

経済団体・業界団体の長 殿

内閣官房内閣審議官  
文部科学省高等教育局長  
厚生労働省人材開発統括官  
経済産業省経済産業政策局長

新規大学卒業予定者等の就職・採用活動開始時期について（要請）

我が国の持続的な発展のためには、若者の人材育成が必要不可欠であり、学生が学業に専念し、多様な経験ができる環境づくりを進めることが重要です。

2019年度卒業・修了予定者（2020年度入社予定者）の就職・採用活動の開始時期については、経済団体、大学等及び関係府省において議論を行い、前年度に引き続き、学生の学業に配慮し、広報活動開始時期については卒業年度に入る直前の3月1日以降、採用選考活動開始時期については卒業年度の6月1日以降とすることになりました。

2018年3月12日には、一般社団法人日本経済団体連合会が「採用選考に関する指針」を改定し（参考資料1及び参考資料2参照）、同年3月30日には、大学等（就職問題懇談会）が「2019年度大学、短期大学及び高等専門学校卒業・修了予定者に係る就職について（申合せ）」（参考資料3）を定めたところです。

就職・採用活動の円滑な実施及び学生が学業に専念できる環境の確保のためには、日本経済団体連合会加盟企業のみならず、企業側・大学側の足並みをそろえた取組が重要です。

このため、2019年度卒業・修了予定者の就職・採用活動開始時期の遵守等について、各企業の御理解・御協力を要請いたしたく、別添「新規大学卒業予定者等の就職・採用活動に関する要請事項」の趣旨・内容について、貴団体から加盟各企業に対して、周知徹底をいただきますようお願い申し上げます。

## 2019年度新規大学卒業予定者等の就職・採用活動に関する要請事項

- ① 就職・採用活動の日程について、次のとおりとしていただくようお願いいたします。
- ・広報活動開始 : 卒業年度に入る直前の 3月1日以降
  - ・採用選考活動開始 : 卒業年度の 6月1日以降
  - ・正式な内定日 : 卒業年度の 10月1日以降
- ② 採用選考活動の実施に当たっては、授業、試験、留学、教育実習等、学生の学修や学事日程に十分に配慮いただき、また、大学所在地による不利が生じないように留意いただくようお願いいたします。
- 具体的には、面接や試験の実施に際して学生の事情を十分に勘案し、例えば、授業、ゼミ、実験、試験、教育実習等の時間と重ならないよう設定することのほか、事前連絡について余裕をもって行うことや、土日・祝日、夕方以降の時間帯の活用等も含めた工夫を行うことが考えられます。
- ③ 留学中の者あるいは留学希望者において、留学により就職活動で不利になるとの認識が生じることがないように、一括採用とは別に採用選考機会を設けるなどの 留学経験者向けの取組を行っている企業は、自社の採用ホームページ等で積極的に周知 いただくようお願いいたします。
- ④ 学生等の職業選択の自由を妨げる行為（学生等に対して、内々定を出す代わりに他社への就職活動の終了を迫ったり、内々定段階で誓約書等を要求したりするなど）を行わないなど、公平・公正で透明な採用を徹底 いただくようお願いいたします。
- ⑤ インターンシップは就業体験の場であることを踏まえ、インターンシップと称して、広報活動・採用選考活動開始前に、広報活動・採用選考活動そのものが行われることのないよう にし、インターンシップ全体に対する信頼性を失わせることのないよう留意いただくようお願いいたします。
- ⑥ 面接等の採用選考に当たり、大学等における 成績証明等を一層活用 いただくようお願いいたします。
- ⑦ 採用選考活動の実施時期が梅雨や夏季に当たるため、学生のクールビズ等への配慮を行うとともに、その旨を積極的に学生等に示していただくようお願いいたします。

- 広報活動…採用を目的として、業界情報、企業情報等を学生に対して広く発信していく活動を指します。広報活動の実施に際しては、それが実質的な選考とならないものとするに留意いただく必要があります。
- 採用選考活動…一定の基準に照らして学生を選抜することを目的とした活動を指します。採用選考活動は、広報活動と異なり、学生が自主的に参加不参加を決定することができるものではないため、学事日程に留意いただく必要があります。

## 採用選考に関する指針

一般社団法人 日本経済団体連合会  
2018年3月12日改定

企業は、2020年度入社の大学卒業予定者・大学院修士課程修了予定者等の採用選考にあたり、下記の点に十分配慮しつつ自己責任原則に基づいて行動する。

なお、具体的に取り組む際は、本指針の手引きを踏まえて対応する。

## 記

## 1. 公平・公正な採用の徹底

公平・公正で透明な採用の徹底に努め、男女雇用機会均等法、雇用対策法及び若者雇用促進法に沿った採用選考活動を行い、学生の自由な就職活動を妨げる行為（正式内定日前の誓約書要求など）は一切しない。また、大学所在地による不利が生じないように留意する。

## 2. 正常な学校教育と学習環境の確保

在学全期間を通して知性、能力と人格を磨き、社会に貢献できる人材を育成、輩出する高等教育の趣旨を踏まえ、採用選考活動にあたっては、正常な学校教育と学習環境の確保に協力し、大学等の学事日程を尊重する。

## 3. 採用選考活動開始時期

学生が本分である学業に専念する十分な時間を確保するため、採用選考活動については、以下で示す開始時期より早期に行うことは厳に慎む。

広報活動 : 卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降

選考活動 : 卒業・修了年度の6月1日以降

なお、活動にあたっては、学生の事情に配慮して行うように努める。

## 4. 採用内定日の遵守

正式な内定日は、卒業・修了年度の10月1日以降とする。

## 5. 多様な採用選考機会の提供

留学経験者に対して配慮するように努める。また、卒業時期の異なる学生や未就職卒業業者等への対応を図るため、多様な採用選考機会の提供（秋季採用、通年採用等の実施）に努める。

以上

## 「採用選考に関する指針」の手引き

一般社団法人 日本経済団体連合会  
2017年4月10日改定

## 1. 本指針の適用対象者について

指針の規定は、日本国内の大学、大学院修士課程、短期大学、高等専門学校  
の卒業・修了予定者が対象となる。大学院博士課程（後期）に在籍している院  
生は対象とならない。

