

# JACDS

JAPAN ASSOCIATION OF CHAIN DRUG STORES

日本チェーンドラッグストア協会 会報誌

JUNE 2018 **178**

## トピックス

- ・第1回 滋賀県医薬品販売協議会を開催

## 協会活動

- ・平成30年度 第1回理事会 開催
- ・5月度月次活動報告
- ・議事録

## 協会からのお知らせ

登録販売者試験受験対策支援  
「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、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。

3月の第18回JAPANドラッグストアショー開催以来、ドラッグストア成長がマスコミで大きく何度も報道されました。新聞、雑誌はもとより、TVの夕方のニュース番組にも立て続けに「ドラッグストア急成長」なる文字が躍りました。そして、一つの番組もドラッグストア企業の挑戦を取り上げていました。ドラッグストア業界にとっては大変、喜ばしい傾向であるとともに、いまこそ、「街の健康ハブステーション構想」の実現に向けての取組みを急がなくてはならないと思います。

1999年6月16日のJACDS設立以来、いよいよ20年目となります。今期は20周年記念事業をスタートし、1年をかけて、2025年ドラッグストア業界10兆円産業化を実現する準備期間にしたいと思います。過去の内容を整理し、来るべき時代に向けた準備を加速していきたいと思ひます。

**JACDS**

## 日本チェーンドラッグストア協会 会報 CONTENTS

**No.178**  
 2018.6

**●トピックス**

- ・第1回 滋賀県医薬品販売協議会を開催

**●協会活動**

- ・平成30年度 第1回理事会 開催
- ・5月度月次活動報告
- ・議事録

**●協会からのお知らせ**

登録販売者試験受験対策支援

「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」ご案内

介護情報提供員募集について

薬剤師資質向上研修ネットセミナー・集合研修 募集のご案内

各種アドバイザー募集案内

ダブルライセンス認定制度実施

日本ヘルスケア協会 ご案内

薬剤師賠償責任保険

「そらぷちキッズキャンプを創る会」支援募金

**●行政・団体からのお知らせ**

厚生労働省、経済産業省、農林水産省、他

表紙裏

日本チェーンドラッグストア協会 活動5原則

裏表紙裏

協会ホームページについて 事務局だより

**個店と登録販売者組織との団体連携モデル「滋賀県モデル」づくり****第1回 滋賀県医薬品販売協議会を開催**

旧薬種商の個店を中心とした(一社)滋賀県医薬品登録販売者協会と(一社)日本医薬品登録販売者協会が協議を進めている団体連携モデル「滋賀県モデル」づくりを推進する組織として、JACDSが全面協力して「滋賀県医薬品販売協議会」が設置され、その第1回会議が開催されましたのでご報告致します。

個店とチェーンドラッグが連携した事業実施によって、互いの特性を活かし、弱さを補完することで双方にメリットをもたらす新しい取り組みが始まっています。

**■第1回滋賀県医薬品販売協議会の開催概要**

- 1) 日時:平成30年5月24日(木)11:00~14:15
- 2) 場所:日本会議室 名古屋駅前店 4階「第1会議室」
- 3) 参加者:8名(榊原議長、浅井副議長を中心に滋登協、JACDS、日登協)

**■主な内容**

## 1) 会員組織について

滋賀県に展開する店舗とメーカー・ベンダーが加盟する「店舗会員」と「メーカー・ベンダー会員」を新設する。製配販が連携して地域生活者へのきめ細やかな支援の実施や様々な事業を実施進める。

## 2) 実施事業

## (1) 市民公開イベント

行政と地域の製配販が連携して地域生活者が楽しく参加できる健康イベントを行う。  
今年度内の開催に向けた実施の概要と方法の検討を行う。

## (2) 個店とチェーンの連携事業(実証実験)

個店とチェーンドラッグストアがお互いの特徴を活かし、弱さを補完する連携事業を実施する。ドラッグストアを旗艦店、個店をサテライト店として連携することで、地域へきめ細やかな商品宅配やサービス提供を行い、双方の地域信頼と事業発展を目指す。

**■今後の予定**

7月3日(火)に第2回会議を開催。個店とチェーンの連携事業等について検討する



▲第1回会議の開催(2018.05.24)

## 平成30年度 第1回理事会 開催報告

平成30年5月25日（金）メルパルク東京6階「ラ・ルミエール」において「平成30年度第1回理事会」が開催され、6月15日に開催される「第19回通常総会」に向けた議案の審議を行いました。

青木会長の挨拶に続き、議案審議に入りました。第1号議案 平成29年度事業報告、決算報告並びに監査報告の件、第2号議案 平成30年度の組織・人事の件 第3号議案 平成30年度の事業計画並びに収支予算決定の件まで発表があり、すべて満場一致で承認されました。



▲青木会長挨拶



**JACDS 5月月次活動報告**

日付・場所	専業活動	活動・討論・検討内容	出席者
5月9日(水) JACDS東京事務所 10:00~12:00	第1回調剤推進委員会	1. 薬学実務実習に対する薬局ガイドライン 2. 調剤推進計 3. こどもやくざいし体験コーナーの実施状況報告 4. その他	6名
5月11日(金) JACDS東京事務所 17:00~18:00	JACDS第115回記者意見交換会	1. 寺西忠幸氏の平成30年春の叙勲について 2. 「薬局における業務手順書作成マニュアル」の改訂について 3. JACDS設立20周年記念事業について(記者会-1) 4. ドラッグストアにおける「管理栄養士」の活用強化のプロジェクトを設置する 5. 今後の予定 1) ドラッグストア政治連盟特別講演&ドラッグストア業界研究レポート報告会 6. 宗像の視点 1) 寺西名誉会長の叙勲について思うこと 2) その他 7. 次回の開催について	33名
5月18日(金) JACDS東京事務所 11:00~14:00	第1回登録販売者委員会	1. 各社からの議題 2. 厚生労働省との意見交換について 3. 日本医薬品登録販売者協会の活動について ・滋賀県モデルの進捗 4. その他	5名
5月25日(金) メルパルク東京 6階「ルミエール」の間 11:00~12:00	第2回常任理事会	1. 平成30年度 第1回理事会について 2. 第19回JACDS通常総会について 3. 平成30年度JACDS政治連盟の総会について 4. セミナー開催へのご協力のお願について 5. 寺西名誉会長 叙勲祝賀会について 6. JACDS設立20周年記念事業について 7. ドラッグストアにおける薬剤師のあり方について 8. 「滋賀県モデル」について 9. 報告事項 ・そらぶちキッズキャンプ支援募金報告 ほか 10. 平成30年の年間スケジュールについて(~12月) 11. その他	17名
5月25日(金) メルパルク東京 6階「ルミエール」の間 12:50~14:30	第1回理事会	1. 会長 開会挨拶 2. 議案審議 第1号議案、平成29年度事業活動報告書、収支計算書等の承認について 第2号議案、平成30年度の組織・人事の件 第3号議案、平成30年度の事業計画並びに収支予算決定の件 以上、第1号議案から第3号議案までが承認され、平成30年度第1回理事会は開会となった。	27名
5月25日(金) JACDS東京事務所 17:00~18:30	第123回定例合同記者会	1. 日本チェーンドラッグストア協会から 1) 6月より「製・配・販による返品削減の対応策」調査・検討を行う 2) UAゼンセンとの意見交換を実施 3) 「滋賀県医薬品販売協議会」に参加 4) これからの予定 5) 宗像の視点 6) 次回の開催について 2. 日本ヘルスクエア協会から 活動報告 3. 日本医薬品登録販売者協会から 活動報告 4. 日本置き薬協会から 1) 和製英語「セルフメディケーション」は昭和20年代後半より配置薬業界から発信された 2) 置き薬協会、配置販売協会より厚生労働省への要望書 既存配置従事者「一定水準研修」適正実施化と登録販売者研修と同一の第三者による外部委託講習等を 5. 日本薬業研修センター 平成30年度の各種教育・研修スタート	28名
5月30日(水) JACDS東京事務所 14:30~15:30	第1回青年部会	1. 部会長挨拶 2. 第18回JAPANドラッグストアショーの結果報告について 3. 青年部会新委員候補についての報告 4. 今後の青年部会の活動について 5. 報告事項について 6. その他	11名
5月30日(水) JACDS東京事務所 15:30~17:30	第1回ドラッグストアショー実行委員会	1. JACDS20周年記念事業について 2. 基本計画 基本計画 及びスケジュールについて 3. 出展促進活動について 4. テーマについて 5. 出展案内デザインについて 6. 出展社説明会について 7. 次回開催スケジュールについて 8. その他	11名

## 会議議事録

## 平成30年度 第1回 防犯・有事委員会 議事録

日時：平成29年4月5日(水) 16:00～17:45

場所：JACDS東京事務所

出席者：

委員長 石田 岳彦(ウエルシア薬局(株) 取締役副社長)

委員 篠田 一  
(ユニバーサルドラッグ(株) 代表取締役社長)

委員 岡田 茂生(ウエルシア薬局(株)  
人事総務本部 保安担当部長)

委員 細谷 淳郎((株)ウエルパーク 総務部 部長)

事務局 植栗、山田

内容：石田委員長からの挨拶の後、以下の検討を行った。

## 1. 平成29年度事業活動報告ならびに

## 平成30年度事業計画について

・事務局より資料をもとに平成29年度の活動報告および30年度事業計画について説明を実施。

・内容の追加、補足等がある場合は改めて連絡をいただく。

## 2. 今期の活動テーマについて

## 1) 大量窃盗情報の共有について

・防犯画像情報の共有は企業内での対応が原則となっている。個人情報保護法の制限があり協会として活動を広げる事は現状では困難である。

・被害届を提出し、犯行グループと警察が認めた情報のみに限定して共有を図ることは出来ないかとの意見が出された。

・店舗の従業員に緊張感を持ってもらえるような伝達方法や内容を検討する事が重要ではないか。

・協会の役割は会員企業、店舗への啓発を継続的に実施することではないか。

・窓口担当者へ定期的に5万円未満の被害発生状況や傾向についての簡単なアンケートを行い、情報の発信を行なう。また、週単位で大量窃盗情報の集計を行い、被害の多い時間帯や商品、傾向について発信を行なう。

・件数は増加しているが、1件当たりの被害金額が小さくなっている傾向がみられる。

・情報を受け取った店舗では何をしたら良いか、という対応行動に関するガイドライン、マニュアルを作成できないか(アイドリングタイムの店内巡回や一定の場所にとどまっている人への声かけ等)。

## 2) 大量窃盗の未然防止について

・スタッフが店内を見回り、声をかける対策が有効であることは感覚的にはつかんでいる。窃盗の多い時間帯にコンシェルジェとして店内見回り専任スタッフを置く実験を行ってみたいかどうか。

・現実問題として被害金額とスタッフ増員費用の比較になる。

・コストをかけず、店舗スタッフに負荷をかけない形で店舗間の比較を行なう実証実験ができないか検討を行なう。

・防犯担当者育成について意見が出されたが、認定の仕組みが窃盗犯に認知されるわけではないので実効性が乏しいのではないかと。

## 3) 有事対応について

・雪害対策など定期的に情報発信を行なうものは継続案件として実施する。

・JACDS が誰に対して何を行なうのか、内容とレベルを明らかにし、災害発生時の協会、委員会の対応について有事対応マニュアルを見直す。

## 3. 報告事項

以下の項目に関して事務局より報告を行なった。

## 1) 万防機構関連

・4月24日理事会開催、事務局が委員長の代理で出席する。

・4月25日メルカリとの面談、委員長、事務局が参加する。

・集団窃盗に対する調査報告のとりまとめ結果について報告を実施した。

## 2) 大阪府警察本部

・特殊詐欺対策係から大阪府出店企業へポスター掲示の依頼有。

## 3) 県支部を窓口とした災害時物資支援協定の締結について

・宮崎県の自治体から依頼がある。宮崎県の支部長に対応を依頼する。

## 4. その他

## 1) 組織委員会との連携について

・防犯対策、災害時物資支援協定等において、自治体と支部の間でのやりとりが増えてきている。必要に応じて委員会の共同開催について検討を行なう。

## ●次回開催

・日時：平成30年6月27日(水)16:00～17:30

・場所：JACDS東京事務所

以上

## 平成30年度 第1回常任理事会 議事録

日時：平成30年4月20日(金)12:00～16:30

会場：JACDS東京事務所

欠席者：青木会長、根津委員長、櫻井委員長、石田委員長、森委員長

○松本名誉会長挨拶 青木会長が欠席のため、松本名誉会長が挨拶された。

・ドラッグストアの返品率削減は大きな課題である

・NHKの番組に宗像事務総長が出演し、ドラッグストア成長の要因を語っていた

○寺西名誉会長の勲章受章についての報告があった

・5月10日に勲章伝達式と拝謁式がある

・ドラッグストアが認められたあかし、松本会長がひっぱっていつてくれた

・昨年12月に20年を待たずして勲章推薦団体に正式になった

・常任理事には発起人になっていただき、あらためてお祝いの会を開く

→出席者からの異論は出なかった。

## 1. 第18回ジャパンドラッグストアショー開催報告

宗像事務総長が報告した。主な内容は次のとおり。

・入場者数が今回も目標の12万人を超え、大成功であった。

・RFIDの発表は大変注目をあびた

・海外の来場者が増え、商談で多く来られていた。

・新たな大小間が増えた。調剤関連企業が増えた。

→次回(第19回)は食と健康関連の拡大を実行委員会にお願いする。

## 2. ドラッグストア成長戦略プロジェクトについて

・電子タグ(RFID)と「食と健康」の研究をしていくためのプロジェクトを発足する。

・プロジェクト発足のおりは協力の要請がされた。

## 3. 返品率の削減について

・官邸、経産省、公正取引委員会でドラッグストアにおける数値の高さが問題視された。

・カテゴリーによって違うと思うが、そうしたデータがない。

・極端にすると、製品寿命を短くする恐れがある。

・ヒヤリングなどを行ない、徐々にでも返品率削減ができるよう取り組んでいく。協力要請がされた。

**4. 登録販売者「滋賀県モデル」について**

・滋賀県のドラッグストア企業等が参加、約20名で4月13日に検討会を実施した。  
 ・検討会では協議会を設けて引き続き検討していくことが決定した。議長はスギホールディングス 榊原社長が就いた。  
 ・全国で初のケースであり、個店とドラッグストアチェーンのコラボであり、どういったスキームが出来るか、厚生労働省も注目していることである。

**5. ドラッグストア勤務薬剤師会について**

小田委員長、中澤専務理事から報告  
 ・前回の決定内容について、協会内設置の案が有力であったが、どういった方法でやっていくのかがいかに検討が必要。  
 ・企業のメリットがないと成り立たない。  
 個人と企業のそれぞれのメリットを考えるべきこと。  
 ○委員からの意見  
 ・保険をセットにしたらどうか。在宅介護については今の保険では対応出来ていない。  
 ○結論  
 B案(協会内設置)に決定した。  
 ・管理者(実務者)の会議を開いて1年間かけて、議論をして決定する。

**6. JACDS 設立 20 周年記念事業の状況について**

貴島委員長から説明  
 式典を次のように開催する  
 日時:2019年6月3日(月)(前回決定済)  
 場所:ホテルニューオータニ赤坂 鶴の間&芙蓉の間  
 式典の内容、キャンペーン(案)、事業推進(案)、人材育成(案)について説明した。  
 ○委員からの意見  
 式典について  
 ・行政からは式典に出ていただくため、対応を検討する。  
 ・なるべくいろんな方にご参加いただけるようにする。  
 その他  
 ・開催時期近辺で年号が変わる。ゴールデンウィークは10連休となる。

**7. 軽減税率導入(2019年10月)について**

・内容を吟味して、参加者が消化不良を起こさないようにする。  
 ・説明会を全国何カ所かで開催することを検討する。  
 ・消費税の表示方法については日本スーパーマーケット協会と連携し、現状のままになるよう活動する。

**8. 平成30年度第1回理事会(5月)について**

日時:平成30年5月25日(金)12:45~14:30  
 会場:メルパルク東京 6階「ルミエールの間」  
 役割分担を検討して次のようになった。  
 議長 青木会長  
 議事録署名人 富山委員長 櫻井委員長  
 第1号議案 事業報告 池野副会長  
                   決算報告 根津執行委員長  
                   監査報告 関口監事あるいは亀ヶ谷監事  
 第2号議案 平成30年度組織・人事について  
                   皆川副会長  
 第3号議案 事業計画 浦上副会長  
                   予算 根津執行委員長

**9. 平成30年度第19回通常総会(6月)について**

6月15日(金)ホテルグランドパレスにて開催する

議長 江黒副会長  
 司会 樋口副会長  
 議事録署名人 第1から第3議案報告は理事会と同じ

**10. JACDS政治連盟について**

1) JACDS政治連盟主催特別セミナー & 報告会の開催  
 日時:6月15日(金)13:00~17:00  
 場所:ホテルグランドパレス  
 2) 与党との勉強会の開催について報告された。  
 3) 政治連盟及び政治活動の資金について

・9月から東日本以外の各ブロックで、支部長会ののち、セミナーを開催する。

**11. 平成29年度事業活動報告、平成30年度事業推進計画(案)について**

掲載内容をみていただき、ご意見があれば事務局までお問い合わせいただくようお願いをした。

**12. 報告事項**

・日本OTC医薬品協会からの総会記念懇親会への出席依頼について後日案内を別途連絡する旨を伝えた。  
 ・第103回・薬剤師国家試験合格発表について  
 →各社薬剤師の補充が十分できた。  
 ・UAゼンセンからの要求書  
 総実労働時間の短縮に関するもの。  
 ・入退会企業報告

**13. 平成30年の年間スケジュールについて(7月~10月)**

・8月7日に第4回常任理事会を行うことが確認をされた。

**14. その他、今後の取り組み**

・スイッチOTCに向けた活動 以上

**平成30年度第1回 調剤推進委員会議事録**

日時:平成30年5月9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 ウェルシア薬局(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. 薬学実務実習に対する薬局ガイドライン**

3月に実施した意見照会の結果について意見交換。受入れ薬局要件中の⑥に記述について、「代表的な8疾患の処方がおおむね見込まれること又は処方箋の集中度がおおむね50%以下であること」と訂正。当面は、薬科大学には送付せず、会員企業にのみに送付することとした。

**2. 調剤推進計画**

事務局案について意見交換。目標達成が容易でないことから、次回再度議論することとなった。

**3. こどもやくざいし体験コーナーの実施状況報告**

本橋実行委員長が資料に基づき結果報告。調剤推進委員会メンバー以外の龍生堂薬局と千葉薬品にも資料を送付することとした(事務局対応)。

**4. その他**

今回は7月5日(木) 以上

# 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

☆平成 30 年度 登録販売者試験情報(平成 30 年 6 月 4 日一般社団法人 日本薬業研修センター調べ)を掲載しました。【資料 後頁 1 ページ分あり】

### ☆登録販売者試験受験対策 2017 年実施過去問題集の完売に伴う対応について

2017 年実施過去問題集は大変な好評をもって完売いたしました。

希望者には、2015 年実施過去問題集を販売いたします。

#### ●2015 年 都道府県登録販売者試験 過去問題集

- ・2015 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。

#### ●「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

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。

## 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

そらぶちキッズキャンプ募金(平成29年4月～平成30年3月)の集計結果が出ました。協会ホームページに結果報告のポスターが表示されます。ご協力いただきました企業様におかれましては、印刷して店舗に掲示し、お客様にご報告をお願いいたします。

【資料:後頁 1 ページ分あり】

## 平成30年度 登録販売者試験情報

一般社団法人 日本薬業研修センター調べ(平成30年6月4日)

都道府県	試験日	合格発表日	受験手数料	公示日
北海道	8月29日(水)	10月1日(月)	¥18,100	
青森県	8月29日(水)	10月1日(月)	¥17,600	
岩手県	8月29日(水)	10月1日(月)	¥17,600	
宮城県	8月29日(水)	10月1日(月)	¥17,600	
秋田県	8月29日(水)	10月1日(月)	¥17,600	
山形県	8月29日(水)	10月1日(月)	¥17,600	
福島県	8月29日(水)	10月1日(月)	¥17,600	
茨城県	9月5日(水)	10月5日(金)	¥15,000	
栃木県	9月5日(水)	10月5日(金)	¥15,000	
群馬県	9月5日(水)	10月5日(金)	¥15,000	
埼玉県	9月9日(日)	10月9日(火)	¥15,000	
千葉県	9月9日(日)	10月9日(火)	¥14,000	
東京都	9月9日(日)	10月9日(火)	¥13,600	
神奈川県	9月9日(日)	10月9日(火)	¥14,200	
新潟県	9月5日(水)	10月5日(金)	¥15,000	
富山県	9月5日(水)	10月19日(金)	¥15,000	
石川県	9月5日(水)	10月19日(金)	¥15,000	
福井県	8月19日(日)	10月5日(金)	¥13,000	
山梨県	9月5日(水)	10月5日(金)	¥14,000	
長野県	9月5日(水)	10月5日(金)	¥15,300	
岐阜県	9月5日(水)	10月19日(金)	¥15,000	
静岡県	9月5日(水)	10月19日(金)	¥15,000	
愛知県	9月5日(水)	10月19日(金)	¥15,000	
三重県	9月5日(水)	10月19日(金)	¥15,000	
滋賀県	8月19日(日)	10月5日(金)	¥14,000	
京都府	8月19日(日)	10月5日(金)	¥13,000	
大阪府	9月13日(木)	10月26日(金)	¥13,000	
兵庫県	8月19日(日)	10月5日(金)	¥13,000	
奈良県	9月4日(火)	10月19日(金)	¥13,000	
和歌山県	8月19日(日)	10月5日(金)	¥13,000	
鳥取県	11月15日(木)	12月21日(金)	¥14,000	
島根県	11月15日(木)	12月21日(金)	¥14,000	
岡山県	11月15日(木)	12月21日(金)	¥14,120	
広島県	11月15日(木)	12月21日(金)	¥15,000	
山口県	11月15日(木)	12月21日(金)	¥14,070	
徳島県	10月24日(水)	12月3日(月)	¥15,000	
香川県	10月24日(水)	12月3日(月)	¥15,000	
愛媛県	10月24日(水)	12月3日(月)	¥15,000	
高知県	10月24日(水)	12月3日(月)	¥15,000	
福岡県	12月9日(日)			8月中旬
佐賀県	12月9日(日)			7月19日(木)
長崎県	12月9日(日)			7月上旬
熊本県	12月9日(日)			7月中旬
大分県	12月9日(日)			6月中旬
宮崎県	12月9日(日)			7月上旬
鹿児島県	12月9日(日)			7月中旬
沖縄県	12月9日(日)			7月上旬

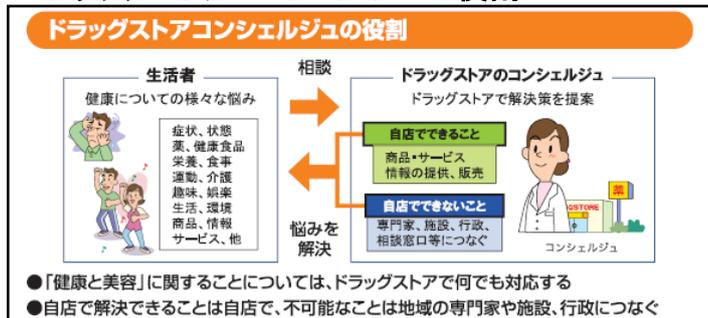
※詳細は各都道府県に確認願います。

# 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、生活者の悩みと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	
■食と健康	コンテンツ	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
食と栄養	食と健康の分類/食品表示と景表法/プロテイン活用法/他	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	そしやく・えん下・とろみ調整食品/水分補給と脱水症/口腔ケアと関連商品/その他	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
★スマイルケア食「赤」	摂食・えん下と誤えん・誤嚥性肺炎	■健康維持生活	コンテンツ
★知っておきたい健康食品とサプリメント	健康食品の現状、健康食品に関する情報提供、健康食品と医薬品の相互作用、健康食品の販売に関する注意点(法的側面)	★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
★エイコサペンタエン酸	脂質栄養の基礎、EPAの効果(中性脂肪低下効果)、EPA/AA比について、EPAの効果(スポーツパフォーマンス向上効果)	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
その他	疾病別・状態別おいしい食事ネットサービス/その他	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
■ヘルスケア	コンテンツ	■健康関連制度	コンテンツ
★正しい薬の飲み方・使い方	服用の現状/薬の正しい服用方法/薬を飲み込むメカニズムと服薬補助ゼリー	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
★血圧の正しい測定法	血圧・高血圧について/血圧の正しい測定方法/オムロン自動血圧計の紹介	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
医薬品	成分と薬効/医薬品の提供制度/漢方医薬品の活用法/他	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
ヘルスケア用品	応急処置法、テーピング法、用品の正しい使用法/他	■その他	コンテンツ
サポート用品	オーラルケア法/スキンケア法/部位別管理法/その他	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	コンテンツ	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
化粧品	メイクの基本/TPOメイク法/フェイスマッサージ法/その他	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
ビューティケア用品	スキンケア用品活用法/メイク用品使用法/その他	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	美顔用品活用法/用途別サポート用品活用法/その他	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
■加齢生活ケア	コンテンツ		
加齢用品	加齢の基本知識/尿漏れパット使用法/TPO対処法/他		
介護用品	介護の基本知識/紙おむつの正しい選び方と使い方/他		
サポート用品	疾病・怪我予防用品使用法/介助・介護用品使用法/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年秋頃までは無料で受講が可能(有料になった時、受講をご希望がご連絡します)

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年秋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年秋以降も無料で受講できます。)	日本薬業研修センターにお問合せ下さい。 ポイント加算を行います。

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

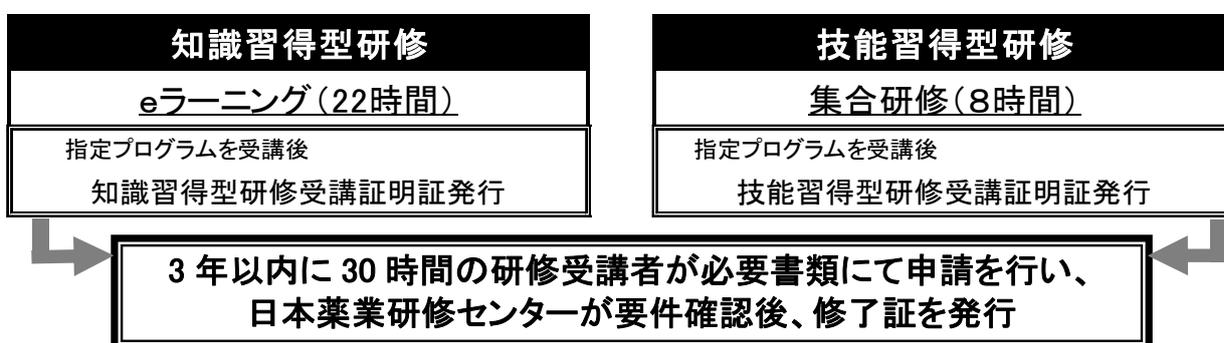
TEL: 045-478-5453 FAX: 045-478-5461 Mail: cme@yakken-ctr.jp

～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	研修時間
1	2018年5月13日(日) 開催済み	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) 開催済み	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) 開催済み	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
5	<b>今後の開催予定</b> 東京都文京区(9月開催予定) / 長野県長野市 / 宮城県仙台市 他			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 日程は、決定次第ホームページ( <a href="http://www.yakken-ctr.jp/kensup/">http://www.yakken-ctr.jp/kensup/</a> )にアップします。</li> <li>● 開催地区のご要望等ございましたら、ご連絡下さい。</li> </ul>				

## ■申込・受講の流れ

### 〔技能習得型研修〕

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

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

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

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

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

### 〔知識習得型研修〕

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

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

## ■申込方法

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

●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でのグループ研修を行いますので、同一都道府県の参加者が少ない場合、参加を見合わせていただくことがあります。

## ■申込手続きの流れ

1)企業申込の場合

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

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

③開催日の2週間前までに受講案内を企業宛にメールにて送付します。

当日の受付時に必要となりますので、受講者へお渡しください。

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

2)個人申込の場合

①申込書に必要事項を記入し、FAX、またはメールにてお申し込みください。

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

開催の2週間前までに、お振込み願います。

③入金確認後、開催日の2週間前までに受講案内をメールにて送付します。

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

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

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

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

・実施団体・企業には、参加された当該団体・企業所属以外の人件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		連絡先TEL	
	所属先名 (所在地)		薬剤師 登録番号	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	7月8日(日)	大阪府大阪市	新大阪第一生命ビル	名	名	名	名	
2	9月開催予定	東京都文京区	MK御茶ノ水ビル (予定)	名	名	名	名	
3	開催日程未定	長野県長野市	調整中	名	名	名	名	
4	開催日程未定	宮城県仙台市	調整中	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	
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		
	○	○	○	○	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。

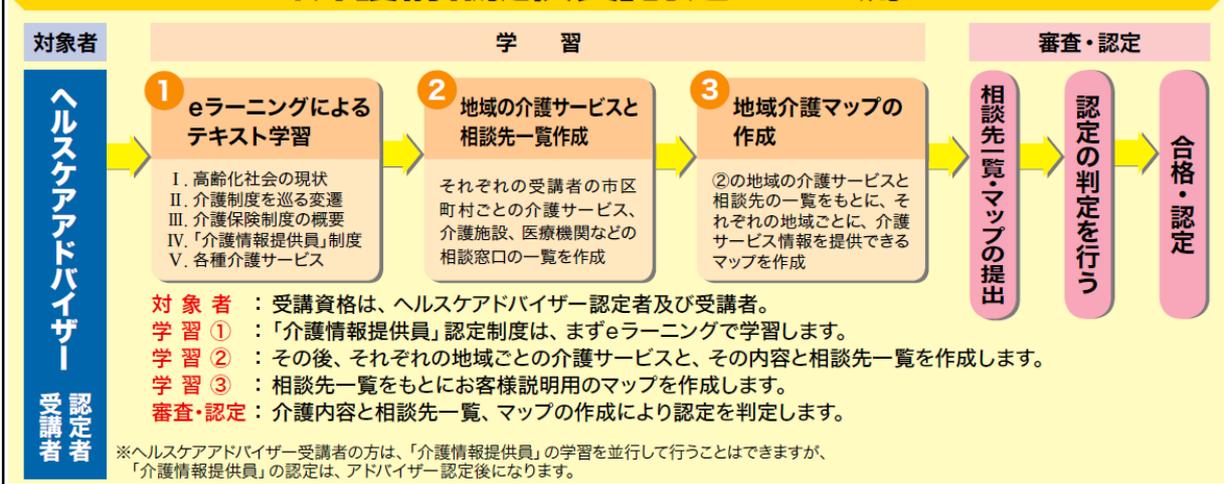
## ■ 主なカリキュラム

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



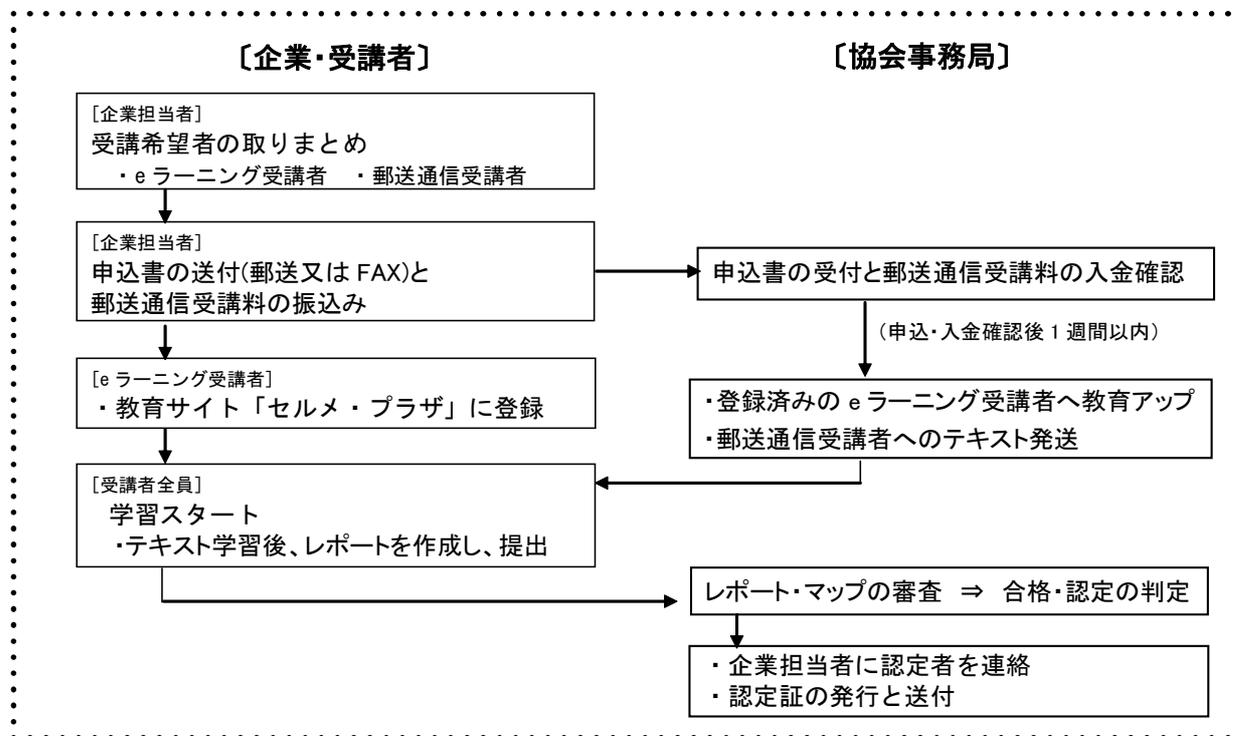
## ■ 学習の狙い

- 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・ ハーフ医薬品	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	41・42	育毛剤・ 発毛剤
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6月30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**

<b>養成方法</b>	通信教育、DVD学習
<b>養成期間</b>	12ヶ月
<b>教材内容</b>	テキスト：6分冊 DVD：1枚 添削問題：12回
<b>認定方法</b>	学科試験
<b>受講料</b>	会員企業価格 62,640円(税込)
<b>募集締切</b>	2018年6月30日

<b>主なカリキュラム</b>
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&B C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6月30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6月30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)

**募集締切日 2017年7月20日**

第25期生  
(2017年8月生)  
**募集中**

**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

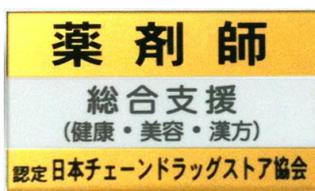
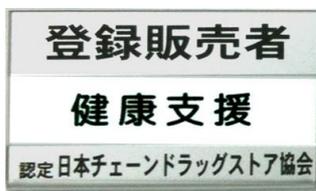
# ダブルライセンス認定制度

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  
■日本フェンドラッグストア協会  
◆ヘルスケアアドバイザーを取得した薬剤師

**登録販売者**  
総合支援 (健康・美容)  
■日本フェンドラッグストア協会  
◆ヘルスケアとビューティケアを取得した登録販売者

**JACDS認定 アドバイザー**  
総合支援 (美容・育児・漢方)  
■日本フェンドラッグストア協会  
◆ビューティ、漢方、漢方を取得したアドバイザー

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。

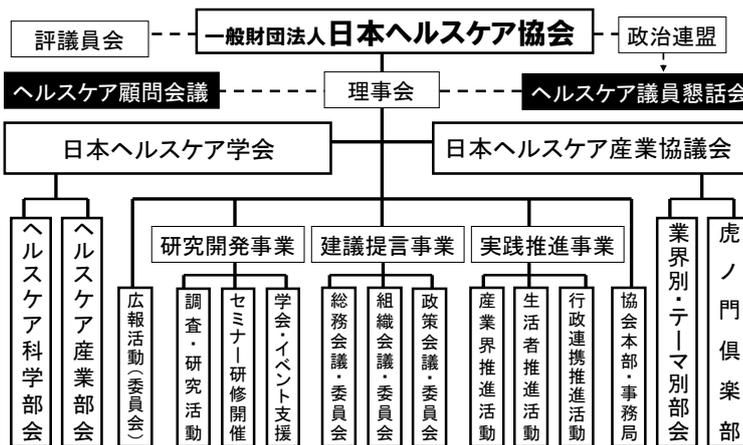
ヘルスケアに関する有識者、産業、関係者の多くの方々に、当協会活動にご参加いただきますようお願い申し上げます。

## ■ 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



機能的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

日本チェーンドラッグストア協会はそらぷちキッズキャンプ  
を応援しております

難病の子供のための診療所付き自然体験施設

# そらぷちキッズキャンプ

難病の子供たちへの  
応援募金ありがとうございました！

平成29年度（平成29年4月～平成30年3月）募金金額のご報告

募金額合計 **1,503万9,971 円**

平成30年5月1日現在

## 平成29年度そらぷちキッズキャンプ 活動報告

平成29年度は、計10回のキャンプを実施（夏季7回、冬季3回）し、難病とたたかう子どもと家族に対し、かけがえのない時間を提供することができました。（年間参加者300名。うち病児114名）



キャンプ場内での収穫体験



「家族キャンプでのチェアスキー体験」

## 平成30年度 事業計画（概要）

平成30年度は、年間を通じて計11回（夏季8回、冬季3回）のキャンプ事業を実施します。全国各地から、難病とたたかう子どもと家族を、北海道のキャンプ場に招待する計画で、参加者は年間300名（うち病児は100名）を超える予定です。また、日本初の医療ケア付キャンプ場として、これまでの実績を国内外へ広く情報発信するため、複数の関連学会やイベントへの参加を計画しています。



「医療ケア付キャンプ場の施設群（夏キャンプ）」

## そらぷちキッズキャンプについて

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

詳しい内容は下記ホームページをご覧ください。

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



「車いすで行けるツリーハウス（夏キャンプ）」

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

〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜2-5-10 楓第二ビル四階

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

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

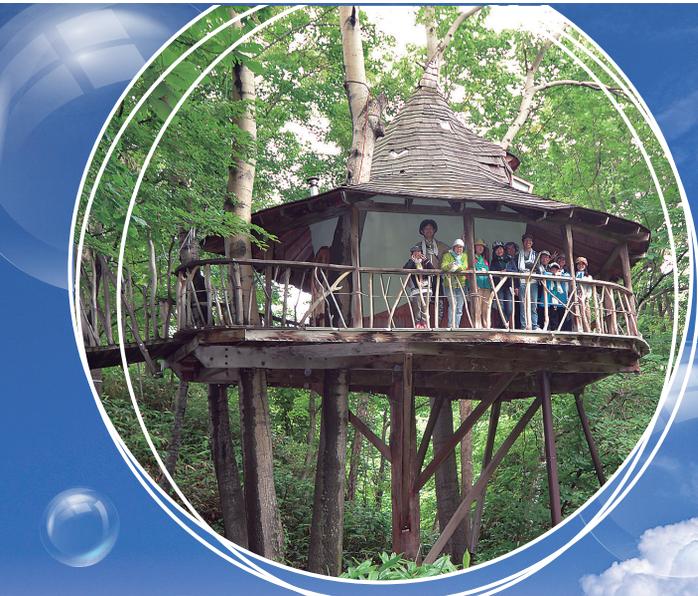
seriousfun camp

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。



募金に  
ご協力下さい  
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. 健康サポート薬局の基準について(依頼)—医薬・生活衛生局総務課(5月16日)

「地域の薬剤師会と密接な連携」の解釈についての連絡です。重要な内容ですので、目を通していただくよう、よろしくお願いします。

【資料:後頁2ページ分あり】

#### 2. 高齢者の医薬品適正使用の指針(総集編)について—医政局・医薬・生活衛生局(5月29日)

高齢化の進展に伴い、加齢による生理的な変化や複数の併存疾患を治療するための医薬品の多剤服用によって、安全性の問題が生じやすい状況があることから、検討会が設置され、「高齢者の医薬品適正使用の指針(総集編)」が取りまとめられました。ぜひ、ご活用いただきたく、よろしくお願い申し上げます。【資料:後頁33ページ分あり】

#### 3. 一般用黄体形成ホルモンキットに係る情報提供の徹底について

—医薬・生活衛生局(5月31日)

一般用黄体形成ホルモンキット(=一般用LH検査薬)の適正使用をさらに進めるためには、薬局・店舗販売業者から購入者に対する、避妊目的で使用できないこと、検査結果に応じて医師への受診を勧めること等の情報提供を徹底する必要がある。使用目的確認用のチェックシートについても周知をお願いします。【資料:後頁17ページ分あり】

### 【経済産業省】

#### 4. 夏季の省エネルギーの取組みについて—消費・流通政策課(6月1日)

省エネルギー・省資源対策推進会議省庁連絡会議において、平成30年度の取組みが決定されたそうです。以下のURLにて、その内容を確認いただきたく、よろしくお願いします。

(参考) 経済産業省ホームページ

「夏季の省エネルギーの取組について」を決定しました

～6月から9月は夏の省エネキャンペーン～

<http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180531006/20180531006.html>

夏季の省エネルギーの取組について

<http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180531006/20180531006-1.pdf>

#### 5. ドラッグストア販売統計月報について—経済産業省(3月分)

ドラッグストア販売統計月報(確定版)の3月分がアップされていますのでお知らせします。対象となっている企業様には引き続き販売等のデータ提供をよろしくお願い申し上げます。【資料:後頁15ページ分あり】

### 【農林水産省】

#### 6. 消費税の軽減税率制度の実施に伴う価格表示について—食料産業局(5月21日)

5月18日、飲食料品のテイクアウトや店内飲食を行う場合の価格表示の取扱いについて資料が公表されましたので、連絡をいただきました。該当する関係企業がある場合は目を通していただきますよう、よろしくお願い申し上げます。【資料:後頁10ページ分あり】

**【内閣府】****7. 平成 30 年度「青少年の非行・被害防止全国強調月間」実施要綱及び概要版の送付について**  
—(5月18日)

内閣府では毎年、7月を非行及び犯罪被害防止に関する月間としています。特に本年は、「インターネット利用に係る犯罪被害等の防止」に重点を置いた取組を推進することとしているそうです。概要をご覧ください。よろしくお祈りします。【資料:後頁10ページ分あり】

**【団体】****8. 「夏場の冷凍食品温度管理についてのお願い」について**

—一般社団法人日本冷凍食品協会(4月吉日)

毎年6月から9月は「冷凍食品の温度管理強化月間」となっています。後頁のリーフレットの内容をご覧ください。安全で高品質の冷凍食品の提供に尽力いただくよう、よろしくお祈りします。【資料:後頁4ページ分あり】

**9. お弁当・お惣菜大賞 2019 エントリーのご案内について**

—デリカテッセン・トレードショー運営事務局・お弁当・お惣菜大賞事務局(5月吉日)

応募締め切りは9月21日だそうです。ご興味のある会員企業様にはエントリーのご案内または応募サイトを閲覧下さい [http://www.obentou-osouzai.jp/home\\_producer.html](http://www.obentou-osouzai.jp/home_producer.html)

【資料:後頁5ページ分あり】

**10. 平成 29 年度食品産業における取引慣行の実態調査について**

—一般財団法人 食品産業センター(6月7日)

毎年行われている実態調査がまとまり、説明を受けました。改善は確実に進んでいるものの、さらなる努力を求められました。一層の取引慣行正常化をよろしくお祈りします。【資料:後頁20ページ分あり】

食品産業センターホームページでもご覧下さい <http://www.shokusan.or.jp>

**11. 取引慣行に関する実態調査について～取引慣行の改善に向けて～**

—フード連合・UAゼンセン(5月16日)

営業のご担当者個人に対するアンケート調査の結果です。食品産業センターの調査内容とは若干、異なります。ドラッグストアに関する記述は少ないですが、一層の取引慣行正常化をよろしくお祈りします。

【資料:後頁40ページ分あり】

**12. ビワの種子を利用した健康茶等に含まれるシアン化合物に関する情報提供**

—独立行政法人国民生活センター(6月14日)

センターにてテストを行なったところ、体内で分解して青酸を発生するおそれがあるため過剰な摂取に注意をするよう案内がありました。詳細は後頁の報道発表をご覧ください。

【資料:後頁10ページ分あり】

事 務 連 絡  
平成 30 年 5 月 16 日

日本チェーンドラッグストア協会 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課

健康サポート薬局の基準について（依頼）

標記について、各都道府県、保健所設置市及び特別区衛生主管部（局）薬務  
主管課あて、別添写しのとおり連絡しましたので、その内容について御了知の  
上、貴会傘下関係者に周知くださるようお願いいたします。



(別添)

事務連絡  
平成30年5月16日

各 

都道府県
保健所設置市
特別区

 衛生主管部（局）薬務主管課 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課

### 健康サポート薬局の基準について（依頼）

健康サポート薬局については、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律施行規則の一部を改正する省令の施行等について」（平成28年2月12日付け薬生発0212第5号厚生労働省医薬・生活衛生局長通知。以下「施行通知」という。）の第3 2（2）⑤において「地域の薬剤師会と密接な連携」を取ることが求められています。当該基準の考え方については、「健康サポート薬局に関するQ&A（その2）」（平成29年4月21日付け厚生労働省医薬・生活衛生局総務課事務連絡。以下「Q&A（その2）」という。）の問4において、必ずしも地域の薬剤師会への加入を求めているものではなく、また、地域の薬剤師会に加入していることのみをもって当該基準が満たされるものではないことを示しております。

しかしながら、一部自治体において、届出の相談に当たり当該地域の薬剤師会への加入を求められたと相談者が受け止めた事例が見受けられたところです。

については、施行通知及びQ&A（その2）の趣旨が相談者に正しく受け止められるよう、改めてご留意くださるようお願いいたします。

特にQ&A（その2）において、薬と健康の週間の活動の一環としてパンフレットを配布すると記載したように、基準を満たすための取組には様々な対応が考えられることから、届出内容について薬局から相談があった場合には、その点に留意していただくとともに、届出の受理、健康サポート薬局の公表は速やかに実施いただくようお願いいたします。

医政安発 0529 第 2 号  
薬生安発 0529 第 2 号  
平成 30 年 5 月 29 日

日本チェーンドラッグストア協会 会長 殿

厚生労働省医政局総務課医療安全推進室長



厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課長



高齢者の医薬品適正使用の指針（総論編）について

標記について、添付のとおり、各都道府県衛生主管部（局）長等宛てに通知を  
発出しましたので、会員及び関係者への周知につきご配慮いただきますようお願いいたします。

医政安発 0529 第 1 号  
薬生安発 0529 第 1 号  
平成 30 年 5 月 29 日

各 

都 道 府 県 保 健 所 設 置 市 特 別 区
---------------------------------

 衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医政局総務課医療安全推進室長  
（ 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 ）

#### 高齢者の医薬品適正使用の指針（総論編）について

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

高齢化の進展に伴い、加齢による生理的な変化や複数の併存疾患を治療するための医薬品の多剤服用等によって、安全性の問題が生じやすい状況があることから、平成 29 年 4 月に「高齢者医薬品適正使用検討会」を設置し、高齢者の薬物療法の安全対策を推進するために、安全性確保に必要な事項の調査・検討を進めています。

今般、当該検討会において、「高齢者の医薬品適正使用の指針（総論編）」を取りまとめましたので、貴管下医療機関等においてご活用いただきますよう、周知方お願いいたします。

なお、本指針で使用している用語については、下記のとおり、併せて留意をお願いします。

#### 記

1. 「薬物有害事象」は、薬剤の使用後に発現する有害な症状又は徴候であって薬剤との因果関係の有無を問わない概念です。
2. 「ポリファーマシー」は、単に服用する薬剤数が多いのみならず、それに関連して薬物有害事象のリスク増加、服用過誤、服薬アドヒアランス低下等の問題につながる状態をいいます。

## 高齢者の医薬品適正使用の指針（総論編）

### はじめに

高齢者、特に75歳以上の高齢者の増加に伴い、高齢者に対する薬物療法の需要はますます高まっている。一方、加齢に伴う生理的な変化によって薬物動態や薬物反応性が一般成人とは異なることや複数の併存疾患をそれぞれ治療するために投与された薬剤同士で薬物相互作用が起こりやすく、薬物有害事象<sup>※</sup>が問題となりやすい。同時に、生活機能や生活環境の変化により薬剤服用にも問題を生じやすい状況がある。本指針は、高齢者の薬物療法の適正化（薬物有害事象の回避、服薬アドヒアランスの改善、過少医療の回避）を目指し、高齢者の特徴に配慮したより良い薬物療法を実践するための基本的留意事項をまとめたガイドランスとして、診療や処方の際の参考情報を提供することを意図して作成された。本指針は、上記の目的から65歳以上の患者を対象としながら、平均的な服用薬剤の種類が増加する75歳以上の高齢者に特に重点をおいている。

本指針の主たる利用対象は医師、歯科医師、薬剤師とする。患者の服薬状況や症状の把握と服薬支援の点で看護師や他職種が参考にすることも期待される。一方、患者、家族などは利用対象としておらず、気になる点があれば医療関係者に御相談願いたい。

※本指針では、薬剤の使用後に発現する有害な症状又は徴候であり、薬剤との因果関係の有無を問わない概念として「薬物有害事象」を使用している。なお、「副作用」は、薬剤との因果関係が疑われる又は関連が否定できないものとして使用される。

### 1. ポリファーマシーの概念

高齢者の薬物有害事象増加には、多くの疾患上、機能上、そして社会的な要因が関わるが、薬物動態／薬力学の加齢変化と多剤服用が二大要因である。多剤服用の中でも害をなすものを特にポリファーマシーと呼び、本指針でも両者を使い分けた。ポリファーマシーは、単に服用する薬剤数が多いことではなく、それに関連して薬物有害事象のリスク増加、服薬過誤、服薬アドヒアランス低下等の問題につながる状態である。

何剤からポリファーマシーとするかについて厳密な定義はなく、患者の病態、生活、環境により適正処方も変化する。薬物有害事象は薬剤数にほぼ比例して増加し、6種類以上が特に薬物有害事象の発生増加に関連したというデータもある（図1）。一方、治療に6種類以上の薬剤が必要な場合もあれば、3種類で問題が起きる場合もあり、本質的にはその中身が重要である。したがって、ポリファーマシーの是正に際しても、一律の剤数／種類数のみに着目するのではなく、安全性の確保等からみた処方内容の適正化が求められる。

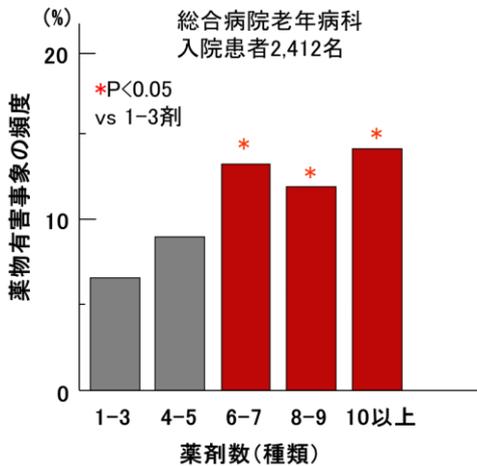
### 2. 多剤服用の現状

#### （1）複数施設で処方されている薬剤を含めた服用薬の全体像

高齢者では、生活習慣病等と老年症候群（「4. 多剤服用時に注意する有害事象と診

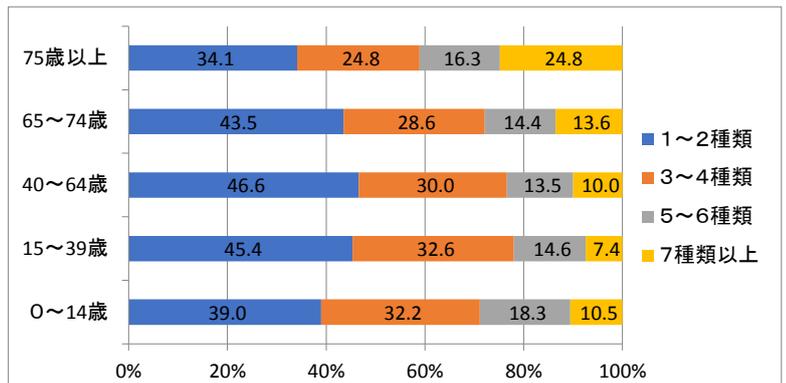
断、処方見直しのきっかけ」参照)が重積し、治療薬や症状を緩和するための薬物の処方が増加し、多剤服用になりやすい傾向がある。図2に全国の保険薬局における処方調査の結果を示すが、75歳以上の約1/4が7種類以上、4割が5種類以上の薬剤を処方されている。