## 2. 広報活動について

企業が行う採用選考活動は、一般に広報活動と選考活動に大別することがで  
きる。

## (1) 広報活動とは

広報活動とは、採用を目的として、業界情報、企業情報などを学生に対して  
広く発信していく活動を指す。本来、こうした情報は可能な限り速やかに、適  
切な方法により提供していくことが、ミスマッチによる早期離職の防止のため  
に望ましいものである。しかし、早期化ゆえの長期化の問題に鑑み、開始時期  
以前においては、不特定多数向けの情報発信以外の広報活動を自粛する。

広報活動の実施に際して留意すべきことは、それが実質的な選考とならない  
ものとする点である。また、会社説明会などのように、選考活動と異なり学  
生が自主的に参加または不参加を決定することができるイベントなどの実施に  
あたっては、その後の選考活動に影響しない旨を明示するとともに、土日・祝  
日や平日の夕方開催に努めるなど、学事日程に十分配慮する。

## (2) 広報活動の開始時期について

広報活動の開始期日の起点は、自社の採用サイトあるいは就職情報会社の運  
営するサイトで学生の登録を受け付けるプレエントリーの開始時点とする。そ  
れより前には、学生の個人情報の取得や個人情報を活用した活動は行わないこ  
ととする。

また、広報活動の開始日より前に行うことができる活動は、ホームページに  
おける文字や写真、動画などを活用した情報発信、文書や冊子等の文字情報に  
よるPRなど、不特定多数に向けたものにとどめる。なお、広報活動のスケジ  
ュールを事前に公表することは差し支えない。

## (3) 広報活動であることの明示について

広報活動の実施にあたっては、学生が自主的に参加の可否を判断できるよう、

その後の選考活動に影響を与えるものではないことを十分周知する。具体的には、広報活動を行う際の告知・募集の段階と実施時の段階の双方において、当該活動が広報活動として行われる旨を、ホームページや印刷物への明記、会場での掲示や、口頭による説明などの形で学生に周知徹底する。

なお、広報活動であることを示す場合の内容としては、以下のような例が考えられる。

#### 【会社説明会の場合の明示例】

##### ○明示する場面

①開催の告知・募集段階

②開催当日の案内（口頭、会場における掲示など）

##### ○具体例

例1)「この説明会は、学生の皆さまに今後の就職活動を行う上での参考として、当社や業界の状況をご理解いただくための広報活動の一環として開催するものであり、本説明会への参加の有無が今後の採用選考のプロセスに影響するものではありません」

(あるいは、破線部分に替えて)

に参加しなかったからといって、今後の採用選考上不利に働くことはありません

例2)「この説明会は、広報活動の一環として、当社の事業やCSRへの取り組みなどについて理解を深めていただくために行うものです。説明会への参加は任意であり、参加者の方々を対象に選考を行うことは致しません」

### 3. 選考活動について

#### (1) 選考活動とは

選考活動とは、一定の基準に照らして学生を選抜することを目的とした活動を指す。

#### (2) 選考活動の開始時期について

選考活動は、活動の名称や形式等を問わず、実態で判断すべきものである。具体的には、①選考の意思をもって学生の順位付けまたは選抜を行うもの、あるいは、②当該活動に参加しないと選考のための次のステップに進めないものを言う。こうした活動は、時間と場所を特定して学生を拘束して行う面接や試験などの「狭義の選考活動」と、エントリーシートによる事前スクリーニングなど多様な方法を含む「広義の選考活動」に分類することができる。

このうち、ウェブテストやテストセンターの受検、エントリーシートの提出など、日程・場所等に関して学生に大幅な裁量を与えられている「広義の選考活動」に開始時期の制限を課すことは、効率的な選考に支障が生じることや、

学事日程への影響も少ないことなどを考慮すると適当ではない。そこで、開始時期（卒業・修了年度の6月1日）より前に自粛すべき活動は、面接と試験のみとする。

### （3）選考活動における留意点

選考活動は、広報活動と異なり、学生が自主的に参加不参加を決定することができるものではないため、学事日程に配慮していくことが求められる。

具体的には、面接や試験の実施に際し、対象となる学生から申し出があるケースも想定されるため、事前連絡についても余裕をもって行うほか、当該学生の事情を十分勘案しながら、例えば授業やゼミ、実験、教育実習などの時間と重ならないような設定とすることや、土日・祝日、夕方以降の時間帯の活用なども含めた工夫を行うことが考えられる。

また、大学等の履修履歴（成績証明書等）について一層の活用を検討することが望ましい。

## 4. 広報活動の開始日より前に実施するインターンシップについて

インターンシップは、産学連携による人材育成の観点から、学生の就業体験の機会を提供するものであり、社会貢献活動の一環と位置付けられるものである。したがって、その実施にあたっては、大学等のカリキュラム上、特定の年次に行う必要がある場合を除き、募集対象を学部3年／修士1年次の学生に限定せず、採用選考活動とは一切関係ないことを明確にして行う必要がある。

また、教育的観点から、募集段階において詳しいプログラム内容を学生に公開するとともに、職場への受入れや仕事経験の付与、インターンシップの受入れ後の学生へのフィードバックなどを行うことが望ましい。

なお、インターンシップ本来の趣旨を踏まえ、教育的効果が乏しく、企業の広報活動や、その後の選考活動につながるような1日限りのプログラムは実施しない。

## 5. 広報活動開始前に行われる学内セミナーについて

広報活動開始前に行われる学内セミナーについては、以下に掲げる条件を満たす場合に、キャリア教育に積極的に協力していく観点から参加することができる。

### 【広報活動開始前に行われる学内セミナーへの参加条件】

- ①「企業等の協力を得て取り組むキャリア教育としての学内行事实施に関する申合せ（平成26年9月16日就職問題懇談会）」に基づき、大学が企業に参加協力を求める内容を記した文書等に以下の要件を満たしている点が明記されていること。
  - ・大学が責任をもって主催すること。
  - ・大学が参加する学生に対し、キャリア教育の一環であり、採用選考活動とは一切関係ないことを明示していること。
  - ・大学が参加企業に対し、学生の個人情報を提供しないこと。
- ②参加にあたっては、学生の個人情報を取得しない。