図1. 服用薬剤数と薬物有害事象の頻度



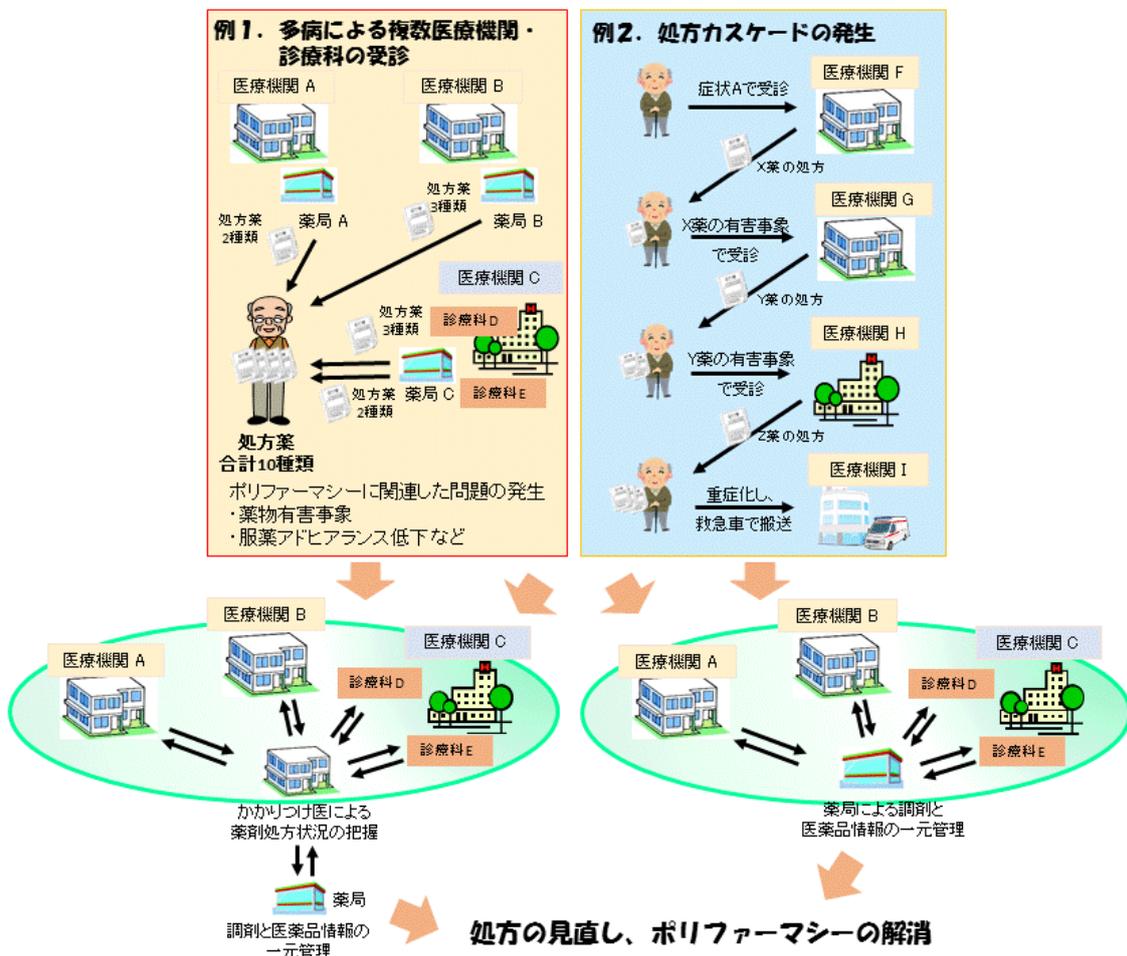
(高齢者の安全な薬物療法ガイドライン2015 (日本老年医学会) より改変引用)

図2 同一の保険薬局で調剤された薬剤種類数 ( /月) (平成28年社会医療診療行為別統計)



併存疾患の増加と同時に、複数の診療科・医療機関の受診により、処方薬の全体が把握されない問題や、重複処方も関係するため、ポリファーマシーを解消するには、医療関係者間の連携や患者啓発が求められる。

図3 ポリファーマシーの形成と解消の過程



## (2) ポリファーマシーの形成

図3. にポリファーマシーが形成される典型的な2つの例を示す。新たな病状が加わる度に新たな医療機関又は診療科を受診していると、それぞれ2, 3剤の処方でも足し算的に服用薬が積み重なり、ポリファーマシーとなることがある(図3、例1)。また、新たな病状を薬剤で手当てしていくと、薬物有害事象に薬剤で対処し続ける“処方カスケード”と呼ばれる悪循環に陥る可能性がある(図3、例2)。

これらによるポリファーマシーは、例えばかかりつけ医による診療が開始された際に薬剤の処方状況全体を把握すること、又は薬局の一元化などで解消に向かうことが期待されている。(図3下)

## 3. 薬剤見直しの基本的な考え方及びフローチャート

### (1) 処方見直しの一般原則

外来受診時、入院時、施設入所時などさまざまな療養環境で、また新たな急性疾患を発症し薬物有害事象の可能性を見いだした状況で薬剤の見直しは可能である。

#### ○ 高齢者総合機能評価

高齢者では、さまざまな原因から服薬アドヒアランスの低下が起こりうる。高齢者総合機能評価(Comprehensive Geriatric Assessment; CGA)の主な構成要素である認知機能や日常生活動作(Activities of Daily Living; ADL)、生活環境、患者の薬剤選択嗜好などを評価することで、臓器障害や機能障害、服用管理能力の把握につながる。この過程で、患者が受診している診療科・医療機関を全て把握するとともに、処方されているあらゆる薬剤(要指導・一般用医薬品(以下、「一般用医薬品等」という。)、サプリメント等も含む)や服薬状況を確認することも必要である。

#### ○ 腎機能等の生理機能のモニター

腎排泄が主たる消失経路である薬剤では、加齢変化に伴う腎機能等の生理機能の低下や薬物有害事象の観察等を行い、投与量の減量や投与間隔の延長など慎重な投与を考慮する。

#### ○ 処方の優先順位と減量・中止

ポリファーマシーを回避するような処方態度を心がけることが大切である。ただの数合わせで処方薬を減らすべきではない。服用回数の減少や配合剤の導入など服薬錠数の減少は服薬アドヒアランスの改善には有効であるが、薬物有害事象を回避することを目的とした場合には、下表のポイントを踏まえて薬剤に優先順位を付けるなど、各薬剤を再考してみることが勧められる。薬剤を中止する場合には、少しずつ慎重に行うなど、病状の急激な悪化や有害事象のリスクも高くなることに留意する。

#### 各薬剤の適応を再考するポイント

- 予防薬のエビデンスは高齢者でも妥当か
  - 対症療法は有効か、薬物療法以外の手段はないか
  - 治療の優先順位に沿った治療方針か
- など

## (2) 非薬物療法の重要性

### ○ 生活習慣病

一般に、生活習慣の改善を行う非薬物療法は、高齢者の疾患治療に有用な場合があります。そのような場合は、薬物治療に先んじて行うことを考慮する。例えば、生活習慣病に対する塩分制限や運動療法は推奨されている。適度な運動は夜間の不眠を解消できる可能性があり、十分な睡眠がうつ症状の治療に有用となる可能性もある。

### ○ 認知症の行動・心理症状（BPSD）

BPSD（Behavioral and Psychological Symptoms of Dementia）で使用される薬剤は錐体外路障害や過鎮静など ADL に影響を与える薬物有害事象が起きやすいため、まずは非薬物療法が推奨される。一方、極端な生活習慣の変更は生活の質（QOL）を低下させる可能性があり、無理のない程度に留めることも重要である。BPSD の出現時に適切に薬剤を使用せず身体抑制のみを行うことを推奨しているのではない。

## (3) 専門医の立場からの考え方

専門医（歯科医師を含む。）の立場で疾患の治療を行う際には、最大限の病状改善を目標とした治療の提供が求められている。特に緊急性が高く、重篤な病状である状況においては、薬物有害事象のリスクが高くてもより良いアウトカムを目指した薬物療法を選択することもある。しかしながら、高齢者では複数の疾患を併存したり、機能障害を伴ったりすることや薬物有害事象のリスクも考慮し、専門医にも疾患治療の優先順位への配慮や薬物治療によるリスク・ベネフィットバランスの検討を理解していただきたい。また、高齢者は新薬の治験等の対象から除外されることがあり、新薬を安易に処方することのないようにすべきである。

一方、専門医も他領域に関しては非専門医である。薬物療法の適正化には、他の専門医、かかりつけ医及び他職種との連携にも理解が必要である。

## (4) 一般的な考え方のフロー

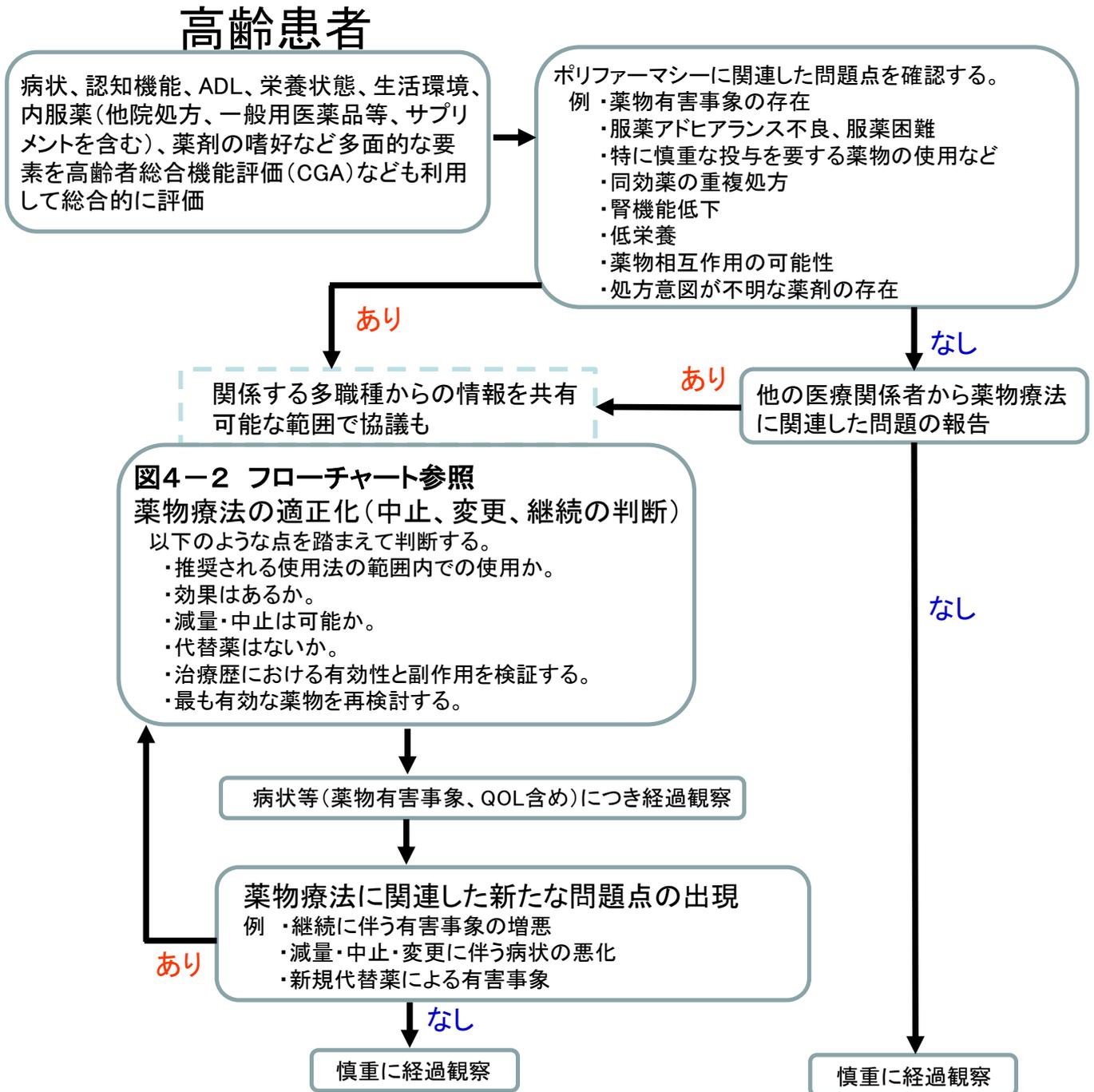
### ○ 全ての薬剤（一般用医薬品等も含む）の把握と評価

処方の適正化を考えるにあたり、患者が受診している診療科・医療機関を全て把握するとともに患者の罹病疾患や老年症候群などの併存症、ADL、生活環境、さらに全ての使用薬剤の情報を十分に把握することが必要であり、CGA を行うことが推奨される。前述したように、全ての使用薬剤に対して薬物治療の必要性を適宜再考する。

図4-1のフローチャートに処方見直しのプロセスを示す。処方時に注意を要する薬剤を別表1及び別表2<sup>\*</sup>にまとめた。この別表1及び別表2の薬剤を含む処方薬全体について有効性や安全性を評価しつつ、ポリファーマシーの問題を確認する。

※日本老年医学会が編集したガイドライン等で、高齢者において潜在的に有害事象が多い可能性のある薬剤としてリスト化された「高齢者に対して特に慎重な投与を要する薬物」を参考に作成。

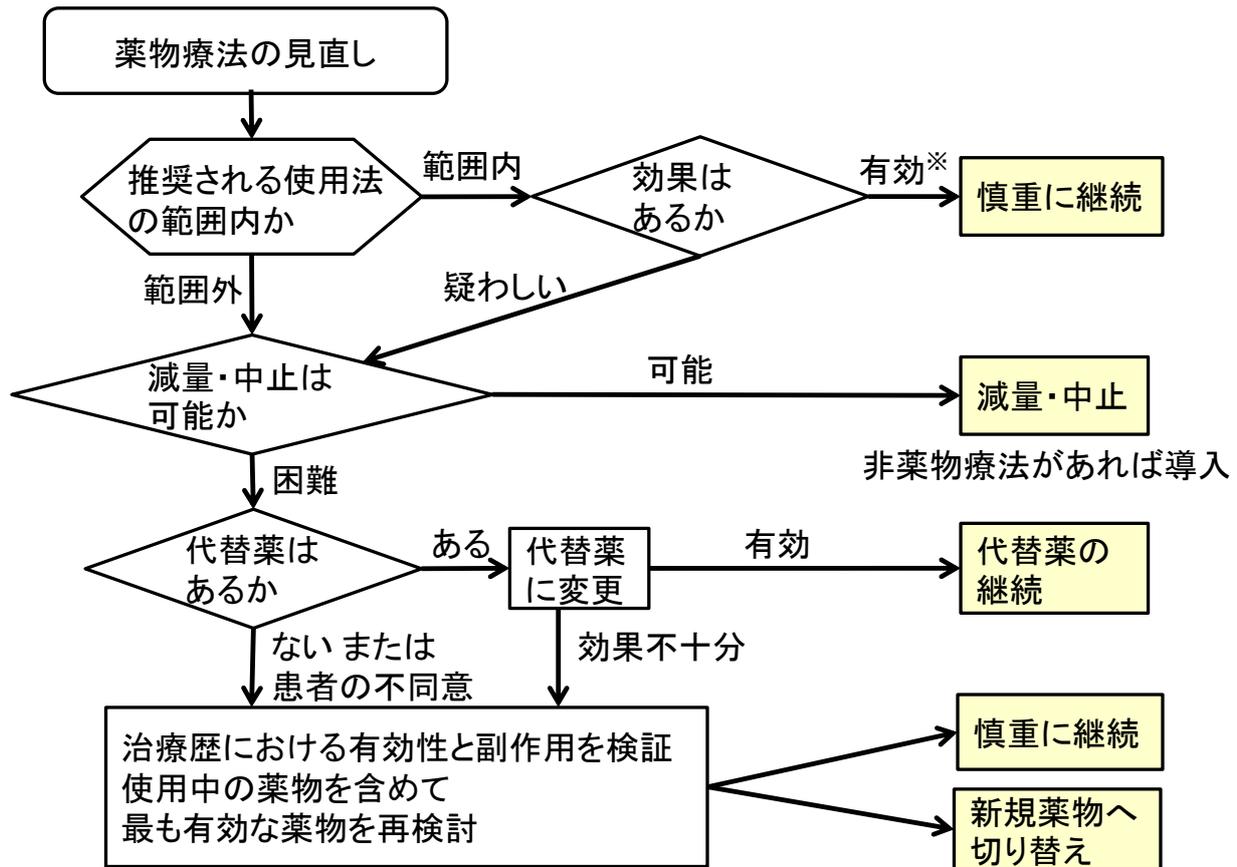
図4-1 処方見直しのプロセス



○ ポリファーマシー関連の問題の評価

CGAの結果、ポリファーマシーに関連した問題点のある患者では、処方の見直しが必要となる。薬物有害事象が認められた患者では当然被疑薬の中止・減量が必要であるが、薬の管理に関わる要因や腎機能、栄養状態など日常生活における問題点の有無を評価するために、医師が中心となり、薬剤師を含む多職種で問題点に対する協議を行うことが推奨される。

図4-2 薬物療法の適正化のためのフローチャート



※予防目的の場合、期待される効果の強さと重要性から判断する

(高齢者の安全な薬物療法ガイドライン 2015 (日本老年医学会) より引用)

### ○ 処方適正化の検討

図4-2のフローチャートにより、個々の薬剤について現治療法からの継続又は変更の必要性があるかどうかを検討し、薬剤の中で中止可能な薬剤ではないのか、適応疾患や適正用量など推奨される使用法の範囲内での使用であるか、実際に使用患者の病状改善に有効であったか、より有効性の高い、あるいはより安全性の高い代替薬への変更は可能かなどを判断する。

### (5) 減薬・変更する際の注意点

現在までに系統的なポリファーマシーの改善のための減薬手順は確立されていない。むしろ、機械的に薬剤を減らすことはかえって罹病疾患を悪化させるという報告もある。薬物療法の効果を判定するうえでは、日常生活の変化などの情報を踏まえ、薬剤の変更や代替薬について検討を行うことが有効である。

さらに、治療法の変更により対象疾患の増悪が認められないか、過剰な治療効果が出ていないか、また変更した代替薬による有害事象が起きていないかなど、慎重な経過観察を欠かしてはならない。問題の発生の有無を看護師等の他職種と情報共有し、確認しつつ、適宜処方の適正化を行っていくことが推奨される。

#### 4. 多剤服用時に注意する有害事象と診断、処方見直しのきっかけ

高齢者では、薬物有害事象が医療や介護・看護を要する高齢者に頻度の高い表1に掲げる症候（「老年症候群」という。）として表れることも多く、見過ごされがちであることに注意が必要である。老年症候群を含めて薬剤との関係が疑わしい症状・所見があれば、処方をチェックし、中止・減量をまず考慮する。それが困難な場合、より安全な薬剤への切換えを検討する。特に、患者の生活に変化が出たり、新たな症状が出現したりする場合には、まず薬剤が原因ではないかと疑ってみる。有害事象の早期発見には、関連職種からの情報提供も有用である。

表1：薬剤起因性老年症候群と主な原因薬剤

症候	薬剤
ふらつき・転倒	降圧薬（特に中枢性降圧薬、 $\alpha$ 遮断薬、 $\beta$ 遮断薬）、睡眠薬、抗不安薬、抗うつ薬、てんかん治療薬、抗精神病薬（フェノチアジン系）、パーキンソン病治療薬（抗コリン薬）、抗ヒスタミン薬（H2受容体拮抗薬含む）、メマンチン
記憶障害	降圧薬（中枢性降圧薬、 $\alpha$ 遮断薬、 $\beta$ 遮断薬）、睡眠薬・抗不安薬（ベンゾジアゼピン）、抗うつ薬（三環系）、てんかん治療薬、抗精神病薬（フェノチアジン系）、パーキンソン病治療薬、抗ヒスタミン薬（H2受容体拮抗薬含む）
せん妄	パーキンソン病治療薬、睡眠薬、抗不安薬、抗うつ薬（三環系）、抗ヒスタミン薬（H2受容体拮抗薬含む）、降圧薬（中枢性降圧薬、 $\beta$ 遮断薬）、ジギタリス、抗不整脈薬（リドカイン、メキシレチン）、気管支拡張薬（テオフィリン、アミノフィリン）、副腎皮質ステロイド
抑うつ	中枢性降圧薬、 $\beta$ 遮断薬、抗ヒスタミン薬（H2受容体拮抗薬含む）、抗精神病薬、抗甲状腺薬、副腎皮質ステロイド
食欲低下	非ステロイド性抗炎症薬（NSAID）、アスピリン、緩下剤、抗不安薬、抗精神病薬、パーキンソン病治療薬（抗コリン薬）、選択的セロトニン再取り込み阻害薬（SSRI）、コリンエステラーゼ阻害薬、ビスホスホネート、ビグアナイド
便秘	睡眠薬・抗不安薬（ベンゾジアゼピン）、抗うつ薬（三環系）、過活動膀胱治療薬（ムスカリン受容体拮抗薬）、腸管鎮痙薬（アトロピン、ブチルスコポラミン）、抗ヒスタミン薬（H2受容体拮抗薬含む）、 $\alpha$ グルコシダーゼ阻害薬、抗精神病薬（フェノチアジン系）、パーキンソン病治療薬（抗コリン薬）
排尿障害・尿失禁	抗うつ薬（三環系）、過活動膀胱治療薬（ムスカリン受容体拮抗薬）、腸管鎮痙薬（アトロピン、ブチルスコポラミン）、抗ヒスタミン薬（H2受容体拮抗薬含む）、睡眠薬・抗不安薬（ベンゾジアゼピン）、抗精神病薬（フェノチアジン系）、トリヘキシフェニジル、 $\alpha$ 遮断薬、利尿薬

表1は、単剤でみられる薬剤起因性老年症候群を記載したもの。薬剤の併用による有害事象は、別添の別表1及び2の各薬効群の記載を参照する。

（高齢者のポリファーマシー多剤併用を整理する「知恵」と「コツ」（秋下雅弘）より改変引用）

#### 5. 多剤服用の対策としての高齢者への薬物投与の留意事項

##### （1）薬剤の特性に合わせた開始用量や投与量調整方法（詳細は別紙を参照）

高齢者では薬物の最高血中濃度の増大および体内からの消失の遅延が起こりやすいため、投薬に際しては、投与量の減量や投与間隔の延長が必要である。したがって、少量（例えば、1/2量～1/3量）から開始し、効果および有害事象をモニタリングしながら徐々に増量していくことが原則となる。特にいわゆるハイリスク薬（糖尿病治療薬、ジギタリス製剤、抗てんかん薬等）の場合は、より慎重に投与量設定を行う。代表的腎排泄型薬剤は別表3のとおりであるが、このような薬剤の投与量については、

別添の別紙にも示すように、対象患者の腎機能を考慮して投与量や併用薬剤の適切性を検討する。

## (2) 薬物相互作用とその対応

薬物代謝が関与する薬物相互作用の多くは、特にシトクロム P450 (CYP) が関係する。別表 4 に代表的な CYP 分子種毎の基質、阻害薬、誘導薬をまとめた。基質の血中濃度は阻害薬や誘導薬との相互作用の影響を受ける可能性が高く、阻害薬や誘導薬が存在する場合の基質の作用の増減に注意を払う必要がある。

## (3) 高齢者で汎用される薬剤の使用と併用の基本的な留意点

### ① 同種同効薬同士の重複処方の確認

重大な健康被害につながる薬物有害事象を発生する危険性を回避するため、薬効群毎に同種同効薬同士の問題となる重複処方がないか各医療機関、薬局で確認する必要がある。

### ② 相互作用の回避とマネジメント

薬物相互作用を起こす可能性のある薬剤の組み合わせが処方されている場合、処方の経緯、患者背景、相互作用により起こり得る作用の重篤度、代替薬に関する情報などを考慮して、効果及び有害作用のモニター、中止、減量、代替薬への変更等を行い、処方の適正化を図ることが重要である。

### ③ 薬剤の使用と併用の基本的な留意点

薬剤毎の特徴を踏まえ、高齢者の特性を考慮した薬剤選択、投与量、使用方法に関する注意、他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意など、別表 1 の注意事項を適宜参照する。

- A. 催眠鎮静薬・抗不安薬
- B. 抗うつ薬（スルピリド含む）
- C. BPSD 治療薬
- D. 高血圧治療薬
- E. 糖尿病治療薬
- F. 脂質異常症治療薬
- G. 抗凝固薬
- H. 消化性潰瘍治療薬

## (4) その他の疾患横断的に使用する薬剤の使用と併用の基本的な留意点

### ① その他の疾患横断的に使用する薬剤

下記の薬剤は、各症状に対する有効性を適切なタイミングで評価し、漫然とした使用を避け、最小限の使用に留めることを留意すべきである。同時に症状によっては非薬物療法の適用も検討すべきである。具体的な注意事項は別表 1 を参照する。

- I. 消炎鎮痛薬
- J. 抗微生物薬（抗菌薬・抗ウイルス薬）

K. 緩下薬

L. 抗コリン系薬

② 一般用医薬品等（漢方製剤を含む）、いわゆる健康食品（サプリメントを含む）

○ 医師の処方外で患者自身が使用する一般用医薬品等やいわゆる健康食品の把握  
一般用医薬品等や健康食品と医療用医薬品の併用に関連した薬物有害事象も、医療機関を受診しなければ診断は困難である。このため、患者や家族、介護職員などにも自覚を促し、これらの使用状況（使用頻度や服用量）を把握することは、安全性確保の面で重要である。

○ 一般用医薬品等やいわゆる健康食品に関連する有害事象

健康食品は、薬剤との併用により、治療効果に重大な影響を及ぼすことがある。一般用医薬品等でも、薬物有害事象が年間250件前後厚生労働省等に報告されている。一般用医薬品等でも、使用者の誤用や処方せん医薬品との重複などの不適切な使用により、重篤な薬物有害事象を誘発するおそれがある。

例えば、ビタミンKを多く含む健康食品とワルファリン、カルシウム含有製剤と骨粗鬆症治療薬、セイヨウオトギリソウとフェニトインなどの抗てんかん薬や強心配糖体のジギトキシンなど多くの医薬品に影響を与える。また、総合感冒薬など複数の成分を含有するものが多い一般用医薬品等では、ベラドンナ総アルカロイドなど医療用医薬品では使用されることは稀だが強力な抗コリン作用を有する薬物も含有するものもあり注意が必要である。

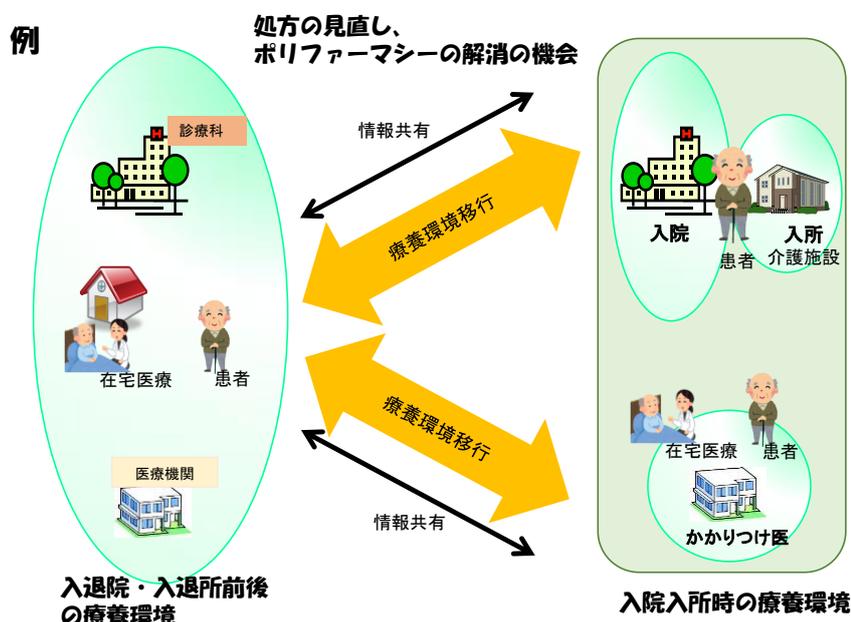
③ 上記以外で注意を要する薬剤

「その他の特に慎重な投与を要する薬物のリスト」として別表2にまとめたので参考にしてほしい。

(5) 処方の見直しのタイミングの考え方

急性期や慢性期の病状を見ながらあらゆる機会をとらえて処方の見直しを行うことが期待されているが、療養環境移行の機会も処方見直しの好機である。(図5)

図5 療養環境移行時における処方変化のイメージ



## ○ 急性期

急性期の病状とは別の安定している症状に対する服用薬については、相互作用等による薬物有害事象を防ぐためにも、優先順位を考慮して見直しを検討する。また、急性期の病状の原因として薬物有害事象が疑われる場合、薬剤は可能な限り中止して経過をみる。

## ○療養環境移行時

急性期の病状が安定してきた段階で、急性期に追加した薬剤の減量・中止および急性期中止した薬剤の再開を含めて、薬剤の見直しについて、包括的に検討する。特に、退院・転院、介護施設への入所・入居、在宅医療導入、かかりつけ医による診療開始等の療養環境移行時には、移行先における継続的な管理を見据えた処方の見直しが求められる。(図5)

## ○慢性期

慢性期には、長期的な安全性と服薬アドヒアランスの維持、服薬過誤の防止、患者や家族、介護職員などのQOL向上という観点から、より簡便な処方を心がける。漫然と処方を継続しないよう、常に見直しを行う。外来通院患者についても同様である。

## 6. 服薬支援

### (1) 服用管理能力の把握

高齢者では、処方薬剤数の増加に伴う処方の複雑化や服用管理能力の低下などに伴い服薬アドヒアランスが低下する。そのためには、表2に示した服薬アドヒアランスが低下する要因を理解したうえで、服用管理能力を正しく把握し、正しく服薬できるように支援する必要がある。

### ○ 服薬アドヒアランス低下の要因の確認（認知機能、難聴、視力低下等）

認知機能の低下は患者本人との会話から気づくのは難しいため、家族や薬剤師、看護師、介護職員などから生活状況や残薬、服薬状況を確認することが望ましい。その他、表2に示した各要因が、適正な服薬に影響しているか、確認しておく必要がある。

### ○ 暮らしの評価

患者の暮らしを評価し服薬アドヒアランス評価に結びつけることも重要である。服用薬剤数の増加や処方が複雑になることで理解や意欲の低下につながることがあり、さらにそれらの症状を含む表2の要因も服薬アドヒアランスの低下につながる。

表2 服薬アドヒアランス低下の要因

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・服用管理能力低下<ul style="list-style-type: none"><li>1. 認知機能の低下</li><li>2. 難聴</li><li>3. 視力低下</li><li>4. 手指の機能障害</li><li>5. 日常生活動作（ADL）の低下</li></ul></li><li>・多剤服用</li><li>・処方の複雑さ</li></ul> |
|--|

- ・嚥下機能障害
- ・うつ状態
- ・主観的健康感が悪いこと（薬効を自覚できない等、患者自らが健康と感じない状況）
- ・医療リテラシーが低いこと
- ・自己判断による服薬の中止（服薬後の体調の変化、有害事象の発現等）
- ・独居
- ・生活環境の悪化

## （２）処方工夫と服薬支援

### ○ 服薬アドヒアランスと剤形等の工夫

飲みやすく、服薬アドヒアランスが保てるような処方工夫と服薬支援に関して表3に記した。患者によって飲みやすい剤形や使用しやすい剤形が異なるため、患者が正しく使用できる剤形かを確認する必要がある。一包化を行うことが必ずしも服薬アドヒアランスを向上させる方法ではないことに注意する。

### ○ 患者の認知機能と支援

認知機能の低下による飲み忘れの場合、家族や看護師、介護職員などが1日分ずつ渡すなどの介助が必要である。やむを得ず自己管理を行う場合は、支持的態度で接し、残存能力に適した方法を工夫することも必要である。

表3 処方工夫と服薬支援の主な例

服用薬剤数を減らす	<ul style="list-style-type: none"> <li>●力価の弱い薬剤を複数使用している場合は、力価の強い薬剤にまとめる</li> <li>●配合剤の使用</li> <li>●対症療法的に使用する薬剤は極力頓用で使用する</li> <li>●特に慎重な投与を要する薬物のリストの活用</li> </ul>
剤形の選択	<ul style="list-style-type: none"> <li>●患者の日常生活動作（ADL）の低下に適した剤形を選択する</li> </ul>
用法の単純化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●作用時間の短い薬剤よりも長時間作用型の薬剤で服用回数を減らす</li> <li>●不均等投与を極力避ける</li> <li>●食前・食後・食間などの服用方法をできるだけまとめる</li> </ul>
調剤の工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>●一包化</li> <li>●服薬セットケースや服薬カレンダーなどの使用</li> <li>●剤形選択の活用（貼付剤など）</li> <li>●患者に適した調剤方法（分包紙にマークをつける、日付をつけるなど）</li> <li>●嚥下障害患者に対する剤形変更や服用方法（簡易懸濁法、服薬補助ゼリー等）の提案</li> </ul>
管理方法の工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本人管理が難しい場合は家族などの管理しやすい時間に服薬をあわせる</li> </ul>
処方・調剤の一元管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>●処方・調剤の一元管理を目指す（お薬手帳等の活用を含む）</li> </ul>

## 7. 多職種・医療機関及び地域での協働

### ○ 多職種連携の役割

薬物療法の様々な場面で多職種間および職種内の協働は今後ますます重要になる。特に、医師・歯科医師と薬剤師は、薬物療法で中心的な役割を果たすことが求められる。

る。また、例えば、看護師は、服薬支援の中で、服用状況や服用管理能力、さらに薬物有害事象が疑われるような症状、患者・家族の思いといった情報を収集し、多職種で共有することが期待される。

#### ○ 入退院の療養環境の変化に伴う医療機関等の協働

入院中は、専門性の異なる医師・歯科医師、薬剤師を中心として、看護師、管理栄養士など様々な職種による処方見直しチームを組織し、カンファランスなどを通じて情報の一元化と処方の適正化を計画的に実施し、かかりつけ医と連携することが可能である。

入退院に際しては、入院前及び退院後のかかりつけ医とも連携を取り、処方意図や退院後の方針について確認しながら進める。短期の入院の場合は特に、退院後の継続的な見直しと経過観察につながるよう退院後のかかりつけ医に適切な情報提供を行う。

病院の薬剤師も、退院後利用する薬局の薬剤師及びその他の地域包括ケアシステムに関わる医療関係者に、薬剤処方や留意事項の情報を提供することが望まれるとともに、地域の薬局の薬剤師からの双方向の情報提供も課題である。

#### ○ 医療機関を超えた地域での協働

介護施設や在宅医療、外来等の現場でも、それぞれの人的資源に応じて施設内又は地域内で多職種のチームを形成することが可能である。また、一堂に会さなくても、お薬手帳等を活用すれば連携・協働機能を発揮できる。

入・退院後のいずれの状況でも、地域内や外来の現場でも、地域包括ケアシステムでの多職種の協力の下に、医師が処方を見直すことができるための情報の提供が必要である。例えば、訪問看護師と在宅訪問に対応する薬剤師の連携により、服薬状況、残薬の確認や整理、服薬支援を行うことなども、期待されている。

### 8. 国民的理解の醸成

本指針が医療現場で広く活用されるには、医療を受ける立場にある患者と家族を含む一般の方の理解が必須である。ポリファーマシーに対する問題意識や高齢者にリスクの高い薬剤、薬物相互作用、服薬薬剤の見直し、適切な服薬支援の必要性などは患者・家族や介護職員では理解が難しい場合がある。一方、薬剤の減量や中止により病状が改善する場合があることを患者等にも理解していただく必要があり、広く国民に薬剤の適正な使用法の知識を普及させることが望まれる。本指針の精神である「患者中心」の医療を実践するためにも、医療関係者による一般の方への啓発にも本指針を役立てていただきたい。また、一般向けの教育資材も望まれている。例えば、日本老年医学会と日本老年薬学会等が共同で作成した一般向け啓発パンフレット「高齢者が気を付けたい多すぎる薬と副作用」なども活用し、高齢者における薬剤使用の原則、服薬アドヒアランスの遵守、定期的な使用妥当性を見直し等のプロセスについて国民の理解が浸透することも期待される。また、ポリファーマシーの未然防止のために、ポリファーマシーのリスクや非薬物療法に関する啓発も必要である。

## (参考文献)

- 日本医師会：かかりつけ医のための適正処方の手引き，2017.
- 日本老年医学会：高齢者の安全な薬物療法ガイドライン 2015，メジカルビュー社，2015.
- 秋下雅弘：高齢者のポリファーマシー 多剤併用を整理する「知恵」と「コツ」，南山堂，2016.
- Vale, Salvador. Subarachnoid haemorrhage associated with Ginkgo biloba. *The Lancet* 1998; 352.9121: 36.
- 厚生労働科学研究費補助金（平成 27 年度厚生労働科学特別研究事業）「認知症に対するかかりつけ医の向精神薬使用の適正化に関する調査研究」研究班：かかりつけ医のための BPSD に対応する向精神薬使用ガイドライン（第 2 版），2016.
- 日本消化器病学会：消化性潰瘍診療ガイドライン 2015，南江堂，2015.
- 厚生労働科学研究費補助金（平成 27 年度日本医療開発機構 腎疾患実用化研究事業）「慢性腎臓病の進行を促進する薬剤等による腎障害の早期診断法と治療法の開発」薬剤性腎障害の診療ガイドライン作成委員会：薬剤性腎障害ガイドライン 2016，日腎会誌 2016；58：477-555.
- 厚生労働省健康局結核感染症課：抗微生物薬適正使用の手引き 第一版，2017.
- 日本消化器病学会関連研究会 慢性便秘の診断・治療研究：慢性便秘症診療ガイドライン 2017，南江堂，2017.
- O' Mahony D, O' Sullivan D, Byrne S, et al. STOPP/START criteria for potentially inappropriate prescribing in older people: version 2. *Age Ageing* 2015; 44: 213-8.
- the American Geriatrics Society 2015 Beers Criteria Update Expert Panel. American Geriatrics Society 2015 Updated Beers Criteria for Potentially Inappropriate Medication Use in Older Adults. *J Am Geriatr Soc.* 2015 63:2227-2246.
- Rudolph, J. L., Salow, M. J., Angelini, M. C., & McGlinchey, R. E.. The anticholinergic risk scale and anticholinergic adverse effects in older persons. *Archives of internal medicine* 2008; 168(5), 508-513.
- Campbell N, Boustani M, Lane K, et al. Use of anticholinergics and the risk of cognitive impairment in an African American population. *Neurology* 2010; 75:152-159.
- 日本老年医学会：高齢者の安全な薬物療法ガイドライン 2005，メジカルビュー社，2005.
- 骨粗鬆症の予防と治療ガイドライン作成委員会：骨粗鬆症の予防と治療ガイドライン 2015，日本骨粗鬆症学会，2015.

別表1 高齢者で汎用される薬剤の基本的な留意点

(薬効群と代表的薬剤の一般名 [販売名の例])

A. 催眠鎮静薬・抗不安薬	<p>加齢により睡眠時間は短縮し、また睡眠が浅くなることを踏まえて、薬物療法の前に、睡眠衛生指導を行う。必要に応じて催眠鎮静・抗不安薬が用いられるが、ベンゾジアゼピン系薬剤は、高齢者では有害事象が生じやすく、依存を起す可能性もあるので、特に慎重に投与する薬剤に挙げられている。</p>	
	<p>高齢者の特性を考慮した薬剤選択</p>	<p>ベンゾジアゼピン系催眠鎮静薬（プロチゾラム [レンドルミン]、フルニトラゼパム [ロヒプノール、サイレース]、ニトラゼパム [ベンザリン、ネルボン] など）は、過鎮静、認知機能の悪化、運動機能低下、転倒、骨折、せん妄などのリスクを有しているため、高齢者に対しては、特に慎重な投与を要する。長時間作用型（フルラゼパム [ダルメート]、ジアゼパム [セルシン、ホリゾン]、ハロキサゾラム [ソメリン] など）は、高齢者では、ベンゾジアゼピン系薬剤の代謝低下や感受性亢進がみられるため、使用するべきでない。また、トリアゾラム [ハルシオン] は健忘のリスクがあり使用はできるだけ控えるべきである</p> <p>非ベンゾジアゼピン系催眠鎮静薬（ゾピクロン [アモバン]、ゾルピデム [マイスリー]、エスゾピクロン [ルネスタ]）も転倒・骨折のリスクが報告されている。その他ベンゾジアゼピン系と類似の有害事象の可能性がある。</p> <p>ベンゾジアゼピン系抗不安薬（アルプラゾラム [コンスタン、ソラナックス]、エチゾラム [デパス] など）は日中の不安、焦燥に用いられる場合があるが、高齢者では上述した有害事象のリスクがあり、可能な限り使用を控える。</p>
	<p>投与量、使用方法に関する注意</p>	<p>漫然と長期投与せず、少量の使用にとどめるなど、慎重に使用する。ベンゾジアゼピン系薬剤は、海外のガイドラインでも投与期間を4週間以内の使用にとどめるとしていることも留意すべきである。</p> <p>ベンゾジアゼピン系薬剤は急な中止により離脱症状が発現するリスクがあることにも留意する。</p>
<p>他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意</p>	<p>多くの薬剤は主に CYP3A で代謝されるため、CYP3A を阻害する薬剤との併用はなるべく避けるべきである。CYP の関与する主な相互作用は、別表4 を参照。</p> <p>メラトニン受容体作動薬ラメルテオン [ロゼレム] は、CYP1A2 を強く阻害する選択的セロトニン再取り込み阻害薬 (SSRI) のフルボキサミン [デプロメール、ルボックス] との併用は禁忌である。また、オレキシン受容体拮抗薬スポレキサント [ベルソムラ] は、併用により CYP3A での代謝が阻害され、作用が著しく増強するため、クラリスロマイシン [クラリス、クラリシッド] など CYP3A を強く阻害する薬剤との併用は禁忌である。</p>	
B. 抗うつ薬(スルピリド含む)	<p>高齢者のうつ病の治療には、心理社会的要因への対応や臨床症状の個人差に応じたきめ細かな対応が重要である。高齢者のうつ病に対して三環系抗うつ薬は、特に慎重に使用する薬剤に挙げられている。</p>	
<p>高齢者の特性を考慮した薬剤選択</p>	<p>三環系抗うつ薬（アミトリプチリン [トリプタノール]、アモキサピン [アモキサン]、クロミプラミン [アナフラニール]、イミプラミン [トフラニール] など）は、SSRI と比較して抗コリン症状（便秘、口腔乾燥、認知機能低下など）や眠気、めまい等が高率</p>	

		<p>でみられ、副作用による中止率も高いため、高齢発症のうつ病に対して、特に慎重に使用する。</p> <p><b>スルピリド</b> [アピリット、ドグマチール] は、食欲不振がみられるうつ状態の患者に用いられることがあるが、パーキンソン症状や遅発性ジスキネジアなど錐体外路症状発現のリスクがあり、使用はできるかぎり控えるべきである。</p> <p><b>SSRI</b> (セルトラリン [ジェイゾロフト]、エスシタロプラム [レクサプロ]、パロキセチン [パキシル]、フルボキサミン [デプロメール、ルボックス]) も高齢者に対して転倒や消化管出血などのリスクがある。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p>痙攣、緑内障、心血管疾患、前立腺肥大による排尿障害などの身体症状がある場合、多くの抗うつ薬が慎重投与となる。</p> <p><b>三環系抗うつ薬</b>と<b>マプロチリン</b> [ルジオミール] は、緑内障と心筋梗塞回復初期には禁忌であり、<b>三環系抗うつ薬</b>と<b>エスシタロプラム</b>はQT延長症候群に禁忌である。</p> <p><b>スルピリド</b>は使用する場合には50mg/日以下にし、腎排泄型薬剤のため腎機能低下患者ではとくに注意が必要である。褐色細胞腫に<b>スルピリド</b>は使用禁忌である。</p> <p><b>SSRI</b>は急な中止により離脱症状が発現するリスクがあることにも留意する。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p><b>SSRI</b>の使用に当たっては、CYPの関与する相互作用などを受けやすいため、併用薬に注意が必要である。特に<b>フルボキサミン</b>はCYP1A2を、<b>パロキセチン</b>はCYP2D6を強く阻害し、併用禁忌の薬剤もあることから、注意が必要である。CYPの関与する主な相互作用は、別表4を参照。また、非ステロイド性抗炎症薬や抗血小板薬との併用は出血リスクを高めることがあるため注意が必要である。</p>
C. BPSD 治療薬		<p><b>BPSDの原因となりうる心身の要因や環境要因を検討し、対処する。薬剤がBPSDを引き起こすこともあるため、関連が疑われる場合、まずは原因薬剤の中止を検討する。これらの対応で十分な効果が得られない場合は薬物療法を検討する。</b></p>
	高齢者の特性を考慮した薬剤選択	<p>薬物療法としては、症状に応じた薬剤の使用を検討する。</p> <p><b>抗精神病薬</b>は、幻覚、妄想、焦燥、興奮、攻撃などの症状に対して使用を考慮してもよいが、抗精神病薬のBPSDへの使用は適応外使用であることに留意する。<b>定型抗精神病薬</b> (ハロペリドール [セレネース]、クロルプロマジン [コントミン]、レボメプロマジン [ヒルナミン、レボトミン] など) の使用はできるだけ控え、<b>非定型抗精神病薬</b> (リスペリドン [リスパダール]、オランザピン [ジプレキサ]、アリピプラゾール [エビリファイ]、クエチアピン [セロクエル] など) は必要最小限の使用にとどめる。</p> <p><b>抑肝散</b>が使用されることがあるが、甘草が含まれるため、偽アルドステロン症による低カリウム血症に注意する。</p> <p><b>抗うつ薬</b>が認知症のうつ状態に用いられる場合がある。<b>三環系抗うつ薬</b>は、認知障害のさらなる悪化のリスクがあるためできる限り使用は控えるべきである。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p><b>抗精神病薬</b>は、認知症患者への使用で脳血管障害および死亡率が上昇すると報告があるため、リスクベネフィットを考慮し、有害事象に留意しながら使用する。認知機能低下、錐体外路症状、転倒、誤嚥、過鎮静等の発現に注意し、低用量から効果をみながら漸増する。効果が認められても漫然と続けず、適宜漸減、中止できるか検討する。</p> <p>半減期の長い薬剤は中止後も有害事象が遷延することがあるので注意が必要である。</p>

		<p><b>非定型抗精神病薬</b>には血糖値上昇のリスクがあり、<b>クエチアピン</b>と<b>オランザピン</b>は糖尿病患者への投与は禁忌である。</p> <p><b>ブチロフェノン系</b>（ハロペリドールなど）はパーキンソン病に禁忌である。</p> <p><b>抗精神病薬や抗うつ薬</b>の多くは肝代謝であり、高齢者では通常量より少ない量から開始することが望ましい。また、てんかん発作の閾値の低下を起こすことがある。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p><b>抗精神病薬や抗うつ薬</b>の多くは主に CYP による肝代謝を受け、CYP の関与する相互作用に注意が必要である。CYP の関与する主な相互作用は別表 4 を参照。</p>
<b>D. 高血圧治療薬</b>	<p><b>高齢者においても降圧目標の達成が第一目標である。降圧薬の併用療法において薬剤数の上限は無いが、服薬アドヒアランス等を考慮して薬剤数はなるべく少なくすることが推奨される。</b></p>	
	高齢者の特性を考慮した薬剤選択	<p><b>Ca拮抗薬</b>（アムロジピン [ノルバスク、アムロジン]、ニフェジピン [アダラート GR]、ベニジピン [コニール]、シルニジピン [アテレック] など）、ARB（オルメサルタン [オルメテック]、テルミサルタン [ミカルディス]、アジルサルタン [アジルバ] など）、ACE 阻害薬（イミダプリル [タナトリル]、エナラプリル [レニベース]、ペリンドプリル [コバシル] など）、少量のサイアザイド系利尿薬（トリクロルメチアジド [フルイトラン] など）が、心血管疾患予防の観点から若年者と同様に第一選択薬であるが、高齢患者では合併症により降圧薬の選択を考慮することも重要である。</p> <p><b>α遮断薬</b>（ウラピジル [エブランチル]、ドキサゾシン [カルデナリン] など）は、起立性低血圧、転倒のリスクがあり、高齢者では可能な限り使用を控える。</p> <p><b>β遮断薬</b>（メトプロロール [セロケン] など）の使用は、心不全、頻脈、労作性狭心症、心筋梗塞後の高齢高血圧患者に対して考慮する。<b>ACE 阻害薬</b>は、誤嚥性肺炎を繰り返す高齢者には誤嚥予防も含めて有用と考えられる。</p> <p><b>サイアザイド系利尿薬</b>の使用は、骨折リスクの高い高齢者で他に優先すべき降圧薬がない場合に特に考慮する。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p>過降圧を予防可能な血圧値の設定は一律にはできないが、低用量（1/2 量）からの投与を開始する他、降圧による臓器虚血症状が出現した場合や薬物有害事象が出現した場合に降圧薬の減量や中止、変更を考慮しなければならない。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p><b>Ca拮抗薬</b>の多くは主に CYP3A で代謝されるため、CYP3A を阻害する薬剤との併用に十分に注意する。CYP の関与する主な相互作用は、別表 4 を参照。</p>
<b>E. 糖尿病治療薬</b>	<p>高齢者糖尿病では安全性を十分に考慮した治療が求められる。特に 75 歳以上やフレイル・要介護では認知機能や日常生活動作（ADL）、サポート体制を確認したうえで、認知機能や ADL ごとに治療目標を設定*すべきである。</p> <p>※2016 年に日本糖尿病学会・日本老年医学会の合同委員会により高齢者の血糖コントロール目標（HbA1c 値）が制定</p>	
	高齢者の特性	<p>高齢者はシックデイに陥りやすく、また低血糖を起こしやすいことに注意が必要であ</p>

	を考慮した薬剤選択	<p>る。インスリン製剤も、高血糖性昏睡を含む急性病態を除き、可能な限り使用を控える。</p> <p><b>SU 薬</b>（グリメピリド [アマリール]、グリクラジド [グリミクロン]、グリベンクラミド [オイグルコン、ダオニール] など）のうち、グリベンクラミドなどの血糖降下作用の強いものの投与は避けるべきであるが、他の SU 薬についてもその使用はきわめて慎重になるべきで、低血糖が疑わしい場合には減量や中止を考慮する。</p> <p>SU 薬は可能な限り、DPP-4 阻害薬への代替を考慮する。</p> <p><b>メトホルミン</b> [グリコラン、メトグルコ] では低血糖、乳酸アシドーシス、下痢に注意を要する。</p> <p><b>チアゾリジン誘導体</b>（ピオグリタゾン [アクトス]）は心不全等心臓系のリスクが高い患者への投与を避けるだけでなく、高齢患者では骨密度低下・骨折のリスクが高いため、患者によっては使用を控えたほうがよい。</p> <p><b>α-グルコシダーゼ阻害薬</b>（ミグリトール [セイブル]、ボグリボース [ベイスン]、アカルボース [グルコバイ]）は、腸閉塞などの重篤な副作用に注意する。</p> <p><b>SGLT2 阻害薬</b>（イプラグリフロジン [スーグラ]、ダパグリフロジン [フォシーガ]、ルセオグリフロジン [ルセフィ]、トホグリフロジン [デベルザ、アプルウェイ]、カナグリフロジン [カナグル]、エンパグリフロジン [ジャディアンス]）は心血管イベントの抑制作用があるが、脱水や過度の体重減少、ケトアシドーシスなど様々な副作用を起こす危険性があることに留意すべきである。高度腎機能障害患者では効果が期待できない。また、中等度腎機能障害患者では効果が十分に得られない可能性があるため投与の必要性を慎重に判断する。尿路・性器感染のある患者には、SGLT2 阻害薬の使用は避ける。発熱・下痢・嘔吐などがあるときないしは食思不振で食事が十分摂れないような場合（シックデイ）には必ず休薬する。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p>高齢者では、生理機能が低下しているため、患者の状態を観察しながら、低用量から使用を開始するなど、慎重に投与する。腎機能が低下している患者については、別表 3 を参照。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p><b>インスリン製剤や SU 薬以外</b>でも複数種の薬剤の使用により重症低血糖の危険性が増加することから、HbA1c や血糖値をモニターしながら減薬の必要性を常に念頭においておくべきである。</p> <p><b>SU 薬やナテグリニド</b> [ファスティック、スターシス] は主に CYP2C9 により代謝されるので、CYP2C9 阻害薬との併用に注意する。CYP の関与する主な相互作用は、別表 4 を参照。</p> <p><b>SGLT2 阻害薬</b>は脱水リスクの観点から利尿薬との併用は避けるべきである。</p>
F. 脂質異常症 治療薬	生活習慣の指導に重点を置きつつ薬物治療を考慮する必要がある。	
	高齢者の特性を考慮した薬剤選択	<p><b>スタチン</b>（ロスバスタチン [クレストール]、アトルバスタチン [リピトール]、ピタバスタチン [リパロ] など）投与により、65 歳以上 74 歳以下の前期高齢者において心血管イベントの一次予防、二次予防の両者共に有意な低下を認めたため、特に高 LDL 血症に対してはスタチンが第一選択薬として推奨される。</p> <p>75 歳以上の後期高齢者では、スタチンによる心血管イベントの二次予防の有意な低下が認められている一方、一次予防の有効性は証明されておらず、一次予防目的の使用は</p>