## 6. 留学経験者などに対する多様な採用選考機会の提供

近年ではグローバル人材を求める観点から、留学経験者を対象に、一括採用とは別に採用選考機会を設けることも少なくない。留学すると不利になるといった認識が学生に生じることのないようにする観点から、別途の採用選考機会の設定をはじめ、留学経験者向けの様々な取り組みを行っている企業は、自社の採用HPなどを活用しながら積極的な周知を行うことが求められる。

また、最近はセメスター制からクォーター制に移行する大学があるほか、ギャップイヤーを導入する動きもある。今後とも多様な経験を経た学生が企業社会で活躍する道を開くため、一括採用のほかに夏季・秋季採用をはじめ、様々な募集機会を設けていくことが望ましい。

## 7. その他

### (1) 夏季における服装について

採用選考活動の実施期間において、クールビズ等の取り組みを実施している場合、学生に対して服装の取り扱いを周知する。

### (2) 卒後3年以内の未就業者について

卒後3年以内の未就業者の取り扱いについては、2015年10月1日から適用された「青少年の雇用機会の確保及び職場への定着に関して事業主、職業紹介事業者等その他の関係者が適切に対処するための指針」の趣旨を踏まえつつ、自社の実情や採用方針に則り、適切な対応に努める。

(3) 指針及び手引きの見直しについて

採用選考に関する指針及び手引きは、活動の実態や、取り巻く環境の変化等を踏まえて、適宜、必要な見直しを行う。

以上

《本件問い合わせ先》

採用選考に関する指針及び手引きに関するお問い合わせは、以下までご連絡ください。

経団連労働政策本部

TEL:03-6741-0181 FAX:03-6741-0381 E-mail:koyou@keidanren.or.jp

2018年3月30日  
就職問題懇談会

2019年度大学、短期大学及び高等専門学校卒業・修了予定者  
に係る就職について（申合せ）

大学、短期大学及び高等専門学校（以下「大学等」という。）は、グローバル化や情報通信技術の急激な進展により、社会構造が大きく変化している状況の中で、学生にこのような社会に対応し、未来を切り拓いていけるような高い学力と豊かな人間性を身につけさせた上で、社会に送り出す社会的使命を負っている。その責務を果たすためには、正常な学校教育と学生の学修環境を確保することが不可欠である。

その理念の下、国公立の大学等で構成する就職問題懇談会は、2019年度卒業・修了予定者の就職活動の秩序を維持し、学生の就職機会の均等を期するため、各大学等が取り組む事項について下記のとおり申し合わせる。

なお、この申合せを行うに当たり、各大学等においては、全教職員が協力し、全学的にこれを実行することを確認する。

記

1. 大学等は、以下の就職・採用活動の日程を遵守するとともに、企業等に対して、その遵守を要請する。
  - ・ 広報活動開始 : 卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降
  - ・ 採用選考活動開始 : 卒業・修了年度の6月1日以降
  - ・ 正式な内定日 : 卒業・修了年度の10月1日以降
2. 大学等は、就職・採用活動に関する本申合せの大きな目的の一つが、学生の学修時間の確保や留学などの多様な経験を得る機会の確保など、学生の学修環境の整備であることを再度認識する。その上で、学生に対して、関連情報の周知や情報提供に努めるとともに、個別の相談や指導等を行い、場合によっては企業に具体的な対応を要請するなど、きめ細やかな支援を行う。
3. 大学等は、インターンシップの本来の趣旨に鑑み、その教育効果を高めることに努める。また、「インターンシップ」と称した会社説明会や採用選考活動と捉えられる行事等を行わないよう、企業等に要請する。
4. 大学等は、採用選考において学生の学業への取組状況を適切に評価するよう企業等に要請する。

## 具体的取組

### 1. 就職・採用活動の円滑な実施について

#### 【大学等における取組】

##### (1) 学生への周知・情報提供

###### ① 就職・採用活動に関して注意すべき点の十分な周知

各大学等は、学生が混乱することのないよう、就職・採用活動時期について、その趣旨を含めて、学生に対して十分に周知する。採用選考活動が授業期間と重複するスケジュールであることを踏まえ、学生個々の学業と採用選考関係の日程が重複する場合には、採用選考関係の日程調整に関して企業等に相談することも可能であること、留学や教育実習等を希望する際は注意が必要であること等を特に周知し、就職活動が学業を妨げないよう指導する。

また、就職活動に関して不都合が懸念される場合には、できるだけ早期に企業等に申し入れたり、大学等の就職担当者に相談したりすることが重要であることも、合わせて周知する。

###### ② 就職関連情報の積極的な提供

学生が進路選択する際の検討に資するため、各大学等は学部・分野別の就職実績や、各大学等の職員採用についての採用方針・採用実績等の情報の積極的な提供に努める。

##### (2) 就職・採用活動スケジュールに関する留意事項

###### ① 「企業説明会」の取扱い

卒業・修了前年度3月1日より前は、学内及び学外で企業等が実施する「企業説明会」に対して会場提供や協力を行わない。なお、「企業説明会」とは「会社説明会」、「学内セミナー」等の名称に関わらず、採用を目的として事前に採用予定数や選考スケジュールなどの採用情報を広く学生に発信するための説明会を指す。

卒業・修了前年度3月1日以降、「企業説明会」を大学等の協力の下に実施する場合は、参加の有無がその後の選考に影響しないことを学生に対して明示する。また、実施に当たっては、土日祝日や平日の夕方以降の実施など、可能な限り学事日程に配慮する。

###### ② 学校推薦の取扱い

学校推薦は、卒業・修了年度6月1日以降とすることを徹底する。

###### ③ 正式内定開始日

正式内定日は、卒業・修了年度10月1日以降である旨学生に徹底する。正式内定に至るまでの間においては、複数の内々定の状態が継続しないよう、学生を指導するとともに、9月30日以前の内々定は学生を拘束しないものである旨徹底する。