		<p>推奨されない。</p> <p><b>スタチン以外の薬剤</b>については十分なエビデンスがないため、慎重な投与を要する。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p>スタチンの使用においては、高齢者においても筋肉痛や消化器症状、糖尿病の新規発症が多いとされており、これらに対する注意が必要である。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p>スタチンとフィブラート系薬剤（フェノフィブラート [リビディル、トライコア]、ベザフィブラート [ベザトール]、クリノフィブラート [リポクリン]、クロフィブラート）の併用は横紋筋融解症の発症リスクがあり、腎機能低下例には原則併用禁忌である。</p> <p>シンバスタチン [リポバス]、アトルバスタチンは主に CYP3A、フルバスタチン [ローコール] は主に CYP2C9 で代謝されるため、これらの CYP 阻害薬との併用によりスタチンの血中濃度が増加する可能性があり、その有害作用に注意を要する。CYP の関与する主な相互作用は、別表 4 を参照。</p> <p>また、肝取り込みトランスポーターである OATP を阻害するシクロスポリン [ネオラル] はスタチンの血中濃度を増加させる。特にロスバスタチン、ピタバスタチンはシクロスポリンとの併用は禁忌である。</p>
<b>G.</b> <b>抗凝固薬</b>	<p><b>高齢では抗凝固薬投与時の出血リスクが高いことに配慮し、リスク・ベネフィットバランスを評価して投与の可否を判断すべきである。複数の抗血栓薬等の長期（1年以上）併用療法はなるべく避ける。</b></p>	
	高齢者の特性を考慮した薬剤選択	<p><b>直接作用型経口阻害薬（DOAC）</b>（アピキサバン [エリキュース]、ダビガトラン [プラザキサ]、リバーロキサバン [イグザレルト]、エドキサバン [リクシアナ]）は、アジア人ではワルファリンと比較して消化管出血のリスクは少ないとされ、高齢患者では使用しやすい薬剤であると思われる。ただし、高度の腎障害のある患者に DOAC は使用禁忌である。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p><b>DOAC の抗血小板薬との併用療法</b>においては、出血リスクが上昇するため、冠動脈ステント留置後など投与せざるを得ない場合においても長期間投与は避けるべきである。脳卒中のリスク評価には CHA2DS2-VASc スコアが、抗凝固薬投与時の出血リスクの評価には HAS-BLED スコアがそれぞれ有用である。このほか、高齢患者ではがんや転倒の既往、ポリファーマシーも大出血のリスクとされる。</p> <p><b>ワルファリン [ワーファリン]</b> は定期的に PT-INR を確認することにより抗凝固作用がモニターできるが、DOAC はモニターができないため、定期的に腎機能を確認し、用量が適正であるか見直しが必要である。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p><b>ワルファリン</b>および <b>DOAC</b> はそれぞれ、併用薬との相互作用に十分注意が必要である。CYP の関与する主な相互作用は、別表 4 を参照。リバーロキサバンは強い CYP3A（あるいは P 糖蛋白）阻害薬である複数の薬剤が併用禁忌に指定されている。<b>ダビガトラン</b>や <b>エドキサバン</b>は P 糖蛋白阻害薬との相互作用に注意が必要である。特に<b>ダビガトラン</b>は強力な P 糖蛋白阻害薬であるイトラコナゾールは併用禁忌である。</p> <p><b>ワルファリン</b>はビタミン K を多く含む食品や健康食品の摂取にも注意が必要であり、納豆、クロレラ、青汁に関しては摂取しないように指導する。</p>
<b>H.</b>	<p><b>消化性潰瘍治療薬は特に逆流性食道炎（GERD）において長期使用される傾向にあるが、薬</b></p>	

消化性潰瘍 治療薬	物有害事象も知られており、長期使用は避けたい薬剤である。	
	高齢者の特性 を考慮した薬 剤選択	<p>プロトンポンプ阻害薬（PPI）（エソメプラゾール [ネキシウム]、ランソプラゾール [タケプロン]、ラベプラゾール [パリエット]、オメプラゾール [オメプラール]）は、その有効性に関する報告が多く、第一選択として使用される。</p> <p>H2 受容体拮抗薬も有効な治療薬であるが、腎排泄型薬剤であることから腎機能低下により血中濃度が上昇し有害事象の生じる可能性が高くなる。また、高齢者ではせん妄や認知機能低下のリスクの上昇があり、可能な限り使用を控える。</p> <p>ボノプラザン [タケキャブ] は PPI 同様に強力な胃酸分泌抑制作用があり、PPI 使用時の注意に準じた経過観察を考慮する。</p>
	投与量、使用 方法に関する 注意	<p>PPI は安全性が高い薬剤であるが、長期投与により大腿骨頸部骨折などの骨折リスクの上昇やクロストリジウム・ディフィシル感染症のリスクが高まることが報告されている。さらに長期使用によるアルツハイマー型認知症のリスクの上昇についても報告がある。</p> <p>H2 受容体拮抗薬（ファモチジン [ガスター]、ニザチジン [アシノン]、ラニチジン [ザンタック]）は、腎排泄型であり、腎機能が低下している患者の使用の際に注意する（代表的腎排泄型薬剤は別表 3 を参照）。</p>
他の薬効群の 薬剤との相互 作用に関する 注意	<p>PPI は CYP2C19 で代謝されるが、代謝における同酵素の寄与率は薬剤により異なる。難治性 GERD や重症の食道炎、NSAIDs 内服による消化管出血リスクの高い症例を除いては、8 週間を超える投与は控え、継続する場合にも常にリスクを考慮する。CYP の関与する主な相互作用は、別表 4 を参照。</p> <p>H2 受容体拮抗薬のうち、シメチジン [タガメット] は複数の CYP 分子種を阻害することから、薬物相互作用に注意を要する。</p>	
I. 消炎鎮痛薬	NSAIDs は上部消化管出血や腎機能障害、心血管障害などの薬物有害事象のリスクを有しており、高齢者に対して特に慎重な投与を要する薬剤の一つである。	
	高齢者の特性 を考慮した薬 剤選択	<p>NSAIDs（セレコキシブ [セレコックス]、ロキソプロフェン [ロキソニン]、ロルノキシカム [ロルカム]、ジクロフェナク [ボルタレン] など）の使用はなるべく短期間にとどめるとともに、上部消化管出血の危険があるため、プロトンポンプ阻害薬やミソプロストール [サイトテック] の併用を考慮する。</p> <p>セレコキシブ、メロキシカム [モービック] 等の選択的 COX-2 阻害薬は NSAIDs 潰瘍発生のリスクの低減が期待できるため、特に消化性潰瘍の既往のある高齢者で NSAIDs を使用せざるを得ない場合に使用を考慮する。</p> <p>アセトアミノフェン [カロナール] は NSAIDs には分類されないが、消化管出血や腎機能障害、心血管障害などの薬物有害事象のリスクが NSAIDs に比べて低いと考えられるため、高齢者に鎮痛薬を用いる場合の選択肢として考慮される。</p>
	投与量、使用 方法に関する 注意	<p>NSAIDs は腎機能を低下させるリスクが高いため、軽度の腎機能障害を認めることが多い高齢者においては、可能な限り使用を控え、やむを得ず使用する場合でもなるべく短期間・低用量での使用を考慮する。また、心血管疾患のリスクも高めるため、これらの基礎疾患を合併する高齢者への投与についても注意が必要である。NSAIDs の外用剤と内服薬の併用や、NSAIDs を含有する一般用医薬品等との併用でも薬物有害事象が問題と</p>

		<p>なる可能性があるため、注意が必要である。</p> <p><b>アセトアミノフェン</b>を高用量で用いる場合は肝機能障害のリスクが高くなるため注意が必要である。一般用医薬品等を含めて総合感冒剤等に含まれるアセトアミノフェンとの重複にも注意する。</p> <p>いずれの鎮痛薬を用いるにしても、疼痛の原因・種類を評価した上でその内容に応じた治療を行なうことが重要であり、適切な評価を行うことなく鎮痛薬を漫然と継続することは避けるべきである。</p>
	<p>他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意</p>	<p><b>抗血小板薬や抗凝固薬、糖質ステロイド</b>の併用患者では NSAIDs 潰瘍のリスクが上昇するため、これらの薬剤を使用する場合は、なるべく NSAIDs の変更・早期中止を検討する。レニン・アンジオテンシン系阻害薬 (ARB、ACE 阻害薬など)、利尿薬 (フロセミド [ラシックス]、アゾセמיד [ダイアート]、スピロラクトン [アルダクトン]、トリクロルメチアジド [フルイトラン] など) と NSAIDs の併用により腎機能低下や低ナトリウム血症のリスクが高まるため、これらの併用はなるべく避けるべきである。</p>
<p><b>J.</b> <b>抗微生物薬</b> <b>(抗菌薬・抗ウイルス薬)</b></p>	<p>急性気道感染症のうち感冒や、成人の急性副鼻腔炎、A 群 β 溶血性連鎖球菌が検出されていない急性咽頭炎、慢性呼吸器疾患等の基礎疾患や合併症のない成人の急性気管支炎 (百日咳を除く)、および軽症の急性下痢症については、抗菌薬投与を行わないことが推奨されている。一方、高齢者は上記の感染症であっても重症化する恐れがあることに注意が必要である。</p>	<p>細菌感染症が想定され抗菌薬を開始する場合は、原則的にはその細菌感染症の想定されるまたは判明している起因菌に感受性を有する抗菌薬を選択する必要がある。不必要に広域なスペクトラムを有する抗菌薬の長期使用は、薬剤耐性菌の増加に繋がる恐れがあるため注意が必要である。</p> <p>治療期間についても、原則的には感染症の種類毎の標準的な治療期間を遵守する。治療期間が短すぎる場合には治療失敗や再発の恐れが、また治療期間が不必要に長過ぎる場合は薬剤耐性菌の増加に繋がる恐れがあるため注意が必要である。</p> <p>投与量に関しては、疾患や抗菌薬の種類毎に標準的な投与量を遵守するが、高齢者では腎機能や肝機能が低下している場合も多いため、それらの状況に応じて適切な用法・用量の調整を行う。ただし、急性疾患では、まず十分量を投与し有効性を担保することが、治療タイミングを逸しないためにも肝要であり、高齢者であるからといって少なすぎる投与量で使用した場合、有効性が期待できないだけでなく、薬剤耐性菌の増加に繋がる恐れもあるため注意が必要である。投与量を調整する場合、一回投与量を減るか、または投与間隔を延長するかの判断は、薬理作用等の薬剤特性を考慮して行う。例えば、フルオロキノロン系抗菌薬 (ガレノキサシン [ジェニナック]、シタフロキサシン [グレースビット]、レボフロキサシン [クラビット]、トスフロキサシン [オゼックス] など) 等の濃度依存性抗菌薬の場合は、一回投与量は減ずること無く、投与間隔を延長するほうがよいと考えられる。</p> <p><b>バンコマイシン塩酸塩</b>や<b>アミノグリコシド系抗菌薬 (カナマイシン)</b>、<b>フルオロキノロン系抗菌薬</b>、<b>セフェピム [マキシピーム]</b>、<b>アシクロビル [ゾピラックス]</b> などの薬剤については、腎機能の低下した高齢者では薬物有害事象のリスクが高いため特に注意が必要である。</p>
	<p>高齢者の特性を考慮した薬剤選択</p>	
	<p>投与量、使用方法に関する注意</p>	

	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p>マクロライド系抗菌薬（クラリスロマイシン [クラリス、クラリシッド]、エリスロマイシン [エリスロシン]）やアゾール系抗真菌薬（イトラコナゾール [イトリゾール]、ミコナゾール [フロリード]、ボリコナゾール [ブイフェンド]、フルコナゾール [ジフルカン]）は CYP の阻害作用が強く、この経路で代謝される他の薬剤の血中濃度が上昇し薬物有害事象が問題となる恐れがある。CYP の関与する主な相互作用は、別表 4 を参照。カルバペネム系抗菌薬は、バルプロ酸ナトリウム [デパケン] と併用した場合、バルプロ酸の血中濃度が低下するため併用禁忌である。</p> <p>フルオロキノロン系抗菌薬は NSAIDs との併用で痙攣誘発の恐れがあるため注意が必要である。</p> <p>テトラサイクリン系抗菌薬（ミノサイクリン [ミノマイシン]、ドキシサイクリン [ビブラマイシン]、アクロマイシン）、フルオロキノロン系抗菌薬は、アルミニウムまたはマグネシウム含有薬剤、鉄剤との同時服用で、キレートを形成し吸収が低下するため、併用を避けるか、服薬間隔を空ける必要がある。</p> <p>ワルファリンは抗菌薬との併用時に抗菌薬の腸内細菌抑制作用によりビタミンK産生が抑制され、抗凝固作用が増強する恐れがあるため、血液凝固能を注意深くモニタリングし必要に応じ用量を調整する必要がある。</p> <p>抗 HIV 薬、抗 HCV 薬は、薬物相互作用が問題となる組み合わせが多岐に渡り、且つ血中濃度の変動も大きいものが多いため、問題がないかどうか個別に注意深く確認する必要がある。</p>
K. 緩下薬		<p>便秘の原因となる薬剤（表 1 を参照）を使用している場合は、原因となる薬剤の変更・中止を検討する。水分制限がある疾患でなければ、水分摂取を促し、食物繊維を取り入れた食事療法と適度な運動で改善を図る。</p>
	高齢者の特性を考慮した薬剤選択	<p>マグネシウム製剤（酸化マグネシウム）は浸透圧下剤として用量調節しやすく、頻用されているが、高齢者は腎機能が低下しており、高マグネシウム血症に注意が必要である。</p> <p>ルビプロストン [アミティーザ] は、クロライドチャネルアクチベーターであり、血清中電解質に影響なく便をやわらかくさせるため、硬便のため排便困難となっている症状に使用を検討する。</p> <p>ナルデメジン [スインプロイク] は、オピオイド誘発性の難治性便秘であれば使用を検討する。</p>
	投与量、使用方法に関する注意	<p>マグネシウム製剤を使用する場合は、低用量から開始し、高用量の使用は避ける。定期的に血清マグネシウム値を測定し、高マグネシウム血症の症状である悪心・嘔吐、血圧低下、徐脈、筋力低下、傾眠などの症状がある場合はマグネシウム製剤の中止と受診をすすめる。</p> <p>刺激性下剤は長期連用により耐性が生じて難治性便秘に発展することがある。また、センナなどに含まれるアントラキノン誘導体は大腸運動異常や偽メラノシスを引き起こす。刺激性下剤の使用は頓用にとどめるべきである。</p>
	他の薬効群の薬剤との相互	<p>マグネシウム製剤は、フルオロキノロン系・テトラサイクリン系抗菌薬などの吸収を低下させるため、これらの薬剤との服用間隔を 2 時間程度空ける必要がある。</p>

	作用に関する注意																				
L. 抗コリン系薬	<p><b>抗コリン作用を有する薬剤は、口渇、便秘の他に中枢神経系への有害事象として認知機能低下やせん妄などを引き起こすことがあるので注意が必要である。</b></p>																				
	投与量、使用方法に関する注意	<p>認知機能障害の発現に関しては、ベースラインの認知機能、電解質異常や合併症、さらには併用薬の影響など複数の要因が関係するが、特に抗コリン作用は単独の薬剤の作用ではなく服用薬剤の総コリン負荷が重要とされ、有害事象のリスクを示す指標として Anticholinergic risk scale (ARS) などが用いられることがある。</p> <p><b>抗コリン系薬剤の多くは急な中止により離脱症状が発現するリスクがあることにも留意する。</b></p>																			
	他の薬効群の薬剤との相互作用に関する注意	<p>抗コリン作用を有する薬物のリストとして表にまとめた。列挙されている薬剤が投与されている場合は中止・減量を考慮することが望ましい。</p> <table border="1" data-bbox="544 790 1465 1646"> <tr> <td>抗うつ薬</td> <td>三環系抗うつ薬（イミプラミン [イミドール、トフラニール]、クロミプラミン [アナフラニール]、アミトリプチリン [トリプタノール] など) パロキセチン [パキシル]</td> </tr> <tr> <td>抗精神病薬</td> <td>フェノチアジン系抗精神病薬（クロルプロマジン [コントミン]、レボメプロマジン [ヒルナミン、レボトミン] など） 非定型抗精神病薬（オランザピン [ジブレキサ]、クロザピン [クロザリル]）</td> </tr> <tr> <td>パーキンソン病治療薬</td> <td>トリヘキシフェニジル [アーテン] ピペリデン [アキネトン]</td> </tr> <tr> <td>抗不整脈薬</td> <td>ジソピラミド [リスモダン]</td> </tr> <tr> <td>骨格筋弛緩薬</td> <td>チザニジン [テルネリン]</td> </tr> <tr> <td>過活動膀胱治療薬（ムスカリン受容体拮抗薬）</td> <td>オキシブチニン [ボラキス]、プロピペリン [バップフォー]、ソリフェナシン [ベシケア] など</td> </tr> <tr> <td>腸管鎮痙薬</td> <td>アトロピン、ブチルスコポラミン [ブスコパン] など</td> </tr> <tr> <td>制吐薬</td> <td>プロクロラペラジン [ノバミン] メトクロプラミド [プリンペラン]</td> </tr> <tr> <td>H2 受容体拮抗薬</td> <td>すべての H2 受容体拮抗薬（シメチジン [タガメット]、ラニチジン [ザンタック] など）</td> </tr> <tr> <td>H1 受容体拮抗薬</td> <td>すべての第一世代 H1 受容体拮抗薬（クロルフェニラミン [アレルギン]、ネオレスタミン、ビスミラー]、ジフェンヒドラミン [レスタミン] など）</td> </tr> </table> <p>※高齢者の安全な薬物療法ガイドライン 2015 に列挙されている抗コリン作用のある薬剤、Anticholinergic risk scale に strong として列挙されている薬剤および Beers criteria 2015 の Drugs with Strong Anticholinergic Properties に列挙されている薬剤のうち日本国内で使用可能な薬剤に限定して作成</p>	抗うつ薬	三環系抗うつ薬（イミプラミン [イミドール、トフラニール]、クロミプラミン [アナフラニール]、アミトリプチリン [トリプタノール] など) パロキセチン [パキシル]	抗精神病薬	フェノチアジン系抗精神病薬（クロルプロマジン [コントミン]、レボメプロマジン [ヒルナミン、レボトミン] など） 非定型抗精神病薬（オランザピン [ジブレキサ]、クロザピン [クロザリル]）	パーキンソン病治療薬	トリヘキシフェニジル [アーテン] ピペリデン [アキネトン]	抗不整脈薬	ジソピラミド [リスモダン]	骨格筋弛緩薬	チザニジン [テルネリン]	過活動膀胱治療薬（ムスカリン受容体拮抗薬）	オキシブチニン [ボラキス]、プロピペリン [バップフォー]、ソリフェナシン [ベシケア] など	腸管鎮痙薬	アトロピン、ブチルスコポラミン [ブスコパン] など	制吐薬	プロクロラペラジン [ノバミン] メトクロプラミド [プリンペラン]	H2 受容体拮抗薬	すべての H2 受容体拮抗薬（シメチジン [タガメット]、ラニチジン [ザンタック] など）	H1 受容体拮抗薬
抗うつ薬	三環系抗うつ薬（イミプラミン [イミドール、トフラニール]、クロミプラミン [アナフラニール]、アミトリプチリン [トリプタノール] など) パロキセチン [パキシル]																				
抗精神病薬	フェノチアジン系抗精神病薬（クロルプロマジン [コントミン]、レボメプロマジン [ヒルナミン、レボトミン] など） 非定型抗精神病薬（オランザピン [ジブレキサ]、クロザピン [クロザリル]）																				
パーキンソン病治療薬	トリヘキシフェニジル [アーテン] ピペリデン [アキネトン]																				
抗不整脈薬	ジソピラミド [リスモダン]																				
骨格筋弛緩薬	チザニジン [テルネリン]																				
過活動膀胱治療薬（ムスカリン受容体拮抗薬）	オキシブチニン [ボラキス]、プロピペリン [バップフォー]、ソリフェナシン [ベシケア] など																				
腸管鎮痙薬	アトロピン、ブチルスコポラミン [ブスコパン] など																				
制吐薬	プロクロラペラジン [ノバミン] メトクロプラミド [プリンペラン]																				
H2 受容体拮抗薬	すべての H2 受容体拮抗薬（シメチジン [タガメット]、ラニチジン [ザンタック] など）																				
H1 受容体拮抗薬	すべての第一世代 H1 受容体拮抗薬（クロルフェニラミン [アレルギン]、ネオレスタミン、ビスミラー]、ジフェンヒドラミン [レスタミン] など）																				

別表2 その他の特に慎重な投与を要する薬物のリスト

分類	薬物 (クラス又は一般名)	推奨される使用法	主な薬物有害事象・理由
抗パーキンソン病薬	パーキンソン病治療薬（抗コリン薬） (トリヘキシフェニジル [アーテン]、ピペリデン [アキネトン])	可能な限り使用を控える。 代替薬：L-ドパ	認知機能低下、せん妄、過鎮静、 口腔乾燥、便秘、排尿症状悪化、 尿閉
ステロイド	経口ステロイド薬 (プレドニゾロン、メチルプレドニゾロン [メドロール]、ベタメタゾン [リンデロン] など)	慢性安定期のCOPD患者には使用すべきでない。 増悪時、Ⅲ期以上の症例や入院管理が必要な患者では、プレドニゾロン40mg/日を5日間投与が勧められる。	呼吸筋の筋力低下および呼吸不全の助長、消化性潰瘍の発生
ジギタリス	ジゴキシン[ジゴシン、ハーフジゴキシン]	0.125mg/日以下に減量する。 高齢者では0.125mg/日以下でもジギタリス中毒のリスクがあるため、血中濃度や心電図によるモニターが難しい場合には中止を考慮する。	ジギタリス中毒
利尿薬	ループ利尿薬 (フロセミド [ラシックス] など)	必要最小限の使用にとどめ、循環血漿量の減少が疑われる場合、中止または減量を考慮する。 適宜電解質・腎機能のモニタリングを行う	腎機能低下、起立性低血圧、転倒、 電解質異常
	アルドステロン拮抗薬（スピロラクトン [アルダクトンA]、エプレレノン [セララ]）	適宜電解質・腎機能のモニタリングを行う。 特にK高値、腎機能低下の症例では少量の使用にとどめる。	高K血症
$\beta$ 遮断薬	非選択的 $\beta$ 遮断薬 (プロプラノロール [インデラル]、カルテオロール [ミケラン])	気管支喘息やCOPDでは $\beta_1$ 選択的 $\beta$ 遮断薬に限るが、その場合でも適応自体を慎重に検討する。 カルベジロール [アーチスト] は、心不全合併COPD例で使用可(COPDの増悪の報告が少なく心不全への有用性が上回る。 気管支喘息では禁忌)。	呼吸器疾患の悪化や喘息発作誘発
$\alpha$ 遮断薬	受容体サブタイプ非選択的 $\alpha_1$ 受容体遮断薬（テラゾシン [ハイトラシン、バソメット]、	可能な限り使用を控える。 代替薬：（高血圧）その他の降圧薬（前立腺肥大症）シロドシン [ユリーフ]、タムスロシン [ハルナール]、ナフトピ	起立性低血圧、転倒

	プラゾシン [ミニプレス]、ウラピジル [エブランチル]、ドキサゾシン [カルデナリン] など)	ジル [フリバス]、植物製剤など	
<b>第一世代 H<sub>1</sub> 受容体拮抗薬</b>	H <sub>1</sub> 受容体拮抗薬 (第一世代)	可能な限り使用を控える。	認知機能低下、せん妄のリスク、口腔乾燥、便秘
<b>制吐薬</b>	メトクロプラミド [プリンペラン]、プロクロラペラジン [ノバミン]、プロメタジン [ヒベルナ、ピレチア]	可能な限り使用を控える。	ドパミン受容体遮断作用により、パーキンソン症状の出現・悪化が起きやすい。
<b>過活動膀胱治療薬</b>	オキシブチニン (経口) [ポラキス]	可能な限り使用しない。 代替薬として：他のムスカリン受容体拮抗薬	尿閉、認知機能低下、せん妄のリスクあり。 口腔乾燥、便秘の頻度が高い。
	ムスカリン受容体拮抗薬 (ソリフェナシン [ベシケア]、トルテロジン [デトルシトール]、フェソテロジン [トビエース]、イミダフェナシン [ウリトス、ステーブラ]、プロピペリン [バップフォー]、オキシブチニン経皮吸収型 [ネオキシテープ])	低用量から使用。 前立腺肥大症の場合は $\alpha_1$ 受容体遮断薬との併用。 必要時、緩下剤を併用する。	口腔乾燥、便秘、排尿症状の悪化、尿閉
<b>骨粗鬆症治療薬</b>	活性型ビタミン D <sub>3</sub> 製剤 (アルファカルシドール [アルファロール、ワンアルファ]、エルデカルシトール [エディロール])	アルファカルシドールは 1 $\mu$ g / 日以上の投与は控える。	サプリメントを含む Ca 製剤との併用で高カルシウム血症による認知機能低下やせん妄などを引き起こすことがあるので注意が必要である。

(高齢者の安全な薬物療法ガイドライン 2005 (日本老年医学会)、高齢者の安全な薬物療法ガイドライン 2015 (日本老年医学会) より改変引用)

別表3 代表的腎排泄型薬剤

薬効分類	薬物名
抗菌薬	フルオロキノロン系抗菌薬（レボフロキサシン他） バンコマイシン塩酸塩 アミノグリコシド系抗菌薬（ゲンタマイシン硫酸塩） 他
抗ウイルス薬	バラシクロビル塩酸塩 アシクロビル オセルタミビルリン酸塩 他
H <sub>2</sub> 受容体拮抗薬	ファモチジン ラニチジン塩酸塩 他
糖尿病治療薬	メトホルミン塩酸塩 シタグリプチンリン酸塩水和物 アログリプチン安息香酸塩 他
不整脈治療薬	シベンゾリンコハク酸塩 ジソピラミド ピルシカイニド塩酸塩 他
抗凝固薬	ダビガトランエテキシラートメタンスルホン酸塩 リバーロキサバン 他
高尿酸血症治療薬	アロプリノール
強心配糖体	ジゴキシン メチルジゴキシン 他
精神・神経疾患治療薬	炭酸リチウム スルピリド リスペリドン アマンタジン塩酸塩 メマンチン塩酸塩 他

別表 4. CYP の関与する基質、阻害薬、誘導薬の代表例（特に高齢者での使用が想定され注意が必要な薬物）

CYP 分子種	基質 〔 阻害薬や誘導薬からの 相互作用を受ける薬物 〕	阻害薬 〔 基質の血中濃度を 上昇させる薬物等 〕	誘導薬 〔 基質の血中濃度を 低下させる薬物等 〕
CYP1A2	チザニジン ラメルテオン デュロキセチン	フルボキサミン シプロフロキサシン メキシレチン	
CYP2C9	ワルファリン フェニトイン グリメピリド、グリベンクラミド、 ナテグリニド ジクロフェナク、セレコキシブ フルバスタチン	ミコナゾール、フルコナ ゾール アミオダロン ブコローム	リファンピシン
CYP2C19	ポリコナゾール オメプラゾール、ランソプラゾール	フルボキサミン ポリコナゾール、フルコ ナゾール	リファンピシン
CYP2D6	デキストロメトर्फアン ノルトリプチリン、マプロチリン メトプロロール アトモキセチン トルテロジン	パロキセチン テルビナフィン シナカルセット ミラベグロン デュロキセチン	
CYP3A <sup>注1、2)</sup>	トリアゾラム、アルプラゾラム、ブ ロチゾラム スポレキサント シンバスタチン、アトルバスタチン ニソルジピン、フェロジピン、アゼ ルニジピン、ニフェジピン リバーロキサバン チカグレロル エプレレノン	イトラコナゾール、ポリ コナゾール、ミコナゾ ール、フルコナゾール クラリスロマイシン、エ リスロマイシン ジルチアゼム、ベラパミ ル グレープフルーツジュ ース	リファンピシン、リフ アブチン フェノバルビタール、 フェニトイン、カルバ マゼピン セントジョーンズワー ト

※ 基質（相互作用を受ける薬物）は、その CYP 分子種で代謝される薬物である。基質の薬物は、同じ代謝酵素の欄の阻害薬（血中濃度を上昇させる薬物等）、誘導薬（血中濃度を低下させる薬物等）の薬物との併用により相互作用が起こり得る。一般に血中濃度を上昇させる阻害薬との組み合わせでは基質の効果が強まって薬物有害事象が出る可能性があり、血中濃度を低下させる誘導薬との組み合わせでは効き目が弱くなる可能性がある。なお、多くの場合、基質同士を併用してもお互いに影響はない。

※ 上記薬剤は 2 倍以上あるいは 1/2 以下への AUC もしくは血中濃度の変動による相互作用が基本的に報告されているものであり、特に高齢者での使用が想定され、重要であると考えられる薬剤をリストアップしている。抗 HIV 薬、抗 HCV 薬、抗がん薬など相互作用を起こしうる全ての薬剤を含めているものではない。組み合わせによっては 5 倍以上、場合によっては 10 倍以上に血中濃度が上昇するものもある。

※ 本表はすべてを網羅したものではない。実際に相互作用に注意すべきかどうかは、医薬品添付文書の記載や相互作用の報告の有無なども確認して個別の組み合わせごとに判断すること。

注 1 ベンゾジアゼピン系薬や Ca 拮抗薬は主に CYP3A で代謝される薬物が多い。本リストでは、そのなかでも CYP3A の寄与が高いことが良く知られている薬物を例示した。

注 2 消化管吸収における CYP3A、P 糖蛋白の寄与は不明瞭であることが多く、また両方が関与するケースもみられることに注意を要する。また CYP3A の阻害薬については、P 糖蛋白も阻害する場合が多い。

(別紙) 薬物動態、腎機能低下時及び薬物相互作用について

(1) 加齢に伴う薬物動態および薬力学の変化

○薬物動態

薬物動態は、吸収 (Absorption)、分布 (Distribution)、代謝 (Metabolism)、排泄 (Excretion) の ADME と略称されるステップにより規定される。それぞれ加齢により以下 (表) のような影響を受けるが、特に代謝や排泄は加齢の影響を受けやすく、薬物の消失能力 (薬物クリアランス) に関わるので重要である。

一般に、多くの薬物は体内曝露量と効果・薬物有害事象の関連性が高く、その体内曝露量を規定する因子として濃度時間曲線下面積 (Area Under the Curve ; AUC) がある。薬物を投与した場合、 $AUC = \text{投与量} / \text{全身 (あるいは経口) クリアランス}$  の関係があるため、高齢者で肝クリアランスや腎クリアランスの低下に伴う全身 (あるいは経口) クリアランスの残存率に応じて減量することにより、理論的には肝機能や腎機能が正常な場合と同じ AUC を維持できる。これは、後述する腎機能低下時の投与設計 (Giusti-Hayton 法) や CYP の阻害による AUC の変化などの考え方の基本となる。

表 1. 加齢に伴う生理学的変化と薬物動態の変化

	加齢に伴う生理学的変化	一般的な薬物動態の変化
吸収	消化管運動機能低下 消化管血流量低下 胃内 pH 上昇	最高血中濃度到達時間延長 (薬剤によっては血中濃度上昇 あるいは低下)
分布	体脂肪率増大	脂溶性薬物の分布容積増大 (血中半減期延長)
	体内水分量減少	水溶性薬物の分布容積減少
	血漿中アルブミン濃度低下	酸性薬物の蛋白結合率低下
代謝	肝重量減少 肝血流量低下 薬物代謝酵素活性低下	肝クリアランス低下 ※相互作用の影響も重要
排泄	腎血流量低下 糸球体濾過量低下 尿細管分泌低下	腎クリアランス低下 ※高齢者で特に影響が大きい

○薬力学

薬物血中濃度が変動しなくても、加齢に伴い標的分子へ反応性が変化する薬物もある。β 受容体刺激薬に対する感受性低下、抗不安薬や睡眠薬、抗コリン薬に対する感受性亢進などが知られている。

## (2) クレアチニン・クリアランスによる腎機能評価

腎排泄型薬物の投与量設定には、適切な腎機能評価が重要であり、不適切な腎機能評価は過量投与や過少投与につながる。腎機能評価は実測のクレアチニンクリアランス (Ccr) で行うことが理想であるが、実臨床において全例測定することは非現実的である。また、腎機能低下があっても、高齢者の場合、血清クレアチニン値 (SCr) は正常範囲内であることが多い。したがって、薬物投与量を設定する際は、SCr だけで判断せず、Cockcroft-Gault 式 (CG 式) による推算 Ccr、または推算糸球体濾過量 (eGFR) による腎機能評価が必要である。ただし、CG 式による推算 Ccr は肥満患者では腎機能を過大評価してしまうこと、また Jaffe 法で測定された SCr を基準に作成された式であるため、本邦のほとんどの施設で採用されている酵素法で測定された SCr を用いる際は、実測 SCr に 0.2 を加えて計算する必要がある点に留意する。

## (3) 推算糸球体濾過量 (eGFR) による腎機能評価

標準化 eGFR (単位 : mL/min/1.73m<sup>2</sup>) は、各患者の体格が一律 1.73m<sup>2</sup> であると仮定した場合の腎機能であり、特に体格の小さい高齢女性等では腎機能の過大評価に伴う過量投与につながるため、そのままでは投与量設定には適さない。したがって、eGFR を投与量設定に用いる際には、個々の患者の体表面積に合わせた eGFR (個別化 eGFR) を用いる必要がある。なお、薬物の投与量が体重や体表面積あたりで設定されている場合には、既に体格を考慮している投与量のため、対応する腎機能としては標準化 eGFR (単位 : mL/min/1.73m<sup>2</sup>) を用いる。

## (4) クレアチニンを用いた腎機能評価の問題点とシスタチン C の有用性

SCr は、長期臥床、サルコペニア・フレイルなど筋肉量が少ない患者では、腎機能を反映しないことが多い。このような患者では、筋肉量に影響されないシスタチン C を用いた腎機能推算式が有用である。

表 2. 各種腎機能評価方法とその特徴

腎機能評価方法	特徴・注意点
クレアチニン・クリアランス (CG 式) $Ccr = \frac{(140 - \text{年齢}) \times \text{体重}}{72 \times SCr}$ ※女性は、0.85 を乗ずる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 酵素法 (本邦での測定法) で測定された SCr を用いる際は、実測値に 0.2 を加えて代入</li> <li>・ 筋肉量が少ない患者では腎機能を過大評価</li> <li>・ 肥満患者では腎機能を過大評価</li> </ul>
標準化 eGFR (SCr から算出) $eGFR = 194 \times SCr^{-1.094} \times \text{年齢}^{-0.287}$ ※女性は、0.739 を乗ずる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 個々の患者の体格は考慮しない式のため、薬剤投与量設定には適さない場合が多い</li> <li>・ 筋肉量が少ない患者では腎機能を過大評価</li> </ul>
個別化 eGFR (SCr から算出) $\text{個別化 eGFR} = \text{標準化 eGFR} \times \frac{\text{患者の体表面積}}{1.73}$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 薬剤投与量設定に適している</li> <li>・ 筋肉量が少ない患者では腎機能を過大評価</li> </ul>

<p><u>標準化 eGFR (シスタチン C から算出)</u>          男性: eGFR = (104 × CysC<sup>-1.019</sup> × 0.996<sup>年齢</sup>) - 8          女性: eGFR = (104 × CysC<sup>-1.019</sup> × 0.996<sup>年齢</sup> × 0.929) - 8</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 個々の患者の体格は考慮しない式のため、薬剤投与量設定には適さない場合が多い</li> <li>・ 筋肉量の影響を受けない</li> <li>・ HIV 感染、甲状腺機能異常、シクロスポリンなどの薬剤投与の影響を受ける可能性がある</li> </ul>
<p><u>個別化 eGFR (シスタチン C から算出)</u>          個別化 eGFR = 標準化 eGFR × <math>\frac{\text{患者の体表面積}}{1.73}</math></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 薬剤投与量設定に適している</li> <li>・ 筋肉量の影響を受けない</li> <li>・ HIV 感染、甲状腺機能異常、シクロスポリンなどの薬剤投与の影響を受ける可能性がある</li> </ul>

### (5) 薬剤投与量の簡便な設定方法 (Giusti-Hayton 法)

腎機能低下患者に対する腎排泄型薬剤の投与量を設定する簡便な方法として Giusti-Hayton 法がある。下記の式で求められる補正係数 (G) を常用量に乗算することで対象患者に対する至適投与量を、または投与間隔を除する事により延長すべき投与間隔を算出することができる。下記の式において、一般に腎機能正常者の Ccr は 100mL/min として考える。また、Ccr の代わりに eGFR を用いてもよい。

$$\text{補正係数(G)} = 1 - \text{投与薬剤の尿中未変化体排泄率}^{\ast} \times \left( 1 - \frac{\text{対象患者の Ccr}}{\text{腎機能正常者の Ccr}} \right)$$

※ 静脈内投与時の値を使用する、または経口投与時の値を使用する際は生物学的利用率 (F) で除することにより補正したものをを用いる

※ 代謝物が活性を有する場合は、代謝物の尿中排泄率も考慮する

例: ファモチジン (常用量 40mg/日、尿中未変化体排泄率 80%) を Ccr 50mL/min の患者に投与する場合、投与補正係数 G は、 $1 - 0.8 \times 0.5 = 0.6$  となる。補正係数から、この患者では  $40\text{mg/日} \times 0.6 = 24\text{mg/日}$  を投与することで腎機能正常者とほぼ同じ血中濃度になる。

### (6) 薬物相互作用の種類

薬物相互作用の発現機序には、薬物動態学 (pharmacokinetics) 的相互作用と薬力学 (pharmacodynamics) 的相互作用がある。

薬物動態学的相互作用は、薬物の吸収、分布、代謝、排泄が他の薬物により影響を受け、血中濃度が変動することによって過剰な効果の発現 (中毒) や効果の減弱が起こる場合をいう。代表的なものには、肝臓での薬物代謝酵素活性の阻害などがある。薬物相互作用の約 40% が代謝部位での薬物動態学的相互作用であることが報告されており、その相互作用の多くがシトクロム P450 (CYP) を介した機序であるが、トランスポーターを介した重要な相互作用の報告も増えている。薬力学的相互作用は、薬物の体内動態 (血中濃度) には変化はないが、受容体などの作用部位での相互作用や同様の薬効の重複などによって、効果の増強や減弱が起こる場合である。気管支拡張薬と気管支収縮作用を有する  $\beta$  受容体遮断薬の併用による喘息症状の悪化、中枢神経抑制薬の併用による傾眠、抗ドパミン作用を有する薬剤の併用による薬剤性パーキンソニズム、抗コリン作用を持つ薬物の併用による口渇、排尿障害、便秘などがあげられ

る。

#### (7) CYP の関与する相互作用

CYP 分子種の薬物代謝への寄与は CYP3A、CYP2D6、CYP2C、CYP1A2 の分子種で 90%以上を占めている。特に CYP3A はヒト小腸および肝臓における最も主要な CYP であり、CYP により代謝される薬物のうち約 50%に関係する。ある CYP 分子種による消失（クリアランス）の寄与が高い基質（代謝を受ける薬物）でも、臨床用量ではその CYP 分子種を阻害しない場合が多く、代謝の寄与の程度と阻害の程度は別に考える必要がある。

薬物代謝酵素の活性変化による相互作用については、*in vivo* 状況下（ヒトに投与した状況下）で基質薬の消失（クリアランス）に該当の代謝酵素がどの程度寄与しているのかと、阻害薬あるいは誘導薬が該当の代謝酵素の活性をどの程度阻害あるいは増大するのかを評価することが重要となる。

#### (8) 相互作用の回避とマネジメント

薬物相互作用は、単に治療効果の減弱あるいは増強のみならず、時として重大な有害作用をおよぼすことがあり、その評価と回避が重要な位置づけとなる。相互作用による血中濃度の変化の大きさが、どの程度効果や薬物有害事象に影響するかは、薬剤および症例個別に考える必要がある。常に相互作用に関する認識を持ち、最新の情報の収集に努め、患者個別に相互作用を評価することが、薬物療法の安全性確保の観点から重要な要件となる。

相互作用を起こす可能性のある薬剤の組み合わせが処方されている場合、処方の経緯、患者背景、相互作用により起こり得る作用の重篤度、代替薬に関する情報などを考慮して、効果及び有害作用のモニター、中止、減量、代替薬への変更等を行い、処方の適正化を図ることが重要である。

## 高齢者医薬品適正使用検討会

(平成30年5月7日現在)

- 秋下 雅弘 一般社団法人 日本老年医学会 副理事長  
東京大学大学院 医学系研究科 加齢医学講座 教授
- 荒井 美由紀 日本製薬団体連合会 安全委員会 委員長  
池端 幸彦 一般社団法人 日本慢性期医療協会 副会長
- ◎印南 一路 慶應義塾大学総合政策学部 教授  
大井 一弥 一般社団法人 日本老年薬学会 理事  
鈴鹿医療科学大学薬学部 教授
- 勝又 浜子 公益社団法人 日本看護協会 常任理事  
北澤 京子 京都薬科大学 客員教授
- 斎藤 嘉朗 国立医薬品食品衛生研究所 医薬安全科学部長  
島田 光明 公益社団法人 日本薬剤師会 常務理事
- 林 昌洋 一般社団法人 日本病院薬剤師会 副会長  
伴 信太郎 一般社団法人 日本プライマリ・ケア連合学会 理事
- 樋口 恵子 NPO法人 高齢社会をよくする女性の会 理事長  
平井 みどり 兵庫県赤十字血液センター 所長
- 松本 純一 公益社団法人 日本医師会 常任理事  
水上 勝義 公益社団法人 日本精神神経学会
- 溝神 文博 国立研究開発法人 国立長寿医療研究センター 薬剤部  
美原 盤 公益社団法人 全日本病院協会 副会長  
三宅 智 特定非営利活動法人 日本緩和医療学会  
東京医科歯科大学大学院医歯学総合研究科
- 山中 崇 一般社団法人 日本在宅医学会 理事

◎座長、○座長代理 (五十音順、敬称略)

## 高齢者医薬品適正使用ガイドライン作成ワーキンググループ

(平成30年5月7日現在)

- ◎秋下 雅弘 一般社団法人 日本老年医学会 副理事長  
東京大学大学院 医学系研究科 加齢医学講座 教授
- 池端 幸彦 一般社団法人 日本慢性期医療協会 副会長  
大木 一正 公益社団法人 東京薬剤師会 副会長  
株式会社 クリーン薬局 代表取締役
- 大野 能之 東京大学医学部附属病院 薬剤部  
桑田 美代子 医療法人社団慶成会 青梅慶友病院 看護部  
清水 恵一郎 一般社団法人 東京内科医会 副会長  
阿部医院 院長
- 高瀬 義昌 一般社団法人 日本在宅医学学会  
医療法人至高会 在宅療養支援診療所 たかせクリニック理事長
- 仲井 培雄 地域包括ケア病棟協会 会長  
芳珠記念病院 理事長
- 永井 尚美 武蔵野大学薬学部 教授
- 浜田 将太 一般財団法人 医療経済研究・社会保険福祉協会 医療経済研究機構 研究部  
水上 勝義 公益社団法人 日本精神神経学会
- 溝神 文博 国立研究開発法人 国立長寿医療研究センター 薬剤部

◎主査、○副主査 (五十音順、敬称略)

## その他執筆協力者

木村 文司(神戸大学医学部附属病院), 小島 太郎(東京大学医学部附属病院),  
近藤 悠希(熊本大学大学院生命科学研究部), 那須 いずみ(虎の門病院), 松村 真司(松村医院)

(五十音順、敬称略)

薬生総発0531第2号  
薬生機審発0531第2号  
薬生安発0531第2号  
平成30年5月31日

日本チェーンドラッグストア協会 会長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長  
( 公 印 省 略 )  
厚生労働省医薬・生活衛生局医療機器審査管理課長  
( 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 )

一般用黄体形成ホルモンキットに係る情報提供の徹底について

標記について、各都道府県、保健所設置市及び特別区衛生主管部（局）長宛て、別添写しのとおり通知しましたので、その内容について御了知の上、貴会傘下関係者に御周知願います。

薬生総発 0531 第 1 号  
薬生機審発 0531 第 1 号  
薬生安発 0531 第 1 号  
平成 30 年 5 月 31 日

各 

都道府県
保健所設置市
特別区

 衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課長  
（公 印 省 略）  
厚生労働省医薬・生活衛生局医療機器審査管理課長  
（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）

#### 一般用黄体形成ホルモンキットに係る情報提供の徹底について

一般用黄体形成ホルモンキット（以下「一般用 LH 検査薬」という。）については、「黄体形成ホルモンキットに係る一般用検査薬ガイドラインの策定について」（平成 28 年 2 月 22 日付け薬生機発 0222 第 1 号厚生労働省大臣官房参事官（医療機器・再生医療等製品審査管理担当）通知）に関する議論において、避妊を目的とする不適正な使用に対する懸念等が提起されました。このため、製造販売業者に対して、添付文書等で避妊目的では使用できない旨を明記するよう求めるとともに、個別の品目の承認条件として、薬局・店舗販売業者における説明状況の確認を含む適正使用調査の実施を付しています。

今般、別添のとおり、一般社団法人日本臨床検査薬協会より厚生労働省医薬・生活衛生局医療機器審査管理課及び医薬安全対策課宛てに、適正使用調査の中間報告結果が提出されました。この中で、購入者を対象とした調査においては、避妊を目的として購入した事例が少ないながらもあったこと、販売店を対象とした調査においては、初回購入者に対して避妊目的で使用できない旨を説明していない店舗が 20%を越えていることが報告されています。

一般用 LH 検査薬の適正使用をさらに進めるためには、薬局・店舗販売業者から購入者に対する、避妊目的で使用できないこと、検査結果に応じて医師への受診を勧めること等の情報提供を徹底する必要があります。つきましては、貴管下の薬局、店舗販売業者、関係団体、関係機関等に対し、その旨御周知願います。

なお、販売店を対象とした調査において、一般用 LH 検査薬の使用目的確認用のチェックシートの内容を十分に把握していない店舗が多数見受けられたことから、別途製造販売業者に対しても情報提供の徹底を求めていることを申し添えます。

2018年2月15日

厚生労働省医薬・生活衛生局

医療機器審査管理課殿

医薬安全対策課殿

(一社) 日本臨床検査薬協会

一般用黄体形成ホルモンキット市販後適正使用調査結果報告書（購入者に対する調査）  
（1年目中間報告）

対象 品 目	一般的名称	一般用黄体形成ホルモンキット
	販売名 (製造販売業者)	チェックワン LH・II 排卵日予測検査薬 (株式会社アラクス) ハイテスターH (株式会社ミズホメディイ) P-チェック・LH クリアリー (株式会社ミズホメディイ) ドゥーテスト LH a (ロート製薬株式会社) クリアブルー排卵日予測テスト (アリーア メディカル株式会社)
調査期間	2016年11月15日～2017年11月14日 (本期間中に製造販売業者に返送されたアンケート葉書)	
総回答数	1057件	
期間中の出荷数量	613,181箱	
調査の目的	一般用黄体形成ホルモンキットの購入者が、本検査薬を適正に使用しているかの実態を把握する	
調査の対象	当該一般用検査薬を購入した使用者	
調査方法の概要	本検査薬の使用目的、販売時の説明、資材の分かりやすさ等を問う以下の質問内容を記載したアンケート葉書(無記名)(参考1)を各製品に同梱し、購入者が製造販売業者に送付する。 ① 購入目的の確認 ② 購入時の説明等に対する確認 ③ チェックシートや説明書に対する確認 ④ 使用後の確認 ⑤ 使用後のフォローアップ	
調査結果の概要	別紙(1)のとおり	
調査結果一覧表	別紙(2)のとおり	
調査結果に関する見解と今後の製造販売業者各社の対策	別紙(3)のとおり	
備考		

## 調査結果の概要

### ① 購入目的の確認

1057 例中 1053 例については、体調を知りたい、妊娠のために排卵日を知りたい等適正な使用目的での購入であった。

一方、避妊目的で購入したとの回答は 4 例/1057 例 (0.4%) であった。しかしながらこのうち 3 例は、『②購入時の説明等に対する確認』において、「避妊目的には使用できないことがわかった」(②-2 に対する回答) 旨回答したことから、「避妊目的には使用できない」ことを理解して購入したものと推察された。残り 1 例については、購入時の説明等では「避妊目的には使用できないことがわからなかった」旨の回答であったが、「説明書の内容」及び「チェックシートの内容」はいずれも「わかった」との回答であり、チェックシートでチェックした上で使用したとの回答であった。説明書、チェックシートにはいずれも「避妊目的には使用できない」と記載されていること、特に説明書については、その冒頭に、「検査結果が陰性であっても確実に避妊できるものではないので、避妊目的には使用できない」旨赤字で記載していることから、使用時には、「避妊目的には使用できない」ことを理解できたものと推察された。

### ② 購入時の説明等に対する確認

薬剤師による情報提供は、84.2%の割合で行われていた。平成 28 年度医薬品販売制度実態把握調査結果にある、第一類医薬品に対する情報提供の割合 89.4%に比べると若干低い数字となったが、デリケートな内容の情報提供となること、また今回の回答者の約 4 割が過去に使用した経験があるため情報提供の不要を申し出ていると思われることを加味すると平成 28 年度医薬品販売制度実態把握調査結果と比べて遜色ない情報提供率であると考えた。なお、平成 26 年 3 月 10 日薬食発 0310 第 1 号通知により、第一類医薬品については、薬剤師が適正に使用できると判断した場合には、説明を省略できることとなっている。このことから、過去に説明を受けた上で購入したとの判断材料となる「過去の購入履歴」は現実的に、販売時の「説明の有無」の目安となっていることから、これらの対象者への省略は適正なものと考えた。

また、薬剤師から説明を受けた場合、その説明内容についての理解度は 96.7%であった。同様に、避妊目的には使用できないこと、相談すべきときについての理解度は、98.8%、92.7%となった。後述するように説明書等への理解度は高かったことから、購入時の説明に加えて説明書等を利用することにより、購入者の理解が促進されることが確認された。

### ③ チェックシートや説明書に対する確認

「チェックシートの内容がわからなかった」との回答は、購入時の説明の有無にかかわらず 14 例あった。チェックシートの利用度は、77.5%にとどまったが、チェックシートを全く利用していないということではなく、コメントの中には、「確認したがチェックまではしていない」等が見受けられること、チェックシートを配布された場合は、98.5%の方が「チェックシートの内容は理解した」旨回答していることから、チェックはしていなくても、排卵日予測検査薬を使用する前に大切な事項を確認するというチェックシートの役割は果たしているものと考えた。一方、「説明書の内容は理解した」と回答した割合は 98.1%と高く、説明書により購入者の理解がさらに進んだものと考えた。