### (3) 初年次からのキャリア教育・職業教育の充実

キャリア教育・職業教育は、就職活動に関する指導とは異なるものである。しかし、学生の職業観や勤労観を涵養し、個々人の個性や適性に合った職業を学生自ら選択できる能力の育成や学修意欲を高めるために極めて重要であることを踏まえ、初年次からのキャリア教育・職業教育の充実を図る。

キャリア教育の実施に当たっては、前述の「企業説明会」とは明確に区分した上で、幅広く企業等の協力を得つつ、積極的な取組を行う。

#### 【企業等への要請事項】

##### (1) 就職・採用活動開始時期の遵守

以下の就職・採用活動日程の遵守を、企業等に対して要請する。

- ・ 広報活動開始 : 卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降
- ・ 採用選考活動開始 : 卒業・修了年度の6月1日以降
- ・ 正式な内定日 : 卒業・修了年度の10月1日以降

##### (2) 学生の学業への配慮

企業等が学期期間中に採用選考活動を実施する場合には、当該活動が学業の妨げとならないよう、以下の配慮を企業等に対して強く求める。

###### ① 学生の学修に十分配慮した形での採用選考活動の実施

授業、試験、留学、教育実習等と採用選考活動が重複する場合は、学生からの求めに応じ、個別的な採用選考日時の変更など必要な対応を明示的に行うこと。また、土日祝日や平日の夕方の活用も取り入れるなど、学生の学修環境を損なうことのないよう極力柔軟に対応すること。

###### ② 採用選考開始日より前に採用選考活動を実施しないことの徹底

##### (3) 採用選考活動における評価

学生の本分を考えれば、採用選考において学生の学業に対する取組状況が適切に評価されることは重要である。

このため、企業等に対し、少なくとも卒業・修了前年度までの学業成果を表す書類(例えば成績証明書や履修履歴等)を選考の早期の段階で取得し、採用面接等において積極的に活用することにより、学生の学業への取組状況を含めて適切に学生を評価することを求める。

## 2. 就職・採用活動の公平・公正の確保について

#### 【大学等における取組】

##### (1) 情報の収集と学生へのケア

就職・採用活動が学生の学業を妨げることのないよう、開始時期の実態、職業の選択の自由を妨げる行為やハラスメント的な行為の有無等について、情報を収集するとともに、学生へのケアに関する組織的な取組を行う。

## (2) インターンシップ

インターンシップとは、一般に、「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と捉えられており、あくまでも教育プログラムである旨を、学生に対して周知する。また、大学等が実施に関わる場合は、「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」<sup>1</sup>及び「留意点について」<sup>2</sup>を踏まえ、適切に実施することを徹底する。

### 【企業等への要請事項】

#### (1) 学生の応募書類等

学生の応募書類は、「大学等指定書類（『履歴書・写真・自己紹介書』、『成績証明書《卒業見込証明書を含む》』）」とし、企業等に対して、就職差別につながる恐れのある項目を含む「会社指定書類」《エントリーシート等を含む》、「戸籍謄（抄）本」、「住民票」等の提出を求めないよう要請する。

また、面接においても同様に就職差別につながる恐れのある内容の質問等をしないよう要請する。

#### (2) 雇用の機会均等

就職・採用活動は、男女雇用機会均等法及びその指針の趣旨や障害者雇用促進法等に則って行われるよう要請する。特に、総合職採用における女子学生への配慮や、障害のある学生への適切な対応、あるいは学生が持つ多様性の尊重など、採用活動における適切な対応を要請する。

#### (3) 職業の選択の自由を妨げる行為やハラスメント的な行為

必要な人材確保に熱心になるあまり、

- ① 広報活動開始前又は広報活動期間中に早期に採用の内々定を通知すること
- ② 正式内定開始日前に内定承諾書、誓約書をはじめとした内定受諾の意思確認書類の提出を求めること
- ③ 6月1日以降の採用選考時期に学生を長時間拘束するような選考会や行事等を実施すること

④ 自社の内々定と引き替えに、他社への就職活動を取りやめるよう強要すること等の学生の職業の選択の自由を妨げる行為や、学生の意思に反して就職活動の終了を強要するようなハラスメント的な行為は厳に慎むよう企業等に対して要請する。

また、予め示された必要書類以外のものを選考の最終段階や内々定後に求めることがないように、必要書類を含む採用選考情報をあらかじめ明示することも要請する。

#### (4) インターンシップ

インターンシップとは、一般に「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と捉えられており、あくまでも教育プログラムである。したがって、その実施にあたっては、「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」及び「留意点について」を踏まえ、適切に実施するよう要請する。

そのため、

- ①広報活動開始前に「インターンシップ」と称した会社説明会や実質的な採用選考活動とも捉えられるような行事等は厳に慎むこと、
- ②そもそも、インターンシップは、「就業体験を伴うこと」が必要であるが、現在、インターンシップとして行われているプログラムには、1日限りで就業体験を伴わないもの（いわゆる「ワンデーインターンシップ」など）もあることから、このようなプログラムはインターンシップと称さず、実態にあった別の名称を用いること（当然、それらのプログラムの目的が広報活動であれば3月以降に、採用選考活動であれば6月以降に行うべきこと。）、
- ③インターンシップの本来の趣旨を踏まえ、その教育的効果を高めるためには、一定期間のまとまりにより職業生活を体験することが有益である。大学等との連携の下、可能な限り長期間のインターンシップを実施すること、を要請する。

#### (5) 大学等の所在地等への配慮

大学等の所在地や学生の居住地が遠方である場合などには、それが採用選考において不利とならないよう配慮することを要請する。

### 3. その他の事項について

#### 【大学等における取組】

##### (1) 各大学等における職員採用の対応

企業等への就職・採用活動のみならず、各大学等における職員採用においても、本申合せを踏まえた対応を行う。

##### (2) 「申合せ」の内容の周知

各大学等は、「申合せ」の内容について、学内の教職員はもとより、学生への周知徹底を図り、学生に不安と混乱が生じないよう適切に対応する。

また、企業等に対しても、以下の手段等により、「申合せ」の内容の周知を図る。

①学内で企業説明会を実施する企業等への要請内容の手交

②企業等に求人依頼文書を発送する際、「申合せ」又は「申合せ」の内容をまとめた文書の添付

③その他、メール等による企業等への「申合せ」の内容の遵守に関する直接的依頼  
各大学等による企業等への直接的な要請は「申合せ」の趣旨の理解促進に極めて重要であるため、各大学は主体的に上記に取り組み、一層の周知徹底に努める。