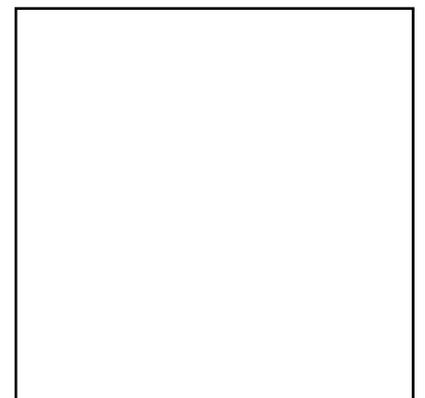
### ④ 使用後の確認

検査結果については、96.2%の方が自分で判定できたと回答しており、使用経験によらず、消費者がわかりやすい内容を提供できていると考えた。

#### ⑤ 使用後のフォローアップ

排卵日予測検査薬による検査の結果「医師の診療を必要とする結果であった」と回答した割合は全体の 21.9% (231/1057) であり、そのうち、「医師の診療を受けようと考えている」人の割合が 67.1% であり、実際に「医師の診療を受けた」人の割合が 55.8% であった。また、「医師の診療を必要とする結果」でなかった場合でも 18.4% (185/1003) の人が「医師の診療を受けようと考えている」という結果であった。

第 15 回出生動向基本調査 (2015 年) によると、最も医師への受診意向の高い結婚 5-9 年の夫婦であっても 42.0% の人が不妊について心配しているにも関わらず、21.6% のみが検査や治療経験があると報告されている。この結婚 5-9 年目の夫婦の受診率 21.6% と比較すると、本調査で得た医師への受診意向 67.1% (155/231)、医師への受診割合 55.8% (129/231) は非常に高くなっていることから、排卵日予測検査薬の使用がきっかけとなり、医師への受診が促進されたことが確認された。



## 調査結果一覧表

## 1) 対象者の背景

項目	回答形式	回答率 (%) (回答数/回答者数)
お仕事の状況 (無回答数: 6)	専業主婦	39.1 (411/1051)
	パート	19.5 (205/1051)
	自営業	1.8 (19/1051)
	公務員・会社員	36.0 (378/1051)
	その他	3.6 (38/1051)
年齢 (無回答数: 3)	～19歳	0.0 (0/1054)
	20～24歳	1.2 (13/1054)
	25～29歳	16.0 (169/1054)
	30～34歳	37.8 (398/1054)
	35～39歳	30.4 (320/1054)
	40歳～	14.6 (154/1054)
以前に排卵日予測検査薬を使ったことがありますか? (無回答数: 6)	以前に使ったことがある。	37.3 (392/1051)
	初めて使う。	62.7 (659/1051)
現在、妊娠・不妊に関することで医療機関を受診していますか? (無回答数: 50)	はい	35.9 (362/1007)
	いいえ	64.1 (645/1007)

## 2) 調査結果

## ① 購入目的の確認

① 購入目的の確認		合計			合計 (総回答者数: 1057)
		初めて (回答者合計 数:659)	経験有 (回答者合計 数:392)	経験不明 (回答者合計 数:6)	
1 本品をなぜ購入されましたか? (複数回答可)	体調を知りたい	60	22	0	82
	妊娠のために排卵日を知りたい	641	385	6	1032
	避妊のため	3	1	0	4
	医師にすすめられた	32	37	0	69
	薬局等ですすめられた	8	5	0	13
	医療機関に行く時間がない	27	24	0	51
	その他	17	17	0	34
避妊目的での購入割合 (避妊のための回答数/総回答者数: %)		0.46 (3/659)	0.26 (1/392)	0 (0/6)	0.4 (4/1057)

② 購入時の説明等への理解度（説明された内容、避妊目的には使用できないこと、医師・薬剤師への相談について）

② 購入時の説明等に対する確認		合計			合計
		初めて	経験有	経験不明	
1 薬剤師から説明された内容はわかりましたか？	はい	534	314	6	854
	いいえ	24	5	0	29
	説明がなかった	97	69	0	166
購入時の薬剤師による情報提供の割合（「はい」の回答数+「いいえ」の回答数）／回答者：％		85.2 (558/655)	82.2 (319/388)	100.0 (6/6)	84.2 (883/1049) (無回答数：8)
薬剤師の説明への理解度（「はい」の回答数/回答者：％）		81.6 (534/655)	80.9 (314/388)	100.0 (6/6)	81.4 (854/1049) (無回答数：8)
薬剤師の説明への理解度（「はい」の回答数/説明をうけた回答者：％）		95.7 (534/558)	98.4 (314/319)	100.0 (6/6)	96.7 (854/883)
2 避妊目的には使用できないことがわかりましたか？	はい	575	326	5	906
	いいえ	7	4	0	11
	説明がなかった	75	62	1	138
避妊目的には使用できないことの理解度（「はい」の回答数/回答者：％）		87.5 (575/657)	83.2 (326/392)	83.3 (5/6)	85.9 (906/1055) (無回答数：2)
避妊目的には使用できないことの理解度（「はい」の回答数/説明をうけた回答者：％）		98.8 (575/582)	98.8 (326/330)	100.0 (5/5)	98.8 (906/917)
3 どのようなときに、医師又は薬剤師に相談すればよいかわかりましたか？	はい	479	263	6	748
	いいえ	32	27	0	59
	説明がなかった	142	103	0	245
相談すべきときの理解度（「はい」の回答数/回答者：％）		73.4 (479/653)	66.9 (263/393)	100.0 (6/6)	71.1 (748/1052) (無回答数：5)
相談すべきときの理解度（「はい」の回答数/説明をうけた回答者：％）		93.7 (479/511)	90.7 (263/290)	100.0 (6/6)	92.7 (748/807)

③ チェックシート・説明書についての理解度

③ チェックシートや説明書に対する確認		合計			合計
		初めて	経験有	経験不明	
1 チェックシート*の内容はわかりましたか？	はい	572	333	6	911
	いいえ	8	6	0	14 ・購入時の説明あり 11 ・購入時の説明なし 2 ・購入時の説明について回答なし 1
	配布されていない	73	50	0	123
チェックシートの理解度（「はい」の回答数/回答者：％）		87.6 (572/653)	85.6 (333/389)	100.0 (6/6)	86.9 (911/1048) (無回答数：9)
チェックシートの理解度（「はい」の回答数/配付された回答者：％）		98.6 (572/580)	98.2 (333/339)	100.0 (6/6)	98.5 (911/925)
2 チェックシートでチェックした上で本品を使用しましたか？	はい	509	279	6	794
	いいえ	132	98	0	230
チェックシートの利用度（「はい」の回答数/回答者：％）		79.4 (509/641)	74.0 (279/377)	100.0 (6/6)	77.5 (794/1024) (無回答数：33)
3 上記1の質問で「いいえ」とお答えの方に質問します。 1) チェックシートで理解できなかった内容はどうしましたか？（複数回答あり）	説明書を読み直した	5	2	0	7
	薬剤師に相談した	2	1	0	3
	その他	2	3	0	5
4 本品と一緒に持っている説明書（検査のタイミング、検査方法、判定の仕方等）の内容はわかりましたか？	はい	632	387	6	1025
	いいえ	17	3	0	20
説明書の内容についての理解度（「はい」の回答数/回答者：％）		97.4 (632/649)	99.2 (387/390)	100.0 (6/6)	98.1 (1025/1045) (無回答数：12)
5 上記4の質問で「いいえ」とお答えの方に質問します。 1) わからないところについて医師、薬剤師に相談しましたか？	はい	3	1	0	4
	いいえ	14	2	0	16

④ 使用後の確認

④ 使用後の確認		合計			合計
		初めて	経験有	経験不明	
1 検査結果は、自分で判定できましたか？	はい	619	375	6	1000
	いいえ	30	9	0	39
検査結果を自分で判定できた割合（「はい」の回答数/回答者：％）		95.4 (619/649)	97.7 (375/384)	100.0 (6/6)	96.2 (1000/1039) (無回答数：18)

⑤ 使用後のフォローアップ

⑤ 使用後のフォローアップ		合計			合計
		初めて	経験有	経験不明	
1 医師の診療を必要とする結果でしたか？ 陰性が続いた，陽性が続いた，6周期チャレンジしても妊娠しない時には医師の診療を受けてください（無回答数：46）	はい	128	101	2	231
	いいえ	499	277	4	780
2 実際に、医師の診療を受けましたか？ （無回答数：1）	はい	58	70	1	129
	いいえ	70	30	1	101
医師への受診割合（2の「はい」の回答/1の「はい」の回答：％）		45.3 (58/128)	69.3 (70/101)	50.0 (1/2)	55.8 (129/231)
3-1 今回の検査結果がきっかけとなって医師の診療を受けようと思いましたが？（無回答数：51）	はい	212	129	2	343
	いいえ	408	251	4	663
3-2 今回の検査結果がきっかけとなって医師の診療を受けようと思いましたが？（1で「はい」の方のみ）（無回答数：3）	はい	86	68	1	155
	いいえ	40	32	1	73
医師への受診意向の割合（3-2の「はい」の回答/1の「はい」の回答：％）		67.2 (86/128)	67.3 (68/101)	50.0 (1/2)	67.1 (155/231)
4 医師の診療を受けなかった場合、その理由は何ですか。（複数回答可） （回答者数：577）	診療を受ける時間がない	86	43	1	130
	どこの病院に相談して良いか分からない	65	26	1	92
	恥ずかしい	25	6	0	31
	その他	252	135	2	389

## 調査結果に関する見解と今後の製造販売業者各社の対策

### ① 購入目的の確認

購入目的については、ほとんどの回答が、妊娠希望、体調を知りたい、医師・薬剤師にすすめられたとの適正な目的であったものの、避妊目的での購入が4例（0.4%）あった。この4例については、アンケートの他項目への回答から、いずれの事例についても、使用時には「避妊目的には使用できない」ことを理解したものと推察されたが、製造販売業者は、不適正な使用目的で購入された事例がでてきたことを重く受け止め以下のような対策をとり、「避妊目的での使用はできない」旨の啓蒙を図っていききたい。

- 購入時に避妊目的で使用できない旨を確認できるようにするために、各製品のパッケージに「避妊目的には使用できない」旨明確に記載する。
- 主要な情報収集媒体と考えられるウェブサイト上で、妊娠しやすい日が排卵日の前から排卵日の直後であること、避妊目的には使用できないこと等を引き続き情報提供していく。
- 今後とも避妊目的には使用できないこと等について、一般用黄体形成ホルモンキットを使用される方への情報提供に取り組んでいく。

### ② 購入時の説明等に対する確認

### ③ チェックシートや説明書に対する確認

### ④ 使用後の確認

一般用黄体形成ホルモンキット承認後、1年間の適正使用調査（中間報告）によって、一般用黄体形成ホルモンキットの購入者に、本検査薬の使用目的、販売時の説明、資材の分かりやすさ等に関する調査を行った。その結果、②購入時の説明等に対する確認及び③チェックシートや説明書に対する確認については、98.5%、98.1%と良好な結果であることが確認された。更に、調査の結果、チェックシートや説明書の理解は概ね良好であることから、説明書等により購入者の適正使用に関する理解は進み、適正使用の推進に非常に有用であると考えられた。特に④にある「検査結果は自分で判定できた」の設問については、96.2%の人が「判定できた」と回答しており、一般用検査薬に求められる購入者にわかりやすい情報提供ができているものと考えた。以上より引き続き、説明書等での情報提供を実施していくこととする。一方、「チェックシート」が配布されていなかったという回答が123件あった。販売時に配布されるチェックシートについては、販売店側での対応が重要となってくることから、販売店に、チェックシートの利用・配布についてさらに周知を図ることで対応していく予定である。

### ⑥ 使用後のフォローアップ

排卵日予測検査薬による検査の結果、「医師の診療を必要とする結果であった」と回答した割合は全体の21.9%（231/1057）であり、そのうち、「医師の診療を受けようと考えている」人の割合が67.1%であった。不妊について心配している夫婦が検査や治療を受けたことがある割合が28.2%であること（第15回出生動向基本調査（2015年））を勘案すると、排卵日予測検査薬により、高い受診意向を示していることが示唆された。このこと

から、排卵日予測検査薬は、購入者がその健康状態を把握し、受診につなげていくことのできる検査項目であり、一般用検査薬として適切なものであると考えられた。以上より引き続き、説明書等で医師の診療を必要とするケース等について情報提供を実施していくこととする。

2018年2月15日

厚生労働省医薬・生活衛生局

医療機器審査管理課殿

医薬安全対策課殿

(一社) 日本臨床検査薬協会

一般用黄体形成ホルモンキット市販後適正説明調査報告書（販売店に対する調査）  
（1年目中間報告）

対象品目	一般的名称	一般用黄体形成ホルモンキット
	販売名 (製造販売業者)	チェックワン LH・II 排卵日予測検査薬 (株式会社アラクス) ハイトスターH (株式会社ミズホメディール) P-チェック・LH クリアリー (株式会社ミズホメディール) ドゥーテスト LH a (ロート製薬株式会社) クリアブルー排卵日予測テスト (アリーア メディカル株式会社)
調査期間	2016年11月15日～2017年11月14日	
回答数	初回購入の方へのアンケート回答数：1794件 購入履歴がある方へのアンケート回答数：1590件	
調査の目的	一般用黄体形成ホルモンキットの購入者に対する情報提供が適正に行われたかどうかを確認する。	
調査の対象	一般用黄体形成ホルモンキットを販売した店舗	
調査方法の概要	一般用黄体形成ホルモンキットの取扱い店舗に対して製造販売業者よりアンケート用紙を配布し、回収する。	
調査結果の概要	別紙(1)のとおり	
調査結果一覧表	別紙(2)のとおり	
調査結果に関する見解と今後の製造販売業者各社の対策	別紙(3)のとおり	
備考		

## 調査結果の概要

### (1) 避妊目的に使用しない旨の説明について

避妊目的に使用しない旨の情報提供については、初回購入の方が 77.6%、購入履歴がある方への情報提供は 57.5%となった。

初回購入の方に本項目について説明をしなかった理由としては、購入者とのコミュニケーションから妊娠目的での購入であると確認できた、デリケートな内容となるため他人の目のある店頭で言葉に出すことを差し控えたというものであった。購入履歴がある方に説明をしなかった理由の多くは、購入履歴があるため説明不要と判断したというものであった。

### (2) 確認項目についての説明について

確認項目についての情報提供については、初回購入の方が 78.8%、購入履歴がある方への情報提供は 59.5%となった。

初回購入の方に説明をしなかった理由としては、内容が不妊治療や性交のようなデリケートな内容となるため他人の目のある店頭で説明することを差し控えた、薬剤師の判断で必要な項目のみ説明した、購入者が詳しく理解しており説明する必要がないと判断したというものであった。購入履歴がある方に説明をしなかった理由の多くは、購入履歴があるため説明不要と判断したというものであった。

### (3) 陰性が続き LH サージを確認できない場合の対処についての説明について

陰性が続き LH サージを確認できない場合の情報提供については、初回購入の方が 85.7%、購入履歴がある方への情報提供は 66.8%となった。

初回購入の方に説明しなかった理由については、限られた時間の中で重要項目から説明したため、陰性が続いた場合の説明は初回購入時には不要と判断した、デリケートな内容であるため他人の目のある店頭での説明を差し控えた等であった。購入履歴がある方に説明をしなかった理由の多くは、購入履歴があるため説明不要と判断したというものであった。

### (4) 検査のタイミングについての説明について

検査のタイミングについての情報提供については、初回購入の方が 96.1%、購入履歴がある方への情報提供は 72.1%となった。購入履歴がある方に説明をしなかった理由の多くは、購入履歴があるため説明不要と判断したというものであった。

### (5) 検査及び判定のしかたについての説明について

検査及び判定のしかたについての情報提供については、初回購入の方が 96.2%、購入履歴がある方への情報提供は 65.5%となった。購入履歴がある方に説明をしなかった理由の多くは、購入履歴があるため説明不要と判断したというものであった。

#### (6) チェックシートの活用についての説明について

チェックシートの活用についての情報提供については、初回購入の方が74.3%、購入履歴がある方への情報提供は54.0%となった。

初回購入の方に説明を行わなかった理由の多くが、チェックシートを知らない・わからないというものであり、また通常の第1類医薬品の販売時に購入者に確認している項目（過去の使用経験、妊娠の有無、持病の有無など）をまとめたチェックシートと混同している店舗も多数見受けられた。購入履歴がある方に説明をしなかった理由の多くは、購入履歴があるため説明不要と判断したというものであった。

#### (7) 購入時の質問について

購入履歴がある方については、質問をうけたことがほとんどないという回答が、多数であった。

受ける質問については、初回購入の方、購入履歴がある方のいずれも、各社の製品の違い、使用方法等についてであった。

## 調査結果一覧表

## (1) 避妊目的に使用しない旨の説明について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
「避妊の目的では使用できない」ことを説明しましたか？	説明した。	1005	624
	ほとんど説明した。	385	286
	あまり説明しなかった。	194	320
	ほとんど説明しなかった。	208	352
説明した割合（説明した+ほとんど説明した/回答数%）		77.6 (1390/1792) (無回答数：2)	57.5 (910/1582) (無回答数：8)

## (2) 確認項目についての説明について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
以下の場合に当てはまらないことを確認しましたか？ 又は、当てはまるが医師に相談していることを確認しましたか？ (確認項目) ① 不妊治療を受けている。 ② 適切な時期に性交をもっても1年以上妊娠しない。 ③ 生理周期や月経に異常がある。	確認した。	808	537
	ほとんど確認した。	598	399
	あまり確認しなかった。	230	360
	ほとんど確認しなかった。	148	278
説明した割合（確認した+ほとんど確認した/回答数%）		78.8 (1406/1784) (無回答数：10)	59.5 (936/1574) (無回答数：16)

## (3) 陰性が続き LH サージを確認できない場合の対処についての説明について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
検査期間中、陰性が続き LH サージが確認できない場合は、早期に医師又は薬剤師に相談することを説明しましたか？	説明した。	953	628
	ほとんど説明した。	571	427
	あまり説明しなかった。	131	268
	ほとんど説明しなかった。	124	256
説明した割合（説明した+ほとんど説明した/回答数%）		85.7 (1524/1779) (無回答数：15)	66.8 (1055/1579) (無回答数：11)

#### (4) 検査のタイミングについての説明について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
検査のタイミングとして、次の生理開始予定日の 17 日前から検査を開始すること、検査の際は、毎日ほぼ同じ時間帯に検査することを説明しましたか？	説明した。	1380	817
	ほとんど説明した。	338	326
	あまり説明しなかった。	39	255
	ほとんど説明しなかった。	31	187
説明した割合（説明した+ほとんど説明した/回答数%）		96.1 (1718/1788) (無回答数：6)	72.1 (1143/1585) (無回答数：5)

#### (5) 検査及び判定のしかたについての説明について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
検査及び判定のしかたについて説明しましたか？	説明した。	1390	692
	ほとんど説明した。	329	344
	あまり説明しなかった。	51	319
	ほとんど説明しなかった。	17	227
説明した割合（説明した+ほとんど説明した/回答数%）		96.2 (1719/1787) (無回答数：7)	65.5 (1036/1582) (無回答数：8)

#### (6) チェックシートの活用についての説明について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
本製品の適正使用のために、排卵日予測検査薬チェックシートを販売時に購入者に提供し、活用することを説明しましたか？	説明した。	781	477
	ほとんど説明した。	540	372
	あまり説明しなかった。	126	301
	ほとんど説明しなかった。	330	423
説明した割合（説明した+ほとんど説明した/回答数%）		74.3 (1321/1777) (無回答数：7)	54.0 (849/1573) (無回答数：17)

#### (7) 購入時の質問について

項目	回答形式	回答数	
		初回購入の方	購入履歴がある方
本製品の購入に際し、質問をうけたことがありますか？	質問を受けたことがほとんどない。	1051	1248
	たまに質問を受ける。	642	297
	よく質問を受ける。	74	16

## 調査結果に関する見解と今後の製造販売業者各社の対策

調査の結果、「避妊目的には使用しない」「確認項目にあてはまる場合には医師に相談」「陰性が続き LH サージを確認できない場合」についての情報提供については、初回購入者であっても「検査のタイミング」や「検査及び判定のしかた」についての項目に比べ、「説明をした割合」が少なくなった（項目 (1) (2) (3)）。その理由としては、薬剤師の判断により必要な項目に絞って説明されたケースや、説明内容が、不妊治療、性交や避妊などプライバシーにかかわる項目となることから、購入者の心情に配慮して他人の目のある店内での説明を差し控えたとのケースが見受けられた。しかしながら、別に行われた適正使用調査の結果においてはいずれの項目についても購入者の理解度が高く、このようなケースにおいても説明書・チェックシートの利用により、購入者の理解が得られているものと考えられた。

また、検査のタイミング、検査及び判定の仕方については、いずれも情報提供は高い割合で行われていた。

一方で、チェックシートの利用については、「チェックシート」があることが周知されておらず、他の項目よりも低い結果となった。「チェックシート」については、基本的に購入時に販売店にて配布するものとなるため、販売店への説明会等や、情報提供資料等を通じてチェックシートの周知・利用等について依頼するなど、さらなる周知徹底が図れるよう対策をとる予定である。

以上より、製造販売業者としては、説明書等の利用により購入者の理解は更に促進され適正使用に有意義であることから、引き続き、説明書等の同梱に取り組んでいきたいと考えている。

# 商業動態統計月報

Monthly Report on the Current Survey of Commerce

平成 3 0 年 3 月 分

March, 2018

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3月の家電大型専門店販売額は4032億円、前年同月比で見ると0.2%の増加となった。  
商品別にみると、通信家電が同12.8%の増加、カメラ類が同1.9%の増加、生活家電が同1.1%の増加、AV家電が同0.4%の増加となった。  
一方、情報家電が同▲5.1%の減少、その他が同▲2.0%の減少となった。

(単位:億円、店、%)

合計	AV 家電	情報 家電	通信 家電	カメラ類	生活 家電	その他	店舗数
4,032	572	931	404	180	1,566	380	2,530
0.2	0.4	▲5.1	12.8	1.9	1.1	▲2.0	2.1

## 6. ドラッグストア販売額の動向

平成30年3月のドラッグストア販売額は5307億円、前年同月比で見ると8.7%の増加となった。  
商品別にみると、調剤医薬品が同14.6%の増加、ビューティケア（化粧品・小物）が同12.3%の増加、食品が同10.1%の増加、OTC医薬品が同9.5%の増加、その他が同6.8%の増加、家庭用品・日用消耗品・ペット用品が同5.3%の増加、トイレタリーが同4.7%の増加、健康食品が同4.6%の増加、ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビーが同3.9%の増加となった。

(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
5,307	375	798	362	177	816	488	747	1,426	117	15,197
8.7	14.6	9.5	3.9	4.6	12.3	4.7	5.3	10.1	6.8	4.7

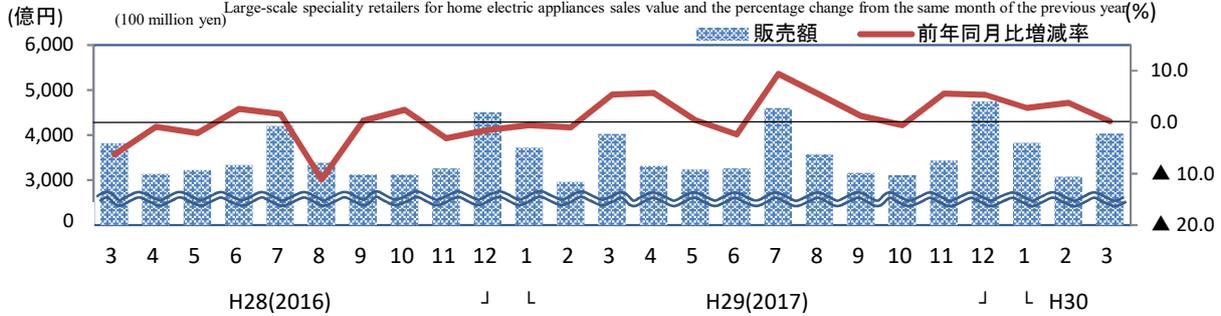
## 7. ホームセンター販売額の動向

平成30年3月のホームセンター販売額は2633億円、前年同月比で見ると0.4%の増加となった。  
商品別にみると、園芸・エクステリアが同6.0%の増加、カー用品・アウトドアが同4.9%の増加、DIY用具・素材が同1.4%の増加、ペット・ペット用品が同0.7%の増加となった。  
一方、電気が同▲4.7%の減少、オフィス・カルチャーが同▲4.1%の減少、その他が同▲1.8%の減少、家庭用品・日用品が同▲1.6%の減少、インテリアが同▲0.4%の減少となった。

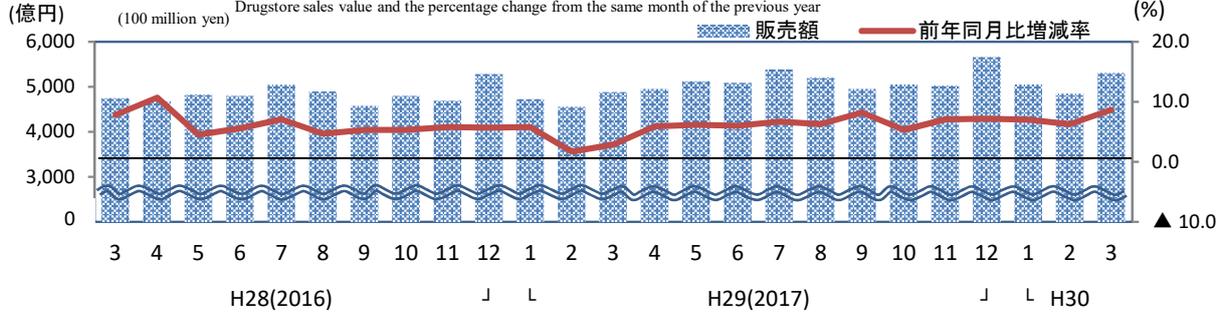
(単位:億円、店、%)

合計	DIY用具 ・素材	電 気	インテリア	家庭用品 ・ 日用品	園 芸・ エクステ リア	ペット・ ペット用 品	カー用 品・アウ トドア	オフィス ・カル チャー	その他	店舗数
2,633	569	150	190	549	407	194	144	156	274	4,306
0.4	1.4	▲4.7	▲0.4	▲1.6	6.0	0.7	4.9	▲4.1	▲1.8	0.8

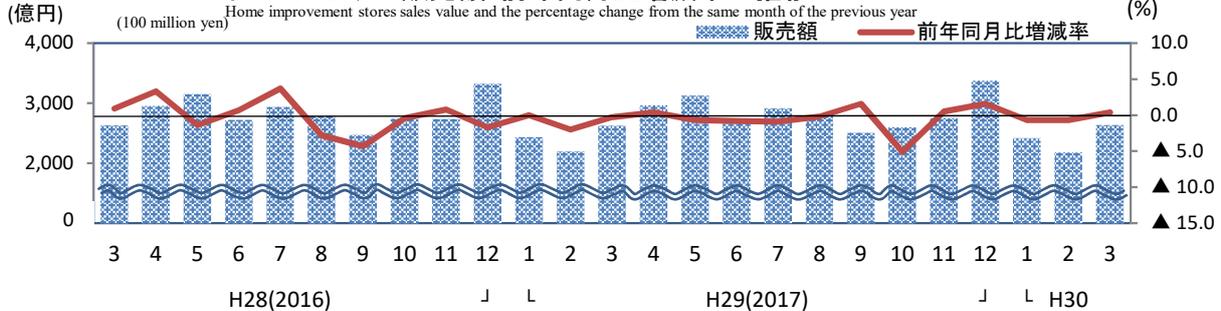
### 家電大型専門店販売額・前年同月比増減率の推移



### 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 27 年度	42,288	1.2	2,430	54,776	9.2	13,653	33,159	2.0	4,218	F.Y. 2015
28	41,984	▲0.7	2,478	57,729	5.3	14,509	33,040	▲0.4	4,271	2016
29	43,343	3.2	2,530	61,624	6.4	15,197	32,920	▲0.4	4,306	2017
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 30 年 1~3月	10,926	2.1	2,530	15,203	7.4	15,197	7,223	▲0.3	4,306	Q1 2018
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
2	3,073	3.8	2,527	4,844	6.3	15,124	2,175	▲0.7	4,296	Feb.
3	4,032	0.2	2,530	5,307	8.7	15,197	2,633	0.4	4,306	Mar.

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。  
Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

第6部 ドラッグストア販売

Part6 Drugstore sales value

第1表 商品別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table1 Sales value by goods and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年月	商品販売額 Sales of goods	調剤医薬品 Dispensing pharmaceutical products	OTC医薬品 Over the counter medical products	ヘルスケア用品(衛生用品)・介護・ベビー Health care (sanitary goods), nursing care, and baby products	健康食品 Health foods	ビューティケア(化粧品・小物) Beauty care (cosmetic products and goods)	トイレタリー Toiletry goods	家庭用品・日用消耗品・ペット用品 Household utensils, daily necessities, pet products	食品 Food	その他 Others	店舗数(店) Number of establishments	Year and Month		
													Sales value (million yen)	
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27年度	5,477,603	376,583	804,540	396,989	194,159	825,331	544,642	829,804	1,377,106	128,449	13,653	F.Y. 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	
	29	6,162,388	397,756	876,997	425,682	208,532	927,555	586,945	935,975	1,660,992	141,954	15,197	2017	
	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30年 1~3月	1,520,289	103,163	221,594	110,691	50,927	224,065	140,610	219,510	415,617	34,112	15,197	Q1 2018	
	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	
	2	484,380	33,096	68,078	36,462	16,432	68,552	44,870	69,896	136,233	10,761	15,124	Feb.	
	3	530,651	37,465	79,798	36,213	17,734	81,644	48,815	74,664	142,647	11,671	15,197	Mar.	
	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27年度		9.2	8.7	7.3	9.4	11.8	12.0	7.2	7.5	10.5	5.7	3.8	F.Y. 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	
29		6.4	7.4	4.4	5.8	4.7	7.5	3.4	4.7	9.3	4.8	4.7	2017	
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30年 1~3月		7.4	11.6	5.3	6.4	3.7	8.4	3.5	4.7	10.8	5.4	4.7	Q1 2018	
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	
2		6.3	8.9	2.2	7.0	3.4	5.3	2.7	4.3	11.1	5.2	4.8	Feb.	
3		8.7	14.6	9.5	3.9	4.6	12.3	4.7	5.3	10.1	6.8	4.7	Mar.	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

第6部 ドラッグストア販売

Part6 Drugstore sales value

第2表 経済産業局別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

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

年 月	北海道		東北		関東		中部		近畿		中国		四国		九州		沖縄		Year and month	
	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額	店舗数	販売額		
平成 27年	223,651	616	357,202	894	2,364,880	5,874	620,992	1,572	785,456	2,064	268,499	685	162,383	435	557,644	1,356	20,192	51	C.Y. 2015	
	240,175	654	377,546	961	2,486,311	6,035	688,483	1,720	847,049	2,150	292,675	740	172,065	450	598,600	1,425	22,897	55	2016	
	252,551	679	401,373	1,022	2,611,790	6,449	727,790	1,843	912,073	2,261	312,617	777	182,383	481	632,609	1,475	24,785	62	2017	
平成 27年度	229,820	621	358,933	906	2,418,214	5,882	636,628	1,596	803,612	2,091	273,718	698	165,306	434	569,867	1,372	21,505	53	F.Y. 2015	
	242,714	659	382,940	972	2,500,682	6,247	693,407	1,750	853,345	2,182	297,133	750	173,582	457	606,507	1,434	22,627	58	2016	
	255,465	679	407,658	1,037	2,650,151	6,510	742,838	1,859	935,972	2,290	317,548	782	185,972	492	640,611	1,487	26,173	61	2017	
平成 29年 1~3月	61,135	659	94,141	972	616,802	6,247	167,479	1,750	208,446	2,182	72,405	750	41,943	457	148,138	1,434	5,383	58	Q1 2017	
	61,758	661	99,878	986	654,105	6,313	182,059	1,782	229,815	2,209	77,745	755	45,971	463	158,796	1,445	5,998	58	Q2	
	65,707	669	105,394	1,004	663,884	6,360	187,650	1,816	233,973	2,236	80,242	763	46,878	468	162,629	1,462	6,621	60	Q3	
	63,951	679	101,960	1,022	676,999	6,449	190,602	1,843	239,839	2,261	82,225	777	47,591	481	163,046	1,475	6,783	62	Q4	
平成 30年 1~3月	64,049	679	100,426	1,037	655,163	6,510	182,527	1,859	232,345	2,290	77,336	782	45,532	492	156,140	1,487	6,771	61	Q1 2018	
	21,784	654	32,754	965	205,110	6,180	56,199	1,719	68,032	2,158	23,555	744	14,056	453	49,048	1,430	1,746	56	Jan. 2017	
	20,601	659	30,518	968	198,047	6,210	53,913	1,734	67,499	2,165	22,856	749	13,305	456	47,028	1,429	1,773	57	Feb.	
	18,750	659	30,869	972	213,645	6,247	57,367	1,750	72,915	2,182	25,994	750	14,582	457	52,062	1,434	1,864	58	Mar.	
平成 29年 1月	20,294	659	32,700	981	213,208	6,279	59,448	1,769	75,893	2,202	25,075	748	15,023	458	51,697	1,440	1,940	58	Apr.	
	20,200	659	33,062	984	221,401	6,285	61,241	1,771	77,490	2,208	26,874	754	15,701	461	54,468	1,445	1,989	58	May	
	21,264	661	34,116	986	219,496	6,313	61,370	1,782	76,432	2,209	25,796	755	15,247	463	52,631	1,445	2,069	58	Jun.	
	22,228	665	35,806	995	230,988	6,326	64,553	1,789	81,461	2,211	28,718	756	16,375	463	55,978	1,450	2,198	59	Jul.	
	22,326	667	35,890	998	221,315	6,340	62,866	1,799	77,503	2,221	26,783	760	16,006	465	54,994	1,462	2,239	60	Aug.	
	21,153	669	33,698	1,004	211,581	6,360	60,231	1,816	75,009	2,236	24,741	763	14,497	468	51,657	1,457	2,184	60	Sep.	
	21,097	670	33,366	1,008	215,127	6,385	61,102	1,831	76,279	2,236	26,995	767	15,235	470	53,247	1,461	2,223	61	Oct.	
	21,018	676	33,257	1,019	218,109	6,413	60,380	1,837	76,138	2,248	24,872	775	15,040	479	50,931	1,469	2,246	62	Nov.	
	21,836	679	35,337	1,022	243,763	6,449	69,120	1,843	87,422	2,261	30,358	777	17,316	481	58,868	1,475	2,314	62	Dec.	
	22,704	680	35,326	1,024	217,100	6,462	59,990	1,846	75,856	2,265	25,068	782	15,135	481	51,831	1,477	2,248	62	Jan. 2018	
	21,448	679	32,234	1,028	208,345	6,486	58,629	1,851	73,674	2,268	24,346	788	14,386	483	49,104	1,479	2,214	62	Feb.	
	19,897	679	32,866	1,037	229,718	6,510	63,908	1,859	82,815	2,290	27,922	782	16,011	492	55,205	1,487	2,309	61	Mar.	
平成 27年	6.9	5.5	5.4	6.6	5.8	2.8	4.8	4.0	11.1	2.8	8.1	5.7	6.5	4.3	3.8	3.8	19.8	8.5	C.Y. 2015	
	7.4	6.2	5.7	7.5	5.1	2.7	10.9	9.4	7.8	4.2	9.0	8.0	6.0	3.4	7.3	5.1	13.4	7.8	2016	
	5.2	3.8	6.3	6.3	4.1	4.3	5.7	7.2	7.7	5.2	6.8	5.0	6.0	6.9	5.7	3.5	8.2	12.7	2017	
平成 27年度	9.3	6.3	5.8	6.1	9.2	2.5	8.9	4.5	11.6	4.0	9.9	6.4	8.7	3.3	7.5	4.1	26.2	6.0	F.Y. 2015	
	5.6	6.1	6.7	7.3	3.2	3.7	8.9	9.6	6.2	4.4	8.6	7.4	5.0	5.3	6.4	4.5	5.2	9.4	2016	
	5.3	3.0	6.5	6.7	5.2	4.2	7.1	6.2	9.7	4.9	6.9	4.3	7.1	7.7	5.6	3.7	15.7	5.2	2017	
平成 29年 1~3月	4.3	6.1	6.1	7.3	1.5	3.7	3.0	9.6	3.1	4.4	6.6	7.4	3.8	5.3	5.6	4.5	▲4.8	9.4	Q1 2017	
	5.4	5.1	6.6	6.7	4.4	3.9	5.9	9.8	7.8	4.9	7.0	5.2	6.9	5.7	6.2	4.1	▲0.9	7.4	Q2	
	5.8	4.7	6.8	7.2	5.4	4.9	8.2	10.0	9.7	5.3	5.9	5.0	6.1	6.1	5.6	3.9	19.0	13.2	Q3	
	5.1	3.8	5.8	6.3	5.0	4.3	5.6	7.2	9.8	5.2	7.8	5.0	7.0	6.9	5.4	3.5	20.6	12.7	Q4	
平成 30年 1~3月	4.8	3.0	6.7	6.7	6.2	4.2	9.0	6.2	11.5	4.9	6.8	4.3	8.6	7.7	5.4	3.7	25.8	5.2	Q1 2018	
	6.5	6.2	7.3	7.9	3.7	2.8	7.8	8.2	4.5	4.1	9.2	7.7	5.3	4.4	8.0	4.8	▲4.4	7.7	Jan. 2017	
	5.0	6.5	5.8	7.9	▲0.5	3.1	1.7	9.2	1.5	3.9	3.9	7.8	1.7	5.8	3.0	4.8	▲6.2	7.5	Feb.	
	1.2	6.1	5.1	7.3	1.2	3.7	▲0.0	9.6	3.4	4.4	6.6	7.4	4.2	5.3	5.9	4.5	▲3.7	9.4	Mar.	
平成 29年 1月	5.6	5.8	7.0	7.3	4.3	3.6	5.6	9.9	7.4	4.7	7.3	5.8	7.9	5.3	5.2	4.7	2.4	9.4	Apr.	
	6.2	5.6	6.7	6.6	4.1	3.6	6.4	9.4	8.1	4.9	7.7	5.2	6.5	6.0	7.3	4.4	▲5.0	7.4	May	
	4.4	5.1	6.2	6.7	4.6	3.9	5.8	9.8	7.9	4.9	5.9	5.2	6.4	5.7	6.0	4.1	0.1	7.4	Jun.	
	7.3	4.7	8.9	7.1	5.1	4.0	6.9	9.7	8.4	4.7	5.6	4.4	5.3	5.2	5.5	4.2	21.4	11.3	Jul.	
	4.5	4.2	4.0	6.6	4.7	4.2	7.6	9.6	9.3	4.9	5.7	4.8	6.6	5.4	5.2	4.5	17.7	13.2	Aug.	
	5.6	4.7	7.6	7.2	6.6	4.9	10.2	10.0	11.6	5.3	6.4	5.0	6.5	6.1	5.9	3.9	17.9	13.2	Sep.	
	5.1	3.7	5.8	6.4	3.2	4.1	3.9	7.9	7.9	5.5	9.7	4.9	4.4	6.1	5.8	3.7	16.0	13.0	Oct.	
	5.2	4.5	5.0	6.7	6.0	4.1	6.2	7.6	10.5	5.4	7.0	5.7	7.3	7.2	5.0	3.5	22.4	14.8	Nov.	
	5.0	3.8	6.5	6.3	5.7	4.3	6.5	7.2	10.8	5.2	6.8	5.0	9.3	6.9	5.3	3.5	23.5	12.7	Dec.	
	平成 30年 1月	4.2	4.0	7.9	6.1	5.8	4.6	6.7	7.4	11.5	5.0	6.4	5.1	7.7	6.2	5.7	3.3	28.8	10.7	Jan. 2018
		4.1	3.0	5.6	6.2	5.2	4.4	8.7	6.7	9.1	4.8	6.5	5.2	8.1	5.9	4.4	3.5	24.9	8.8	Feb.
		6.1	3.0	6.5	6.7	7.5	4.2	11.4	6.2	13.6	4.9	7.4	4.3	9.8	7.7	6.0	3.7	23.9	5.2	Mar.

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。  
 Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

## 第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	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 27年度	27年度	229,820	621	44,565	128	63,531	168	103,105	243	31,988	99	40,652	107	F.Y. 2015
	28	242,714	659	48,819	142	66,296	172	108,010	259	35,450	109	44,448	117	2016
	29	255,465	679	51,950	152	69,680	179	114,741	274	38,383	116	48,240	128	2017
平成 29年 1～3月	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 30年 1～3月	64,049	679	12,723	152	16,877	179	28,459	274	9,464	116	11,988	128	Q1 2018	
平成 29年 1月	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	1月	22,704	680	4,484	150	5,923	179	9,998	269	3,342	115	4,216	127	Jan. 2018
	2	21,448	679	4,052	150	5,355	179	9,100	271	3,028	116	3,906	127	Feb.
	3	19,897	679	4,187	152	5,599	179	9,361	274	3,094	116	3,866	128	Mar.
平成 27年	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 27年度	27年度	9.3	6.3	11.2	13.3	5.2	3.1	4.5	1.7	11.9	8.8	5.0	7.0	F.Y. 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
	29	5.3	3.0	6.4	7.0	5.1	4.1	6.2	5.8	8.3	6.4	8.5	9.4	2017
平成 29年 1～3月	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 30年 1～3月	4.8	3.0	7.3	7.0	5.1	4.1	6.5	5.8	8.4	6.4	8.9	9.4	Q1 2018	
平成 29年 1月	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	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
	2	4.1	3.0	6.0	5.6	4.5	3.5	5.6	5.9	7.9	7.4	7.5	8.5	Feb.
	3	6.1	3.0	7.2	7.0	3.7	4.1	6.6	5.8	8.3	6.4	9.4	9.4	Mar.

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	福島 Fukushima		茨城 Ibaraki		栃木 Tochigi		群馬 Gunma		埼玉 Saitama		千葉 Chiba		東京 Tokyo			
	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments		
販売額 (百万円) ・ 店舗数(店)	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 27年度	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	
	29	84,664	188	159,941	354	118,113	235	111,309	284	371,729	997	303,709	768	657,599	1,704	
	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 30年 1～3月	20,915	188	39,441	354	29,269	235	27,697	284	91,199	997	75,236	768	163,899	1,704	
	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	
	2	6,793	185	12,657	350	9,500	236	8,919	281	29,173	999	23,987	770	51,406	1,693	
	3	6,759	188	13,140	354	9,751	235	9,404	284	31,959	997	26,271	768	59,398	1,704	
	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 27年度	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	
29		5.9	8.7	3.3	6.6	6.5	7.8	2.9	5.6	4.7	2.7	5.7	5.5	4.8	3.5	
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 30年 1～3月		5.8	8.7	3.8	6.6	5.8	7.8	5.5	5.6	4.3	2.7	7.0	5.5	7.1	3.5	
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	
2		4.4	7.6	2.8	5.4	4.6	8.8	5.2	5.6	4.5	3.5	5.5	6.2	5.0	3.4	
3		5.7	8.7	4.2	6.6	6.2	7.8	6.7	5.6	4.3	2.7	7.9	5.5	10.7	3.5	

注:前年(度、同期、同月)比増減率は、ギャップを調整するリンク係数(付表参照)で処理した数値で計算している。

Note:The percentage change from the same month/term of the previous year is calculated using the linked coefficient to adjust for discrepancies. Refer to the appendix table.

神奈川 Kanagawa		新潟 Niigata		富山 Toyama		石川 Ishikawa		福井 Fukui		山梨 Yamanashi		長野 Nagano		Year and Month
店舗数 Establishments		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
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
413,291	921	93,210	269	62,270	152	68,658	151	47,281	102	43,664	132	65,062	196	F.Y. 2015
424,953	1,008	98,745	285	66,237	156	74,291	158	53,787	111	45,713	130	69,470	211	2016
455,123	1,038	104,133	304	70,640	157	78,364	163	60,582	121	48,627	137	76,457	223	2017
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
112,649	1,038	25,092	304	17,355	157	19,120	163	14,946	121	11,935	137	19,182	223	Q1 2018
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
35,704	1,033	8,179	296	5,759	152	6,335	164	4,892	123	3,832	137	6,079	224	Feb.
39,745	1,038	8,502	304	5,781	157	6,406	163	5,110	121	4,122	137	6,660	223	Mar.
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
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
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	F.Y. 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
5.6	3.0	5.5	6.7	6.6	0.6	5.5	3.2	12.6	9.0	6.4	5.4	10.1	5.7	2017
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
7.5	3.0	3.4	6.7	8.0	0.6	7.2	3.2	11.9	9.0	7.2	5.4	10.4	5.7	Q1 2018
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
6.3	3.4	4.2	4.2	9.2	▲2.6	6.6	4.5	10.4	10.8	7.7	6.2	6.3	6.7	Feb.
9.7	3.0	2.2	6.7	10.2	0.6	10.2	3.2	14.8	9.0	6.2	5.4	10.4	5.7	Mar.

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

Percentage change from the same month/term of the previous year (%)

## 第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	岐阜 Gifu		静岡 Shizuoka		愛知 Aichi		三重 Mie		滋賀 Shiga		京都 Kyoto		大阪 Osaka			
	店舗数 Establishments															
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 27年度	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	
	29	143,082	392	243,411	466	375,517	918	75,235	229	65,224	181	101,275	286	414,971	915	
	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 30年 1～3月	35,360	392	59,564	466	91,961	918	18,731	229	16,167	181	25,126	286	104,134	915	
	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	
	2	11,370	393	18,909	467	29,234	918	5,931	224	5,201	183	7,971	281	32,786	906	
	3	12,500	392	20,766	466	32,628	918	6,593	229	5,662	181	9,057	286	37,662	915	
	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 27年度	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	
29		10.9	8.6	6.0	3.8	5.4	6.3	11.6	8.5	8.2	3.4	10.9	6.3	10.2	3.6	
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 30年 1～3月		13.4	8.6	5.4	3.8	7.6	6.3	10.7	8.5	10.6	3.4	11.5	6.3	13.1	3.6	
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	
2		13.9	9.5	6.1	4.7	7.0	7.5	10.0	7.7	10.9	4.6	9.4	5.2	9.2	4.1	
3		14.4	8.6	4.3	3.8	10.7	6.3	11.8	8.5	11.5	3.4	13.9	6.3	16.5	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.

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
209,914	554	32,978	100	16,753	70	18,773	56	26,508	60	66,445	155	97,407	256	F.Y. 2015
215,631	565	36,150	104	19,466	75	21,301	62	28,620	65	71,623	166	105,787	276	2016
226,314	586	42,975	121	24,631	80	22,847	63	30,218	70	77,184	176	115,095	291	2017
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
55,133	586	10,797	121	6,042	80	5,449	63	7,359	70	18,886	176	28,282	291	Q1 2018
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
17,478	583	3,403	113	1,943	79	1,715	63	2,301	70	5,924	176	8,874	292	Feb.
19,296	586	3,939	121	2,089	80	1,988	63	2,729	70	6,649	176	10,377	291	Mar.
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
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	F.Y. 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
5.0	3.7	18.9	16.3	26.5	6.7	7.3	1.6	5.6	7.7	7.8	6.0	8.8	5.4	2017
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
7.3	3.7	18.6	16.3	11.4	6.7	5.3	1.6	5.9	7.7	8.3	6.0	8.8	5.4	Q1 2018
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
6.2	3.0	17.5	9.7	12.8	8.2	4.8	3.3	6.3	9.4	8.0	6.0	8.7	5.4	Feb.
7.6	3.7	20.9	16.3	9.3	6.7	6.4	1.6	8.3	7.7	9.2	6.0	9.0	5.4	Mar.

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

Percentage change from the same month/term of the previous year (%)

## 第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

Table3 Sales value by prefectures and the percentage change from the same month/term of the previous year.

年 月	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	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 27年度	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	
	29	72,204	182	32,817	75	43,019	119	81,011	216	29,125	82	260,969	676	41,758	87	
	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 30年 1～3月	17,360	182	7,951	75	10,676	119	19,774	216	7,131	82	64,236	676	10,165	87	
	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	
	2	5,532	187	2,512	73	3,344	114	6,253	216	2,277	80	19,918	672	3,217	88	
	3	6,179	182	2,784	75	3,794	119	7,005	216	2,428	82	23,364	676	3,511	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 27年度	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	
29		3.4	0.6	3.7	7.1	8.0	14.4	7.8	5.4	8.0	5.1	7.5	4.2	6.1	3.6	
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 30年 1～3月		3.0	0.6	4.6	7.1	11.9	14.4	9.0	5.4	7.0	5.1	6.0	4.2	6.9	3.6	
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	
2		2.3	3.3	2.4	4.3	11.5	10.7	9.1	4.9	7.4	3.9	3.9	3.5	7.1	6.0	
3		3.0	0.6	6.7	7.1	14.0	14.4	9.9	5.4	6.8	5.1	8.3	4.2	5.7	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
49,943	111	75,538	158	53,033	107	55,826	119	69,254	179	21,505	53	F.Y.	2015
53,980	116	81,435	165	56,715	115	58,391	122	73,839	183	22,627	58		2016
55,814	117	84,279	174	59,384	120	59,921	121	78,486	192	26,173	61		2017
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	
13,461	117	20,264	174	14,355	120	14,512	121	19,147	192	6,771	61	Q1	2018
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
4,285	118	6,424	172	4,547	119	4,589	120	6,124	190	2,214	62	Feb.	
4,657	117	7,053	174	4,987	120	5,014	121	6,619	192	2,309	61	Mar.	
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
15.1	4.7	7.6	6.8	10.5	7.0	5.8	▲0.8	3.5	1.7	26.2	6.0	F.Y.	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
3.4	0.9	3.5	5.5	4.7	4.3	2.6	▲0.8	6.3	4.9	15.7	5.2		2017
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	
3.9	0.9	4.0	5.5	4.1	4.3	3.6	▲0.8	7.5	4.9	25.8	5.2	Q1	2018
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
3.2	1.7	4.0	4.9	3.4	5.3	3.6	▲0.8	7.5	3.8	24.9	8.8	Feb.	
3.7	0.9	3.5	5.5	3.3	4.3	3.7	▲0.8	6.9	4.9	23.9	5.2	Mar.	

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

Percentage change from the same month/term of the previous year (%)

## 第4表 商品別期末商品手持額、在庫率及び前年同期末比増減率

Table4 Commodity stocks and inventory ratio by goods and the percentage change from the same term of the previous year

	年期末	商品手持額										Year and Month					
		Commodity Stocks	調剤医薬品 Dispensing pharmaceutical products	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 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	Value ( million yen )	Commodity stocks			
	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					
	平成 30 年 3 月	856,950	36,747	133,935	59,138	35,210	235,238	80,173	117,793	138,016	20,700	Q1 2018					
	前年同期末比増減率 (%)	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	Percentage change from the previous year (%)	Inventory ratio
		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		
		平成 30 年 3 月	3.8	6.8	3.7	9.3	▲5.3	1.1	1.9	7.3	8.4	▲6.0			Q1 2018		
商品在庫率	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	Inventory ratio (%)	Inventory ratio			
	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					
	平成 30 年 3 月	161.5	98.1	167.8	163.3	198.5	288.1	164.2	157.8	96.8	177.4	Q1 2018					
	前年同期末比増減率 (%)	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	Percentage change from the previous year (%)	Inventory ratio
		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		
		平成 30 年 3 月	▲4.5	▲6.7	▲5.4	5.2	▲9.5	▲10.0	▲2.6	1.9	▲1.5	▲12.0			Q1 2018		

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.

平成30年5月18日  
消費者庁・財務省・経済産業省・中小企業庁

消費税の軽減税率制度の実施に伴う価格表示について

今般、平成31年（2019年）10月1日から実施される消費税の軽減税率制度の実施に伴う価格表示について、適切な価格表示を推進し、事業者間の公正かつ自由な競争を促進するとともに、一般消費者の適正な商品又は役務の選択を確保することを目的として、関係省庁連名で、同一の飲食料品の販売につき適用される消費税率が異なる場面における小売店等の価格表示の具体例等の取りまとめ（別紙1及び別紙2参照。）を行いましたので公表します。

【本件に関する問合せ先】

価格表示の方法に関する事項	消費者庁表示対策課 03-3507-8800（代表）
軽減税率制度に関する事項 （軽減対象品目、税額計算の方法等）	消費税軽減税率電話相談センター （軽減コールセンター） 0570-030-456
消費税の総額表示義務・総額表示義務の特例に関する事項	財務省主税局税制第二課 03-3581-4111（代表）

## 消費税の軽減税率制度の実施に伴う価格表示について

平成 30 年 5 月 18 日

消費者庁・財務省・経済産業省・中小企業庁

### 第 1 目的

平成 31 年（2019 年）10 月 1 日から実施される消費税の軽減税率制度においては、軽減税率の適用対象品目を「酒類及び外食を除く飲食料品」及び「定期購読契約が締結された週二回以上発行される新聞」としている。そのため、テイクアウト（飲食料品を持帰りのための容器に入れ、又は包装を施して行う飲食料品の譲渡をいう。）及び出前（単に相手方が指定した場所まで飲食料品を届ける行為をいう。）（以下「テイクアウト等」という。）には軽減税率が適用されることとなる一方、店内飲食（飲食設備のある場所において、飲食料品を飲食させる役務の提供をいう。）には標準税率が適用されることとなる。

このため、テイクアウト等及び店内飲食のいずれの方法でも飲食料品を提供する飲食店等の事業を営む者（以下「外食事業者」という。）や、イートインスペース（テーブルや椅子等の飲食に用いられる設備のある場所をいう。）のある小売店等の事業者では、同一の飲食料品の販売につき適用される消費税率（地方消費税率を含む。以下「適用税率」という。）が異なる場面が想定される。

このようなことから、消費税の軽減税率制度の実施に伴う価格表示について、上述の場面における価格表示の具体例等を示すことにより、適切な価格表示を推進し、事業者間の公正かつ自由な競争を促進するとともに、一般消費者の適正な商品又は役務の選択を確保することを目的とするものである。

## 第2 具体的な表示方法等

- 1 事業者がどのような価格設定を行うかは事業者の任意である。その上で、テイクアウト等（軽減税率）及び店内飲食（標準税率）で異なる税込価格（消費税及び地方消費税（以下「消費税等」という。）を含めた価格をいう。以下同じ。）を設定する場合における価格表示方法としては以下の2つの方法が考えられる。

### ○ テイクアウト等及び店内飲食の両方の税込価格を表示する方法

事業者の判断※により、テイクアウト等及び店内飲食の両方の税込価格を表示することが考えられる。なお、両方の税込価格に併せて、税抜価格（消費税等を含まない価格をいう。以下同じ。）又は消費税額を併記することも認められる。

※ 事業者の判断の具体例としては、例えば以下のようなものが想定される。

- 「テイクアウト等」と「店内飲食」が同程度の割合で利用される場合において、テイクアウト等と店内飲食の選択における消費者の価格判断を行う際の利便性を向上する など

### （具体例）

#### 外食事業者のメニュー表示

メニュー	
ハンバーガー	330 円 (324 円)
オレンジジュース	165 円 (162 円)
〇〇セット	550 円 (540 円)

※下段はテイクアウトの値段となります。

メニュー		
店内飲食（出前）		
かけそば	770 円	(756 円)
天ぶらそば	990 円	(972 円)
天井	880 円	(864 円)

#### イトインスペースのある小売店等の商品棚における価格表示

総菜パン	162 円
(店内飲食	165 円)

○ テイクアウト等又は店内飲食のどちらか片方のみの税込価格を表示する方法

事業者の判断※により、テイクアウト等又は店内飲食のどちらか片方のみの税込価格を表示することが考えられる。

※ 事業者の判断の具体例としては、例えば以下のようなものが想定される。

- 「テイクアウト等」の利用がほとんどである小売店等において、「店内飲食」の価格を表示する必要性が乏しい
- 「店内飲食」の利用がほとんどである外食事業者において、「テイクアウト等」の価格を表示する必要性が乏しい
- 「テイクアウト等」と「店内飲食」両方の価格を表示するスペースがない など

この点について、消費税法（昭和 63 年法律第 108 号）第 63 条では、総額表示義務として、不特定かつ多数の者に対してあらかじめ商品や役務の価格を表示するときに、税込価格を表示することが義務付けられているが、当該義務は、あらかじめ価格を表示しない場合にまで課されるものではないことから、テイクアウト等又は店内飲食のどちらか片方のみの税込価格を表示し、もう片方の税込価格を表示しない場合であっても、同条の規定には違反しない。

しかしながら、店内飲食の場合には適用税率が異なるため、テイクアウト等の場合よりも店内飲食のほうが税込価格が高いにもかかわらず、テイクアウト等の場合であることを明瞭に表示せず、その税込価格のみを表示している場合には、一般消費者に店内飲食の価格が実際の価格よりも安いとの誤認を与えてしまい、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号。以下「景品表示法」という。）第 5 条第 2 号の規定により禁止される表示（有利誤認）に該当するおそれがある。

また、一般消費者にとって価格表示は、商品又は役務（サービス）の選択上最も重要な販売価格についての情報を得る手段であるという点を踏まえると、テイクアウト等と店内飲食との間で税込価格が異なる場合は、事業者は、顧客の意思表示により異なる税率が適用され、税込価格が別途計算されることがあり得る旨、店舗内の目立つ場所に掲示するなどの手段により、一般消費者に対して注意喚起を行うことが望ましい。

(具体例)

外食事業者のメニュー表示

<u>メニュー</u>	
ハンバーガー	330 円
オレンジジュース	165 円
〇〇セット	550 円
※テイクアウトの場合、税率が異なりますので、別価格となります。	

<u>出前メニュー</u>	
かけそば	756 円
天ぷらそば	972 円
天丼	864 円
※店内飲食の場合、税率が異なりますので、別価格となります。	

イートインスペースのある小売店等の価格表示

(商品棚の価格表示)

総菜パン	162 円
------	-------

(店内掲示等)

店内飲食される場合、税率が異なりますので、別価格となります。

(参考) 外食事業者やイートインスペースのある小売店等において、適用税率を判定するための顧客への意思確認については、例えば、小売店等では「イートインコーナーを利用する場合はお申し出ください」、外食事業者では「テイクアウトの場合はお申し出ください」といった掲示により行うなど、営業の実態に応じた方法で行うこととして差し支えないものとされている。

「異なる税率が適用される旨」の掲示についても、上記意思確認の掲示と併せて表示することが可能となる。

2 事業者がどのような価格設定を行うかは事業者の任意である。そのため、軽減税率が適用されるテイクアウト等の税抜価格を標準税率が適用される店内飲食より高く設定、又は店内飲食の税抜価格を低く設定することで同一の税込価格を設定することも可能である<sup>※</sup>。その場合における価格表示方法としては以下の方法が考えられる。

※ 具体的には、

テイクアウト等の税抜価格：102円（8%）→ 110円（税込価格）  
 店内飲食の税抜価格：100円（10%）→ 110円（税込価格）

### ○ 一の税込価格を表示する方法

事業者の判断<sup>※</sup>により、テイクアウト等及び店内飲食の税込価格が同一になるようにテイクアウト等の税抜価格を高く設定、又は店内飲食の税抜価格を低く設定した上で、当該一の税込価格を表示することが考えられる。

※ 事業者の判断の具体例としては、例えば以下のようなものが想定される。

- テイクアウト等の税抜価格を上げる例
  - ・「出前」について、配送料分のコストを上乗せする
  - ・「テイクアウト」について、箸や容器包装等のコストを上乗せする
- 店内飲食の税抜価格を下げる例
  - ・「店内飲食」について、提供する飲食料品の品数を減らす
  - ・「店内飲食」の需要を喚起するため
- 従業員教育の簡素化や複数の価格を表示することに伴う客とのトラブル防止に資する など

(具体例)

外食事業者のメニュー表示

<u>メニュー</u>	
チーズバーガー	350円
リンゴジュース	180円
△△セット	600円

<u>メニュー</u>	
かけうどん	600円
天ぶらうどん	800円
かつ丼	850円

イトインスペースのある小売店等の商品棚における価格表示

あんパン	170円
------	------

(参考) 両方の税込価格が仮に同一であったとしても、適用税率が異なること  
に変わりはないことを踏まえると、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保  
する観点から、以下の点に留意する必要がある。

- ① 「全て軽減税率が適用されます」といった表示や、「消費税は8%し  
か頂きません」といった表示を行うことは、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。）や景品表示法により禁止されている。
- ② テイクアウト等の価格を店内飲食に合わせて値上げする場合には、消  
費者から問われた際に、先に挙げた具体例も参考にしつつ、合理的な理  
由を説明することが考えられる。

(参考) 税抜価格を表示する方法(平成33年(2021年)3月31日まで)

消費税転嫁対策特別措置法第10条第1項においては、現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置(以下「誤認防止措置」という。)を講じているときに限り、同法が失効する平成33年(2021年)3月31日までの間、消費税法第63条に規定する総額表示義務の特例として、税込価格を表示することを要しないこととされている。

その際、現行の誤認防止措置に加え、次に掲げる場合にはそれぞれ、以下の対応を行うことが望ましい。

① 税抜価格とともに消費税額を表示する場合

テイクアウト等と店内飲食との間で、適用税率が異なるため、両方の消費税額を表示する(又は、一定の注意喚起とともに、どちらか片方のみの消費税額を表示する。)

② 税抜価格のみを表示する場合

一般消費者の適正な商品又は役務の選択を確保する観点から、店舗内の目立つ場所に、テイクアウト等と店内飲食との間で適用税率が異なる旨について掲示するなどの方法により、一般消費者に対して注意喚起を行う。

(具体例)

外食事業者のメニュー表示

(両方の消費税額を表示)

<u>メニュー</u>		
本体価格 (税額: 店内飲食/テイクアウト)		
ハンバーガー	300 円	(30 円/24 円)
オレンジジュース	150 円	(15 円/12 円)
〇〇セット	500 円	(50 円/40 円)

(片方の消費税額を表示)

<u>出前メニュー</u>	
かけそば	700 円 +56 円
天ぷらそば	900 円 +72 円
天丼	800 円 +64 円

※店内飲食の場合、税率が異なるため消費税額が異なります。

(税抜価格のみを表示)

<u>メニュー</u>	
ハンバーガー	300 円 (税抜)
オレンジジュース	150 円 (税抜)
〇〇セット	500 円 (税抜)

※店内飲食とテイクアウトでは、税率が異なりますので消費税額が異なります。

(税抜価格のみを表示)

<u>出前メニュー</u>	
かけそば	700 円 +税
天ぷらそば	900 円 +税
天丼	800 円 +税

※出前と店内飲食では、税率が異なりますので消費税額が異なります。

イトインスペースのある小売店等の価格表示

(商品棚の価格表示)

総菜パン	150 円
------	-------

(店内掲示等)

当店の価格は全て税抜表示となっております。  
なお、持ち帰りと店内飲食では、税率が異なりますので消費税額が異なります。

## 消費税の軽減税率制度の実施に伴う価格表示について

事業者間の公正かつ自由な競争を促進するとともに、一般消費者の適正な商品又は役務の選択を確保する観点から、消費税の軽減税率制度実施後における適切な価格表示について示すもの。

【同一の飲食料品につきテイクアウト等と店内飲食の双方を行う場合の価格表示】

### 異なる「税込」価格を設定する場合

○ テイクアウト等と店内飲食両方の税込価格を表示

【外食事業者のメニュー表示】

メニュー	メニュー
ハンバーガー 330円 (324円)	店内飲食(出前)
オレンジジュース 165円 (162円)	かけそば 770円 (756円)
〇〇セット 550円 (540円)	天ぷらそば 990円 (972円)
	天丼 880円 (864円)

※ 下段はテイクアウトの値段となります。

【イートインスペースのある小売店等の商品棚における価格表示】

総菜パン 162円 (店内飲食 165円)
--------------------------

(注) 両方の税込価格に併せて、税抜価格又は消費税額を併記することも妨げられるものではない。

○ 店内掲示等を行うことを前提にどちらか片方のみの税込価格を表示

【外食事業者のメニュー表示】

メニュー	出前メニュー
ハンバーガー 330円	かけそば 756円
オレンジジュース 165円	天ぷらそば 972円
〇〇セット 550円	天丼 864円

※ テイクアウトの場合、税率が異なりますので、別価格となります。  
※ 店内飲食の場合、税率が異なりますので、別価格となります。

【イートインスペースのある小売店等の価格表示】  
(商品棚の価格表示) (店内掲示等)

総菜パン 162円
-----------

店内飲食される場合、税率が異なりますので、別価格となります。

(注) 景品表示法上の有利誤認表示に該当する恐れもあり、また、消費者の利便性の確保の観点から、店内掲示等により、店内飲食(又はテイクアウト等)では価格が異なる旨の注意喚起を行うことが望ましい。

### 「税込」価格を統一する場合

○ 一の税込価格を表示

【外食事業者のメニュー表示】

メニュー	メニュー
チーズバーガー 350円	かけうどん 600円
リンゴジュース 180円	天ぷらうどん 800円
△△セット 600円	かつ丼 850円

【イートインスペースのある小売店等の商品棚における価格表示】

あんパン 170円
-----------

(参考) 適正な転嫁等の観点から以下の点に留意

- ① 「全て軽減税率が適用されます」「消費税は8%しか頂きません」といった表示は転嫁阻害表示に該当
- ② テイクアウト等の価格を店内飲食に合わせて値上げする場合には、消費者から問われた際に、ガイドラインに挙げた具体例も参考にしつつ、合理的な理由を説明することが考えられる

### (参考) 税抜価格による表示

➤ 消費税転嫁対策特別措置法の適用期限(平成33年(2021年)3月31日)までは、誤認防止措置を講じている場合には税抜価格による表示も認められる。

【外食事業者のメニュー表示】

(両方の消費税額を表示)

メニュー	メニュー
	<small>本体価格(税額)店内飲食/テイクアウト</small>
ハンバーガー 300円 (30円/24円)	
オレンジジュース 150円 (15円/12円)	
〇〇セット 500円 (50円/40円)	

(片方の消費税額を表示)

出前メニュー	出前メニュー
かけそば 700円 + 56円	
天ぷらそば 900円 + 72円	
天丼 800円 + 64円	

※ 店内飲食の場合、税率が異なるため消費税額が異なります。

(税抜価格のみを表示)

メニュー	メニュー
ハンバーガー 300円 (税抜)	
オレンジジュース 150円 (税抜)	
〇〇セット 500円 (税抜)	

※ 店内飲食とテイクアウトでは、税率が異なりますので消費税額が異なります。

(税抜価格のみを表示)

出前メニュー	出前メニュー
かけそば 700円 + 税	
天ぷらそば 900円 + 税	
天丼 800円 + 税	

※ 出前と店内飲食では、税率が異なりますので消費税額が異なります。

【イートインスペースのある小売店等の価格表示】

(商品棚の価格表示) (店内掲示等)

総菜パン 150円
-----------

当店の価格は全て税抜表示となっております。なお、持ち帰り店内飲食では、税率が異なりますので消費税額が異なります。

# 「非行・被害防止全国強調月間」について

## ■1 経緯等

内閣府では、昭和 54 年度以来毎年7月を「青少年を非行から守る全国強調月間」としてきたが、平成 22 年度に、児童買春や児童ポルノといった福祉犯の被害防止も重点課題に加え、「青少年の非行・被害防止全国強調月間」と名称変更して実施してきている。

本年度も、青少年を取り巻く環境の変化を踏まえつつ、引き続き、幅広い関係省庁の参加と関係団体の協力・協賛を得て、国民の意識の高揚を図り、青少年の非行・被害防止のための活動を全国で集中的に実施する。

## ■2 主唱及び参加省庁等

・主唱	内閣府
・参加省庁等	各省庁、都道府県、市区町村
・協力団体	25 団体(青少年育成関係団体 等)
・協賛団体	62 団体(業界団体 等)

## ■3 重点課題

■重点課題 1 インターネット利用に係る犯罪被害等の防止

■重点課題 2 子供の性被害の防止

■重点課題 3 有害環境への適切な対応

■重点課題 4 薬物乱用対策の推進

■重点課題 5 不良行為及び初発型非行(犯罪)等の防止

■重点課題 6 再非行(犯罪)の防止

■重点課題 7 いじめ・暴力行為等の問題行動への対応

# 平成30年度「青少年の非行・被害防止全国強調月間」実施要綱

平成30年5月17日

内閣府特命担当大臣決定

## 1 趣旨

我が国は少子高齢化が急速に進行する中で、情報化、国際化、消費社会化等が進み、家庭、学校、職場、地域、情報・消費の場など青少年を取り巻く環境にも大きな影響を及ぼしている。

青少年の非行情勢については、平成29年の刑法犯少年の検挙人員は戦後最少を更新したものの、人口比では成人と比べ高い水準にあることから、引き続き非行防止活動に積極的に取り組まなければならない。

被害の現状については、近年スマートフォンやSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を始めとする新たな機器・サービスが急速に浸透し、青少年を取り巻くインターネット利用環境が大きく変化する中で、児童ポルノ事件の被害児童数やSNS等の利用に起因する児童買春等の被害に遭う児童の数が増加の一途をたどっている。加えていわゆる「JKビジネス」等、児童の性に着目した新たな形態の営業が出現するなど、子供の性被害は深刻な状況にある。また、人の目の届きにくいSNSを利用し、自殺願望を投稿するなどした青少年の心の叫びに付け込んで言葉巧みに誘い出し殺害するという極めて卑劣な手口による事件も発生したところである。

次代を担う青少年の育成は、国民全体に課せられた責務であり、国、地方公共団体、関係団体等が、それぞれの役割及び責任を果たしつつ、相互に協力しながら、地域が一体となった青少年の非行・被害の防止のための取組を進めることが必要である。

このため、7月を「青少年の非行・被害防止全国強調月間」（以下「月間」という。）とし、青少年の非行・被害の防止について国民の理解を深めるとともに、関係機関・団体と地域住民等とが相互に協力・連携して、特にインターネット利用に係る犯罪被害等の防止に重点を置きつつ、子供の性被害の防止や有害環境への適切な対応等の各種取組を集中的に実施する。

## 2 期間

平成30年7月1日（日）から同月31日（火）までの1か月間

## 3 実施体制

実施体制は、別紙のとおりとする。

## 4 重点課題及び主な実施事項

## (1) 重点課題1 インターネット利用に係る犯罪被害等の防止

平成29年10月に座間市で発覚した悲惨な事件を二度と繰り返さないことは関係省庁が横断的に取り組むべき課題であるという認識の下、「座間市における事件の再発防止策について」(平成29年12月19日座間市における事件の再発防止に関する関係閣僚会議決定)が取りまとめられたところであるが、関係者の協力を得つつ、同再発防止策を確実に実行する。

特に、SNS等における自殺に関する不適切な書き込みへの対策として、削除等に対する事業者・利用者の理解を促進するとともに、SNS事業者等による自主的な削除の強化、サイバーパトロール業務の民間事業者への委託、インターネット・ホットラインセンターへの通報促進等の事業者・関係者による取組を強化する。

加えて、インターネット上の有害環境から若者を守るための対策として、本年2月に改正法が施行された「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」(平成20年法律第79号)の改正内容について一層の周知に努めるほか、「青少年が安全に安心してインターネットを利用できるようにするための施策に関する基本的な計画」(第3次)(平成27年7月30日子ども・若者育成支援推進本部決定)に基づき、青少年のインターネットの適切な利用に関する教育、民間団体の取組の支援等の関連施策を着実に推進する。

また、青少年がインターネット利用に係る犯罪の被害等に遭うことがないように、警察、教育機関等の関係機関を通じて青少年やその保護者を始めとする社会全体に対して、インターネット利用に係る児童買春や児童ポルノ、ストーカーやいわゆる「リベンジポルノ」等の犯罪被害の実態、インターネットの利用に起因する個人情報の流出等のトラブルの実態、発達段階に応じたフィルタリング等の利用普及、インターネット利用に関する家庭でのルール作りや情報モラルを身に付けることの重要性について積極的な広報啓発を行うとともに、犯罪の被害や有料サイト利用料金名目の架空請求を始めとしたトラブル等に遭った際の相談窓口等についても周知徹底を図る。

中でも、近年多発しているSNS等に起因する犯罪から青少年を守るため、SNS等の危険性について教育・周知・啓発を行うとともに、SNS事業者が参画する「青少年ネット利用環境整備協議会」(平成29年7月発足)の活動支援を行う。

## (2) 重点課題2 子供の性被害の防止

近年、児童買春、児童ポルノを始めとする子供の性被害が後を絶たないことを鑑み、これらに対して対症療法的な取組にとどまらず、政府が一体となって子供の性被害が発生する要因・

背景にまで踏み込んだ施策を講じ、子供の性被害の撲滅を期するため、「子供の性被害防止プラン（児童の性的搾取等に係る対策の基本計画）」（平成29年4月18日犯罪対策閣僚会議決定）に基づき、「子供の性被害を絶対に許さない」という国民意識を高め、被害の予防・拡大防止、被害児童の保護・支援等の取組を推進する。

とりわけ児童が児童買春、「自画撮り被害」を含む児童ポルノ事犯や、いわゆる「JKビジネス」等に係る被害を受けることがないように、学校や関係機関を通じて児童やその保護者を始めとする社会全体に対して、性の逸脱行動や被害の現状、諸規制等について積極的な広報啓発を行う。

また、インターネット関係事業者や風俗営業所、飲食店等に対し、青少年の福祉を害する違法行為がなされないよう、関係法令の周知徹底を図るなど必要な働きかけを行う。

### **（3）重点課題3 有害環境への適切な対応**

図書やDVD等の販売店・レンタル店等の事業者に対して、有害図書・ソフトの区分陳列、店員が容易に監視できる場所への配置、青少年へ販売・貸付け等しないこと等、各地方公共団体の青少年保護育成条例に基づく対策の徹底を指導するとともに、その状況の調査・点検を実施する。

また、インターネットカフェ、漫画喫茶、カラオケボックス等の事業者に対して青少年の深夜の立入制限の措置を要請する。

このほか、酒類・たばこの販売窓口における年齢確認の徹底を図るなど、酒類・たばこの未成年者に対する販売等の防止に向けた取組を推進する。

### **（4）重点課題4 薬物乱用対策の推進**

「第四次薬物乱用防止五か年戦略」（平成25年8月7日薬物乱用対策推進会議決定）及び「危険ドラッグの乱用の根絶のための緊急対策」（平成26年7月18日薬物乱用対策推進会議決定）に基づき、学校における薬物乱用防止教育の充実のほか、街頭キャンペーンやイベントの開催など、あらゆる機会を捉え、家庭や地域社会、関係機関等が一体となり、薬物乱用の防止に関する指導の充実を図る。

特に、近年、青少年による大麻事犯の検挙人員が急増しており、青少年への広がり懸念されることから、青少年、保護者及び地域の指導者等に対して、大麻、覚醒剤、危険ドラッグ等の危険性や有害性に関する正しい知識の普及を積極的に推進する。

さらに、警察等による繁華街や駅前における街頭補導活動等により、薬物乱用青少年の早期発見に努めるとともに、関係機関・団体等によるカウンセリングや相談を強化し、治療・社会復

婦の支援やその家族への支援等に努めるなど、再乱用防止対策の充実強化を図る。

#### (5) 重点課題5 不良行為及び初発型非行（犯罪）等の防止

少年が非行に陥ったり、犯罪の被害に遭うことのないよう、少年やその家族に対する相談・支援活動等の強化を図る。また、警察、青少年センター等の関係機関や、地域住民、民間ボランティア等が連携して、地域の実情に応じた組織的かつ計画的な補導活動を展開し、飲酒・喫煙や深夜徘徊などの不良行為を行っている少年の早期発見に努め、的確な助言及び指導等を行う。

とりわけ少年の被害が後を絶たないストーカー事案については、被害者にも加害者にもならないよう、警察、教育機関等の関係機関が連携して、防犯教室等様々な機会を捉え、ストーカー行為等の被害の実態、具体的事例、予防・対応方法及び被害に遭った際の相談窓口等について積極的な広報啓発及び教育啓発を推進する。

さらに、万引きや自転車盗等が犯罪であり、絶対に行ってはならないことであるとの規範意識を少年に身に付けさせるため、学校における非行防止教室の開催などの取組を推進するとともに、事業者に対して、商品陳列棚の配置改善による店舗内の視認性の向上、店員による巡回強化、駐輪場内の監視強化等を要請することにより、少年の初発型非行を未然に防止する環境づくりを進める。

また、近年、中学生・高校生を含む少年が、遊興費欲しさに安易な考えから現金を受け取る役割の「受け子」等として振り込め詐欺を始めとする特殊詐欺に加担している現状に鑑み、非行防止教室の開催などにとどまらず、少年を犯行に誘い込む手口等について積極的な情報発信や特殊詐欺で検挙した少年と不良交友関係にある少年への注意喚起に努めるなど、少年を特殊詐欺に加担させない取組を推進する。

このほか、ボランティア活動、スポーツ・文化活動等の体験活動を推進することにより、青少年が多様な交流体験を経験しながら社会性、主体性を育むことができるようにするとともに、地域における青少年の「居場所」づくりを推進する。

#### (6) 重点課題6 再非行（犯罪）の防止

少年が非行を繰り返さないようにするため、平成28年12月7日に成立し、同年12月14日に公布、施行された「再犯の防止等の推進に関する法律」（平成28年法律第104号）や同法律による「再犯防止推進計画」（平成29年12月15日閣議決定）等に基づき、再非行の防止に関する施策の重要性について、国民の理解を深め、その協力を得られるよう広報啓発を推進する。

少年一人一人の問題状況に応じて、学校、警察、児童相談所、保護観察所等の関係機関が支援のためのサポートチームを形成するほか、複数の支援ニーズを持つ一人の少年を、その成長に応じて包括的に支える体制づくりなどの取組を一層推進する。

地域における相談機関相互の連携を強化し、青少年や保護者・家庭からの相談に対し、よりの確に対応する。

特に、民間ボランティア団体、職業安定機関、更生保護関係機関、矯正施設及び警察等関係機関・団体が連携し、健全な社会の一員として定着するまでの一貫した就労・修学支援を一層推進する。

#### (7) 重点課題7 いじめ・暴力行為等の問題行動への対応

いじめ・暴力行為等の問題行動の被害に遭っている少年が、一人で悩み・苦しむことのないよう、スクールカウンセラーやスクールソーシャルワーカー、スクールサポーターなどによる支援の活用を図るとともに、「24時間子供SOSダイヤル」、「子どもの人権110番」、児童相談所全国共通ダイヤル「189」、「ヤングテレホンコーナー」等の様々なSOSの受け止めに係る相談窓口における対応の充実とその周知を図る。また、様々な大人が関わり子供を見守る体制を構築するため、学校と警察を始めとする関係機関等との連携を強化するとともに、各学校等においても、児童生徒が自分や友人の安全に関する不安や懸念があったら、ちゅうちょすることなく、周囲の信頼できる大人に相談できるよう、様々なSOSの受け止めに係る相談窓口の校内における周知やPTA等との連携を進める。

このほか、学校非公式サイト、プロフサイト、SNS等における誹謗中傷の書き込み等「インターネット上のいじめ」も含め、いじめ・暴力行為等の問題行動の早期把握や解明に努め、問題行動を起こした少年に対しては、その特性に応じた適切な処遇・指導監督を推進するとともに、学校や関係機関からなるサポートチーム等の支援システムを活用して再発の防止を図る。

さらに、インターネット上のいじめは、刑法上の名誉毀損罪や侮辱罪、民事上の損害賠償請求の対象となり得ることや、いじめが重大な人権侵害に当たり、被害者等に深刻な傷を与えかねない行為であることを理解させるための取組を推進する。

### 5 留意事項

#### (1) 月間の趣旨の定着化

月間の実施を契機として、月間の趣旨が国民に定着していくようにするため、国民全体に向けた意識啓発や民間・地域住民の主体的取組の促進を重視する。

## (2) 連絡調整の強化

月間の実施に当たっては、関係機関・団体、地域住民等が一体となって非行防止等のための諸活動を円滑に実施できるよう、関係機関・団体等において、連絡会議の開催、実施計画の策定などにより連絡調整を十分に行うとともに、同期間に実施される他の青少年の非行防止等に関連する月間等との連携に配慮する。

(1) 主唱

内閣府

(2) 参加

内閣府、警察庁、金融庁、消費者庁、復興庁、総務省、法務省、最高検察庁、外務省、財務省、国税庁、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、防衛省、最高裁判所、都道府県、市区町村

(3) 協力 (五十音順)

指定都市教育委員会協議会、全国更生保護法人連盟、全国高等学校PTA連合会、全国高等学校校長協会、全国市町村教育委員会連合会、全国児童自立支援施設協議会、全国社会福祉協議会、全国少年警察ボランティア協会、全国人権擁護委員連合会、全国青少年補導センター連絡協議会、全国町村教育長会、全国都市教育長協議会、全国都道府県教育長協議会、全国防犯協会連合会、全国保護司連盟、全国連合小学校長会、全日本中学校長会、中核市教育長会、日本BBS連盟、日本PTA全国協議会、日本勤労青少年団体協議会、日本更生保護協会、日本更生保護女性連盟、日本私立中学高等学校連合会、麻薬・覚せい剤乱用防止センター

(4) 協賛 (五十音順)

アルコール健康医学協会、安心ネットづくり促進協議会、インターネット協会、インターネットコンテンツ審査監視機構、インターネットコンテンツセーフティ協会、映画倫理機構、衛星放送協会、草の根サイバーセキュリティ運動全国連絡会、子どもたちのインターネット利用について考える研究会、コンピュータエンターテインメント協会、コンピュータエンターテインメントレーティング機構、コンピュータソフトウェア倫理機構、出版倫理協議会、出版倫理懇話会、スポーツ七紙広告掲載基準委員会、青少年ネット利用環境整備協議会、成人番組倫理委員会、セーフアーインターネット協会、セルメディアネットワーク協会、全国卸売酒販組合中央会、全国携帯電話販売代理店協会、全国興行生活衛生同業組合連合会、全国小売酒販組合中央会、全国地ビール醸造者協議会、日本アミューズメント産業協会、全日本広告連盟、知的財産振興協会、テレコムサービス協会、電気通信事業者協会、電子情報技術産業協会、東京臨床心理士会、日本アドバタイザーズ協会、日本インターネットプロバイダー協会、日本映像ソフト協会、日本映像ソフト制作・販売倫理機構、日本カラオケボックス協会連合会、日本ケーブルテレビ連盟、日本広告業協会、日本広告審査機構、日本コンテンツ審査センター、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合、日本雑誌協会、日本雑誌広告協会、日本酒造組合中央会、日本蒸留酒酒造組合、日本新聞協会、日本精神衛生学会、日本電話相談学会、日本複合カフェ協会、日本フランチャイズチェーン協会、日本放送協会、日本民間放送連盟、日本ユニセフ協会、日本洋酒酒造組合、日本洋酒輸入協会、日本臨床心理士会、日本レコード協会、日本ワイナリー協会、ニューメディア開発協会、ビール酒造組合、マスコミ倫理懇談会全国協議会、モバイルコンテンツ審査・運用監視機構

# 温度の変化は



# ダメ!

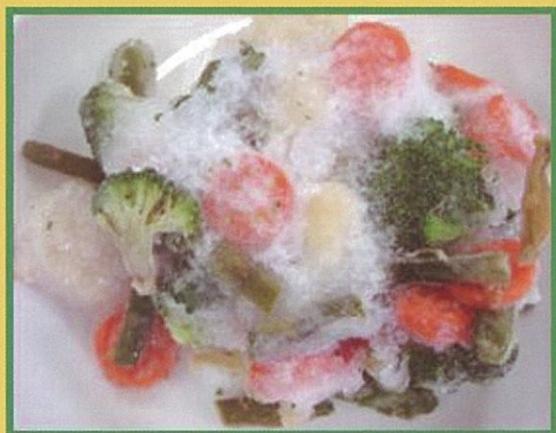
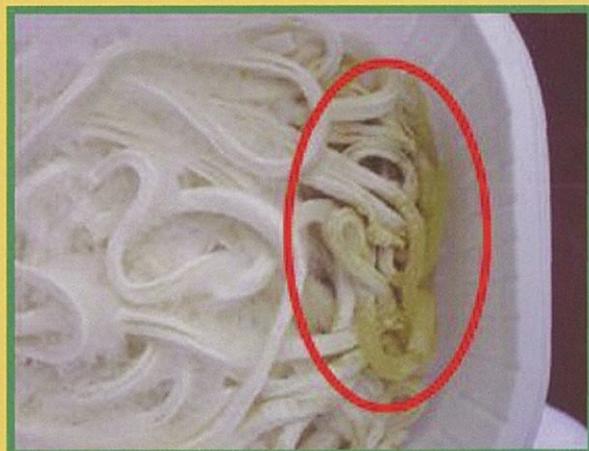


温度変化によって  
食品中の水分が移動すると…

## 霜・氷の付着

さらに水分が失われると…

## 乾燥・変色



解凍・再凍結によって…

## 中身が固化

ココロに  
おいしい  
冷凍食品

# 冷凍食品

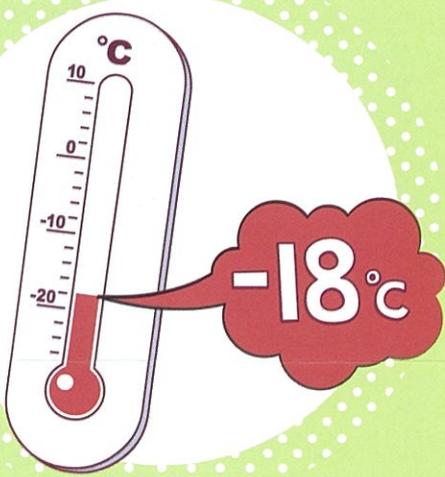
の

# 温度管理

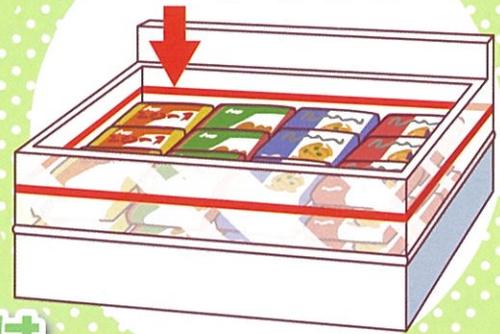
品温は

**-18℃以下**

に保たれていますか？



ロードライン



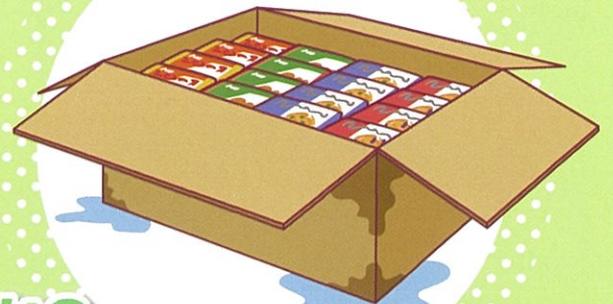
商品は

**ロードライン以下**

に陳列されていますか？

冷凍庫・ショーケースの

**外に放置** されていませんか？



**正しい温度管理でお店の信用アップ！**

## \* 購入時のポイント \*

### 1 品温が-18℃以下のもの

売り場の冷凍ショーケースについている温度計を確かめ、-18℃以下に保たれているケースの商品を選んで購入しましょう。ロードライン（積荷限界線）以下に陳列されているかどうかチェックしましょう。



### 2 ガッチリ凍っているもの

品温が -18℃以下ならば当然ガッチリ凍っています。カチンカチンに凍っているものが良い冷凍食品です。

### 3 包装がしっかりしているもの

包装が破れているものは不衛生であり、乾燥や色の变化など、品質が低下しているおそれがあります。

### 4 きちんと表示してあるもの

冷凍食品には、名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、凍結前加熱の有無、加熱調理の必要性、製造者名などを表示することになっています。それらの必要な事項がきちんと表示されているかどうかを確認しましょう。

### 5 認定証マークのついているもの

「認定証」マークのついているものは、（一社）日本冷凍食品協会の「冷凍食品認定制度」により認定された工場で製造された製品です。このマークは信頼の証です。



### 6 購入は最後に

冷凍食品は長く持ち歩くと解けるので、最後に買いましょう。

## \* ご家庭へ持ち帰る時の注意点 \*

### 冷凍食品を解かさずに持ち帰る良い方法は？

- 1 保冷バッグを使い、保冷剤や氷等を利用しましょう。
- 2 保冷バッグがない場合は、新聞紙などで包み、買い物袋の中央に入れましょう。
- 3 何点かの冷凍食品をまとめ買いすると、お互いの冷気の作用で解けにくくなります。
- 4 買い物が終わる次第帰宅し、すぐに冷凍庫にしまいましょう。

ココロに  
おいしい  
冷凍食品

(一社)日本冷凍食品協会  
<http://www.reishokukyo.or.jp>

冷食 一般社団法人 日本冷凍食品協会

〒104-0045 東京都中央区築地3-17-9 興和日東ビル4階  
Tel:03-3541-3003(代) Fax:03-3541-3012

冷食ONLINE



WEBで随時更新中！

冷食ONLINE

検索



おいしい・便利・安全・信頼

冷凍食品  
だからOK!

冷食 一般社団法人 日本冷凍食品協会  
<http://www.reishokukyo.or.jp>

# 冷凍食品 あなたの疑問にお答えします!



## 疑問1 冷凍食品は、なぜそんなに日持ちするのですか?

→細菌は、冷凍状態では活動できないから。

- 細菌は、低温の状態だと活動できなくなるので、-18℃以下の低温で保存されている冷凍食品では、腐敗の原因となる細菌が繁殖する心配がありません。そのため保存料を使う必要がありません。

## 疑問3 冷凍食品は、冷凍することや長期保存することでまずくなるのでは?

→急速凍結で、とれたて、つくりたての  
おいしさをキープ

- 冷凍食品は、低温で急速に凍結することで、とれたて、つくりたてのおいしさや品質を保っています。
- さらに、冷凍食品は -18℃以下であれば、おおよそ1年間は最初の品質がそのまま保たれます。上手に解凍すれば、凍結前の状態が再現できます。



## 電子レンジ調理の チェックポイント

1. 商品ごとに調理方法が異なるので、調理方法をよく読んでから調理しましょう。



2. 袋ごと調理できる商品と、袋から出して調理する商品があります。アルミを使った袋は発火することがありますので、レンジに入れしないでください。

## 疑問2 冷凍食品は、冷凍することで栄養が減るのでは?

→食品の組織を壊さないから、  
栄養はそのまま。

- 低温で急速に凍結すれば、食品の中にできる氷の結晶が小さいので、組織がこわれず、栄養が損なわれません。
- きちんと -18℃以下で保存すれば、おおよそ1年間は、栄養が損なわれることはほとんどありません。

## 疑問4 冷凍食品は、どのような安全管理を行っているのですか?

→しっかりした安全管理で、信頼して使える

- 冷凍食品メーカーは、原料の選別、商品の生産・安全・品質の管理、保管と物流の際の温度管理などをきちんと行っています。
- (一社)日本冷凍食品協会の加盟メーカーの冷凍食品は、「冷凍食品認定制度」にもとづいて、原材料の徹底した管理、製造工程のチェック、従業員の教育など、安全の対策をきちんと行っており、製品には「認定証マーク」をつけているので、信頼して使ってください。



3. 量、大きさ、厚さ、形などによって解凍時間が異なるので注意しましょう。



4. 「あたため」などのオート調理ではなく、手動で、袋に記載の出力(ワット数)・調理時間に合わせてください。



## 冷凍食品の上手な 解凍・調理のポイント



### 調理冷凍食品

- ・凍ったまま加熱調理する。

### 冷凍水産物

- ・半解凍状態にして調理する。解凍しすぎないことが大切。
- ・えび、いか、シーフードミックスなどの冷凍水産物は、表面にグレーズ(氷の膜)が付いているので、半解凍後水分をふき取ってから調理する。

### 冷凍野菜

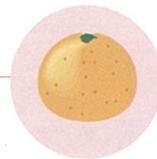
- ・ほとんどの野菜は、凍ったまま加熱調理する。
- ・一部を除いて、70%~80%位加熱してから急速凍結しているため、加熱は生の野菜の20%~30%の時間で十分。

### 冷凍畜産物

- ・完全解凍状態にして調理する。

### 冷凍果実

- ・半解凍状態にして調理する。



平成 30 年 5 月 吉日

担当者 各位

デリカテッセン・トレードショー運営事務局  
お弁当・お惣菜大賞事務局

お弁当・お惣菜大賞 2019 エントリーのご案内について

謹啓 時下ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、来年 2 月・幕張メッセで開催させていただく「デリカテッセン・トレードショー 2019」(お弁当・お惣菜など中食産業の最新情報を発信する商談展示会)では、主催者企画として前回に引き続き、お弁当・お惣菜大賞 2019 を実施いたします。おかげ様で前回のお弁当・お惣菜大賞では 5 万件を越えるエントリーをいただき、認知度ならびに注目度も年々高まり、販売促進や従業員のモチベーション向上にも繋がったと評価をいただいております。

つきましては、「お弁当・お惣菜大賞 2019 エントリーのご案内」を送付させていただきますので、何卒ご高覧いただき、エントリーをご検討賜りますようお願い申し上げます。

なお、本件に関しご不明な点がございましたらお気軽にお問い合わせください。

まずは略儀ながら、書中をもってご挨拶申し上げます。

謹 白

◆お問い合わせ先

お弁当・お惣菜大賞事務局 <(株)日経ピーアール内>

TEL:03-6812-8688 FAX:03-6812-8649 E-mail:award@obentou-osouzai.jp

(平日 10:00~17:00、土・日・祝日は除く)

# お弁当・お惣菜大賞2018 最優秀賞 受賞者インタビュー



弁当部門

スーパーマーケット

有楽調理食品(株)

天然真鯛のゆずめし弁当

## 素材のすべてにこだわった“感動”のお弁当です

当社は旬を大切にしており、その食材が一番おいしい季節に合わせた商品開発を心掛けています。目指しているのは料亭クオリティーであり、その先の“感動”です。「天然真鯛のゆずめし弁当」も旬を提供する商品です。目で見ておいしく、食べておいしく、春の訪れを感じて頂ける商品として開発しました。

当社の親会社であるいかりスーパーマーケットのお客様は、年配の方も多く、和食を好む傾向にあります。また、価格よりも品質やおいしさを追求される方がほとんどです。当商品もお弁当としては決して安いとは言えませんが、価格よりも商品の価値を追求しており、召し上がって頂ければ、価格以上の価値や贅沢感を感じて頂ける商品だと考えています。

国産の天然真鯛が一番おいしい季節は冬から春にかけてです。瀬戸内産の天然ものにこだわった一番の理由は味にあります。養殖ものとは全く味が違います。天然も

の味がしっかりとおり脂のりが良く、皮も美しい桜色をしており、調理した際の見た目も華やかになります。サイズは1.5kg~2.0kgの活めにしたもののみを使用。もちろん刺身でもおいしく頂ける鮮度抜群のもので、その真鯛を酢めにして使用します。

ゆず飯に使用する米は、国産産地指定銘柄米3種類をブレンドし、一番相性の良い配合にしています。酢飯には、生ゆず果汁を配合した酢を使用し、爽やかさも演出しました。

お弁当の中には、自家製の手作り和惣菜を10種類詰めております。和惣菜の多くは、こだわりの“だし”を使用して調理しています。

開発に当たり苦労した点は、良いサイズの天然真鯛の確保も然ることながら、真鯛の鮮度との戦いでした。鮮度は味に直結するので、調理スピードを速くすることを常に心掛けて作業しています。



写真左:  
(株)いかりスーパーマーケット  
戸塚支店 副店長 一般食品部チーフ  
門脇 慎二  
写真右:  
有楽調理食品(株)  
製造管理課  
藤原 理江



おにぎり部門

CVS・専門店 他

(株)ローソン

もち麦入りおにぎり 枝豆と塩昆布

## 食べ応えのあるヘルシーおにぎりの秘密は、「心地よい食感」

ナチュラルローソンでは、“美と健康”をテーマに30~40代女性をターゲットにした商品開発を実施しています。近年、健康や美容に対して意識の高いお客様が増えています。サラダの売上が伸び続けていることはもちろん、中でも特定の栄養素に特化しておいしく摂取することを目的とした「摂取サラダ」への支持が高まっています。

「もち麦入りおにぎり 枝豆と塩昆布」は、もち麦や枝豆、昆布など、女性が好んで摂取する栄養素である“食物繊維”を豊富に含んだ食材を使用したおにぎりです。特にもち麦は、食べたものの消化・吸収を遅らせる水溶性食物繊維を豊富に含んでいます。当商品はおにぎりカテゴリの中でも上位に入り、安定した人気の商品です。

当社がもち麦を使用した商品開発をスタートしたのは約12年前です。当時はもち麦を使用した商品もヘル

シー系のおにぎりもほとんどありませんでしたが、現在は競争の激しいカテゴリとなっています。そのような中で、ナチュラルローソンだけでなく、レギュラーローソンでも安定して支持を集めているのは秘密があります。それは米の配合バランスです。原料は主にうるち米ともち麦ですが、さらにもち米を配合し、うるち米:もち麦:もち米の黄金比により、しっかりと食感と食べ応えを感じられるように仕上がっています。その他、枝豆を加えることにより心地よい食感をプラスし食欲を増進させます。

味付けは、塩昆布の味わいに加え、優しくふんわりとした味わいを出すために、昆布と鰹だして炊いています。ナチュラルローソンでは、「ご飯をつかわないキーマカレー」などの主食を野菜に置き換えたお弁当などを発売しており、さらにヘルシーな商品を開発していきたいです。



写真左:  
(株)ローソン 商品本部  
ナチュラルローソン商品部 部長  
谷口 佳明  
写真右:  
(株)ローソン 商品本部  
中食商品部 チーフマーチャンデザイナー  
堤 洋平



売場部門

スーパーマーケット

サミット(株)

総菜選挙

## チラシから来店訴求。参加型企画「総菜選挙」で、サミット自慢の惣菜の認知度がアップ!

サミット「総菜選挙」は、当社の人気惣菜7商品に対し、惣菜担当バイヤーがそれぞれの公約を掲げ立候補し、お客様が店舗に設置された投票箱に直接投票します。当選した商品は、チラシ特売に設定され公約を果たすという企画です。

この企画のきっかけは、会議中に出たちょっとした雑談からでした。その頃の話としては、「2017年東京都議会議員選挙」や毎年恒例の「AKB総選挙」など、どちらも有権者が直接選ぶものでした。会議後、総菜部から営業企画部に話を持ち掛けたところ、「総菜選挙」企画が実現しました。

チラシの重要性は、まずはお客様に見て頂くことだと考えています。興味をもってサミットに来て頂くために、今回は紙面の半分を使用したユニークなチラシとなりました。また、お客様・従業員参加型の企画であることに大きな意味があると考えています。

総菜部門としては、6月の父の日の後は梅雨に入り売上が厳しくなる時期です。6月後半の売上の柱にするという思いと、サミットの自慢の惣菜商品を新たなお客様に知って欲しいという二つの思いがありました。

選挙結果は、1本88円セールを公約とした「桜姫鶏の焼きどり」が当選し公約を果たしました。しかし、我々は結果以上に大きなものを得たような気がします。総菜選挙をきっかけに、全従業員が自分たちで考えて売ることの楽しさを知りました。試食台を改造した選挙カーで宣伝しながら店内を練り歩く者やたすき掛けをして推し商品の応援をする者、惣菜バイヤーにおいてはYouTubeやサミットビジョンで政見放送を実施しました。

今回の総菜選挙をきっかけに、我々が楽しくなればお客様に伝わり、我々もさらに伝えるようになりました。まだ入り口に立ったばかりですが、サミットは新たな良い方向に向かっていっていると感じています。



写真左:  
サミット(株)  
総菜部 チーフバイヤー  
和田 行博  
写真右:  
サミット(株)  
営業企画部 販売促進グループ  
中里 雄



# Bento and Prepared Meal Awards お弁当・お惣菜大賞2019

## エントリーのご案内

「お弁当・お惣菜大賞」とは、お弁当・お惣菜・サラダ・パン等の中から、特に優れた商品を選出し表彰するプログラムです。

エントリー  
無料!

応募締切

2018年9月21日金

受賞のメリット 1

受賞シールを貼って  
売上アップ!



最優秀賞 優秀賞・特別賞 最終審査を経て入選

※シールのデザインは変更する場合があります。

受賞のメリット 3

表彰式・受賞商品展示があり  
担当者のモチベーションアップ!



受賞のメリット 2

TV・新聞等に取り上げられ  
商品や売場の認知度アップ!



エントリーは  
2業態・12部門!

スーパー  
マーケット

CVS・専門店  
ほか

カツ丼(定番商品)  
カツ重

弁当部門

惣菜部門

サラダ部門

麺部門

丼部門

おにぎり部門

寿司部門

パン部門

スイーツ部門

祭事・催事部門

売場・企画部門

今回より「定番商品部門」を新設しました。  
お弁当・お惣菜大賞2019では「カツ丼・カツ重」にフォーカスを当て、優れた商品を選出します。

自薦・他薦は問いません。優れたお弁当・お惣菜等がありましたら、いますぐお申し込みください!

お弁当・お惣菜大賞事務局

(株)日経ビーアール内

TEL:03-6812-8688

FAX:03-6812-8649

E-mail:award@obentou-osouzai.jp

(10:00~17:00、土・日・祝日を除く)



# Bento and Prepared Meal Awards お弁当・惣菜大賞2019

## 表彰式

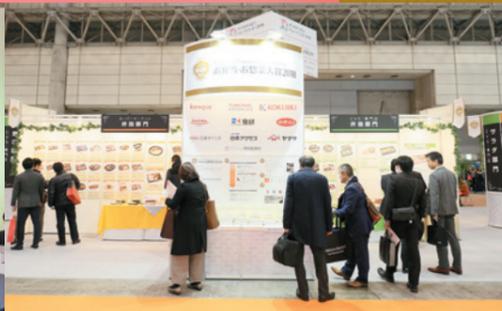
### お弁当・惣菜大賞とは…

スーパーマーケットやコンビニエンスストア、専門店等で実際に販売されている数多くのお弁当・惣菜・サラダ・パン等の中から、食の専門家で構成された審査員により、特に優れた商品を選出し表彰しています。

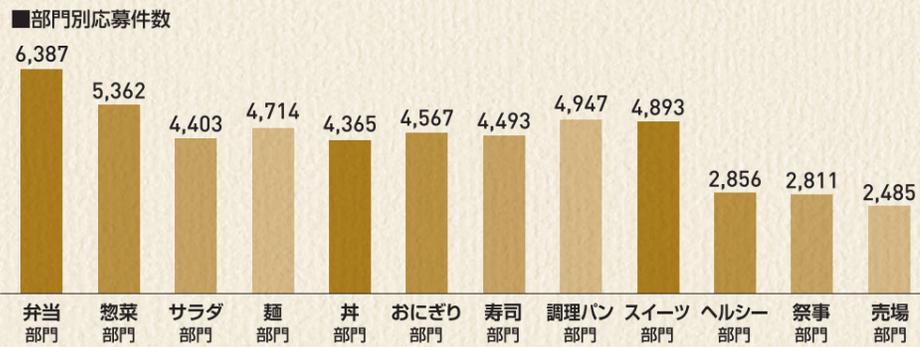
優れた商品をたたえることにより、担当者のモチベーションアップと、デリカ部門のレベルアップを図ることを目的とするプログラムです。



Bento and Prepared Meal Awards  
お弁当・惣菜大賞2018



2018年応募総数  
**52,283**件



**1** 受賞のメリット

受賞シールを貼って  
売り上げアップ!

受賞後の商品販売について、各賞受賞商品と入選商品はシールを貼る事ができます。

最優秀賞 優秀賞・特別賞 最終審査を経て入選

\*シールのデザインは変更する場合があります。

**2** 受賞のメリット

全国・各地域のTV・新聞等に  
取り上げられ、  
商品や売場の  
認知度アップ!

お弁当・惣菜大賞2019選出商品を掲載した「惣菜デリ最前線2019」を発行し、デリカテッセン・トレードショー2019来場者へ配布します(予定)。

**3** 受賞のメリット

表彰式・受賞商品展示があり  
担当者の  
モチベーションアップ!