#### 【企業等への要請事項】

##### (1) 学生の健康状態への配慮

採用選考活動の実施時期が梅雨や夏季に当たるため、企業等に対して、学生のクーレビズ等への配慮を明示するよう求める。

## 就職・採用時期の変更に関する背景と今後の方針について

学生の就職・採用活動の早期化・長期化の是正について、これまで、国公立大学等で構成する就職問題懇談会が、大学等関係団体の総意として、経済団体等に対し長年にわたり要請を行い、意見交換を重ねてきた歴史的経緯がある。現在の就職・採用活動スケジュールは、2015年度卒業・修了予定者から、広報活動の開始時期を卒業・修了前年度3月に、採用選考活動の開始時期を卒業・修了年度の8月に変更することが、2013年に合意されたことが基本になっている。

2016年度卒業・修了予定者からは、学生の学修時間確保の観点等から採用選考活動の開始時期を卒業・修了年度の6月とすることに変更されたが、あくまでも就職・採用活動の早期化・長期化を是正するとの趣旨は堅持したものとなっており、以降3年間にわたり、同じスケジュールが適用されている。そして今月、一般社団法人日本経済団体連合会は、現行の就職活動の実態を踏まえ、2019年度卒業・修了予定者についても同じスケジュールを維持することを決定した。

学生の学修環境の確保を考えた場合、現行日程が必ずしも最良のものとは言い切れないが、現行日程において、①学部3年次の授業への出席状況が改善していること、②日程が維持され定着に向かうことにより、学生・大学は計画的に就職活動に対応できるようになること、といったプラス面が確認されているところである。

2020年度以降の卒業・修了予定者の就職・採用活動については、例えば、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催等、年ごとの状況変化はあるが、安定的な就職・採用活動が行われることが重要であることから、頻繁な日程変更は避け、学生が学業及び就職活動の両方により安心して取り組むことができる環境整備を目指し、経済団体等と意見交換を行うこととする。

1 「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」(平成26年4月8日一部改正 文部科学省、厚生労働省、経済産業省)

(抜粋)

インターンシップと称して就職・採用活動開始時期前に就職・採用活動そのものが行われることにより、インターンシップ全体に対する信頼性を失わせるようなことにならないよう、インターンシップに関わる者それぞれが留意することが、今後のインターンシップの推進に当たって重要である。

2 「インターンシップの更なる充実に向けて 議論のとりまとめ」等を踏まえた「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」に係る留意点について～より教育的効果の高いインターンシップの推進に向けて～

(平成29年10月25日 文部科学省、厚生労働省、経済産業省)

(抜粋)

### 1. 就業体験を伴わないプログラムをインターンシップと称して行うことは適切ではない

インターンシップについては、就業体験を伴うことが必要です。

一方で、いわゆるワンデーインターンシップなど短期間で実施されるプログラムの中には、就業体験を伴わず、企業等の業務説明の場となっているものが存在することが懸念されます。

インターンシップの信頼性の確保や教育効果の向上のため、こうしたプログラムをインターンシップと称して行うことがないようご注意ください。

また、就業体験を伴わないプログラムについては、インターンシップと称さず、実態に合った別の名称(例:セミナー、企業見学会)を用いてくださいますようお願いいたします。

### 2. より教育効果の高いインターンシップの推進を図る

(略)

インターンシップを正規の教育課程に位置付ける場合には、「基本的考え方」に則りつつ、インターンシップの実施期間については、より教育効果を高める観点から、5日間以上の実習期間を担保することが望まれます。

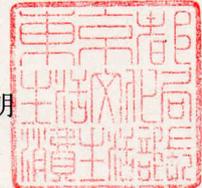
地域の事情や企業規模等により、連続した5日間の実習が困難な場合は、事前・事後学習との組み合わせや、5日間で複数の企業において実習を行う等の形態も可能であると考えられますが、教育プログラムとして単位認定を行うものであれば、可能な限り連続した5日間とするなど、一定期間のまとまりにより職業生活を体験することが有益であると考えられます。



29生消生第587号  
平成30年3月28日

日本チェーンドラッグストア協会  
会長 青木 桂生 様

東京都生活文化局  
消費生活部長 三木 暁朗



コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージの普及促進について（依頼）

日頃より、東京都の消費生活行政に御理解と御協力をいただき、厚く御礼を申し上げます。

都は、子供がボタン電池等を誤飲し重い事故が起きていることから、平成27年度東京都商品等安全対策協議会の報告を受け、ボタン電池等の安全対策を早急に講じていただくよう、関係事業者団体等に対し提案・要望をさせていただきました。

また、ボタン電池等の中でも「コイン形リチウム電池」の誤飲は最悪の場合死に至る危険性があることから、製造事業者及び流通・販売事業者の皆様には、28生消生第350号により、電池工業会が策定した「コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージガイドライン」の活用と安全に配慮したパッケージの導入、同ガイドラインに準拠した製品の販売促進、安全に配慮した製品の普及をお願いしたところです。

電池工業会は、平成30年3月末を目処に同ガイドラインに準拠したパッケージの市場導入を進める予定とし、同工業会会員会社では、順次導入を開始しております。また、誤飲防止パッケージは、開封にハサミなどを必要とし、開け難さを伴うことから、消費者の認知度を高めて、安全な商品の普及を進めるため、周知用ポスターを作成し、普及啓発に取り組んでおります。

つきましては、流通・販売事業者の皆様には、引き続き、電池工業会のガイドラインに準拠した誤飲防止パッケージを導入した製品の販売を促進し、安全に配慮した製品の普及にご協力をお願いします。