お弁当・惣菜大賞2019受賞商品はデリカテッセン・トレードショー2019にて、商品もしくはパネル展示を行い、最優秀賞の受賞者は表彰式に参加いただく予定です。

**表彰式・受賞商品展示**  
デリカテッセン・トレードショー2019  
2019年2月13日(水)～15日(金) 幕張メッセにて開催

## 審査概要

### 審査項目

「スーパーマーケット」「CVS・専門店 他」に業態を分け、各部門ごとに評価基準を設け審査いたします。

今回より「定番商品部門」を新設しました。お弁当・惣菜大賞2019では「カツ丼・カツ重」にフォーカスを当て、優れた商品を選出します。

※2017年10月1日～2018年9月21日までの間に販売・展開された実績があることが条件です。  
※祭事・催事部門については、祭事・催事向けに販売された商品を対象とします。(例:クリスマス、七夕、運動会等)  
※商品の内容により、事務局の判断でエントリー部門を変更させていただく場合がございます。  
※類似商品のエントリーは5点までとします。

	審査項目1	審査項目2	審査項目3	審査項目4	審査項目5	審査項目6	審査項目7
カツ丼・カツ重部門 (定番商品部門)	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
弁当部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
惣菜部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
サラダ部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
麺部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
丼部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
おにぎり部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
寿司部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
パン部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
スイーツ部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
祭事・催事部門	おいしさ (最終審査のみ)	テーマまたは コンセプト	原材料のこだわり	調理法や味付けの こだわり	見た目(盛り付け方、彩り、 容器・包装等)のこだわり	オリジナリティ	値ごろ感
売場・企画部門	テーマまたは コンセプト	企画の目的	販売商品のこだわり	結果	オリジナリティ		

## 審査の流れ

※審査結果については審査終了後事務局よりお知らせします。

**エントリー** 全国のスーパーマーケット・CVS・専門店などから自薦・他薦・生活者推薦でエントリー。

**一次審査** エントリー内容をもとに書類審査。

**最終審査** 事務局が選定する審査委員が選出。商品については書類審査・実食審査、売場・企画部門については書類審査。

**受賞・入選商品選出**

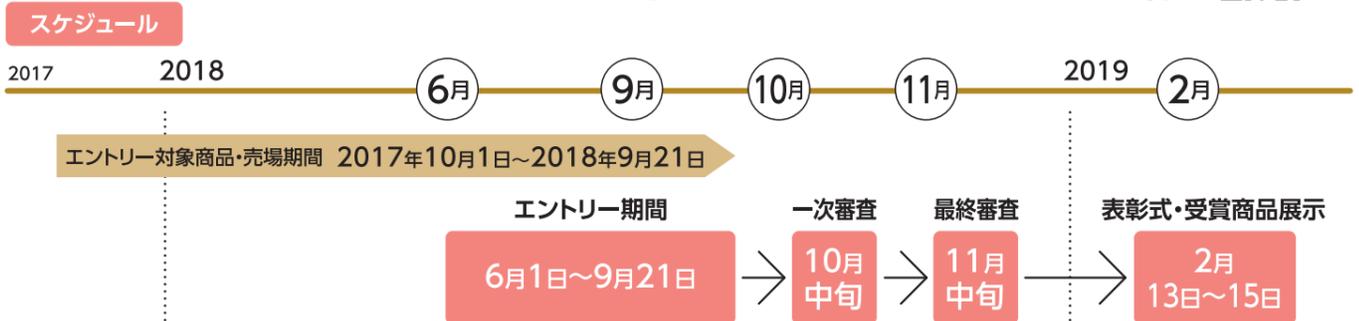
- 最優秀賞** 12部門・2業態ごとに最大1商品
- 優秀賞・特別賞** 12部門・2業態ごとにそれぞれ最大3商品
- 入選** 最終審査を経て入選した商品



## エントリー

- 対象商品・売場** 2017年10月1日(日)～2018年9月21日(金)までに販売された商品および展開された売場
- 受付期間** 2018年6月1日(金) 10:00～2018年9月21日(金) 18:00まで
- 応募方法** WEBサイトのみでの受付です。

詳しくはWEBサイトをご覧ください。 <http://www.obentou-osouzai.jp/>



平成 30 年 5 月 22 日

## 平成 29 年度食品産業における取引慣行の実態調査について

一般財団法人 食品産業センター  
企画調査部

食品産業センターでは、平成 7 年からほぼ毎年食品産業における取引慣行の実態調査を行っている。平成 29 年度においても、本年 2 月に、食品製造業へのアンケートによって、食品産業における取引慣行の実態調査を実施した。

1. 調査期間：平成 30 年 2 月
2. 調査対象：食品製造業 1,700 社  
(株式会社東京商工リサーチデータより無作為に抽出)
3. 有効回答：348 社 (有効回答率 20.5%)
4. 調査項目：(1) 協賛金負担の要請について  
(2) センターフィー負担の要請について  
(3) 従業員派遣の要請について  
(4) 不当な値引き・特売商品等の買ったたき等について  
(5) 過度の情報開示の要求について  
(6) プライベート・ブランド (PB) 商品に関する要請について  
(7) 独占禁止法改正について  
(8) 全体を通じて
5. 公表日時：平成 30 年 6 月 7 日 (木) 15 時

・報告書の内容について、農林水産省、公正取引委員会、経済産業省および流通関係団体 (8 団体) に説明を行うとともに、優越的地位の濫用による取引慣行の改善について指導・協力要請を行う予定。

・また、平成 19 年度より報告書の全文を、当センターのホームページで公開している。平成 29 年度調査報告書についても、ホームページで公開する予定であるので、ご活用いただきたい。

食品産業センターホームページ：<http://www.shokusan.or.jp/>

・なお、本調査報告書では、回答企業から寄せられた意見をほぼそのまま紹介しており、それぞれの回答企業が流通からの要請をどのように受け止めているのかという視点でお読みいただきたく存じます。

(参考：公正取引委員会による関連資料)

\* 公正取引委員会ホームページ

<http://www.jftc.go.jp/>

\* 「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」  
告示（平成17年5月）

<http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/tokuteinounyu.html>

\* 『「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23年6月改正）

<http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/daikibokouri.html>

\* 「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」の公表について（平成29  
年6月改正）

<http://www.jftc.go.jp/hourei.files/yuuetsutekichii.pdf>

\* 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針（流通取引慣行ガイドライ  
ン）」（平成29年6月改正）

[http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/ryutsutorihipiki.files/ryutsutorihipikigl\\_2017.pdf](http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/ryutsutorihipiki.files/ryutsutorihipikigl_2017.pdf)

\* 「大規模小売業者との取引に関する納入業者に対する実態調査報告書」（平成  
30年1月31日）

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/jan/180131.html>

以 上

平成 30 年 5 月 22 日

## 平成 29 年度食品産業における取引慣行の実態調査報告書のポイント

一般財団法人 食品産業センター  
企画調査部

今回の調査報告書のポイントは以下のとおりです。

- 1 (1) 協賛金負担の要請から (5) 過度の情報開示の要求までの経年的な変化をみると、全般的に改善(減少)傾向が続いた。
- 2 (2) センターフィー負担の要請の項目では、「センターフィーを負担している」との回答がと前年と比べてわずかに増加(37.4%→40.0%、+2.6%)した。昨年度は調査対象を見直し、小規模事業者が増加したため大幅に減少しており、今回はそこからわずかに増加した。次回以降の傾向を注視する必要がある。
- 3 (5) の過度の情報開示の要求は、改善(減少)率が高かった(18.2%→9.9%、-8.3%)。小売業態別にみても、全ての小売業態で改善(減少)した。
- 4 (3) 従業員派遣の要請、(4) 不当な値引き・特売商品等の買ったたき等、(5) 過度の情報開示の要求は全て減少しているものの、それぞれの要請、要求への対応については「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」が大幅に増加しており、要請・要求は減少傾向にあるものの、要請・要求を受けた場合は応じざるを得ないとする回答が増加傾向であった。  
但し、(3) 従業員派遣の要請は昨年調査まで「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」が減少傾向であったが、本年調査では大幅に増加した。
- 5 (6) プライベート・ブランド(PB)商品に関する要請については、PB商品市場が拡大するなかで、昨年度は24年度の調査以降初めて製造受託が「あった」とする事業者がわずかに減少したが、今回調査ではそこからかなり減少した(66.5%→66.7%→69.0%→74.2%→71.8%→62.8%)。また、製造受託があったと回答した事業者のうち、不当であると感じる要請があったとする割合は年々減少している(23.2%→19.2%→17.0%→15.7%→12.9%)。
- 6 事業者の資本金規模別分析では、(1) 協賛金負担の要請、(2) センターフィー負担の要請、(3) 従業員派遣の要請について、大規模事業者ほど各項目の要請を受ける割合が多く、逆に小規模事業者は要請を受ける割合は少ないものの、要請を受けた場合は応じざるを得ない実態が窺われた。

7 平成 21 年の独占禁止法の改正により、「優越的地位の濫用」行為が課徴金の対象とされていることを知っている事業者の割合は昨年度とほぼ同じであった。平成 25 年度より認知度は下がっていたが今回調査では前年調査並みとなった。今後とも「大規模小売業告示」と併せて、本調査結果報告の機会をとらえた継続的な制度の周知に向けた取組が必要と考える (67.6%→62.8%→58.9%→59.0%)。

(まとめ)

今回の調査結果では、全体的にみると要求・要請は減少傾向が続いているものの、要求・要請があった場合は応じざるを得ない状況になっていることが窺われた。また、個々の回答事例からは、多くの問題、解決すべき課題が残されていることが窺われる。

本調査結果等を踏まえ、商談や事前協議・説明の徹底等関係者全員の一層の努力により、更なる改善が必要と考える。

平成29年度食品産業における取引慣行の  
実態調査報告書

平成30年6月

一般財団法人 食品産業センター

## はじめに

優越的地位の濫用行為の禁止規定は昭和 28 年 9 月の独禁法改正時に導入された。

その目的は主として下請取引における取引の公正化と、流通取引における優越的地位の濫用防止を図ることにあつた。その当時の背景として、流通取引においては、百貨店が問屋に対して、売れ残り品の返品や、問屋の負担による手伝い店員の派遣などを要請していたが、こうした行為は中小小売商では容易にできないことであつた。公正取引委員会は、こうした行為を百貨店と中小小売商との競争における不当な競争手段として規制するために、優越的地位の濫用行為として規制する「百貨店業における特定の不公正な取引方法」（百貨店業告示）を昭和 29 年 12 月に告示した。

百貨店業告示は、いわゆる百貨店、スーパー等を規制対象とするものであつたが、その後大規模小売業者の業態が多様化しその規模等も拡大する中、百貨店業告示の規制対象とならない大規模小売業者に係る問題や不当な行為が指摘されるなど、必ずしも流通の実態にそぐわなくなっていた。このような流通実態の変化に合わせるため、公正取引委員会は百貨店業告示を見直し、新たに「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」（大規模小売業告示）を指定し、平成 17 年 11 月 1 日から施行された。

その後、平成 21 年 6 月に独占禁止法が改正され、「優越的地位の濫用」行為も課徴金の対象となり、違反行為に係る取引額の 1 % が課徴金として課せられるよう罰則を強化した改正独占禁止法が平成 22 年 1 月 1 日より施行されている。

さらに、平成 22 年 11 月 30 日には、優越的地位の濫用に係る法運営の透明性、事業者の予見可能性を向上させる観点から、公正取引委員会は、独占禁止法第 2 条第 9 項 5 号に該当する優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方を明確にするため、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」を策定した。

最近の取引慣行の動向を見ると、大規模小売店のバイイングパワーを利用した不当な要求による納入業者の負担については、依然多くの問題、改善すべき課題が存在する。納入業者、特に小規模事業者の立場としては、大規模小売店の不当な要求実態を直接告発することは、将来の取引への影響が強く懸念されるため非常に難しい。このことが、優越的地位の濫用になかなか歯止めがかからない大きな理由となっている。

当センターでは、平成 6 年から優越的地位の濫用の問題について積極的に取り組んできた。平成 7 年以降ほぼ毎年食品メーカーを対象に実態調査を実施し、平成 10 年度からは現在の形式での調査を継続的に行い、協賛金、センターフィー、従業員派遣等の実態を明らかにしてきた。これは、個々の食品製造業が問題の存在なり特徴なりを公にするのが困難

なことに鑑みて、当センターが、業界全体の実態調査という形を通じて、優越的地位の濫用の問題に対応することを目的としている。

本報告書は、本年2月に実施したアンケート実態調査の結果に基づいて取りまとめた。  
今回の調査では、

①協賛金、センターフィー、従業員派遣、不当な値引き・特売商品等の買ったたき、過度の情報開示の要求、プライベート・ブランド（PB）商品に関する要請について実態把握を行った。

また、

②平成22年1月より施行された「改正独占禁止法」の認知度（優越的地位の濫用行為に係る課徴金制度導入）についても調査した。

なお、本調査報告書では、回答企業から寄せられた意見をほぼそのまま紹介しており、それぞれの回答企業が流通からの要請をどのように受け止めているのかという視点でお読みいただきたい。

本報告書を大規模小売店による優越的地位の濫用行為の是正に役立てて頂ければ幸いです。

本調査内容の検討や報告書の取りまとめに当たり、ご意見等をいただいた検討委員の皆様、また、調査にご協力いただいた全国の食品製造事業者の皆様に厚く御礼を申し上げます。

平成30年6月

一般財団法人 食品産業センター

## 調査結果の概要

1. 一般財団法人 食品産業センターでは、本年 2 月に、食品製造業へのアンケートによって、大規模小売店による優越的地位濫用の実態調査を実施した。

当センターは平成 7 年からほぼ毎年実態調査を行っており、現在の形式での調査は平成 10 年度より毎年実施しているが、今回の調査では①協賛金、センターフィー、従業員派遣、不当な値引き・特売商品等の買ったたき、過度の情報開示の要求、プライベート・ブランド (PB) 商品に関する要請について前回に引き続き実態把握を行った。また、②平成 22 年 1 月より施行されている「改正独占禁止法」の認知度 (優越的地位の濫用行為に係る課徴金制度導入) についても調査した。

2. アンケート票は食品製造業 1,700 社に送付し、22 業種 348 社から有効回答を得た (有効回答率 20.5%)。

なお、アンケート票の送付先は、昨年度より株式会社東京商工リサーチのデータに変更した。アンケート集計の結果、回答企業の資本金規模別構成比は経済産業省による「工業統計表 企業統計編」と比較すると、資本金 3 億円以上の事業者の割合が依然として多いものの、昨年度の調査とほぼ同様の構成比であった。

3. 調査に際して、前回調査と同様に、公正取引委員会が平成 17 年 11 月 1 日から施行した「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」(大規模小売業告示) 及びその運用基準 (平成 17 年 6 月 29 日公表) に示された考え方に則して設問を設け、極力、前回調査結果との比較ができるようにするとともに、回答について小売業態間で比較及び食品製造業の資本金別の傾向をまとめた。

4. なお、本調査報告書では、回答企業から寄せられた意見をほぼそのまま紹介しており、それぞれの回答企業が流通からの要請をどのように受け止めているのかという視点でお読みいただきたい。

調査結果によれば、小売業態間での生き残りをかけた競争が一層激しさを増す中で、大規模小売業者は依然として製造業者に不当な協賛金を要請しており、「協賛金の要求があった」とする回答の減少傾向は続いたものの、製造業者が得る利益に見合わない協賛金を支払わされているとする割合は依然として3割を超えた。

協賛金は納入業者との協力により販売促進を図る等の目的を有することから、一概に不当とは言えないが、要求された協賛金の種類や販売促進効果に対する回答結果をみると、「大規模小売業告示の運用基準」及び「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」に例示されているような不当なものも相当程度あるとみられる。

## (1) 協賛金要求の有無、協賛金の種類、要求への対応

p. 10

### 【協賛金要求の有無】

- ① 「協賛金の要求があった」とする回答は、全体では27.8%となり、前回調査よりわずかに減少(-1.4)し、平成19年度をピークに減少傾向が続いている。
- ② 協賛金の要求は減少傾向にあるが、要求された協賛金の種類(p.12)、販売促進効果(p.17)や具体的事例(p.20)をみると、「大規模小売業告示の運用基準」に例示されているような不当なものも散見される。協賛金は納入業者との協力により販売促進を図る等の目的を有することから、一概に不当とは言えないが、引き続き注視する必要があると考える。

### 【協賛金の種類】

p. 12

- ① 要求されたとする協賛金の種類は、全体では、「チラシ協賛金」(55.0%)が最も多く、次いで、「新規(改装)オープン協賛金」(44.7%)「新製品導入協力協賛金」(43.0%)が続いた。
- ② 前回調査と比較すると、「新規(改装)オープン協賛金」がやや増加(+3.2)し、「新製品導入協力協賛金」がほぼ同じ(-0.6)であったため、順位が逆転した。  
なお、禁止行為とされる「決算対策の協賛金」について、ここ12年間の推移をみると、全体では、平成22年度以降20%台で推移したが、平成26年度から20%台を下回り、減少傾向が続いている。

### 【協賛金要求への対応】

p. 15

- ① 協賛金要求に対しての対応は、全体では「ケースバイケースで応じている」との回答が58.1%(+1.4)と最も多かった。また、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計は34.8%と前回調査よりわずかに減少(-1.9)した。一方、「全く応じない」+「ほとんど応じていない」の合計は7.1%と前回調査とほぼ同じ(+0.5)であった。
- ② 資本金規模別に協賛金要求の有無と協賛金要求への対応を見ると、概ね大規模事業者ほど協賛金の要求があったとする割合が多いものの、小規模事業者ほど要求があった場合に応じざるを得ない傾向がみられた。

## (2) 負担した協賛金と販売促進効果の関係

p. 17

「協賛金は販促効果等と見合ったものではない」＋「販促効果等は期待できない、もしくは無い」の合計は、全体では 36.2% となり、前回調査と比べると、全体ではわずかに増加 (+2.2) した。

「大規模小売業告示」では、「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」を超える協賛金については、第 8 項「不当な経済上の利益の收受等」の禁止行為に該当するとしており、これに該当する事例が相当数あるのではないかと思われる。

## (3) 具体的事例

p. 20

具体的事例は、従前調査と同様に、「新製品導入協力協賛金」の要請が常態化しているとの意見と、「チラシ協賛金」の費用が販促効果と見合わないとの意見が多い。

全体に共通しているのは、「何を基準に金額を決めているのか分からない」「季節商品も毎回新規扱いとされ、半値導入を求められる」といった意見に代表される、根拠が明示されることなく一方的に要求されたり、納入業者の利益につながらないという恒常化した協賛金への不信を感じさせるものであった。また、小売業者が直接、協賛金を要求せず、卸店を仲介して要求されるケースもあった。

## (4) 取引金額に対する協賛金負担額の割合が減った取引先の小売業者の有無とその減った理由

p. 23

### 【協賛金負担額の割合が減った取引先の小売業者の有無】

協賛金を負担した企業 (112 社) のうち、協賛金負担額の割合が減った取引先の小売業者が「あった」との回答は 23.2% (26 社) で、前回調査と比較してかなり減少 (-8.1) した。

### 【協賛金負担額の割合が減った理由 (改善策等)】

協賛金負担額の割合が減った取引先の小売業者が「あった」と回答した企業 (26 社) に対して、その減った理由 (改善策等) を聞いたところ、全体 (複数回答、延べ 37 件) では、「協賛金による販促効果について社内での協議等を実施し、効果が見込めるもの以外は断わるようにしたため」がかなり増加 (+10.6) し、59.5% と最多であった一方で、前回調査でかなり増加した「協賛金による販促効果について小売業との協議等を実施したため」はかなり減少 (-6.6) し、18.9% となった。

## 2. センターフィー負担の要請について

p. 25

「大規模小売業告示」では、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るセンターフィー要請を禁止行為としている。妥当なセンターフィー負担額は、それぞれの物流センターがもつ機能や個々の商品・納入業者の状況等によって大きく異なることになる。

調査結果によれば、4割の製造業者が「センターフィーを負担している」と回答し、センターフィーを負担している製造業者の半数が「“コスト削減分に見合う”負担である」と回答しているものの、依然、製造業者の4割が「“コスト削減分を上回る”負担である」と回答するなど、改善傾向は見られるものの製造業者のセンターフィーの負担感が強い状況が続いている。その背景には、納得できる算出基準や根拠が示されていないことに対する不信感が大きく影響していると考えられる。

## (1) センターフィー要請の有無、要請への対応

p. 26

### 【センターフィー要請の有無】

「センターフィーを負担している」との回答は、全体では40.0%となり、前回調査よりわずかに増加(+2.6)した。なお、「センターフィーの要請、負担はない」との回答はわずかに減少(26.5%、-1.7)し、「物流センターは利用していない」との回答は、前回調査とほぼ同じ(33.5%、-0.9)であった。資本金規模別にみると小規模事業者ほどセンターフィーを負担している割合は少ない傾向があるが、前回調査と比べ、負担している割合は小規模事業者では増加、大規模事業者では減少した。

### 【センターフィー要請への対応】

p. 28

- ① センターフィーの要請に対しては、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計が、全体では63.0%となった。
- ② 前回調査と比較すると、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計は、全体ではほぼ同じ(+0.5)であるが、協賛金の要請への対応と比較すると、センターフィーの要請への対応の方が「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計が高く、物流センターを使用するという明確な実態があるため、「ゼロ回答」はしにくいと考える企業が多いと推測される。

### 【資本金規模別分析】

p. 30

資本金規模別にセンターフィー要請への対応をみると、概ね小規模事業者で「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」とする回答が多い。

また、協賛金要求への対応と比較すると、センターフィーの要請への対応の方が、大規模事業者であっても、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」との回答の合計が高い結果となった。

## (2) センターフィーの負担額とコスト削減分の関係

p. 31

- ① センターフィー負担額の方が“コスト削減分を上回る”(「コスト削減分を大幅に上回る負担」+「コスト削減分を若干上回る負担」の合計)との回答が、全体では40.7%であり、前回調査よりわずかに増加(+2.7)した。
- ② 『大規模小売業告示』の運用基準で禁止行為の第8項「不当な経済上の利益の收受等」に示されている「(前略)納入業者のコスト削減に寄与するような物流センターの使用料であっても、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いればこれに該当する。」に抵触する事例が相当数存在するとみられる。

### (3) センターフィーの算出基準、根拠

p. 33

センターフィーの算出基準、根拠が明らかにされていないとの回答割合は66.2% (+1.1) と前回調査よりわずかに増加したものの、ここ数年の傾向としては下がってきている。しかし、いまだに6割以上で根拠の明示がされていない。

『大規模小売業告示』の運用基準」では、アンケート調査編 p. 25 でも述べたように「その額や算出根拠等について納入業者と十分協議することなく一方的に負担を要請し、(中略) 合理的な負担分を超える額を負担させること。」を禁止行為としている。受容できる算出基準、根拠の説明がなされるべきであり、改善が強く望まれる。

### (4) 具体的事例

p. 34

寄せられた事例の多くは、「算出根拠が明確ではない。」、「説明あるも、納得のいくデータ開示なし。」、「納品のためには不可避。」、「卸会社よりセンターフィーの要請がきますが、卸会社がスーパーからいわれたセンターフィーを丸投げして弊社に要求してきているのか分かりません。」といったセンターフィーの算出基準が不明であるにも関わらずに支払いが前提となっているとする意見や、「センターフィーを払わないと、価格下げを言われる。」、「同一期間当社で在庫した場合と比較しても割高であると感じられる。」、「各店舗納品にもかかわらずセンターフィーを支払っている。また、集計代として月1,000円入金額より引かれている。他の納品業者も同様の為、弊社が断れば納品がストップしてしまう。」等、合理的な範囲を超えての要求があるとする意見もみられた。

### (5) 取引金額に対するセンターフィー負担額の割合が減った取引先の小売業者の有無と

#### その減った理由

p. 37

#### 【センターフィー負担額の割合が減った取引先の小売業者の有無】

センターフィーを負担した企業(136社)のうち、センターフィー負担額の割合が減った取引先の小売業者が「あった」との回答は5.1%(7社)、「ない」は83.1%(113社)、「分からない」は11.8%(16社)であった。

#### 【センターフィー負担額の割合が減った理由(改善策等)】

センターフィー負担額の割合が減った取引先の小売業者が「あった」と回答した企業(7社)に対して、その減った理由(改善策等)を聞いたところ、全体(複数回答、延べ件数10件)では、「小売業者からの強い要請が減り、断わることができるようになってきているため」が5件、「センターフィーの負担とセンターに一括納入することによる自社のコスト削減分との関係について社内での協議等を実施し、効果が見込めるもの以外は断わるようにしたため」、「その他」がそれぞれ2件、「優越的地位の濫用について小売業者の理解が深まったため」が1件となった。今回の調査では、回答件数が少ないことから、今後引き続き動向を注視する必要があると考える。

「大規模小売業告示」において、従業員派遣に関しては「第7項：納入業者の従業員等の不当使用等」が規定されており、この中で（除外規定を明記した上で）、「大規模小売業者が、（中略）自己等の業務に従事させるため、納入業者にその従業員等を派遣させ、又はこれに代えて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」を禁止している。

今回の調査結果では、「従業員派遣を要請されたことがある」との回答は、全体では20.4%と前回調査よりやや減少（-3.2）した。事前協議については、「十分な事前協議はなかった」+「ほぼ一方的に決められた」の合計の回答割合は、全体では41.1%とわずかに増加（+2.1）したものの、12年間の推移をみると、平成26年度に初めて50%を下回り、今回調査の結果もこの傾向が続いた。

**(1) 従業員派遣要請の有無、要請への対応****【従業員派遣の要請の有無】**

- ① 「従業員派遣を要請されたことがある」とする回答は、全体では20.4%であり、前回調査よりやや減少（-3.2）した。
- ② 資本金規模別にみると、小規模事業者ほど従業員派遣要請が少ない傾向がある。

**【従業員派遣要請に対する対応】**

- ① 従業員派遣の要請に対する対応は、「ケースバイケースで応じている」との回答が多数（全体で65.6%）を占めた。
- ② 前回調査と比較すると、全体では、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計が大幅に増加（28.6%、+11.3）する一方、「ケースバイケースで応じている」との回答がやや減少（65.6%、-3.3）し、「全く応じない」+「ほとんど応じていない」の合計はかなり減少（5.8%、-8.0）した。

**【資本金規模別分析】**

資本金規模別に、従業員派遣要請への対応をみると、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計は資本金3000万円未満の企業で（48.5%、+29.9）、資本金3000万円～1億円未満の企業で（48.1%、+13.8）と大幅に増加した。

**(2) 従業員派遣の条件に関する事前協議の有無**

従業員派遣の条件に関する事前協議については、「十分な事前協議はなかった」+「ほぼ一方的に決められた」の合計の回答割合は、全体では41.1%とわずかに増加（+2.1）した。

**(3) 要請された業務の種類**

- ① 要請された業務内容としては、全体では「棚替え、棚卸し、店舗の清掃、整理等」（41.6%）が最も多く、次いで、「小売業者の店舗の新規・改装オープン時等の商品などの陳列補充作業」のうちの「自社商品のみの陳列・補充作業に従事することとしていたのにもかかわらず、同業他社商品を含めた陳列・補充作業」（40.2%）とする回答が多かった。

因みに「自社商品の接客を伴う販売業務（百貨店に多いと思われる「その従業員等が大規模小売業者の店舗に常駐している場合」には、当該商品の販売業務及び棚卸業務）」は「大規模小売業告示」において合法と認められている。

② 前回調査との対比では、全体的にどの業務内容も増加傾向であった。

前回調査と比較すると、全体では、「棚替え、棚卸し、店舗の清掃、整理等」（41.6%、-3.2）でやや減少した以外は全ての業務内容で要請が増加している。「駐車場整理、客の整理等」の業務を要請されたとの回答が一定割合寄せられ、このような業務は、一般的にアルバイト等を雇用するよりも費用がかかる「その従業員等の派遣のために通常必要な費用」を大規模小売業者が負担したとしても、「大規模小売業告示」の第7項の第2号には該当せず、納入業者の従業員等の不当使用等に該当するものと考えられる。

「大規模小売業告示」の第7項の第2号の趣旨は、「アルバイトでは困難な業務、すなわち、納入業者の有する専門知識等を活用するような業務について、大規模小売業者が必要な費用を負担する場合に認めようとするものである。」とされている。

#### （4）日当、交通費の支給

p. 50

① 日当、交通費等の支給については、「全く出なかった」との回答が全体では29.4%であった。一方、「妥当な額を受け取った」との回答は、全体で39.3%、「自社の方針等により受け取らなかった」と「今後の取引関係等を考慮すると受け取れなかった」との回答は、全体でそれぞれ19.6%、5.6%であった。

② 前回調査と比較すると、全体では、「妥当な額を受け取った」はほぼ同じ（39.3%、-0.5）であった。一方、「全く出なかった」はやや増加（29.4%、+3.7）、「受け取ったが妥当な額とはいえない」（6.1%、+1.5）はわずかに増加、「自社の方針等により受け取らなかった」（19.6%、+0.1）はほぼ同じ、「今後の取引関係等を考慮すると受け取れなかった」（5.6%、-4.8）はやや減少した。また、資本金規模別にみると、小規模事業者ほど、「全く出なかった」との回答が多い傾向がみられた。「妥当な額を受け取った」との回答は資本金10億円以上の企業（48.8%、-10.8）でかなり減少し、資本金3000万円未満の企業（34.6%、+18.5）で大幅に増加した。

#### （5）具体的事例

p. 53

「算定根拠以前に費用負担の話が来たことは一度もない。電話、メールで日程が告げられるのみ。」「お金を払ってもらってすらいない。ボランティアと間違えているのか、良くわからない。」、といった事例や支払われていても「アルバイト、パート人件費とくらべてもかなり低い。何を基準に定めているか不明。」といった事例が寄せられた。また、「覚書等の交付はなく深夜労働を強いられる。」といった事例もあった。

## (6) 取引金額に対する従業員派遣による負担割合が減った取引先の小売業者の有無とその減った理由 p. 54

### 【従業員派遣による負担割合が減った取引先の小売業者の有無】

従業員派遣を行った企業（71社）のうち、従業員派遣による負担割合が減った取引先の小売業者が「あった」との回答は9.9%（7社）で、前回調査と比較して大幅に減少（-16.2）した。

### 【従業員派遣による負担割合が減った理由（改善策等）】

従業員派遣による負担割合が減った取引先の小売業者が「あった」と回答した企業に対して、その減った理由（改善策等）を聞いたところ、全体（複数回答、延べ12件）では、「従業員派遣による販促効果について社内で協議等を実施し、効果が見込めるもの以外は断わるようにしたため」（58.3%）が最も多かった。

## 4. 不当な値引き・特売商品等の買ったたき等について p. 56

昨今の食品の価格動向は、為替変動、消費者の低価格志向等により、「原料高の製品安」が懸念される状況にある。こうした中、「不当な値引き」や「特売商品等の買ったたき」等が行われていないか等について、昨年に引き続いて調査した。

調査結果によれば、不当な値引きや特売商品等の買ったたきは「ない」との回答が多数であったが、具体的事例からは個々の課題が浮かび上がった。

## (1) 不当な値引きの要求 p. 58

### 【不当な値引き要求の有無】

全体では「あった」との回答が9.3%で、前回調査と比較すると、やや減少（-4.1）した。

### 【不当な値引き要求への対応】 p. 60

- ① 要求への対応については、全体では、「ケースバイケースで応じている」が34.4%と最も多く、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計が48.9%、「全く応じない」+「ほとんど応じていない」の合計が16.7%であった。
- ② 前回調査と比較すると、全体では、「全く応じない」+「ほとんど応じていない」の合計（16.7%、-41.7）が大幅に減少し、「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」の合計（48.9%、+22.1）、「ケースバイケースで応じている」（34.3%、+19.6）が大幅に増加した。

## (2) 特売商品等の買ったたきの要求 p. 62

### 【買ったたき要求の有無】

- ① 全体では「あった」との回答が10.8%で、前回調査と比較すると、わずかに減少（-2.1）した。
- ② 資本金別にみると、資本金10億円以上の企業が「あった」とする回答が最も多かった。（17.0%）

### 【買ったたき要求への対応】 p. 64

- ① 要求への対応については、全体では、「ケースバイケースで応じている」が42.9%

と最も多く、「全て応じざるを得ない」＋「ほとんど応じている」の合計が 36.2%、「全く応じない」＋「ほとんど応じていない」の合計が 20.9%であった。

- ② 前回調査と比較すると、全体では、「全く応じない」＋「ほとんど応じていない」の合計が大幅に減少（20.9%、-25.3）する一方、「ケースバイケースで応じている」（42.9%、+17.7）が大幅に増加、「全て応じざるを得ない」＋「ほとんど応じている」の合計がかなり増加（36.2%、+8.2）した。今後、動向に注視していく必要がある。

### （3）具体的事例

p. 66

具体的な事例としては、「特売値引が請求書のみで、初めて分かる。」、「事前に製造量の打ち合わせをしたにも関わらず、勝手に製造したとして、最終納品分の値引きを要求された。」、「福袋・お楽しみ袋、売価の半値で販売（小売業の率は変動なし。）」、「原料相場高騰にもかかわらず、価格据え置き。価格交渉を拒否される。」、「先方、自社都合による（決算期等）値引き要請。」等、商品購入後の値引きや一方的な納入価格の設定、値引きなどの事例が寄せられた。

## 5. 過度の情報開示の要求について

p. 68

前回調査に引き続き、小売業者が納入業者に対して過度に詳細な情報開示の要求をしていないか等について調査を行った。

なお、本項目で取りあげたのは、バイイングパワーの不当な行使と思われる「過度の」要求である。「食の安全・安心」への取り組みは食品製造事業者の当然の責務であり、それを確保するための自主的な検査は当然行われるべきものである。また、頻度・費用負担者等を明らかにして取引契約書・覚書等で合意された試験検査（抜き打ち検査等の実施も含めて）や情報開示についても、一般的に合理的な範囲と考えられるものについては、これを対象とするものではない。

今回、寄せられた具体的事例においても、小売業側の過度の情報開示の一方的な要求が依然として強い実態がみられる。

### 【過度に詳細な情報・社外秘情報の開示要求の有無】

p. 69

ノウハウ等を含む過度に詳細な情報・社外秘情報などの要求を受けたことが「あった」との回答は、全体では 9.9%であった。平成 21 年度より減少傾向であり、前回調査に比べかなり減少（-8.3）した。

### 【過度の情報開示の要求への対応】

p. 71

- ① 要求への対応については、全体では、「全て応じざるを得ない」＋「ほとんど応じている」の合計が 51.3%と最も多く、次いで「全く応じない」＋「ほとんど応じていない」の合計で 34.0%、「ケースバイケースで応じている」の 14.7%となった。
- ② 前回調査との比較では、全体では、「全て応じざるを得ない」＋「ほとんど応じている」の合計が大幅に増加（51.3%、+12.0）した一方、「ケースバイケースで応じている」が大幅に減少（14.7%、-11.2）した。

## 【具体的事例】

p. 73

「今は企業秘密という言葉が通用しない。原料の仕入先や配合比などなんでも開示を要求してくるし、それが当然だと思っている。」「仕様書中に製品の配合比、製造工程などかなり詳略情報を開示することが求められ、他者でも類似品を作れてしまう状況を作られるのはどうかと思う。」「食品の規格書提出が多くなってきましたが、余りに細部に遮って要求されるので負担になっている。食品の安全性から考慮するともっとも感じますが、成分表まで要求されるので、悪用された場合は死活問題に発展する。法で開示する段階を定めてほしい。」との事例が寄せられており、原材料の仕入れ先や配合比率、製造工程等の開示の要求が、過度に詳細である、との意見が多数寄せられた。

## 6. プライベート・ブランド (PB) 商品に関する要請について

p. 74

国内の PB 食品市場は消費者の節約志向の高まりを背景に大きく拡大してきた。近年は高付加価値型 PB 食品の需要が増えている。また、オーガニックや機能性を訴求した PB 食品もあり、新たな展開がみられる。本調査では食品製造企業において、小売業者等の PB 商品の製造受託が「あった」が減少傾向である。

こうした中、今回調査においても、「PB 商品の生産を依頼される際に、商品の品質向上と値入条件の改善を同時に要請される」、「当初の契約通りの生産ロットを守らない」等、PB 商品に関して不当であると感じる要請等を小売業者から受けたとの回答があった。

(注) PB 商品：小売業者等が商品開発したものを製造業者に製造を委託し、小売業者が独自ブランドで販売する商品。ただし、小売業者と製造業者の共同開発あるいは製造業者の商品提案による場合も含む。

### 【小売業者の PB 商品の製造受託の有無】

小売業者の PB 商品の製造受託が「あった」との回答は 62.8%で、前回調査と比較して、かなり減少 (-9.0) した。

### 【小売業者の PB 商品の製造を受託している場合での、不当であると感じる要請等の有無】

小売業者の PB 商品の製造受託が「あった」と回答した企業に対して、その受託に関して、その小売業者から不当であると感じる要請等の有無を聞いたところ、「あった」との回答は 12.9%で、前回調査と比較してやや減少 (-2.8) した。

### 【不当であると感じる要請等の種類】

小売業者の PB 商品の製造を受託し、その受託に関して、その小売業者から不当であると感じる要請等が「あった」と回答した企業に対して、不当であると感じる要請等の種類を聞いたところ、全体では、「ナショナル・ブランド (NB) 商品と同水準の原材料の使用を求めるにもかかわらず、取引価格については NB 商品より著しく低い価格での取引を要請される」(54.5%、+6.2) が最も多く、次いで「その他の要請等」(36.4%、+12.3)、「原価構成や製造工程に係る情報など、開示することにより価格交渉等において不利な立場に立つ (納入価格の引下げ等) こととなる情報開示を取引条件として求

められる」(22.7%、-8.3)、「利益率が低い等により、PB商品の製造委託の要請を断ろうとしたところ、NB商品の取引の中止、取引数量の減少をちらつかせ、製造委託に応じるように要請される」(9.1%、-1.2)であった。

#### 【具体的事例やその他の要請内容等】

p. 76

「すべての原料単価や従業員、光熱水費まで出させるシステム。」「原料価格が40%近く高くなったのに値上げに応じず取扱い中止となる。」等、過度の情報開示の要求や低価格での取引要請等の事例が寄せられた。また「当初の契約通りの生産ロットを守らない。」「見積り時のロット製造ができない、小ロット対応を求められる。」等製造ロットに関する事例も多く寄せられた。

### 7. 改正独占禁止法の認知度について

p. 82

平成21年6月に独占禁止法が改正され、「優越的地位の濫用」行為も課徴金の対象となり、違反行為に係る取引額の1%が課徴金として課せられるよう罰則が強化された(平成22年1月より施行)。その認知度を調査した。

“知っている”(「業界団体等製造者側から聞いて知っている」、「関係官公庁から聞いて知っている」、「小売側から聞いて知っている」、「上記以外から聞いて知っている」の合計)とする回答割合は59.0%となり、前回調査とほぼ同じ(+0.1)であった。また、知った情報源としては、当センター等業界団体からという回答が、「知っている」とする回答の約半数を占めた。

平成25年度より独占禁止法改正の認知度は下がっていたが、今回調査では前年調査並みとなった。また、小規模事業者ほど認知度は下がる傾向が見られた。このような制度の周知については単発的な取り組みで成果を得られるものではないことから、今後とも、本調査結果報告の機会等をとらえて継続した取り組みを行っていく必要があると思われる。

### 8. 全体を通じて

p. 84

「近年の取引において不当であると思われる小売業者(取引先)からの返品、食品ロス削減に向けた納入期限の緩和が行われた事例、バイイングパワーの不当な行使ではないかと考えられる小売業者(取引先)からの要請等について具体的に紹介して下さい。」としたところ、以下のような事例が寄せられた。

返品については、「自社にて破損した場合でも通常通り返品して来る。」「定番カットによる全量返品(賞味期限に関わらず)。欠品にならないよう多めに発注、納入、その後残った商品は返品。」「天災により運送が遅れてしまい、納品が予定より遅れてしまった時、荷物はセンターで遅延のため受け入れられず、翌日にはまた同商品の注文が入り、新しいものを出さないとならない。事前通知をしても時間に間に合わないと全て一方的に返品とされ、その回収費用も負担させられる。」等の事例が、

納入期限の緩和については、「卸売業において、小売業が納品期限の緩和をルール化しても、そこに納品する卸売業が納品期限の緩和をルール化しないため、納品できないという例がある」等の事例が寄せられた。

また、バイイングパワーの不当な行使ではないかと考えられる小売業者(取引先)からの要請等については、「例えば天候不順の影響で、原材料がなくなっても、欠品不可を言われるケースが多い。場合によっては、商品の小売価以上の原材料を購入してでも納品するように言われる。それでも欠品した際は取引中止となる。」、「季節商品の購買の協力依頼が有る。」、「値引きに応じなかった場合の定番取扱い商品点数の削減。」等の事例が寄せられた。

## 9. まとめ

- (1) 今回の調査結果は、回答全体で見ると要求・要請は減少傾向が見られるものが多いが、要求・要請があった場合は応じざるを得ないとする回答が増加傾向であった。回答事業者の資本金別にみると、要求・要請は小規模事業者ほど少ないが、要求・要請があった場合は小規模事業者ほど応じざるを得ない傾向があり、中小零細事業者の厳しい状況が窺えた。

また、改正独占禁止法の認知に関して、同法の改正について「知らない」とする回答割合が平成 25 年度より上がっていたが、今回調査では前年調査並みとなった。資本金別にみると、小規模の事業者ほど「知らない」との回答が多い傾向がある。取引先から違反行為を受けたにも関わらずにそれが違法であると分からないケースも相当数あると思われる。このような制度の周知については単発的な取り組みで成果を得られるものではないことから、今後とも、本調査結果報告の機会等をとらえて継続した取り組みを行っていく必要があると思われる。

- (2) 今回の調査でも多くの食品製造事業者にご協力をいただいた。回答をいただいた食品製造業者の皆様に対し、調査への協力に感謝を申し上げるとともに、当センターとしては、回答者の心情をしっかりと受け止めて、引き続き、取引慣行の改善に取り組んでいきたいと考えている。

[参考]

1. 「大規模小売業告示」についての理解を深めたい方は、公正取引委員会のホームページで、『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」を見ることが出来るのでご参照いただきたい。

<http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/daikibokouri.html>

2. 平成22年1月施行の「改正独占禁止法」の概要、及び「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」、平成29年6月16日に改正された「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針（流通取引慣行ガイドライン）」についても、同じく公正取引委員会のホームページで確認することが出来るのでご参照いただきたい。

**【独占禁止法改正法の概要】**

<http://www.jftc.go.jp/houdou/merumaga/backnumber/2009/20090825.files/09060301tenpu1.pdf>

**【優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方】**

<http://www.jftc.go.jp/hourei.files/yuetsutekichii.pdf>

<http://www.jftc.go.jp/houdou/merumaga/backnumber/2010/20101210.files/10113001sanko.pdf>

**【流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針（流通取引慣行ガイドライン）】**

[http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/ryutsutorihiki.files/ryutsutorihipig1\\_2017.pdf](http://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/ryutsutorihiki.files/ryutsutorihipig1_2017.pdf)

3. また、最近の行政の動向として下記もご参照いただきたい。

**【(平成30年1月31日)大規模小売業者との取引に関する納入業者に対する実態調査報告書】**

<http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/jan/180131.html>

**【食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン】**

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

4. 本調査報告書は、前回調査結果と同様に、冊子による配布のほか、当センターのホームページでも公開する予定であるので、是非、御活用いただきたい。

<http://www.shokusan.or.jp/publication/index.html>

# 取引慣行に関する実態調査

---

～ 取引慣行の改善に向けて ～

フード連合・UAゼンセン合同調査  
「取引慣行アンケート」集計結果報告

---

2018年2月

---



日本食品関連産業労働組合総連合会



全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟



---

## はじめに

---

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

その活動の一環として、フード連合とU Aゼンセンが共同で取引慣行の実態を把握するために、加盟労働組合員(営業担当者)を対象に、2017年8月～9月に「取引慣行アンケート調査」を実施し、流通取引における取引先の優越的地位の濫用事例を収集しました(3,004件回収、584事例)。

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

また、国は下請等中小企業の取引条件の改善に向けて、2016年12月14日に①下請法運用基準の改正、②下請中小企業振興法に基づく振興基準の改正、③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。

そして、豆腐・油揚げ製造業を対象とした食品製造業と小売業との適正取引の推進を目指した「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚げ製造業～」を食品製造業関係で初めて策定しました。

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

今回のアンケート調査では、「優越的地位の濫用行為」の有無について、依然として約4割が何らかの濫用行為を受けていると回答しています。さらに、優越的地位の濫用行為の事例が3件以上挙げられた企業については、昨年とほぼ同数が報告されていますが、そのうち、新たに挙げられた企業が約6割となっています。この結果は、改善された企業がある一方で、新たに顕在化した企業があることを示しています。そして、今回の調査ではまだ顕在化されていない不公正な取引について、引き続き現場の生の声を把握する必要があることも示唆しています。

また、大規模小売業告示の存在については、4割以上の営業担当者が「知らない」と答えており、優越的地位の濫用行為の内容についても半数以上の営業担当者が「あまり知らない」「まったく知らない」と答えています。これは、「大規模小売業告示」の内容が現場レベルまで周知されていないことを示す結果といえます。

フード連合とU Aゼンセンは、公正な取引慣行の実現に向けて、引き続きアンケート調査を幅広く実施していきます。また、改善を期待したい点について、公正取引委員会等へ要請し、各業界団体と意見交換を行っていくとともに、「大規模小売業告示」の周知を推進していきます。

公正な取引慣行の実現に向けて、製造業者・納入業者自らも従来からの商慣行にとらわれず、公正に毅然とした態度で取り組む必要があります。フード連合とU Aゼンセンの継続的な取り組みにより、優越的地位の濫用事例が減少し、取引慣行が改善されることで、サプライチェーン全体で生み出した付加価値の適正な配分が実現され、安全・安心な食品の消費者への提供につながれば幸いです。

以上

---

# 取引慣行に関する実態調査 ～ 取引慣行の改善に向けて～

フード連合・UAゼンセン合同調査「取引慣行アンケート」集計結果報告  
— 2018年2月 —

## 目次

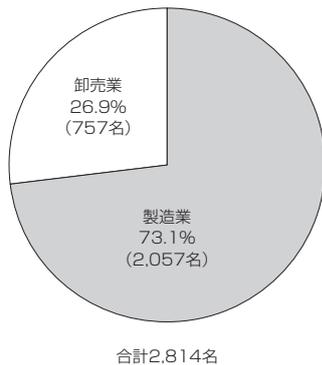
はじめに	1
<調査の概要>	3
・取引慣行アンケート用紙	4
・「大規模小売業告示」とは	8
<調査結果報告>	9
設問1 優越的地位の濫用行為について（全員回答）	9
1. 押し付け販売、労務提供など「優越的地位の濫用行為」を受けたことがありますか？	9
2. 具体的事例	
（1）取引先名 （2）所在都道府県 （5）優越的地位の濫用の具体的事例（事例一覧に掲載）	9 (21)
（3）濫用行為の業態	9
（4）濫用行為の名称	10
（6）優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか	10
3. 「押し付け販売」	
（1）具体的に買わされた商品（事例一覧に掲載）	11 (21)
（2）金額 （3）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

# 調査の概要

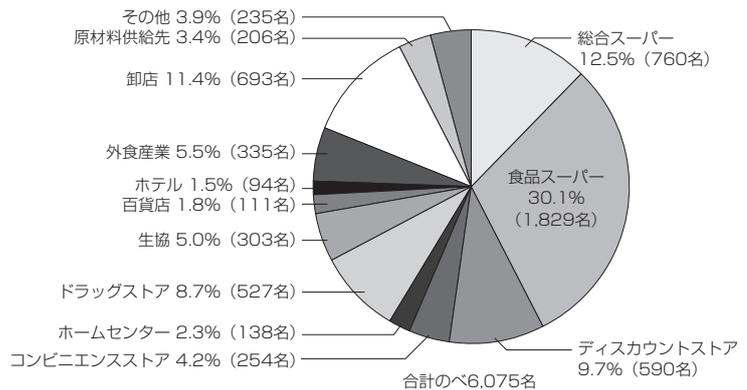
1. 調査目的 取引現場における優越的地位の濫用事例を集約し、現場の声として公正取引委員会をはじめとする各方面へ伝え、改善を求める。
2. 調査期間 2017年8月～9月
3. 回答件数 3,004件 584事例（昨年2,954件 518事例）  
※3,004件の内訳 フード連合2,116件 U Aゼンセン888件
4. 回答企業数 71社 ※71社の内訳 フード連合53社 U Aゼンセン18社

## 5. アンケート回答者の企業業態及び担当の属性

### 企業業態



### 担当（複数回答）



## 6. 調査項目

### 設問1 優越的地位の濫用行為について

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

### 設問2 大規模小売業告示について

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

### 設問3 労務提供について

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

### 設問4 中間取引との関係

1. 卸売業者（中間取引）の優越的地位の濫用行為の有無

# 取引慣行 アンケート

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

## 《アンケート手順等》

- ◆ まずは別添「大規模小売業告示って知っていますか？」についてご確認ください。
- ◆ アンケートは過去1年間(2016年8月～2017年7月)を対象にご記入下さい。
- ◆ ご記入頂きましたアンケートは単組でまとめてフード連合にご提出下さい。(個人→単組→フード連合)
- ◆ このアンケートは厳重に管理し、公正取引委員会等へ取引慣行の改善を求めていく材料にのみ使用します。なお、公正取引委員会は独自調査に基づき是正勧告等を行いますので、フード連合からの具体的な改善要請内容が公表されることはありません。

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

( ①製造業 ②卸売業 )

・ご記入者の該当する主な担当先・業種に○印をご記入下さい(複数可)。

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

## 設問1 優越的地位の濫用行為について (全員ご回答下さい。)

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

①たくさんある ②時々ある ③まったくない

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

※ 2つ以上の具体的事例がある場合はコピーをしてご使用下さい。

### ＜具体的事例1＞

(1) 取引先名( ) (2) 所在都道府県( )

※(1)取引先名は店舗名もご記入下さい。

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

#### 《業態》

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

#### 《濫用行為》

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

(5) 優越的地位の濫用の具体的事例内容

(6) 上記の優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか？ ( )

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

## ＜具体的事例2＞

(1) 取引先名( ) (2) 所在都道府県( )

※(1)取引先名は店舗名もご記入下さい。

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

### ＜業態＞

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

### ＜濫用行為＞

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

(5) 優越的地位の濫用の具体的事例内容

(6) 上記の優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか? ( )

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

3. 上記事例が「⑥押し付け販売」の場合、以下にご記入下さい。

・具体的に買わされた商品をご記入ください

( )

・1回あたりの金額は・・・最高額( )円

・頻度は・・・年間( )回程度 ※1年間に何回程度あったかご記入ください

・負担は・・・ ①ほぼ会社負担 ②ほぼ自己負担 ③折半 ④ケース・バイ・ケース

4. 上記事例が「⑦労務提供」の場合、以下にご記入下さい。

・頻度は・・・年間( )回程度 ※1年間に何回程度あったかご記入ください

・曜日は・・・ ①主に平日 ②平日/休日両方 ③主に休日

・時間帯は・・・ ①通常業務内(半日以内) ②通常業務内(終日) ③早朝/深夜含む(半日以内) ④早朝/深夜含む(終日)

## 設問2 大規模小売業告示について (全員ご回答下さい。)

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

1. あなたは大規模小売業告示の存在を知っていますか?

①知っている ②知らない

2. あなたは大規模小売業告示における優越的地位の濫用行為(別添)の10の行為を知っていますか?

( )は濫用行為の数です。

①よく知っている(8以上) ②やや知っている(7~4) ③あまり知らない(3~1) ④まったく知らない

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

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

### 設問 3 労務提供について

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

1. あらかじめ覚書等を締結することを知っていますか？

- ①知っている ②知らない

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

- ①たくさんある(ほとんどの得意先がそう) ②時々ある ③まったくない

3. 相応の日当を支払うことを知っていますか？

- ①知っている ②知らない

4. 日当を支払わずに、労務提供を要請している取引先はありますか？

- ①たくさんある(ほとんどの得意先がそう) ②時々ある ③まったくない

### 設問 4 中間取引との関係 (卸売業者の方のみご回答下さい)

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

1. 取引先業者に対し「優越的地位の濫用行為」をしましたか？

- ①たくさんある ②時々ある ③まったくない

具体的内容(困っている・悩んでいる事例など)があれば、ご記入下さい。

・回答にご協力いただいた方で、今後の改善につなげていくために、後日単組を通じて詳細な問い合わせをさせていただきます場合がありますので、ご了解ください。

単組名 ( ) 労働組合 氏名 ( )

～ 以上 ご協力ありがとうございました。～

## ◆ 優越的地位の濫用行為を行った事業者に公正取引委員会が行う措置

### (1) 排除措置命令（独占禁止法第 20 条）

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

### (2) 課徴金納付命令（独占禁止法第 20 条の 6）

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

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

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

# 『大規模小売業告示』って知っていますか？

## 1 不当な返品

・購入業者から購入した商品を返品すること

【具体例】

**セール終了後に売れ残った商品を返品すること**

予定した販売数は売ってほしいよね。どうしようあの返品・・・



※次の場合を除く

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

## 2 不当な値引き

・商品納入後に納入価格の値引きをさせること

【具体例】

**商品購入後に月末の在庫調整等のために更に値引きを要求すること**

売れない分を値引きしろと言われても・・・これ以上は無理ですよ



※納入業者の責めに帰すべき事由がある場合を除く

## 3 不当な委託販売取引

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

【具体例】 **利益0円**

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



## 4 特売商品等の買ったとき

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

【具体例】

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

聞いてないよお



## 5 特別注文品の受領拒否

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

【具体例】

**PB商品を発注後、売れ行き不振を理由に同商品の受領を拒否すること**

PB商品だから回しが聞かないよお



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

## 6 押し付け販売等

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

【具体例】

**購入しないと今後の納入取引に影響すると受け取られるような要請をすること**



いくらお客様とはいえ、スーツを5着も無理だよ・・・

## 7 納入業者の従業員等の不当使用等

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

【具体例】

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

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



文房具の陳列をやれって言われた。食品メーカーなんてどなあ・・・

## 8 不当な経済上の利益の収益等

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

【具体例】

**広告費用として、実際に要した費用を超えて協賛金を提供させること**

協賛金高すぎますよ・・・



## 9 要求拒否の場合の不利益な取り扱い

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

言うこと聞けないなら金払わん。もう出入り禁止！



## 10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取り扱い

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



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

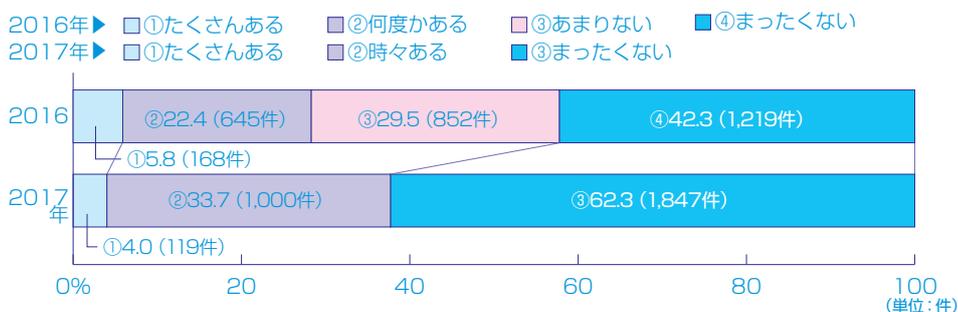
**1～10の項目が禁止行為です！**

# 調査結果報告

## 設問1 優越的地位の濫用行為について（全員回答）

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

「優越的地位の濫用行為」は減少しているが、  
未だ約4割が受けている！



「④まったくない」が62.3%で昨年の42.3%より増加し改善が見られる一方で、依然として「①たたくさんある」が4.0%、「②時々ある」が33.7%、併せて37.7%となっており、約4割が何らかの濫用行為を受けている。

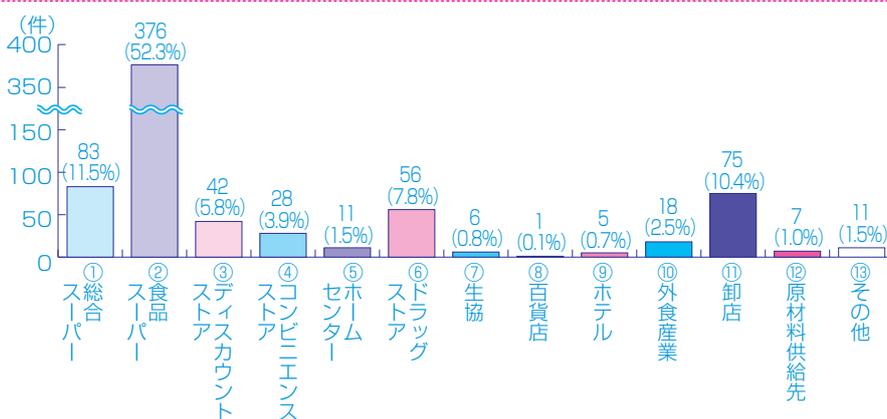
	2017年		2016年		2015年	
①たたくさんある	119	4.0%	168	5.8%	132	5.7%
②時々ある	1,000	33.7%	645	22.4%	548	23.5%
③まったくない	1,847	62.3%	1,219	42.3%	901	38.6%
合計	2,966	100.0%	2,884	100.0%	2,336	100.0%

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

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

#### (3) 濫用行為の業態

「総合・食品スーパー」で約6割を占めている！

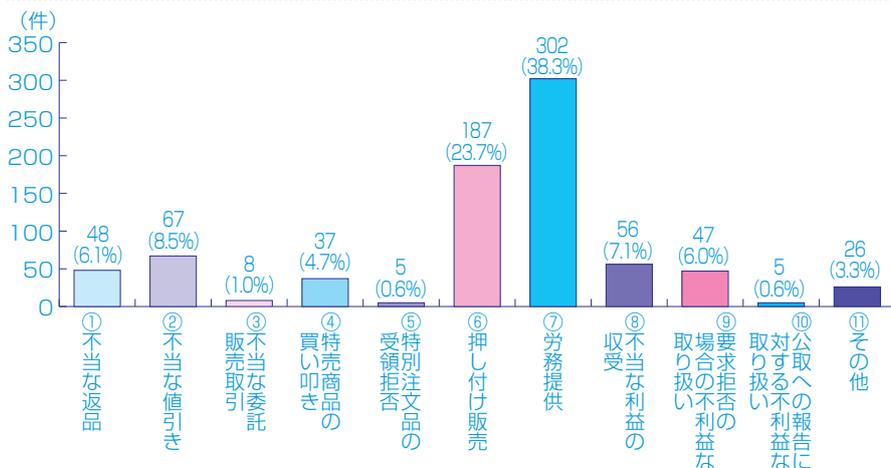


濫用行為の業態については、「②食品スーパー」52.3%、「①総合スーパー」11.5%とスーパー関係併せて全体の約6割を占めている。「⑪卸店」は10.4%（昨年9.7%）、「③ディスカウントストア」は5.8%（昨年5.6%）となっており、昨年よりも増加している。

	2017年		変化	2016年		2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
①総合スーパー	83	11.5%	▲	88	11.1%	70	11.1%	73	10.9%	137	12.9%	40	13.1%	23	8.8%
②食品スーパー	376	52.3%	▲	420	53.1%	332	52.9%	310	46.2%	511	48.3%	119	39.0%	123	47.1%
③ディスカウントストア	42	5.8%	▲	44	5.6%	27	4.3%	40	6.0%	84	7.9%	17	5.6%	23	8.8%
④コンビニエンスストア	28	3.9%	▲	34	4.3%	44	7.0%	30	4.5%	86	8.1%	71	23.3%	25	9.6%
⑤ホームセンター	11	1.5%	▲	9	1.1%	5	0.8%	5	0.7%	10	0.9%	0	0.0%	7	2.7%
⑥ドラッグストア	56	7.8%	▲	63	8.0%	39	6.2%	49	7.3%	58	5.5%	19	6.2%	22	8.4%
⑦生協	6	0.8%	▲	8	1.0%	2	0.3%	4	0.6%	9	0.8%	2	0.7%	8	3.1%
⑧百貨店	1	0.1%	▲	3	0.4%	1	0.2%	1	0.1%	10	0.9%	3	1.0%	3	1.1%
⑨ホテル	5	0.7%	▲	5	0.6%	6	1.0%	8	1.2%	11	1.0%	3	1.0%	4	1.5%
⑩外食産業	18	2.5%	▲	18	2.3%	17	2.7%	26	3.9%	27	2.5%	3	1.0%	4	1.5%
⑪卸店	75	10.4%	▲	77	9.7%	66	10.5%	106	15.8%	83	7.8%	18	5.9%	11	4.2%
⑫原材料供給先	7	1.0%	▲	6	0.8%	7	1.1%	8	1.2%	10	0.9%	2	0.7%	1	0.4%
⑬その他	11	1.5%	▲	16	2.0%	12	1.9%	11	1.6%	23	2.2%	8	2.6%	7	2.7%
合計	719	100.0%		791	100.0%	628	100.0%	671	100.0%	1,059	100.0%	305	100.0%	261	100.0%

#### (4) 濫用行為の名称

「労務提供」と「押し付け販売」が6割以上を占める！



濫用行為の名称の割合については、「⑦労務提供」38.3%（昨年34.4%）が一番多く、昨年よりも増加している。二番目に多いのは「⑥押し付け販売」23.7%（昨年26.9%）で、こちらは昨年よりも減少している。また、「④特売商品等の買ったとき」4.7%（昨年3.8%）が昨年よりも増加している。

なお、「⑦労務提供」と「⑥押し付け販売」併せて62.0%（昨年61.3%）と依然として6割以上を占めており、2010年以降同様の傾向となっている。

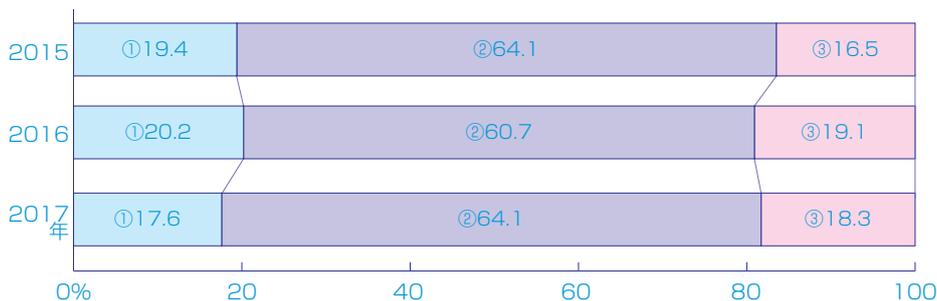
（単位：件）

	2017年	変化	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年
①不当な返品	48 6.1%	▼	55 6.4%	39 5.7%	69 8.8%	78 7.0%	14 4.6%	26 10.0%
②不当な値引き	67 8.5%	▲	71 8.3%	61 8.8%	74 9.4%	99 8.9%	24 7.9%	16 6.1%
③不当な委託販売取引	8 1.0%	▲	3 0.3%	2 0.3%	6 0.8%	3 0.3%	2 0.7%	4 1.5%
④特売商品の買い叩き	37 4.7%	▲	33 3.8%	21 3.0%	39 4.9%	54 4.9%	9 3.0%	10 3.8%
⑤特別注文品の受領拒否	5 0.6%	▼	6 0.7%	6 0.9%	4 0.5%	12 1.1%	3 1.0%	3 1.1%
⑥押し付け販売	187 23.7%	▼	231 26.9%	216 31.3%	221 28.0%	329 29.6%	106 35.0%	88 33.7%
⑦労務提供	302 38.3%	▲	296 34.4%	226 32.8%	239 30.3%	367 33.0%	85 28.1%	73 28.0%
⑧不当な利益の收受（協賛金等）	56 7.1%	→	61 7.1%	41 5.9%	79 10.0%	93 8.4%	29 9.6%	24 9.2%
⑨要求拒否の場合の不利益な取り扱い	47 6.0%	▲	51 5.9%	52 7.5%	38 4.8%	54 4.9%	20 6.6%	9 3.4%
⑩公取への報告に対する不利益な取り扱い	5 0.6%	→	5 0.6%	1 0.1%	0 0.0%	2 0.2%	0 0.0%	1 0.4%
⑪その他	26 3.3%	▼	48 5.6%	25 3.6%	19 2.4%	22 2.0%	11 3.6%	7 2.7%
合計	788 100.0%		860 100.0%	690 100.0%	788 100.0%	1,113 100.0%	303 100.0%	261 100.0%

#### (6) 優越的地位の濫用事例をどのようにとらえましたか

6割以上の回答者が「店舗、会社からの要請」ととらえている！

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



（単位：件）

	2017年	変化	2016年	2015年
①あくまで個人的な要請にとらえた	112 17.6%	▼	142 20.2%	114 19.4%
②店舗、会社からの要請にとらえた	407 64.1%	▲	426 60.7%	377 64.1%
③どちらとも言えない	116 18.3%	▼	134 19.1%	97 16.5%
合計	635 100.0%		702 100.0%	588 100.0%

「①あくまで個人的な要請にとらえた」が17.6%（昨年20.2%）、「②店舗、会社からの要請にとらえた」が64.1%（昨年60.7%）となっており、「店舗、会社からの要請」ととらえている割合が昨年よりも増加し、6割以上を占めている。

### 3. 「押し付け販売」の事例について

(1) 「押し付け販売」(具体的に買わされた商品)については事例一覧(p.21以降)に掲載。

#### (2) 金額

回答があった最高額の平均は14,560円!

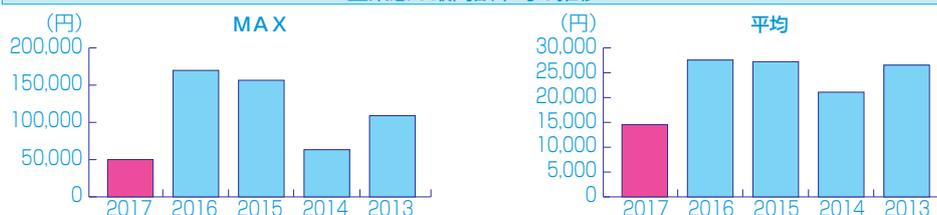
(単位:円、件数は件)

	2017年				2016年				2015年			
	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均
①総合スーパー	12	70,000	1,600	8,808	18	50,000	1,000	14,333	14	100,000	3,000	14,500
②食品スーパー	99	200,000	1,200	16,499	120	200,000	1,500	17,429	91	500,000	1,000	25,640
③ディスカウントストア	8	50,000	1,000	18,813	12	40,000	2,000	12,333	5	10,000	2,000	5,800
④コンビニエンスストア	16	20,000	2,000	6,625	15	35,000	1,000	12,133	13	10,000	2,000	6,000
⑤ホームセンター	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
⑥ドラッグストア	6	10,000	1,980	6,163	4	10,000	3,000	6,000	1	15,000	15,000	15,000
⑦生協	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
⑧百貨店	1	10,000	10,000	10,000	1	10,000	10,000	10,000	-	-	-	-
⑨ホテル	5	50,000	15,000	30,200	4	500,000	5,000	201,250	2	20,000	18,000	19,000
⑩外食産業	9	36,000	5,000	15,222	8	500,000	5,000	148,125	3	350,000	30,000	201,667
⑪卸店	14	30,000	2,000	11,714	20	500,000	3,000	47,100	13	54,000	3,000	21,538
⑫原材料供給先	-	-	-	-	1	3,000	3,000	3,000	-	-	-	-
⑬その他	5	25,000	3,500	10,700	3	20,000	3,500	9,500	3	350,000	5,000	121,667
件数合計/平均	175	50,100	4,328	14,560	206	169,818	3,455	27,558	145	156,556	8,778	27,216

「押し付け販売」を受けた金額の最高額から見ると、「②食品スーパー」(1件)で200,000円、「③ディスカウントストア」(2件)、「⑨ホテル」(1件)で50,000円となっている。

また、件数が多いのは「②食品スーパー」で、最高額平均は16,499円(99件)となっている。

全業態の最高額平均の推移



#### (3) 年間頻度

全体の平均頻度は年間2.5回!

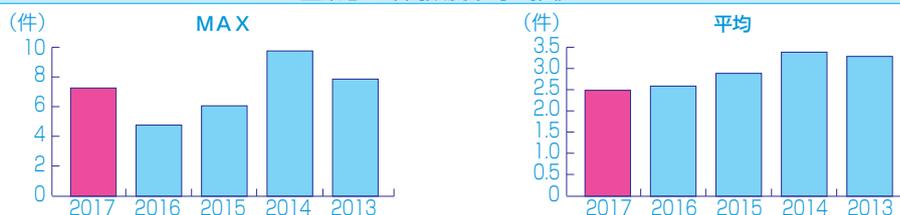
(単位:回、件数は件)

	2017年				2016年				2015年			
	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均	件数	MAX	MIN	平均
①総合スーパー	12	5	1	1.8	22	6	1	2.6	18	5	1	2.6
②食品スーパー	100	35	1	2.7	126	12	1	2.7	97	10	1	3.0
③ディスカウントストア	8	5	1	2.9	13	5	1	2.7	4	4	1	2.3
④コンビニエンスストア	16	10	1	2.0	14	8	2	3.6	12	5	1	2.8
⑤ホームセンター	1	2	2	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-
⑥ドラッグストア	6	5	1	2.3	4	2	1	1.8	1	2	2	2.0
⑦生協	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
⑧百貨店	1	5	5	5.0	2	2	2	2.0	-	-	-	-
⑨ホテル	5	2	1	1.6	4	3	1	2.3	2	4	1	2.5
⑩外食産業	10	4	1	1.6	7	5	1	2.3	3	15	2	6.3
⑪卸店	15	10	1	2.7	22	5	1	2.4	15	5	1	2.6
⑫原材料供給先	1	2	2	2.0	1	3	3	3.0	1	1	1	1.0
⑬その他	6	3	1	2.0	3	2	1	1.3	6	10	2	3.7
件数合計/平均	181	7.3	1.5	2.5	218	4.8	1.4	2.6	159	6.1	1.3	2.9

全体の平均頻度は2.5回で、2012年(3.0回)、2013年(3.3回)、2014年(3.4回)、2015年(2.9回)、2016年(2.6回)から若干ではあるが減少傾向が見られる。

回数が多いのは「②食品スーパー」(1件)の35回、次に、「④コンビニエンスストア」(1件)、「⑪卸店」(1件)の10回となっている。

全業態の年間頻度平均の推移



#### (4) 負担

7割以上が「ほぼ自己負担」!



負担については、「②ほぼ自己負担」が72.7% (昨年67.7%) と昨年より増加している。また、「①ほぼ会社負担」が10.6% (昨年13.7%) と減少している。「③会社と折半」は4.6% (昨年4.0%)、「④ケース・バイ・ケース」は12.0% (昨年14.5%) となっている。

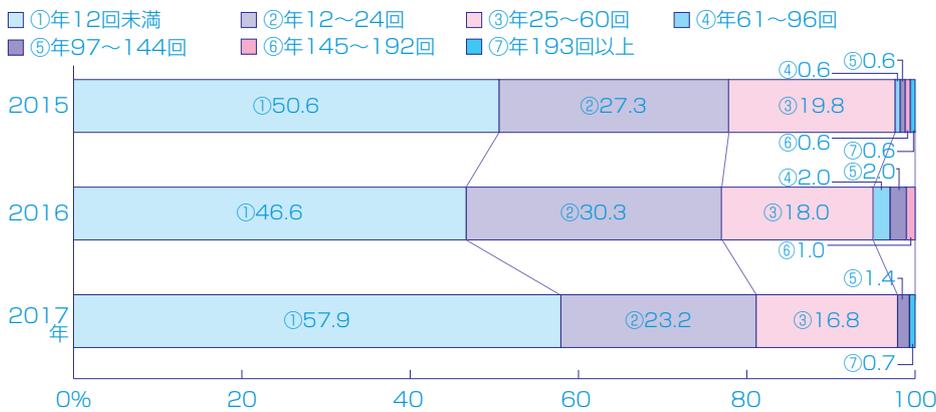
(単位: 件)

	2017年		変化	2016年		2015年		2014年		2013年		2012年	
①ほぼ会社負担	23	10.6%	▼	34	13.7%	19	10.8%	28	12.7%	46	12.2%	25	17.5%
②ほぼ自己負担	157	72.7%	▲	168	67.7%	124	70.5%	146	66.1%	239	63.4%	70	49.0%
③会社と折半	10	4.6%	▲	10	4.0%	12	6.8%	10	4.5%	14	3.7%	7	4.9%
④ケース・バイ・ケース	26	12.0%	▼	36	14.5%	21	11.9%	37	16.7%	78	20.7%	41	28.7%
合計	216	100.0%		248	100.0%	176	100.0%	221	100.0%	377	100.0%	143	100.0%

#### 4. 「労務提供」

##### (1) 年間頻度

「年12回以上」の回答が約4割!



頻度については、「①年12回未満」が57.9% (165件) である一方で、「②年12~24回」が23.2% (66件)、「③年25~60回」が16.8% (48件) が労務提供を要請されている。また、年100回以上の「労務提供」も6件あった。

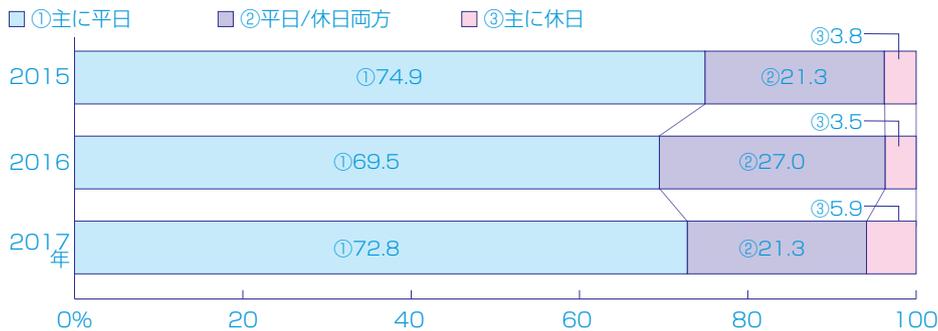
(単位: 件)

	2017年		変化	2016年		2015年		2014年		2013年		2012年	
①年12回未満	165	57.9%	▲	137	46.6%	87	50.6%	23	15.5%	138	36.8%	35	45.5%
②年12~24回	66	23.2%	▼	89	30.3%	47	27.3%	77	52.0%	128	34.1%	24	31.2%
③年25~60回	48	16.8%	▼	53	18.0%	34	19.8%	40	27.0%	85	22.7%	12	15.6%
④年61~96回	0	0.0%	▼	6	2.0%	1	0.6%	6	4.1%	4	1.1%	0	0.0%
⑤年97~144回	4	1.4%	▼	6	2.0%	1	0.6%	2	1.4%	16	4.3%	6	7.8%
⑥年145~192回	0	0.0%	▼	3	1.0%	1	0.6%	0	0.0%	3	0.8%	0	0.0%
⑦年193回以上	2	0.7%	▲	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	1	0.3%	0	0.0%
合計	285	100.0%		294	100.0%	172	100.0%	148	100.0%	375	100.0%	77	100.0%

※2015年から年換算とし、2014年以前もそれに合わせて集計しています。

## (2) 曜日

休日を含む労務提供は約3割！



休日に労務提供を要請されている割合は、「③主に休日」が5.9%、「②平日/休日両方」が21.3%、併せて27.2%となっている。

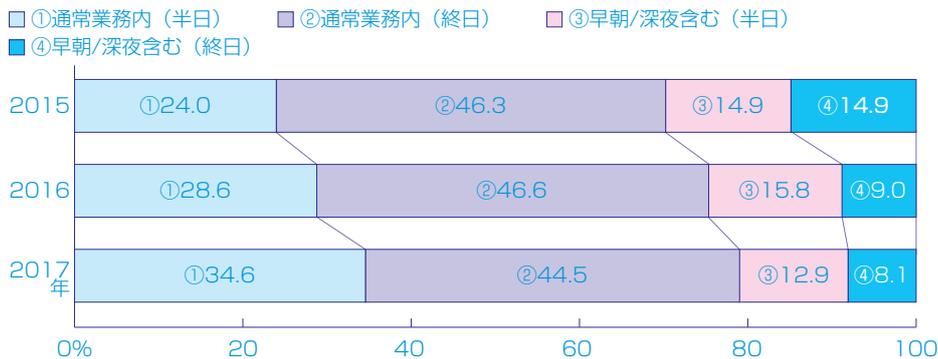
また、昨年は「③主に休日」、「②平日/休日両方」、併せて30.5%となっており、減少している。

(単位：件)

	2017年		変化	2016年		2015年		2014年		2013年		2012年	
	件数	割合		件数	割合								
①主に平日	209	72.8%	▲	219	69.5%	137	74.9%	142	74.3%	276	74.4%	68	70.8%
②平日/休日両方	61	21.3%	▼	85	27.0%	39	21.3%	42	22.0%	82	22.1%	24	25.0%
③主に休日	17	5.9%	▲	11	3.5%	7	3.8%	7	3.7%	13	3.5%	4	4.2%
合計	287	100.0%		315	100.0%	183	100.0%	191	100.0%	371	100.0%	96	100.0%

## (3) 時間帯

早朝/深夜の労務提供は減少しているが、未だ約2割で要請されている！



早朝/深夜に労務提供を要請されている時間帯は、「③早朝/深夜含む (半日)」12.9%、「④早朝/深夜含む (終日)」8.1%で併せて21.0%となっている。

また、昨年は「③早朝/深夜含む (半日)」、「④早朝/深夜含む (終日)」、併せて24.8%となっており、減少している。

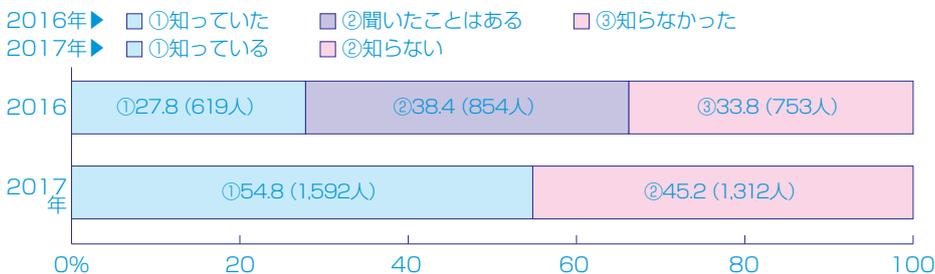
(単位：件)

	2017年		変化	2016年		2015年		2014年		2013年		2012年	
	件数	割合		件数	割合								
①通常業務内 (半日)	94	34.6%	▲	89	28.6%	42	24.0%	73	31.6%	119	28.5%	28	27.5%
②通常業務内 (終日)	121	44.5%	▼	145	46.6%	81	46.3%	112	48.5%	188	45.1%	40	39.2%
③早朝/深夜含む (半日)	35	12.9%	▼	49	15.8%	26	14.9%	30	13.0%	73	17.5%	18	17.6%
④早朝/深夜含む (終日)	22	8.1%	▼	28	9.0%	26	14.9%	16	6.9%	37	8.9%	16	15.7%
合計	272	100.0%		311	100.0%	175	100.0%	231	100.0%	417	100.0%	102	100.0%

## 設問2 大規模小売業告示について（全員回答）

### 1. あなたは大規模小売業告示の存在を知っていますか？

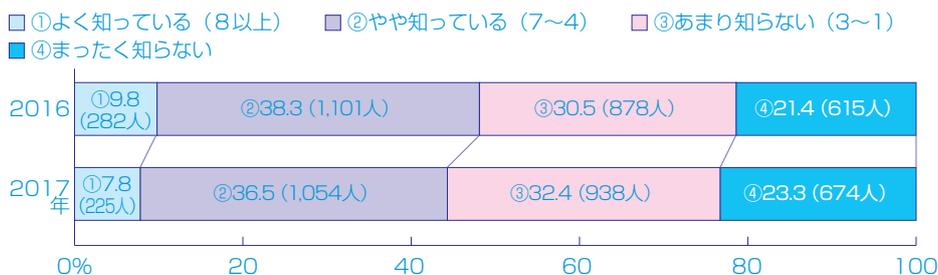
4割以上が「知らない」と回答！



大規模小売業告示の存在については、「①知っている」が54.8%、「②知らない」が45.2%と回答しており、4割以上の営業担当者に大規模小売業告示の存在が周知されていないことがうかがえる。

### 2. あなたは大規模小売業告示の優越的地位の濫用行為の10の行為を知っていますか？

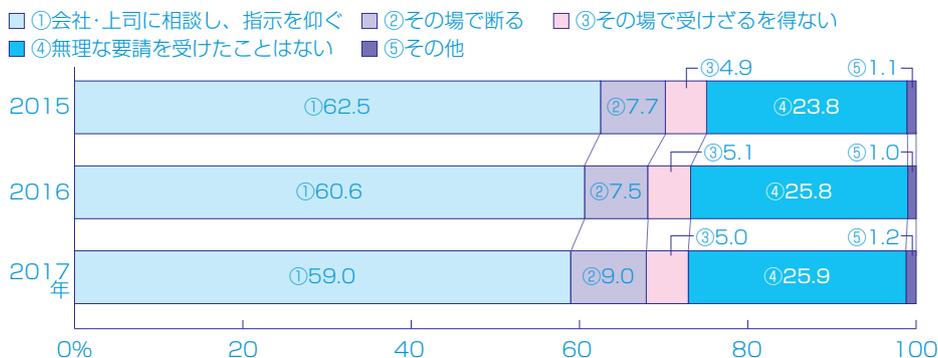
5割以上が理解していない！



大規模小売業告示の内容の周知については、「①よく知っている (8以上)」が7.8%、「②やや知っている (7~4)」が36.5%となっている。一方で、「③あまり知らない (3~1)」が32.4%、「④まったく知らない」が23.3%、併せて55.7%となっており、優越的地位の濫用行為の内容が、半数以上の営業担当者に周知されていないことがうかがえる。

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

「その場で断る」ことができるのは1割以下！



会社・上司に相談し、指示を仰ぐ」が59.0%、「②その場で断る」が9.0%、「③その場で受けざるを得ない」が5.0%となっている。2014年以降ほぼ同様の割合となっており、その場で断ることができない状態が続いている。

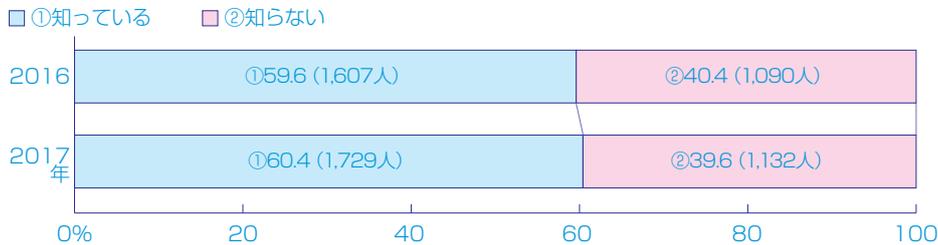
(単位：件)

	2017年		変化	2016年		2015年		2014年		2013年		2012年	
①会社・上司に相談し、指示を仰ぐ	1,484	59.0%	▼	1,709	60.6%	1,412	62.5%	1,272	61.1%	1,174	51.4%	518	51.4%
②その場で断る	226	9.0%	▲	212	7.5%	175	7.7%	147	7.1%	169	7.4%	103	10.2%
③その場で受けざるを得ない	126	5.0%	▼	144	5.1%	111	4.9%	119	5.7%	149	6.5%	66	6.6%
④無理な要請を受けたことはない	651	25.9%	▲	729	25.8%	537	23.8%	520	25.0%	752	33.0%	305	30.3%
⑤その他	30	1.2%	▲	27	1.0%	26	1.1%	24	1.2%	38	1.7%	15	1.5%
合計	2,517	100.0%		2,821	100.0%	2,261	100.0%	2,082	100.0%	2,282	100.0%	1,007	100.0%

### 設問3 労務提供について

#### 1. あらかじめ覚書等を締結することを知っていますか？

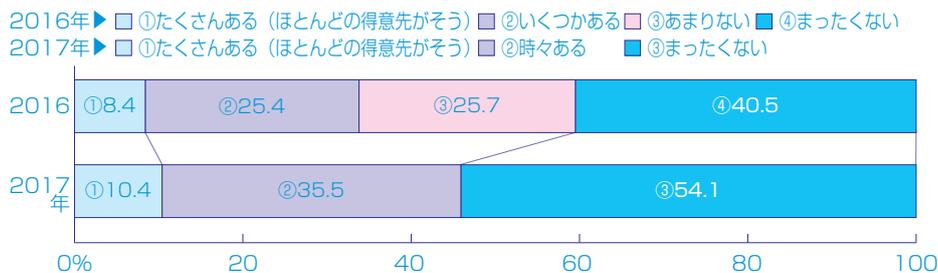
約4割が「知らない」と回答！



あらかじめ覚書等を締結することについては、「①知っている」が60.4%、「②知らない」が39.6%と回答しており、約4割の営業担当者に告示内容の周知がされていないことがうかがえる。

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

4割以上が「ある」と回答！



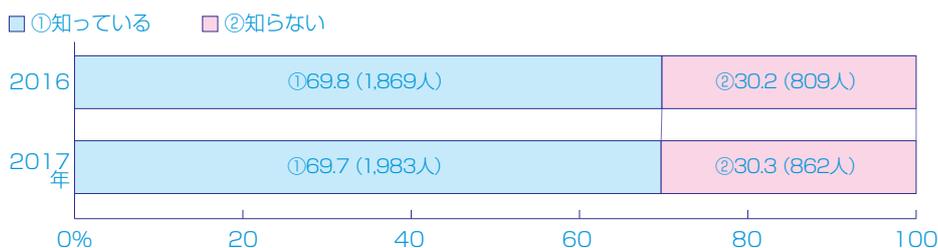
「①たくさんある」が10.4%、「②時々ある」が35.5%、併せて45.9%であり、4割以上の営業担当者が、あらかじめ覚書を締結せずに労務提供を要請している取引先があると回答している。

(単位：件)

	2017年		2016年		2015年	
	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
①たくさんある (ほとんどの得意先がそう)	287	10.4%	232	8.4%	179	8.7%
②時々ある	982	35.5%	706	25.4%	496	24.2%
③あまりない			713	25.7%	502	24.5%
④まったくない	1,497	54.1%	1,125	40.5%	874	42.6%
合計	2,766	100.0%	2,776	100.0%	2,051	100.0%

#### 3. 相応の日当を支払うことを知っていますか？

約3割が「知らない」と回答！

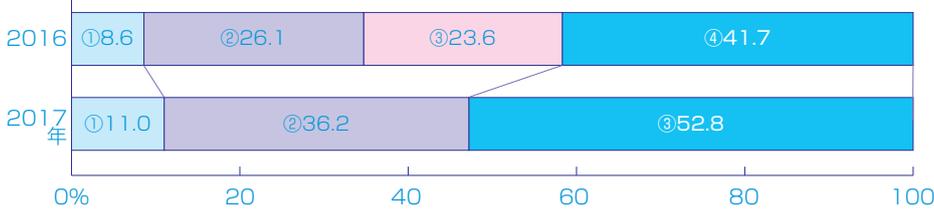


相応の日当を支払うことについては、「①知っている」が69.7%、「②知らない」が30.3%と回答している。

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

4割以上が「ある」と回答！

2016年▶ □ ①たくさんある (ほとんどの得意先がそう) ■ ②いくつかある □ ③あまりない ■ ④まったくない  
 2017年▶ □ ①たくさんある (ほとんどの得意先がそう) ■ ②時々ある ■ ③まったくない



(単位: 件)

	2017年			2016年		2015年	
	件数	割合		件数	割合	件数	割合
①たくさんある (ほとんどの得意先がそう)	307	11.0%	①たくさんある (ほとんどの得意先がそう)	238	8.6%	172	8.4%
②時々ある	1,008	36.2%	②いくつかある	725	26.1%	526	25.8%
③まったくない	1,470	52.8%	③あまりない	655	23.6%	450	22.0%
合計	2,785	100.0%	④まったくない	1,157	41.7%	894	43.8%
			合計	2,775	100.0%	2,042	100.0%

#### 設問4 中間取引との関係 (卸売業者の方のみ回答)

##### 1. 取引先業者に対し「優越的地位の濫用行為」をしましたか？

濫用行為について「まったくない」が8割以上！

2016年▶ □ ①たくさんある ■ ②何度かある □ ③あまりない ■ ④まったくない  
 2017年▶ □ ①たくさんある ■ ②時々ある ■ ③まったくない



(単位: 件)

	2017年			2016年		2015年	
	件数	割合		件数	割合	件数	割合
①たくさんある	14	2.1%	①たくさんある	6	0.7%	7	1.8%
②時々ある	74	10.9%	②何度かある	44	5.4%	16	4.2%
③まったくない	591	87.0%	③あまりない	186	22.6%	54	14.2%
合計	679	100.0%	④まったくない	586	71.3%	304	79.8%
			合計	822	100.0%	381	100.0%

回答者の679名のうち、「④まったくない」が87.0%で昨年の71.3%より増加し、改善が見られる。一方で、「①たくさんある」が2.1%、「②時々ある」が10.9%、併せて13.0%となっており、何らかの濫用行為を約1割が行ったと回答している。

# 資 料

## 優越的地位の濫用事例が3件以上挙げた会社及び事例内容

### (1) A【食品スーパー】13件（昨年5件）

- ・ 季節商品の購入依頼等（おせち、恵方巻、栗きんとん、さくらんぼ、クリスマスケーキ、うなぎ、相撲部屋の場所前激励会チケット）＜9件＞。
- ・ 改装オープンの応援依頼。断ったが、いまだに依頼してくるのはいかなものか。
- ・ 欠品により生じた販売機会ロスとして、勝手に支払の値引き要求がある（卸に対して）。
- ・ 10%オフの日の値引き分を卸に請求している。
- ・ 値下げ交渉を一切受け付けず商品の取扱い中止。

### (2) B【総合スーパー】9件（昨年9件）

- ・ 陳列応援、過度な販促応援（土日含む）＜4件＞。
- ・ 送り込みの商品。陳列要請。レイアウトも関わる。曜日指定。定価商品を出していないという。
- ・ 先方会議の資料作成。
- ・ 月曜陳列は各メーカー当たり前のように集合。毎週納品されると並べるのが当たり前のように言われる。他の曜日に来店すると基本（月）が売り場替えだからと皮肉を言われる（主任が指示）。
- ・ 改装、新店オープンの際に、PB商品も含め、陳列の労務提供を求められる。労務提供するのは当たり前となっており、感謝されることもなく、怒声をあげられる状況。メーカー、卸は怯えながら日々経過しており、労務提供しているかどうかというレベルではない。
- ・ 協賛金、販促条件の要請を断った場合の制裁。

### (3) C【コンビニエンスストア】9件（昨年0件）

- ・ ケーキやお歳暮等、相手が販売したい商品の購入の強要＜5件＞。
- ・ 展示会の手伝い＜2件＞。
- ・ 弊社が提供する各種キャンペーンを受託する代わりに商品購入を要求される。
- ・ 契約外の販売要求（急な中止や逆に急な発注、それに応えないと他社にすると脅迫される）。

### (4) D【食品スーパー】8件（昨年0件）

- ・ 当社は卸店を通じて商品を納品しているため、直接的には関係ないが、卸店担当者と同行などの商談時、特売商品の買ったたきが行なわれることがある＜4件＞。
- ・ 営業時間外の陳列要請＜4件＞。

### (5) E【食品スーパー】7件（昨年0件）

- ・ 土・日・祝に改装・撤去の作業依頼がくる＜2件＞。
- ・ 新店、改装時の調理応援、花火大会など繁忙期の調理応援、社内会議のための調理応援、新商品売込みのための売り場づくり（初日調理応援）。覚書の締結、日当の支払いなどない。
- ・ 改装店舗の陳列応援（日曜・祝日）の要求、常習化。店舗視察（研修等）前の定番売場直しの要求。
- ・ 半期に一度の棚替えをほぼ全店で実施している。

(6) F 【食品スーパー】 7 件 (昨年 0 件)

- ・年間 40～50 回に改装および新店陳列。遠方の店舗も多く、拘束時間も長い。また、移動や前泊にかかる費用負担も大きい<3 件>。
- ・過度な協賛金の依頼。
- ・圧力をかけての値引き。クリスマスケーキの購入要請。
- ・先方の改装スケジュール納期遅出に対して、予定日翌日の拘束。
- ・予定していた数量の半分だが条件は同様。売上が悪いとの理由での条件要求。

(7) G 【卸店】 7 件 (昨年 5 件)

- ・協賛金の要求。
- ・値上げ交渉時の暴言。
- ・大量在庫に対して不当な値引きを要求される。怒号もある。
- ・小売との欠品率改善を行なうにあたり過剰に在庫、出荷期限が切れると有無を言わずに返品。断ると激昂され、メーカーの責任にしてくる。
- ・自社の仕入れ在庫を 2 ヶ月滞留の期限で返品として、ルール化している卸企業がある。
- ・価格と条件を守ってくれない (特定セールス)。一度提示すると戻せなくなることがある。
- ・小売からは恐らくメーカーへの応援費用が振り込まれているにも関わらずメーカーへの支払いなし。他の問屋は、費用を断るメーカーへも支払いを必ずしているが無い。協賛金について何年も担当しても一向に改善されない。

(8) H 【総合スーパー】 6 件 (昨年 5 件)

- ・催事商品の購入強要<3 件>。
- ・ボージョレーヌーヴォー、クリスマスケーキ、恵方巻。土用の丑の日のウナギ等、催事的な販売時にチラシが配布され、購入状況の確認が入る。
- ・毎月の先方の会議時にメーカーが会議用商品の陳列や会場セッティングを手伝う。また各店舗担当者へ、全店舗分各メーカー 1 品ずつ協賛 (お土産用) 。
- ・改装時の労務提供 (頻度が多い)。謝礼申請はあるが断った場合不利益な対応をとられる場合がある。

(9) I 【総合スーパー】 6 件 (昨年 4 件)

- ・新店・改装の際の商品陳列<4 件>。
- ・ケーキ、おせち購入依頼<2 件>。

(10) J 【食品スーパー】 6 件 (昨年 0 件)

- ・注文した商品の買取り拒否。
- ・取引に労働力の提供を強要。
- ・創業祭名目で、極端な協賛金を求められ支払った。
- ・日々度を超える値引きの強制。値引きができなければ、出入り禁止にさせられることが頻繁にある。
- ・商談をする際は早朝 (7:00～書き込み可) より、本部近くの場所で待機。来た順に会社名を記入しなければ、商談ができない状態。
- ・本部商談についても、開始時間が日によって異なり、商談待合室にてかなりの時間、待たされることが多々ある。また、先方の一方的な都合により、急遽、商談自体が中止となることもある。

(11) **K【卸店】6件（昨年0件）**

- ・協賛金を断った際に競合他社への切り替えを示唆された<2件>。
- ・協賛チケットの購入。
- ・残ったバラ在庫の赤伝（すでに処理済の伝票を取消するために発行される伝票）対応。
- ・仕入れた商品を安い卸値で販売している。卸利が少ないので、条件（リベート）が欲しい。
- ・実際のところはグレーゾーン。「売れ残ったので返品させてくれませんか？」とお願いベースでくる。年に3～4回？ 私が担当している卸問屋でこのような要請があるのはこの問屋だけである。

(12) **L【総合スーパー】5件（昨年4件）**

- ・新店、リニューアル店、棚替え等の陳列業務<2件>。
- ・クレジットカード加入やボジョレーヌーヴォー購入など。
- ・協賛金が高い、労務提供（棚割り作成）が多い。
- ・頻繁に訪問に来ないメーカーとは対応しない。他社の商品の陳列依頼等断れない状況に追い込まれている。出禁をにおわす口調。逆らえない。

(13) **M【食品スーパー】5件（昨年6件）**

- ・うなぎ、恵方巻等の押し付け販売<5件>。

(14) **N【食品スーパー】5件（昨年3件）**

- ・新店、改装等での無償の陳列応援<2件>。
- ・押し付け販売。
- ・明細がまったく不明な店舗での処分代の請求がある。
- ・弊社だけに関わらず、毎月返品が必ずある。なくなる。

(15) **O【食品スーパー】5件（昨年3件）**

- ・「朝売り」、年末年始店舗での販売応援を早朝から要請される<2件>。
- ・値上げするとそのメーカーの商品すべてをカットすると脅す。早朝からの改装、棚替えが頻繁にある。
- ・早朝7時からの棚替えの半ば強制的な参加（売りが大きいのでNOとは言えない）。昔から続いており、各メーカー一年2回の棚替えは暗黙の了解で参加している。
- ・毎年、年末に「朝売り」がある。朝3時ごろからメーカーがスーパー各店に訪問し、陳列と販売を行なう。朝3時～7時まで販売。陳列の辞退はできない。マネキン（バイト）対応もできない。年末休み期間中の応援のため、休みが減る。無償の対応となる（日当なし）。

(16) **P【食品スーパー】5件（昨年0件）**

- ・価格の引き下げ要求。
- ・応援要請（売場手直し）、値入改善の強要。
- ・利益が足りないので条件を追加するか協賛金という形で支払いの要求をされた。
- ・毎年、先方作成のチャリティーカレンダー購入を強要される。新店、改装店、売り場変更に係る早朝からの長時間拘束。おせちテレフォン応援の強要。
- ・取締役商品本部長からの指示を理由に、原価等の取引条件の過度な要請。全品原価改善の要請後、回答レベルの低いメーカー・卸売業がターゲットとなり、見積り合わせが実施された。

- (17) Q 【総合スーパー】 4 件 (昨年 0 件) < 労務提供 3 件 要求拒否の場合の不利益取扱 1 件 >
- (18) R 【食品スーパー】 4 件 (昨年 6 件) < 押し付け販売 4 件 >
- (19) S 【卸店】 4 件 (昨年 3 件) < 労務提供 3 件 不当な利益の收受 1 件 >
- (20) T 【食品スーパー】 4 件 (昨年 3 件) < 押し付け販売 4 件 >
- (21) U 【食品スーパー】 4 件 (昨年 3 件) < 労務提供 2 件 押し付け販売 1 件 >
- (22) V 【食品スーパー】 4 件 (昨年 0 件) < 労務提供 4 件 >
- (23) W 【食品スーパー】 4 件 (昨年 0 件) < 労務提供 3 件 >
- (24) X 【ディスカウントストア】 4 件 (昨年 0 件) < 労務提供 1 件 要求拒否の場合の不利益取扱 1 件 その他 2 件 >
- (25) Y 【卸店】 4 件 (昨年 3 件) < 不当な返品 4 件 >
- (26) Z 【卸店】 4 件 (昨年 0 件) < 不当な利益の收受 2 件 労務提供 1 件 要求拒否の場合の不利益取扱 1 件 >
- (27) a 【卸店】 4 件 (昨年 0 件) < 労務提供 1 件 不当な返品 1 件 その他 2 件 >
- (28) b 【食品スーパー】 3 件 (昨年 4 件) < 労務提供 1 件 不当な利益の收受 1 件 その他 1 件 >
- (29) c 【食品スーパー】 3 件 (昨年 3 件) < 労務提供 3 件 >
- (30) d 【食品スーパー】 3 件 (昨年 3 件) < 労務提供 2 件 特売商品等の買ったたき 1 件 >
- (31) e 【食品スーパー】 3 件 (昨年 3 件) < 労務提供 1 件 押し付け販売 1 件 その他 1 件 >
- (32) f 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 労務提供 1 件 押し付け販売 1 件 不当な利益の收受 1 件 >
- (33) g 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 押し付け販売 2 件 不当な値引き 1 件 >
- (34) h 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 押し付け販売 2 件 不当な値引き 1 件 >
- (35) i 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 押し付け販売 3 件 >
- (36) j 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 労務提供 3 件 >
- (37) k 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 押し付け販売 2 件 労務提供 1 件 >
- (38) l 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 押し付け販売 2 件 労務提供 1 件 >
- (39) m 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 押し付け販売 2 件 その他 1 件 >
- (40) n 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 労務提供 1 件 押し付け販売 1 件 その他 1 件 >
- (41) o 【食品スーパー】 3 件 (昨年 0 件) < 労務提供 1 件 その他 2 件 >
- (42) p 【食品スーパー】 3 件 (昨年 3 件) < 押し付け販売 3 件 >
- (43) q 【ドラッグストア】 3 件 (昨年 12 件) < 労務提供 1 件 不当な返品 1 件 不当な利益の收受 1 件 >
- (44) r 【ドラッグストア】 3 件 (昨年 0 件) < 労務提供 1 件 不当な値引き 1 件 その他 1 件 >
- (45) s 【卸店】 3 件 (昨年 3 件) < 労務提供 1 件 不当な返品 1 件 不当な値引き 1 件 >

※ 優越的地位の濫用事例が 5 件以上挙げた会社については、報告内容の詳細を記載し、4 件または 3 件挙げた会社については、禁止行為の名称のみを記載しています。

# 取引慣行アンケート 優越的地位の濫用、具体的事例一覧

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付販売 頻度 年間 (回)	押付販売 負担 年間 (回)	労働 提供 頻度 年間 (回)	労働 提供 曜日	労働 提供 時間帯
			<p>【業態】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→①総合スーパー</li> <li>→②食品スーパー</li> <li>→③ディスカウントストア</li> <li>→④コンビニ</li> <li>→⑤ホームセンター</li> <li>→⑥ドラッグストア</li> <li>→⑦生協</li> <li>→⑧百貨店</li> <li>→⑨ホームセンター</li> <li>→⑩外食産業</li> <li>卸店 →⑪卸店</li> <li>加工用 →⑫加工用ユーザー (原材料供給先)</li> <li>その他 →⑬その他</li> </ul>		<p>【名称】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>返品 →①不当な返品</li> <li>値引き →②不当な値引き</li> <li>委託 →③不当な委託販売取り</li> <li>買叩き →④特売商品等の買いたたき</li> <li>PB →⑤特別注文品の受領拒否</li> <li>押付 →⑥押し付け販売</li> <li>労務提供 →⑦労務提供 (陳列/販売/製造応援等)</li> <li>協賛等 →⑧不当な利益の収受 (協賛金・物流センターフィー等)</li> <li>拒否 →⑨要求拒否の場合の不利益な取扱</li> <li>公取 →⑩公取委への報告に対する不利益な取扱</li> <li>その他 →⑪その他</li> </ul>							
1	*	北海道	GMS	労務	陳列応援への参加が強制的な場合がある (参加しなれば競合メーカーに優位となるような発言も多数)。							
2	*	北海道	GMS	拒否	納得のいかない内容で納品改善を求められ、拒否したところ、不利益な扱いを受けた。							
3	*	北海道	SM	労務	自社商品の陳列要請。							
4	*	北海道	SM	押付	節分に恵方巻の押し付け販売 (おおよそ20本)。	恵方巻、うなぎ	51,600	2	2	2	折半	
5	*	北海道	SM	押付	うなぎの押し付け販売。	うなぎ	25,000	1	1	1	自己	
6	*	北海道	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ巻、恵方巻	75,000	2	2	2	折半	
7	*	北海道	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ巻、恵方巻	75,000	2	2	2	折半	
8	*	北海道	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ、恵方巻	75,000	2	2	2	折半	
9	*	北海道	SM	労務	訪店時の定期的な在庫確認 (当社商品) の強要的な発言が毎回。							
10	*	北海道	SM	労務	訪店時の定期的な在庫確認 (当社商品) の強要的な発言が毎回。							
11	*	北海道	SM	押付・労務・協賛等	ポジョレー、クリスマスケーキなど未だに間接的に言われる。毎年、創業祭、創立条件提示を求められる。応援依頼文書、日当は出ているが毎週陳列や1日に2店舗、週に2店舗など多すぎる。		35					平日 通常終日
12	*	北海道	CVS	押付	季節商品のノルマによる要請。	うなぎ、ケーキ、etc	3,000	4	4	4	自己	
13	*	北海道	CVS	押付	季節商品の購入要請。	うなぎ、ケーキ、etc	3,000	2	2	2	自己	
14	*	北海道	ドラッグ	返品	返品数量がケース単位と非常に多い。							
15	*	北海道	ドラッグ	労務	毎月2回以上の改装・陳列応援要請があり、バイヤー・卸より出席のプレッシャーがかかる。					50		
16	*	北海道	外食	押付	うなぎ購入依頼。	うなぎ	6,000	1	1	1	会社	
17	*	北海道	卸店	押付	ラーメンなどの回転販売品の売り付け。	ラーメンなど	2,000	4	4	4	自己	
18	*	北海道	卸店	返品	残ったバラ在庫の赤伝対応。							
19	*	北海道	GMS・DS・卸店	労務	改装応援 (商品入れ替え)。					10		通常半日
20	*	青森県	SM	拒否	特売などの要求で拒否の場合、取引縮小を懸念される。							
21	*	青森県	SM	返品・労務・その他	得意先部門会議のサンプル回収、準備、ゴミ回収。得意先商談の会場設置、撤収、ゴミ回収、会場予約、精算。MRに同行などの出張の要。							
22	*	青森県	卸店	その他	オリジナル商品の季節の押し売り、営業個人のノルマ達成のためにメーカーに購入させている。	オリジナル日本酒	2,000	2	2	2	自己	
23	*	青森県	卸店	その他	特売などの要求で拒否の場合、取引縮小をするという脅しがかかるといふ脅しに屈して購入させている。							
24	*	岩手県	SM	PB・押付	ほぼ無いに等しいレベルだが、個店の担当者からポジョレーを扱うようにラウンダーへ依頼があるという。買えないラウンダーは本部担当の私へ連絡があるため、関係を維持するために購入している。	ワイン (ポジョレー)	2,500	1	1	1	自己	
25	*	岩手県	SM	その他	約束数を合意した注文書を最終まで引き取らずに拒否してくる。							
26	*	岩手県	SM	押付・労務	オードブル、酒ギフト購入催促。朝6時から労務提供要請。							通常半日
27	*	岩手県	SM	押付・労務	オードブル、酒ギフト購入催促。朝6時から労務提供要請。							2 平日 通常半日
28	*	岩手県	SM	押付・労務	オードブル、酒ギフト購入催促。朝6時から労務提供要請。							
29	*	岩手県	DS	押付	押し付け販売。	おせち、うなぎ、ワイン、スーツなど	50,000	4	4	4	自己	平日 通常終日