なお、消費者への広報に際に電池工業会が作成した周知用ポスターをご活用いただけます。下記 URL からダウンロードしてご利用ください。

【周知用ポスター】

「パッケージが変わります！」（一般社団法人電池工業会）

[http://www.denchi.info/publication/package\\_change.pdf](http://www.denchi.info/publication/package_change.pdf)

【関連情報】

《一般社団法人電池工業会ウェブサイト》

コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージガイドライン（第2版）

<http://www.denchi.info/publication/packageguideline.pdf>

（担当）東京都生活文化局 消費生活部 生活安全課  
商品安全担当 吉本、尾崎  
電話 03-5388-3082 FAX 03-5388-1332

# パッケージが変わります!!

電池工業会加盟各社は、乳幼児が素手で容易に開封できない

誤飲防止パッケージを

コイン形リチウム電池に順次導入します。

誤飲事故については、機器から脱落した電池を飲み込むケースが多い一方で、新品電池のパッケージから乳幼児が電池を取り出して飲み込んでしまうリスクも潜在しており、未然に防止することを目的としています。

NO!!

乳幼児の  
誤飲に  
注意!!



パッケージの開封には  
ハサミなどが必要です。

# コイン形リチウム一次電池の 誤飲防止パッケージガイドライン

(第2版)

2017年10月

一般社団法人 電池工業会

Battery Association of Japan

## 【はじめに】

近年、機器の小型化により、コイン形リチウム一次電池を使用する機器が増加しており、それに伴い家庭内でもコイン形リチウム一次電池を取り扱う機会が増えて参りました。

一方で乳幼児のコイン形リチウム一次電池誤飲事故は増加傾向にあり、メディアにおいて取り上げられる機会も多くなってきました。

日本国内においては、過去から国や自治体による注意喚起等が行われていましたが事故の撲滅には至っていなかったことから、平成27年度の東京都商品等安全対策協議会の取り組みとして、「ボタン電池等の安全対策」（子供の誤飲防止）の検討が開始され、電池工業会も特別委員として参画して参りました。

この協議会の中で示された誤飲事故情報データによると、患者の容態が重篤な状況に陥ったケースは稀ではあるものの東京都だけでも毎年 20 件前後の医療機関での処置事例が存在しています。

機器から脱落した電池を飲み込むケースが多い一方で、新品電池(製品)のパッケージから乳幼児が電池を取り出して飲み込んでしまうリスクも潜在しています。

このような状況に対し機器の改良や誤飲に対する啓発活動等の各種取り組みがされていますが、電池工業会は誤飲事故防止のためのパッケージのありかた、基準、評価方法等に関して具体的な協議と検証を行い 2016 年 10 月「コイン形リチウム一次電池誤飲防止パッケージガイドライン」を作成し発行致しました。

以降継続論議し、より分かりやすくするため内容を再検討し第二版を発行することと致しました。

## 【概要】

### 1. ガイドラインの目的

乳幼児がパッケージから電池を取り出し飲み込んでしまい、電池が食道に留まり、化学やけどによる事故となることを未然に防止するため、容易に開封ができないパッケージの基準・評価方法を定める。

但し、本ガイドラインにおいて窒息による事象は電池固有の現象ではないため対象としていない。

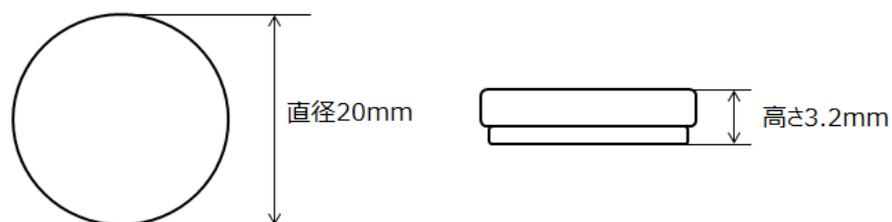
### 2. 適用範囲

日本国内で販売される一般コンシューマー向けのコイン形リチウム一次電池を収納したパッケージ。

※直径 20mm が市場での流通量が多く食道に留まりやすいサイズであるため、電圧 3V、直径約 16mm～24mm（製品表示名 CR16〇〇～CR24〇〇）を優先的に対応することが望ましい。

#### 電池サイズの読み方

(例) CR 20 32  
直径20mm 高さ3.2mm



海外向け商品については適用せず輸出相手国の法規制等に従う。

### 3.誤飲対策パッケージの原則

- a) 乳幼児が飲み込めないサイズとする。
- b) 乳幼児が素手で開封できないようにする。

### 4.適用者

コイン形リチウム一次電池を国内に販売、製造、流通、輸入のいずれかを行う業者。

#### 【誤飲対策パッケージの基準】

##### 1.パッケージサイズ

飲み込み判定ゲージ（図 1）に入らないパッケージ寸法とする。

※パッケージを飲み込み判定ゲージに変形させるなどして押し込まない。

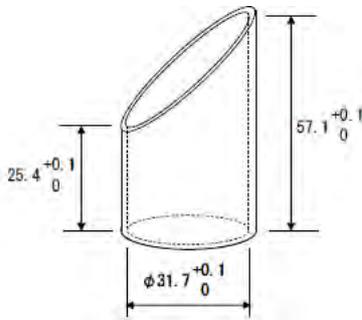


図 1:飲み込み判定ゲージ<JIS C 8513(IEC60086-4)で規定>

適用除外：

- ・電池そのものが人体に重大な影響を与えない場合。
- ・パッケージが飲み込んでも溶けない材質である場合。

(注：適用除外されたパッケージであっても 2 項及び 3 項の要求事項を満たさなければならない。)

##### 2.パッケージ仕様

乳幼児が素手で開封できないパッケージとは、下記のいずれかを満たすものである。

- a) 本ガイドライン「3.パッケージ強度」を満たしている。
  - b) 米国の毒物予防包装法(The Poison Prevention Packaging Act)を参考として、連邦規則の 16 C.F.R §§ 1700.20 の CHILD TEST の要求基準を満たしている。
  - c) 複数個の電池をパッケージしている場合、その中の一部の電池を取出して残ったパッケージに対しても a) 又は b)を満たしている。
- 但し、パッケージを指定の開封方法以外で開封した場合を除く。

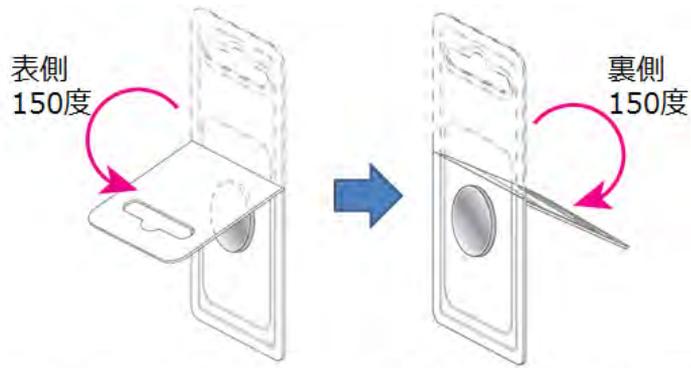
##### 3.パッケージ強度

下記試験を行い、3.3 判定基準を満たす。

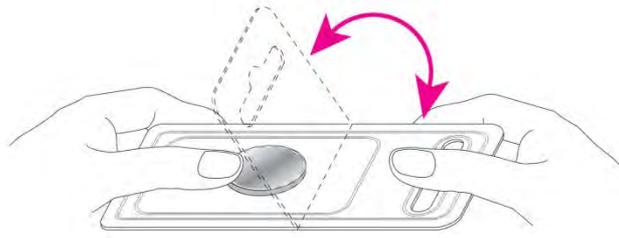
###### 3.1 試験の種類と方法

###### a) 試験 A：曲げ試験

- ・角度 ±150 度以上。
- ・片側は必ず電池部分を保持し手と手が当たるまで曲げる。(持ち替えはしない、1 回/2 秒)
- ・長手方向のみとする。



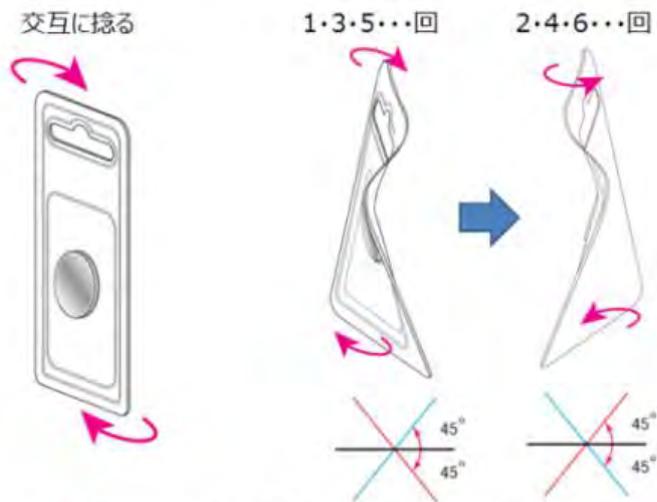
曲げ試験方法：表側150度と裏側150度の往復で1回とする



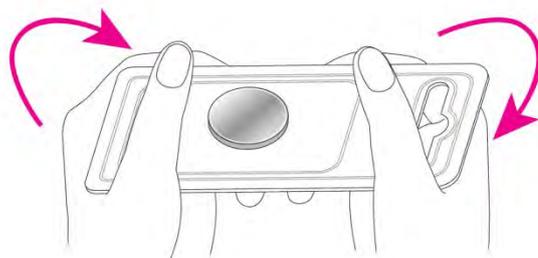
パッケージを保持した例

b) 試験 B：捻り試験

- ・角度  $\pm 45$  度
- ・短側面両端を保持し、対角線方向に捻る。(1 回/秒)



捻り試験方法：方向を変えて交互に捻る（1方向毎に1回とする）



パッケージを保持した例

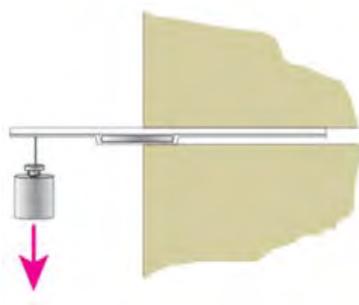
c) 試験 C：引き裂き試験

- ・成人が電池収納部分を指で引き裂く動作を行っても電池が出てはならない。  
(最低強度：2.6kgf 以上の強度を掛ける。)
- ※但し材料の破断強度等を考慮し強度が過度にならないよう試験を行う。



d) 試験 D：押し出し試験

- ・成人が電池収納部を押し出しても電池が出てはならない。  
(最低強度：5kgf 以上の静荷重で 30 秒間力を加えて電池を押し出す。)
- ※但し材料の破断強度等を考慮し強度が過度にならないよう試験を行う。



押し出し試験例：台紙側を上とし、電池半分を固定し 5kgf 以上の静荷重で押し出す

3.2 試験手順

試験サンプルは新しいもの（製造後 2 か月以内を推奨）を連続して使用し、下記の a)から g)の試験を順番に全て実施する。

	試験項目		繰り返し回数
a)	試験 A	曲げ試験	50 回
b)	試験 B	捻り試験	50 回
c)	試験 C	引き裂き試験	1 回
d)	試験 B	捻り試験	50 回
e)	試験 A	曲げ試験	50 回
f)	試験 C	引き裂き試験	1 回
g)	試験 D	押し出し試験	1 回

### 3.3 判定基準

- a) 電池が出てはならない。
- b) 電池が出なくとも、取っ掛りはφ6mm 以下又は取っ掛り幅 10mm 以下とする。  
φ6mm または取っ掛り幅 10mm 以上であっても、剥離をしても電池が出ない場合や剥離強度が 2.6kgf 以上であれば可とする。  
※取っ掛り…パッケージが開封するきっかけとなる穴や剥がれなどをいう。  
※剥離強度…剥離強度の測定は、相対する取っ掛り部を保持し、開封する動作を 200mm/分 の速度で行う。
- c) 3.2 試験手順の途中でパッケージが破損しても a) 及び b) を満たしていれば試験を継続することができる。



適用除外：

- ・電池そのものが人体に重大な影響を与えない場合
- ・パッケージが硬く、成人の手の力において試験が不可能な場合

### 4. 推奨パッケージ構造

「3. パッケージ強度」の要求事項を満たすための推奨構造を下記に示す。

#### 4.1 未溶着部分

カバーの外周部分に開封のきっかけとなる未溶着部分が無いようにする。



例：未溶着部分があるもの

## 4.2 穴

穴を有する場合、穴の大きさはφ6mm 以下とする。

※吊り下げ展示で使用するフック穴等、開封とは無関係な部分にある穴はこの限りではない。



## 4.3 ミシン目

電池を容易に取り出すことが可能となるミシン目を付けない。

※但し、下記のミシン目は開封には影響しないためこの限りではない。

- ・開封とは無関係な部分にあるミシン目
- ・溶着部分にあり開封性に影響しないミシン目



例：開封とは無関係な部分にあるミシン目  
通気口としてのミシン目



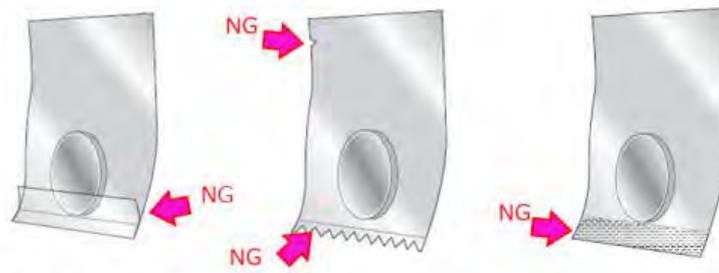
例：溶着部分にあり開封性に  
影響しないミシン目

## 4.4 軟包装

開封を容易にする下記の構造にはしない。

※開封を容易にする構造事例

- ・折り返し部と糊付け等により開封部分を設けたもの
- ・一部に切り込みやギザギザ形状を設けたもの
- ・シール部分に開けやすさを目的とした特殊加工を行なったもの



例：折り返し部と糊付け等により  
開封部分を設けたもの

例：一部に切り込みやギザギザ  
形状を設けたもの

例：シール部分に開けやすさを  
目的とした特殊加工を  
施したもの

#### 4.5 パッケージ材質

水分<sup>※</sup>による影響で、本ガイドライン記載の「3.パッケージ強度」が保てなくなる材料は使用しないことが望ましい。

※水分 乳幼児が口に含んだ場合を想定

## 本ガイドライン編集委員名簿

### 誤飲対策パッケージワーキンググループ

リーダー	加藤 豊堂	パナソニック株式会社
委員	小方 秀之	東芝ライフスタイル株式会社
	紙本 隆志	セイコーインスツル株式会社
	岸田 章	マクセル株式会社
	桑 忠弘	マクセル株式会社
	土田 雄治	FDK 株式会社
	長嶋 浩	ソニーエナジー・デバイス株式会社
	中山 幸生	三菱電機ホーム機器株式会社
	仁藤 宗一	FDK 株式会社
事務局	小島 克巳	一般社団法人 電池工業会

注) 敬称略、委員名：アイウエオ順

### コイン形リチウム一次電池の誤飲防止パッケージガイドライン

改定時期については、新たな知見に基づき  
予告無く改定することがある。

2016年10月初版発行

2017年10月第二版発行

発行 一般社団法人 電池工業会

〒105-0011 東京都港区芝公園3丁目5番8号

機械振興会館

電話 03-3434-0261 (代表)

— 無断複写を禁ずる —

## 協会ホームページについて

### ●登録販売者試験受験対策教材の販売について

- ・「登録販売者試験受験対策テキスト(上・下巻)」2018年度登録販売者試験対応版
- ・受験対策 重要ワード集
- ・2017年 都道府県登録販売者試験 過去問題集  
全ての教材について発送を開始しました。申込書の受付と代金の入金確認後、3営業日程度を目途に発送いたします。

### ●「第13回セルフメディケーションアワード」「ながら筋トレ体操」を掲載中！！YouTubeにもアップしましたのでぜひご覧ください。

## 事務局だより

・第18回JAPANドラッグストアショーが盛会裏に終了しました。富山浩樹実行委員長のもと、青年部会の委員の方々の積極的なプロモート活動があり、過去、最大規模での開催となりました。各委員会からのセミナー、イベントも盛りだくさんで、12万6千人の来場がありました。テーマブースでは、電子タグ(RFID)の実演、モバイルファーマシーの実車体験もでき、そして、なんとといっても、2025年10兆円産業化を高らかに発表しました。大手の新聞紙上にもドラッグストアの活字が躍り、ドラッグストアショーの幕張だけでなく、全国的にドラッグストアが注目されました。JACDS 最大のイベントであるドラッグストアショー。ますます、その情報発信力が期待されています。

・2月10日に行われました第13回セルフメディケーションアワードの発表風景をテーマブースで放映しました。以前よりも発表内容が良くわかれると評判で、このたび You Tube にアップしました。ぜひご覧いただき、多くの会員企業で各発表された事例を取り入れていただきたく、よろしく申し上げます。

・健康(セルメ)川柳は第6回を迎えました。今年も多くの作品が集まり、定着した感があります。応募された方の中には常連の方が増える一方、学校からの応募も目につきました。先生方の指導のもと、生徒たちが応募してくれるのも大変嬉しいことです。多くの方に川柳を楽しんでいただくとともに、健康維持・増進、セルフメディケーションに関心を深めていただければと思います。

・長く継続してくると、陥るのが「マンネリズム」です。これまでやってきたことがいいことであり、それで大きな失敗がないと、違ったことができなくなる、やれなくなると思っています。その方が安心ですから。JACDSも区切りの20年を迎えようとしています。事務局の業務の中に、マンネリズムが潜んでいないかという意識で、業務を見つめ直したいと思っています。

日本チェーンドラッグストア協会

会報 No. 176

発行日	平成 30 年4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>