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 年間 (回)	押付 販売 負担 負担	労務 提供 年度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
30	*	岩手県	ドラッグ	労務・協賛等	月4以上の改装・陳列応援要請があり、半期に一度出席率、前年対比を出される。3カ月に一度はPOP代の名称で、協賛金依頼がある。							
31	*	岩手県	卸店	値引き	取引先の出荷ミスにより量販店向けの賞味期限日付が逆転してしまっった時、賞味期限が十分にあるのに必ず処分販売の要請がある。							
32	*	宮城県	SM	労務	年間2回の全店棚卸しキャラバンおよび、都度発生する各店の霜取対応のための陳列・撤去作業。							
33	*	宮城県	DS	返品・PB・労務・拒否	商品採用時に異常な条件要求。金銭面・労務提供面などにおける優先順位づけ。卸経由の見積り拒否。							
34	*	宮城県	生協	値引き・労務	売れ残った商品に対し、安価で売るために通常プラスした値引きが必要となった。ポケット商品のキャラバンを春・夏・秋冬のタイミングで他カテゴリーメーカーも参加を募ってくる。						2	通常終日
35	*	宮城県	卸店	その他	夏が発生した際のペナルティー（欠品金額の納価補償）。							
36	*	宮城県	その他	押付	中元、歳暮企画を購入しないと取引額を下げるという発言がある。		5,000	2	自己	2	平日	通常半日
37	*	秋田県	SM	押付・労務	オードブル、酒ギフト購入催促。朝6時から労務提供要請。							
38	*	秋田県	SM	押付・労務	訪問するたびに季節扱いの注文を迫られる(正月おせち、恵方巻、うなぎ、ケーキ、保険など)。担当者ともかく、店長が積極的に毎回勧めてくる。		10,000	6	自己	2	平日	通常終日
39	*	秋田県	SM	押付	一人の店長に限るが、ケーキを買わないと店頭撮影禁止といわれた。							
40	*	秋田県	SM	押付	うなぎ、クリスマスケーキの購入。							
41	*	秋田県	SM	押付	うなぎ、クリスマスケーキの購入。							
42	*	秋田県	SM	押付	頒布品の受注数量の押し付け。		3,000	2	自己	2	平日	通常半日
43	*	山形県	SM	労務	労務提供の拘束時間の長さ。		25,000	2	自己	5	平日	通常終日
44	*	山形県	SM	労務	年間2回の全店棚卸しキャラバンおよび、都度発生する各店の霜取対応のための陳列・撤去作業。							
45	*	山形県	SM	労務	販売応援、キャラバン。							
46	*	山形県	SM	労務	クリスマス清掃後の陳列応援。棚替えキャラバン。							
47	*	福島県	SM	押付	季節によるうなぎ、ソバなどの購入を求められる。以前よりは強硬的な態度ではなくなっている。		10,000	2	自己	20	平日	早深半日
48	*	福島県	SM	労務	長時間の商品陳列。							
49	*	福島県	SM	労務	販売応援、キャラバン。					4	両方	早深終日
50	*	福島県	SM	労務	得意先バイヤーの社内業務の資料作成。					4	平日	通常終日
51	*	福島県	SM	押付	押し付け販売。		20,000	1	自己			
52	*	福島県	SM	拒否	当社政策の理解を何度も伝えているが、その都度断られ、別の商品の格安の納品の要求、急な特売など嫌がらせのような行為が多々ある。							
53	*	福島県	SM	押付	ボジョレーの購入。		1,980	2	自己	2		
54	*	福島県	ホテル	押付	押し付け販売。		50,000	2	ケース	2		
55	*	福島県	卸店	値引き・拒否	何の相談もなしに、勝手な値引きを上げてくる。認めない場合でも何らかの圧力を掛けられる。また、飲み会の強要も多々ある。							
56	*	福島県	加工用	押付け販売	押し付け販売。					2	ケース	
57	*	茨城県	SM	協賛等	利益が足りないで条件を追加するか協賛金という形で支払いの要求をされた。							
58	*	茨城県	SM	協賛等	協賛要請（売場手直し）、個人改善の強要。							
59	*	茨城県	SM	労務	過度な労務提供、過剰な業務依頼、過度な原価引き下げ要請。					30	両方	早深半日
60	*	茨城県	SM	値引き・拒否	競合店の売価合わせのための値引き依頼。弊社が要求を受け入れない場合は帳合変更の通達。PB商品などの在庫受け入れ拒否。					40	平日	通常終日
61	*	茨城県	SM	値引き	取捨商品本部長からの指示を理由に、原価などの取引条件の過度な要請。全品原価改善の要請後、回答レベルの低い価格の引き下げ要求。							
62	*	茨城県	SM	委託	他企業の特売企画に反対し、理由などを聞かれ、他企業が設定する特売価格で販売できるように原価改定を強要されることがある。クリスマスケーキを個人的に購入するように強要された。改装、新店応援に長時間にわたる拘束。							
63	*	茨城県	SM	買叩き・押付・労務	毎年、〇〇〇作成のチャリティメーカー購入を強要される。新店、改装店、売り場変更に係る早朝からの長時間拘束。おせちを扱うよう強く言われる。		5,000	1	ケース	30	両方	早深終日
64	*	茨城県	SM	押付・労務	おせちを扱うよう強く言われる。							
65	*	茨城県	外食	押付	おせちを扱うよう強く言われる。		10,000	1	自己	30	両方	早深終日
66	*	栃木県	SM	返品	特売品の返品。棚替え巡店。							
67	*	栃木県	SM	返品・労務	特売品の返品。棚替え巡店。							
68	*	栃木県	SM	返品・値引き・買叩き・労務	返品不可と言っても返品がくる。または値引きを無理強いしてくる。					4	平日	通常終日
69	*	栃木県	卸店	協賛等	物流コストが増えたという理由で本来協賛しなくてもよい協賛金を要求された。					4	平日	早深半日

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 年間 (回)	押付 販売 負担 負担	労務 提供 年度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
70	*	群馬県	GMS	労務	新店・改装の際の商品陳列。					30	平日	通常終日
71	*	群馬県	GMS	労務	新店・改装の際の商品陳列。					30	平日	通常終日
72	*	群馬県	GMS	押付	本の買い取り依頼。	本	1,600	1	自己		平日	早深終日
73	*	群馬県	GMS	労務	新店・改装店舗の陳列、販売応援といった労務提供。	本	1,600	1	自己		平日	早深終日
74	*	群馬県	GMS	押付	本の買い取り依頼。							
75	*	群馬県	GMS	労務	新店・改装店舗の陳列、販売応援といった労務提供。							
76	*	群馬県	SM	押付	クリスマスケーキの予約数量まで届かない場合の依頼。	クリスマスケーキ	2,000	1	自己		平日	早深終日
77	*	群馬県	SM	押付	クリスマスケーキの予約数量まで届かない場合の依頼。	クリスマスケーキ	2,000	1	自己			
78	*	群馬県	SM	労務	陳列応援を無償で行っている。					12	平日	通常終日
79	*	群馬県	GMS・CVS	押付	ケーキ、おせち購入依頼。	ケーキ	3,000	1	自己			
80	*	群馬県	GMS・CVS	押付	ケーキ、おせち購入依頼。	ケーキ	3,000	1	自己			
81	*	埼玉県	SM	SM	押し付け販売。	うなぎ、クリスマス商品	2,000	1	会社			
82	*	埼玉県	SM	返品	宣伝販売の売れ残りの買取。							
83	*	埼玉県	SM	労務	得意先で長時間、待機させられ、商談時間をもらえないまま帰される。急遽呼び出され、陳列応援、販売応援を強制される。休日にもかかわらず出勤、陳列、販売応援を要請される。					15	両方	早深終日
84	*	埼玉県	SM	買叩き	当社は卸店を通じて商品を納品しているため、直接的には関係ないが、卸店担当者と同行などの商談時、特売商品の買いたたきが行なわれることがある。							
85	*	埼玉県	SM	押付	うなぎの申し込み用紙を渡され、よろしければとの勧誘を受ける。	うなぎの弁当	1,500	2	自己			
86	*	埼玉県	SM	押付	ケーキの購入。	ケーキ	3,000	1	自己			
87	*	埼玉県	SM	買叩き	過剰な協賛要求。							
88	*	埼玉県	DS	労務	営業時間外の陳列要請。							
89	*	埼玉県	DS	返品	毎月の返品数がかなり多い。							
90	*	埼玉県	生協	その他	数量予定数を大幅に越えた数量を用意させられる。限定品の用意数に満たない場合の引取をしない。							
91	*	埼玉県	卸店	返品・値引き	先方の都合で発注した商品が余ったからと無茶な条件を強く請求され、断ったら、得意先との商談にも影響すると脅された。先方のミスで発注した商品を全品返品とのが当たり前だ、お客さんだからお願いことは聞くべきだと言われた(断った)。							
92	*	埼玉県	卸店	拒否	すぐに提案にされる。							
93	*	埼玉県	卸店	返品・拒否	商品的に問題がなくても難癖をつけて返品をしていく。気に入らないこと、値引きに反応しなかつたりするとすぐに提案にされる。ユーザーに対しての提示すべき価格を偽っている(ユーザーをたまたまに不当な利益を得ている)。							
94	*	埼玉県	SM・HC	値引き・労務・拒否・その他	勝手に納価を決める(商談なし)。納価を対応できなければ一切取扱いなし、など。					4	平日	通常終日
95	*	千葉県	GMS	労務	自社品と関係のない商品の陳列要請。					5	平日	通常半日
96	*	千葉県	GMS	押付	カード会員の勧誘。ポジョレーの購入。	ワイン1本	2,000	1	自己			
97	*	千葉県	GMS	拒否	協賛金、販促条件の要請を断った場合の制裁。							
98	*	千葉県	GMS	労務	陳列に行かないと商品がカットされる。							
99	*	千葉県	SM	押付	押し付け販売。	ケーキなど	4,000	2	自己			
100	*	千葉県	SM	拒否	売価を付ける権利が先方にあることを盾に特売要請がある。商品供給の面を握ってもいないのに買い集めて供給要請されるなど。							
101	*	千葉県	SM	買叩き	当社は卸店を通じて商品を納品しているため、直接的には関係ないが、卸店担当者と同行などの商談時、特売商品の買いたたきが行なわれることがある。							
102	*	千葉県	SM	労務	先方都合の日程で、設備点検と古い商品撤去、陳列要請をしてくる。					10	平日	早深半日
103	*	千葉県	SM	労務	早朝の陳列応援、販売応援の依頼など。					3	通常半日	通常半日
104	*	千葉県	SM	労務	陳列応援。					15	平日	通常半日
105	*	千葉県	DS	労務	営業時間外の陳列要請。							
106	*	千葉県	ドラッグ	労務	改装、陳列。					10	平日	通常終日
107	*	千葉県	その他	押付け販売。						3	自己	
108	*	東京都	GMS	押付	ケーキ、おせち、うなぎなどの購入要請。	メロン、おせちなど	10,000	3	自己			
109	*	東京都	GMS	労務	新店、リニューアル店、棚替えなどの陳列業務。	ケーキ、おせち、うなぎ						
110	*	東京都	GMS	労務	賞金の発生しない陳列応援、販売応援がある。					12	平日	早深半日
111	*	東京都	GMS	労務	陳列応援、社内資料作成。					5	平日	通常終日
112	*	東京都	SM	返品	弊社だけに限らず、毎月返品が必要である。なくならない。					10	平日	早深半日
113	*	東京都	SM	労務	月に数回の陳列応援、棚割り前後の資料作成。							
114	*	東京都	SM	労務	棚割資料の作成。					10	両方	

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具体例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 年間 (回)	押付 販売 負担 責任	労務 提供 年度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
115	*	東京都	SM	協賛等	POP代と称した実際の費用を超えた代金の請求。							
116	*	東京都	SM	協賛等	陳列応援。					2	平日	通常終日
117	*	東京都	SM	協賛等	陳列応援が多すぎる。その他雑用、販促物の管理。							
118	*	東京都	SM	協賛等	毎週にわたる改装・陳列応援依頼。					40	平日	通常終日
119	*	東京都	SM	協賛等	半期に5~6日間、朝7時から陳列。					15	平日	早深終日
120	*	東京都	SM	協賛等	新商品発売時、新店・改装時の陳列。協賛金の要求。					12	平日	通常終日
121	*	東京都	SM	協賛等	新商品発売時、新店・改装時の陳列。協賛金の要求。							
122	*	東京都	SM	協賛等	競合調査として、店頭での売価・商品数・尺段数など、細かい指示を受けた。					20	平日	早深終日
123	*	東京都	SM	協賛等	早朝(開店前)の棚替え応援。							
124	*	東京都	SM	協賛等	新店や改装オープンの際、製品の品出しや転送などの業務を無償で提供している。常習化しているため、各メーカー断れない。					3	両方	通常終日
125	*	東京都	SM	協賛等	高額な月間POP代の要求。							
126	*	東京都	SM	その他	新商品の発売日前の納品を要求、できない旨を伝え、「おれの前で無理、できせんと言うんじやねーよ」と激高。							
127	*	東京都	SM	買叩き	当社は卸店を通じて商品を納品しているため、直接的には関係ないが、卸店担当者同行などの商談時、特売商品の買いたたきが行なわれることがある。							
128	*	東京都	SM	値引き	明細がまったく不明な店舗での処分代の請求がある。							
129	*	東京都	SM	協賛等	新店、改装などでの無償の陳列応援。							
130	*	東京都	SM	協賛等	陳列応援。							
131	*	東京都	SM	協賛等	販売応援、陳列応援。							
132	*	東京都	SM	買叩き・拒否	得意先指示で在庫したものを処理せず、結局さらに値下げして販売となる。							
133	*	東京都	SM	協賛等	販売応援など。					10	平日	通常終日
134	*	東京都	SM	押付	押し付け販売。	おせち、ギフト、うなぎ	16,000	4	会社			
135	*	東京都	SM	協賛等	年1回、棚卸し応援強要。不参加の際は商品提供を要求される。					1	平日	早深終日
136	*	東京都	SM	協賛等	陳列の応援。					3	平日	通常終日
137	*	東京都	SM	協賛等	陳列応援など。					30	平日	早深終日
138	*	東京都	SM	協賛等	半期ごとの棚替えの際の全店陳列要請、年に一度の棚卸しカウント業務。					3	平日	通常終日
139	*	東京都	SM	押付	ボジョレーのワイン購入。	ワイン	2,000	1	自己			
140	*	東京都	SM	押付	ボジョレー、クリスマスケーキ、おせちなどの半強制的購入。	ボジョレー	1,800	2				
141	*	東京都	DS	押付	直接買えとは言われないが、社内販売の日に商談日に合わせて買わせられ、買わざるを得ない状態になる。	ネクタイ	1,000	2	ケース			
142	*	東京都	CVS	その他	展示会の手伝い。							
143	*	東京都	CVS	拒否	契約外の販売要求(急な中止や逆に急な発注、それに応えないと他社にすると脅迫される)。							
144	*	東京都	CVS	協賛等・その他	作り込み商品(留め型商品)をあくまでN日商品として扱う。					2	平日	通常終日
145	*	東京都	ドラッグ	協賛等	フェアの協賛金の強要(正当な文書がまったくない)。							
146	*	東京都	ドラッグ	協賛等	店舗改装時の陳列。							
147	*	東京都	卸店	協賛等	スーパーからの要請により、陳列応援の人数を集めるため、メーカーに出席を求め、半強制的に出席を余儀なくされる。					20	平日	通常終日
148	*	東京都	卸店	押付	押し付け販売。	おせち商材その他	20,000	1	自己			
149	*	東京都	卸店	返品・値引き	大量の返品。							
150	*	東京都	卸店	返品・値引き	大量の返品。							
151	*	東京都	卸店	返品	早飲み券出し出荷残を集荷許可が過ぎたと返品。これが毎週発生する(メーカー返品OKだから当然との返答)。							
152	*	東京都	卸店	拒否	先方の要求に対する、こちらの対応状況如何で不利益な対応をするという言動。							
153	*	東京都	GMS・生協	委託	協賛金が高い、労務提供(棚卸し作成)が多い。							
154	*	東京都	GMS	委託	エリアイベントで販売応援。販売継続のために応援せざるをえない。							
155	*	東京都	GMS	その他	ハイヤーの棚卸し業務の押し付け。							
156	*	神奈川県	GMS	押付・協賛等	クレジットカード加入やボジョレー購入など。	ボジョレー	3,000	3	自己			
157	*	神奈川県	GMS	協賛等	頻繁に訪問にこないメーカーとは対応しない。他社の商品の陳列依頼など断れない状況に追い込まれている。出禁をにおわす口調。逆らえない。							
158	*	神奈川県	SM	委託	膨大な額の協賛金。							
159	*	神奈川県	SM	値引き・協賛等	陳列応援、販売応援。原価ダウン(交渉なし)。							
160	*	神奈川県	SM	協賛等	改装店舗の陳列応援。							
161	*	神奈川県	SM	協賛等	各店の労務提供。					1	平日	通常終日
										20	平日	通常終日

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 真体例	押付販売 最高額 (円)	押付販売 頻度 年間 (回)	押付 販売 負担	労務 提供 頻度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
162	*	神奈川県	SM	値引き	当日の朝に依頼を受け当日中に納品を要求される。							
163	*	神奈川県	SM	買叩き	当社は卸店を通じて商品を納品しているため、直接的には関係がないが、卸店担当者と同行などの商談時、特売商品の買いたたきが行なわれることがある。							
164	*	神奈川県	SM	労務	新店の陳列応援、販売応援の依頼はあるが、困るほどではない。					10	平日	通常半日
165	*	神奈川県	SM	労務	該当得意先店頭商品の管理（日付など）すべて納入業者まかせ、あげくお客様（消費者）に迷惑をかけないでくれと100%業者まかせ。							
166	*	神奈川県	SM	労務	チラシ商品の陳列を頼まれ、お断りしたら、前の担当者は良かった、と、定番棚のフェイスタグ変更も頼まれる。					20	平日	通常半日
167	*	神奈川県	DS	労務	営業時間外の陳列要請。					8	平日	早深半日
168	*	神奈川県	CVS	拒否	ケーキやお蔵番など、相手がお蔵番を下げないことと企画が採用にならないことがある。価格だけの商談が多い。		3,000	4	会社			
169	*	神奈川県	ドラッグ	値引き・買叩き	値段（原価）を下げないことと企画が採用にならないことがある。							
170	*	神奈川県	外食	押付	「押し付け販売」、暖か先からお中元やおせちの購入依頼（暖か先から買わないと取引に影響と言われる）。	九州産黒毛和牛スライス（冷凍）	10,000	1	自己			
171	*	神奈川県	外食	協賛等	販促物の物品や店舗の回収対応、格納や指定場所への納品など、当初の要件になかった無償・有償の付帯業務。自社の規模を鑑みると、厳密には該当しないのかもしれないが、対面に関わらない付帯業務を半ば強制的に依頼されることがある。							
172	*	神奈川県	卸店	返品	自社の仕入れ在庫を2カ月滞留の期限で返品として、ルーラル化している卸企業がある。							
173	*	神奈川県	卸店	値引き	価格と条件を守ってくれない（特定セールス）。一度提示すると戻せなくなることもある。							
174	*	神奈川県		返品・値引き	3カ月滞留を認めないため、3カ月を経過すると返品もしくはは安価で商品を売るように要請を受ける。							
175	*	新潟県	GMS	その他	産地視察の際、窓口の飯社が派買を負担したと聞いた。宿泊施設もビジネスホテルではなく高級旅館であったとのこと。							
176	*	新潟県	GMS	労務	売場作成。					2	平日	早深半日
177	*	新潟県	HC	労務	陳列に伴う不当な労働時間の拘束。					6	両方	通常終日
178	*	新潟県	SM	返品	年間40〜50回の改装および新店陳列。遠方の店舗も多く、拘束時間も長い。また、移動や前泊にかかる費用負担も大きい。							
179	*	富山県	SM	労務	休日の販売応援（終日）。							
180	*	石川県	CVS	押付	母の日ギフト、お中元、お蔵番、恵方巻、クリスマスケーキなどのギフト関連の強要。	母の日ギフト（花）、クリスマスケーキ、食品類（お弁当）	3,500	4	自己			
181	*	石川県	CVS	押付	出入り禁止となった。	ケーキ、うなぎ、恵方巻	3,500	5	自己			
182	*	石川県	ドラッグ	労務	週に2店舗程度の新店立上げがあり、陳列応援を要求されている。酒メーカーとしての確保必要人数があり、事実上強制的である。					100	平日	通常終日
183	*	石川県	外食	押付	押し付け販売。	うなぎ、おせちなど	20,000	4	自己			
184	*	石川県	卸店	押付	卸店経由で小売業からオードブルなどを強制的に購入させられる。	オードブル、たばこなど	10,000	3	自己			
185	*	石川県		押付・拒否	接待要求、特定商品の販売協力の依頼。							
186	*	福井県	SM	押付	季節事由の特定商品の購入依頼。							
187	*	福井県	CVS	押付	「競合他社セールスも買ったが、あなたは買わないのか？」など断り切れないのを承知で季節商品を売りつけられる。	ラーメン、うなぎ、母の日ギフト	4,000	2	自己			
188	*	福井県	ドラッグ	労務	毎週の陳列応援。	中元、蔵番、おせち、おでん、恵方巻、ケーキ	12,000	10	自己			
189	*	山梨県	SM	返品	年間40〜50回の改装および新店陳列。遠方の店舗も多く、拘束時間も長い。また、移動や前泊にかかる費用負担も大きい。					50	平日	通常半日
190	*	山梨県	SM	その他	棚卸し。					50	平日	通常半日
191	*	長野県	SM	労務	度重なる改装・棚替え依頼の数が多すぎる。書面を出しているから問題ないと思っている。書面を出して、応援費用・交通費は出しますという形式的にはやっているが、実際はこの取引先もまともなく請求していない。4〜7月で月20程度あり。					40	平日	通常終日
192	*	長野県	SM	労務	過度な改装応援など。							
193	*	長野県	SM	押付	ギフトなどの購入要請。特に困ったことはない。	うなぎ、中元	2,000	2	自己			
194	*	長野県	SM	労務	改装応援が頻りに要請される。書面にて日当を支払う旨の案内はあるが、請求はしていない（請求していない企業はないのでは？）。							
195	*	長野県	SM	押付	クリスマスのケーキ、恵方巻、うなぎの押し付け販売。	ケーキ、恵方巻、うなぎ	3,000	3	自己			
196	*	長野県	卸店	返品	正式な発注に基づき納品した商品が卸店内の棚卸ミス、出荷ミスにより滞留し不動在庫化。返品を要求された。							
197	*	岐阜県	SM	労務	先方の改装スケジュール納期運出に対して、予定日翌日の拘束。					1	平日	通常半日
198	*	岐阜県	SM	協賛等	過度な協賛金の依頼。							
199	*	岐阜県	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ	2,000	1	自己			
200	*	岐阜県	SM	値引き・買叩き	予定していた数量の半分だが案件は同様。売上が悪いとの理由での条件要求。							
201	*	岐阜県	SM	買叩き・押付	圧力をかけての値引き。クリスマスケーキの購入要請。	クリスマスケーキ	3,000	1	自己			
202	*	岐阜県	ドラッグ	労務	新店・改装に伴う陳列が多い。					24	平日	通常半日

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付販売 頻度 年間 (回)	押付 販売 負担 年間 (回)	労務 提供 頻度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
203	*	岐阜県	卸店	協賛等	不当な利益の收受「協賛金」、新店オープン時に10万円程度の協賛。ほぼすべての取引先が8%をセンターフィーで請求される(断ると取引に影響)。							
204	*	岐阜県	卸店	値引き・買叩き・押付・労務・拒否	お米の購入を強制してくる。毎シーズンギフトも。購入数が今後の売上に反映するとはっきり言われる。	米、ギフト	10,000	2	自己	2	平日	通常終日
205	*	岐阜県	卸店	押付	先方のPB品である、お米を購入するよう要請があり、10kgのお米を購入した。	米	3,000	1	会社			
206	*	静岡県	GMS	労務	店舗改装時に労務提供あり(費用(日当)、昼食など対価なし)。							
207	*	静岡県	SM	労務	陳列作業依頼。					20	平日	通常終日
208	*	静岡県	SM	労務	店舗改装の応援依頼を受けたが、実際は店舗運営が現場社員だけでは追いついていないだけの、バックヤードの在庫整理のみの作業であった。					1	平日	
209	*	静岡県	SM	押付	中元歳暮商品の購入。	中元、歳暮	3,000	2	自己	5	平日	通常半日
210	*	静岡県	SM	協賛等	急な改装応援依頼。							
211	*	静岡県	SM	協賛等	什器不良により不良となってしまう商品への協賛依頼、急な改装応援依頼。							
212	*	静岡県	SM	協賛等	急な改装応援依頼。					5	平日	通常半日
213	*	静岡県	SM	協賛等	改装時に降の販売依頼。					10	両方	通常終日
214	*	静岡県	SM	押付	ボジョレーの押し売り。	ボジョレー	3,000	1	自己			
215	*	静岡県	SM	協賛等	現物協賛依頼。							
216	*	静岡県	HC	労務	陳列作業依頼。							
217	*	静岡県	ドラッグ	押付	新商品プレゼン時に化粧品購入の購入意思確認。	化粧品	9,000	1	自己			
218	*	静岡県	ドラッグ	協賛等	バイヤーからの直接的な協賛依頼(全社として行なっていること)。							
219	*	静岡県	ホテル	押付	イベント時に当社製品を使用することを口実に、イベントチケットの購入依頼を受けた。チケット購入枚数が当該企業の想定より少ないことで、当日の当社製品使用について再考するとの回答があった。	イベントチケット	15,000	1	会社			
220	*	静岡県	外食	協賛等	イベント時の露店販売依頼として労務提供を要請された。当社商品に際する販売依頼に留まらず、イベント全体の準備、他社製品を含めた販売要員として終日対応。							
221	*	静岡県	卸店	値引き・協賛等	不当な値引きを請求残として残り、しつこく請求。							
222	*	静岡県	加工用	返品・値引き	業種が悪くなるしつこく価格協力の名目で値引きや無償サンプルの圧力をかけてくる。対応しないと取引が減るとおどされる。							
223	*	静岡県	その他	押付	ボジョレー。他の業者も購入させられている。	ボジョレー、ワイン	15,000	1	会社			
224	*	愛知県	GMS	その他	20時過ぎの改装撤去依頼や、朝7時からの改装陳列依頼要請あり。世の中、働き方改革をしている中、大手がこうでは困る。閉店して売上で1日分失いたくないため、閉店後撤去、閉店前陳列が発生。							
225	*	愛知県	GMS	協賛等	月曜陳列は各メーカー当たり前のように集合。毎週納品されることと並べると当たり前のようと言われる。他の曜日に来店すると基本(月)が売り場替えだからと皮肉を言われる。(主佐が指示)。							
226	*	愛知県	SM	押付・労務	季節の商品の購入。	ワイン、肉、栗きんとん、うなぎ、さくらんぼ、恵方巻	5,000	6	自己			
227	*	愛知県	SM	値引き・労務	値上げするとそのメーカーの商品すべてをカットすると脅す。早朝からの改装および棚替えが頻繁にある。					4	平日	早深半日
228	*	愛知県	SM	協賛等	毎年、年末に「朝売り」がある。朝3時ごろからメーカーがスーパー各店に訪問し、陳列と販売を行なう。朝3時~7時まで販売。陳列の辞退はできない。マネキン(バイト)対応もできない。年末休み期間中の応援のため、休みが減る。無償の対応となる(日当なし)。					1	休日	早深終日
229	*	愛知県	SM	協賛等	改装や新店のための、協賛の依頼がくる。							
230	*	愛知県	SM	協賛等	「朝売り」、年末年始店舗での販売依頼を早朝から要請される。					1	休日	早深終日
231	*	愛知県	SM	押付	スイーツの購入依頼。	スイーツ	30,000	1	自己			
232	*	愛知県	SM	協賛等	早朝7時からの棚替えの半ば強制的な参加(売りが大きいのでNOとは言えない)。昔から続いており、各メーカー年2回の棚替えは暗黙の了解で参加している。					3	平日	早深終日
233	*	愛知県	SM	協賛等	改装陳列当日に店舗で半日以上待機させられ、工事が終了していないことを理由に他カテゴリーの商品陳列、翌日に再集合させられ無駄な時間を過ごした。							
234	*	愛知県	SM	押付	おせち、恵方巻、栗きんとん、さくらんぼ、クリスマスケーキ、うなぎの購入。					6	休日	通常終日
235	*	愛知県	SM	協賛等	通常はないが、年2回周年と創業祭時に人が足りないこと、1日販売応援実施。							
236	*	愛知県	SM	値引き・押付・労務	見積りしていない商品原価での発注。ファミリーセールと称したセール購入の案内。	ワイシャツ	15,000	1	自己	2	休日	通常終日
237	*	愛知県	SM	押付	押し付け販売。	ビール	200,000	5	会社			
238	*	愛知県	SM	押付	クリスマス時、ケーキの購入強制。	クリスマスケーキ	120,000	1	折半			
239	*	愛知県	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ、おせち	20,000	2	自己			
240	*	愛知県	SM	押付	丑の日にうなぎを買うように勧められる。強制ではないがハイヤーもノルマがあり大変なことで毎年買うことにな	うなぎ	3,500	4	自己			

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 頻度 年間 (回)	押付 販売 負担 割合	労務 提供 頻度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯	
241	*	愛知県	SM	押付	恵方巻の販売(商談時に要求される)。	恵方巻	1,500	1	自己				
242	*	愛知県	SM	労務	早期(7:00~)よりの労務提供。				自己	20	平日	早深半日	
243	*	愛知県	SM	押付	うなぎ、恵方巻の購入依頼(点数は少ないが...)。				自己				
244	*	愛知県	CVS	拒否	弊社が提供する各種キャンペーンを受託する代わりに商品購入を要求される。								
245	*	愛知県	ドラッグ	労務	新店・改装に伴う陳列が多い。					24	平日	通常半日	
246	*	愛知県	外食	押付	各業者に飲食券(多額)の押し付け販売あり。閉店時の訪問の際に高額のジャンパンを注文させられる。								
247	*	愛知県	外食	押付	高額な飲食券の押し付け販売。閉店訪問時に高額のジャンパンを注文させられる。					1	平日	通常半日	
248	*	愛知県	外食	協賛等	毎月洗浄にこなれば切替える、と言われる。								
249	*	愛知県	外食	協賛等	電話越しにリベート率を上げるように依頼される。それに関する文書は発行できない、と言われる。								
250	*	愛知県	卸店	返品・値引き	大量の返品。								
251	*	愛知県	卸店	返品	先方の注文に対して納品した場合でも、在庫過多となり不都合在庫の返品要望(単発案件ではなく恒常案件)。数量・回数ともに他問屋に比べ多い。								
252	*	愛知県	加工用	返品・値引き	業績が悪くなるとすぐ価格協力の名目で値引きや無償サンプルの圧力をかけてくる。対応しないと取引が減るとおどされる。								
253	*	愛知県	その他	協賛等	業額が悪くなることでその出荷金額に対して協賛金依頼がある。								
254	*	愛知県	その他	押付	新店、改装の度に帳合理由でその出荷金額に対して協賛金依頼がある。		3,500	2					
255	*	愛知県	GMS・SM	押付	クリスマスケーキの購入。	クリスマスケーキ	70,000	5	自己				
256	*	愛知県		押付	押し付け販売。	買ってはいいが、依頼してくる自体はいいがなものか	2,000						
257	*	愛知県		労務	土用の丑の日のうなぎの押し付け販売。断ったが、取引業者に依頼するのはいいがなものか。					1	休日	通常半日	
258	*	三重県	SM	労務	改装オープンの応援依頼。断ったが、いまだに依頼してくるのはいいがなものか。								
259	*	三重県	SM	労務	定期的な棚卸し応援。								
260	*	三重県	SM	押付	早期の陳列要請。		5,000	1	自己				
261	*	三重県	SM	押付	押し付け販売。	年末の牛肉	20,000	1	ケース				
262	*	三重県	SM	押付	おせちを買わされた。	肉、うなぎ、ワイン、ケーキ	25,000	3	自己				
263	*	三重県	SM	押付	押し付け販売。	うなぎのかば焼き、クリスマスケーキ	4,000	1	自己		1	両方	通常終日
264	*	滋賀県	GMS	労務	3~4日/週の陳列・改装応援、発注作業、在庫の他店舗への移動手続き。欠品商品配達をメーカーにやらせている。					100	両方	通常終日	
265	*	滋賀県	GMS	拒否	応援依頼文面を超えた時間的拘束。								
266	*	滋賀県	GMS	買叩き	記載した改装に参加しないメーカー商品は店頭と並ばない。応援依頼が出ていない陳列にも参加せざるを得ない。								
267	*	滋賀県	SM	労務	先方の要求に応えられないと、取扱い商品の減少や関連のない他カテゴリー商品の販売にも悪影響がおよぶ。					100	平日	早深終日	
268	*	滋賀県	卸店	協賛等・拒否	陳列応援の拘束時間が非常に長い。e-taxの申請までメーカーで対応させられる。								
269	*	滋賀県	卸店	協賛等	協賛金を断った際に競合他社への切り替えを示唆された。								
270	*	京都府	SM	押付・拒否	小売からは恐らくメーカーへの応援費用が振込まれているにも関わらず卸への支払いなし。他の問題は、費用を断るメーカーへも支払いを必ずしているが、協賛金について何年も担当しても一向に改善されない。	うなぎ、クリスマスケーキ、巻寿司	80,000	3	折半			通常半日	
271	*	京都府	SM	労務	店舗を巡回させ、煩雑になっている売り場をきれいにすること。また、バック在庫にある商品を売り場に陳列するよう指示を受けることが多い。	(節分)						通常終日	
272	*	京都府	SM	押付	催事での食べ物の半強制的販売。価格が安いのでまだマシといえる。	うなぎ、巻寿司、クリスマスケーキ	3,000	4	自己				
273	*	京都府	DS	返品・値引き・押付・労務・協賛等	今は担当していないのでないが、以前はあった。	ケーキ、おせち、うなぎ	50,000	5	ケース			早深終日	
274	*	京都府	ドラッグ	押付	押し付け販売。	うなぎなど	1,980	2	自己			通常半日	
275	*	京都府	卸店	労務	陳列応援の出産日数を集計し、本部バイヤーへ報告している。また、出席頻度の低いメーカーへ注意喚起(応援にきていないこと)についてメールを送っているとのこと。					10	平日	通常半日	
276	*	京都府	卸店	協賛等・拒否	協賛金を断った際に競合他社への切り替えを示唆された。								
277	*	京都府	卸店	返品・拒否	小売との欠品率改善を行なうにあたり過剰に在庫、出荷期限が切れると有無を言わずに返品。断ると激昂され、メーカーの責任にしている。								
278	*	大阪府	GMS	労務	催事商品の購入強要。	うなぎ、クリスマスケーキ	2,500	2					
279	*	大阪府	GMS	労務	新店、改装時の調理応援、花火大会など繁忙期の調理応援、社内会議のための調理応援、新商品売込みのための売り場づくり(初日調理応援)覚書の締結、日当の支払いなどない。						10	休日	通常半日
280	*	大阪府	GMS	労務	商品入れ替えによる陳列(半期ごとの棚替え)。							通常半日	
281	*	大阪府	SM	値引き	欠品により生じた販売機会ロスとして、勝手に支払の値引き要求がある(卸に対して)。							通常半日	
282	*	大阪府	SM	協賛等	10%オフの日の値引き分を卸に請求している。								

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具体例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 年間 (回)	押付 販売 負担 負担	労務 提供 年度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
283	*	大阪府	SM	拒否	値下げ交渉を一切受け付けず商品の取扱い中止。							
284	*	大阪府	SM	返品	当社に協力的な条件を提示しながら取引しないことがある。							
285	*	大阪府	SM	買叩き	商談した原価(卸)より安くして注文(FAX)してくる。							
286	*	大阪府	SM	労務・その他	金銭要求。							
287	*	大阪府	SM	買叩き・労務	欠品発生時に売上補填と店舗訪問を強制された。助けて下さい。							
288	*	大阪府	SM	労務	土曜陳列。						5 休日	
289	*	大阪府	SM	押付	商品購入。	自社製品	2,000	2	自己			
290	*	大阪府	SM	値引き・押付	季節商品の購入依頼など(クリスマスケーキ、うなぎ)。	うなぎ弁当	2,300		会社			
291	*	大阪府	SM	拒否	取扱い全製品のEDLP原価の値下げ改善要求。ゼロ回答の場合には、カット含め取り組みに影響が出ると伝えられる。							
292	*	大阪府	SM	拒否	押し付け販売を拒否したところ、不利益な取扱いを受けた。							
293	*	大阪府	SM	押付	恵方巻の購入依頼。							
294	*	大阪府	SM	返品・値引き	勝手に価格を下げる発注。得意先理由による、商品破損などの値引き。							
295	*	大阪府	SM	押付・労務	うなぎ、恵方巻の購入依頼。深夜までの撤去依頼、陳列依頼。	うなぎ、恵方巻	3,000	3	自己		5 平日	早深終日
296	*	大阪府	SM	値引き	協賛金と称し、明細不明な値引きが発生する。							
297	*	大阪府	SM	押付	商品の販売。	うなぎ	3,000	2	自己			
298	*	大阪府	SM	委託	返品なので、商品回収なし。							
299	*	大阪府	SM	その他	パンケース負担。							
300	*	大阪府	SM	押付	企業が後援会をしている相模原の場所前激励会チケット購入要請。	企業が後援会をしている相模原の激励会チケット	110,000	1				
301	*	大阪府	DS	押付・労務	ワイン、クリスマスケーキ、金券(食券)購入。	ワイン、クリスマスケーキ、金券(食券)	20,000	3	自己		5 平日	通常半日
302	*	大阪府	CVS	拒否	贈答品、商品の購入によるパートナー。							
303	*	大阪府	ドラッグ	労務	陳列・販売依頼が多い。							
304	*	大阪府	ホテル	押付	行きたくもないコンサートチケットを買わされる。							
305	*	大阪府	卸店	労務	棚卸しの在庫依頼がある。	海軍歌手のデザイナーショーチケット	30,000	2	会社		20 平日	早深半日
306	*	大阪府	卸店	買叩き・労務	納品商品の受け取りを月2日、半日させられる。怒号もある。						2 両方	早深半日
307	*	大阪府	卸店	値引き	大量在庫に対して不当な値引きを要求される。怒号もある。						24 平日	
308	*	大阪府	卸店	押付	協賛チケットの購入。							
309	*	大阪府	卸店	拒否	不可解な協賛金依頼があり、対応を拒否したところ、不利益な取扱いを受けた。							
310	*	大阪府	卸店	値引き	仕入れた商品を安く卸値で販売している。卸利が少ないので、案件(レポート)が欲しい。	パーティーチケット	30,000	1	会社			
311	*	大阪府	卸店	押付	紳士用品などの購入依頼(押し付けではないとも思われる)。							
312	*	大阪府	卸店	公取	半期に一度の棚替えをほぼ全店で実施している。	紳士用品	6,000	2	自己			
313	*	大阪府	卸店	労務	月1~2回の店頭販売半額時の品出し依頼の要請。						20 平日	
314	*	大阪府	GMS・SM	押付・労務	押し付け販売。	うなぎ	2,000	1	自己		6 平日	通常半日
315	*	大阪府	GMS・SM	労務	毎月の先方の会議時にメーカーが会議用商品の陳列や会場セッティングを手伝う。また各店舗担当者へ、全店舗分各メーカー1品ずつ協賛(お土産)。							
316	*	大阪府	SM・ドラッグ	押付・労務	季節商品の押し付け販売。改装時の撤去および陳列作業(企業の社員同等もしくはそれ以上に)。	恵方巻、うなぎ、ワイン	10,000	3	自己		5 平日	通常終日
317	*	大阪府	SM・ドラッグ	押付・労務	季節商品の押し付け販売。改装時の撤去および陳列作業(企業の社員同等もしくはそれ以上に)。							
318	*	大阪府	SM	返品	年間40~50回の改装および新店陳列。遠方の店舗も多く、拘束時間も長い。また、移動や前泊にかかる費用負担も大きい。							
319	*	兵庫県	GMS	労務	新店、改装時の調理応援、花火大会など繁忙期の調理応援、社内会議のための調理応援、新商品売込みのための売り場づくり(初日調理応援)覚書の締結、日当の支払いなどない。							
320	*	兵庫県	SM	労務	休日に陳列を行なう。						6 休日	
321	*	兵庫県	SM	値引き	一時的な特売時の納入価格をその期間終了後も同じ価格で注文を上げられる。先方の全品割引セールの際に通常と同じ益率が取れるよう要求される。							
322	*	兵庫県	SM	労務	数日間にわたり改装による陳列のため、その期間中は終日拘束されていた。							
323	*	兵庫県	SM	押付	押し付け販売。						2 平日	通常終日
324	*	兵庫県	SM	労務	土・日・祝に改装・撤去の作業依頼がある。	ボジョレー、うなぎ	3,000	2	自己			
325	*	兵庫県	SM	労務	改装店舗の陳列依頼(日曜・祝日)の要求、常習化。店舗視察(研修など)前の定番売場直しの要求。						10 両方	通常終日
326	*	兵庫県	SM	押付	ワインの購入依頼。						10 両方	通常終日
327	*	兵庫県	SM	労務	応援依頼。						10 両方	通常終日

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 頻度 年間 (回)	押付 販売 曜日	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
328 *		兵庫県	SM	労務	応援依頼。			10	両方	通常終日	
329 *		兵庫県	SM	労務	応援依頼。			10	両方	通常終日	
330 *		兵庫県	SM	労務	店舗応援依頼。			10	両方	通常終日	
331 *		兵庫県	SM	押付	クリスマスケーキ購入要請。	クリスマスケーキ	3,000	1	自己		
332 *		兵庫県	卸店	押付	卸店の客であるホテル・会館のディナーショーなどのチケット購入依頼。卸店の客であるホテル・会館での懇親会と称した会合への参加依頼。	ホテル・会館でのディナーチケット、懇親会と称した会合	20,000	5	会社		
333 *		兵庫県	卸店	協賛等	協賛金の要求。						
334 *		兵庫県	卸店	返品・値引き・委託・買叩き・押付・協賛等・拒否	2〜3ヵ月毎に実施されるメーカーに利益のない特売を強要される。年間3〜4回カタログ販売にて3,000〜4,000円ほどの物を買わされる。〇周年記念という項目で数十万円の協賛金を要請された。5年おきにある。	ギフト用のいくら、ハンバーグなどの食品	4,000	4	ケース		
335 *		奈良県	SM	労務	定期的な棚卸し応援。			5	平日	通常半日	
336 *		奈良県	SM	労務	定期的な棚卸し応援。						
337 *		奈良県	SM	労務	毎朝の陳列の強要(日常化)。						
338 *		奈良県	SM	押付	強制ではなく、あくまで協力という要請でのポジョレー販売。	ワイン	20,000	1	折半		
339 *		奈良県	DS	労務	月末にて棚卸し応援。			10	平日	通常終日	
340 *		奈良県	DS	労務	月末にて棚卸し応援。						
341 *		奈良県	DS	労務	月末にて棚卸し応援。						
342 *		奈良県	SM・DS	返品・値引き・労務	陳列の応援や棚卸し作業の応援依頼が多くある。			30	平日	早深半日	
343 *		和歌山県	SM	協賛等	名目のよくわからない協賛金の要求、〇周年が毎年続く。その他、売り上げの件もない協賛。						
344 *		和歌山県	SM	押付	いまだに、うなぎなどの押し付け販売がある。	うなぎ	50,000	1	会社		
345 *		和歌山県	SM	労務	陳列応援自体は問題視していないが、長時間の拘束(何もすることがない時間帯において)が多い。						
346 *		和歌山県	SM	押付	ケーキの販売(クリスマス、子どもの日、まごの日、ひな祭り)。	ケーキ	5,000	4	自己		
347 *		和歌山県	SM	押付	強制ではないながらも、ケーキ、ジュース、梅などの購入要請あり。		20,000	2	ケース		
348 *		和歌山県	SM	押付	強制ではないながらも、ケーキ、ジュース、梅などの購入要請あり。		20,000	2	ケース		
349 *		和歌山県	SM	押付	ケーキやうなぎなどの販売要求。	ケーキ	3,000	2	自己		
350 *		和歌山県	SM	労務	閉店時の陳列を強要。						
351 *		和歌山県	SM	押付	押し付け販売。	催事用ケーキ	8,000	3	会社		
352 *		和歌山県	ドラッグ	協賛等	新店舗オープン時、納品金額の5%の協賛依頼がある。						
353 *		和歌山県	GMS・SM・DS	労務	新店、改装時に不当な協賛金の要求や強制的な陳列依頼の要請。			10	平日	通常終日	
354 *		鳥取県	SM	押付	うなぎ、ケーキなどの販売。	うなぎ、ケーキなど	15,000	3	自己		
355 *		鳥取県	SM	押付	ケーキ、うなぎの購入。		2,000	2	自己		
356 *		岡山県	GMS	その他	懇親会時に、つげを払われた。						
357 *		岡山県	SM	押付	6月にアイスクリーム、7月うなぎ、11月ワイン、12月ケーキ、おせち、2月恵方巻と押し売りがあがる。	アイス、ケーキ、うなぎ、恵方巻、ワイン	10,000	5	自己		
358 *		岡山県	SM	押付	季節商品(うなぎ、巻寿司など)を購入するように言われる。		2,000	3	自己		
359 *		岡山県	SM	押付	クリスマスケーキやうなぎの押し付け販売。	うなぎ、巻寿司など	3,000	4	自己		
360 *		岡山県	SM	労務	新店・改装のために、各ベンダー何日と依頼され、土日も入っている。催事の際にも応援要請がある。	クリスマスケーキ、うなぎ					
361 *		岡山県	SM	労務	新店・改装のために、各ベンダー何日と依頼され、土日も入っている。催事の際にも応援要請がある。			5	両方	通常終日	
362 *		岡山県	SM	押付・労務	陳列応援(改装・売場変更、他) 催事時の物品購入。						
363 *		岡山県	SM	値引き	定額カセットの半額値引き。						
364 *		岡山県	ドラッグ	押付・労務	陳列応援(改装・売場変更、他) 催事時の物品購入。	ケーキ	3,000	1	自己	早深半日	
365 *		岡山県	SM・DS	押付・労務	押し付け販売。	クリスマスケーキ	3,000	4	自己	通常終日	
366 *		広島県	GMS	労務	開店前の陳列依頼の後、バイヤーが本店まで移動する際に、各食品メーカーの営業車に乗り送迎を受けていた。						
367 *		広島県	SM	押付	恵方巻、土用の丑の日のうなぎなどで購入を強要された。	恵方巻、うなぎ	1,500	2	自己		
368 *		広島県	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ、クリスマスケーキ	2,000	2	自己		
369 *		広島県	SM	押付	節句や土用のうなぎなどイベントのときに購入してほしいとパンフレットを渡される。		3,000	6	自己		
370 *		広島県	SM	買叩き	執拗な条件改善の交渉。						
371 *		広島県	SM	押付	うなぎ、ワイン、ケーキなどの物品購入。今までの担当者が引き受けていたこともあり、押し付け販売による商品の購入を拒むと、得意先との関係が悪くなってしまうのではないかという不安はある。	うなぎ、ワイン、ケーキなど	5,000	4			

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 年間 (回)	押付 販売 負担 負担	労務 提供 年度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯
372	*	広島県	SM	押付	うなぎ、ワイン、ケーキなどの物品購入。今までの担当者が引き受けていたこともあり、押し付け販売による商品の購入を拒むと、得意先との関係が悪くなってしまふのではないかと不安はある。							
373	*	広島県	SM	労務	新店の陳列応援、販売応援。							
374	*	広島県	SM	押付	押し付け販売。	ケーキ、うなぎ	10,000	3	自己	2	平日	通常終日
375	*	広島県	SM	押付	うなぎ、スイーツ、ボジョレー、クリスマスケーキ、パンフレットなどを郵送で送ってくる。	うなぎ、ボジョレー、クリスマスケーキ、スイーツ、おはぎ、お餅	2,000	7	自己			
376	*	広島県	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ、ワイン、巻き寿司、ケーキ	2,500	5	自己			
377	*	広島県	DS	押付	うなぎ、ボジョレー、クリスマスケーキといった催事の購入。	クリスマスケーキ		1	自己			
378	*	広島県	ドラッグ	値引き	明確なルールがない中で見切販売に対する補填要請。							
379	*	広島県	ドラッグ	協賛等	半値迎込への補填。							
380	*	広島県	生協	返品	供給責任を果たすという名目で、先方から頂く受注のアウト数からこちらが納品数を決めなければならぬ。在庫不可のため、アウト数から下にブレた場合返品対応となる。							
381	*	広島県	卸店	押付・拒否	ホテルのパーティー券の押し付け販売。	ホテル主催のディナーショー	30,000	10	会社			
382	*	広島県	卸店	値引き	価格設定を相談なく実施。費用負担を依頼される。							
383	*	広島県	卸店	押付	イベント、季節商品の販売（弁当他）。	うなぎ弁当	2,000	3	会社			
384	*	山口県	SM	買叩き	競合メーカー同士で価格の引下げコンペ方式をとり、要請額が度を越えている。							
385	*	徳島県	SM	労務	陳列依頼（毎週）。					40	平日	通常終日
386	*	徳島県	SM	押付	押し付け販売。		4,000	3	自己			
387	*	香川県	GMS	労務	毎月、棚卸し業務。							
388	*	香川県	GMS	労務	送り込みの商品。メーカーに陳列要請。レイアウトも関わっている。曜日指定。定価商品を出していないという。					60	平日	通常半日
389	*	香川県	GMS	労務	送り込みの商品。メーカーに陳列要請。レイアウトも関わっている。曜日指定。定価商品を出していないという。							
390	*	香川県	GMS	労務	送り込みの商品。メーカーに陳列要請。レイアウトも関わっている。曜日指定。定価商品を出していないという。							
391	*	香川県	SM	押付	おせちやクリスマスケーキの押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
392	*	香川県	SM	押付	押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
393	*	香川県	SM	押付	押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
394	*	香川県	SM	押付	押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
395	*	香川県	SM	押付	おせちやクリスマスケーキの押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
396	*	香川県	SM	押付	おせちやクリスマスケーキの押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
397	*	香川県	SM	押付	おせちやクリスマスケーキの押し付け販売の斡旋。	おせち	15,000	2	自己			
398	*	香川県	CVS	押付	季節商品の押し付け販売。	うなぎ、ワイン、ケーキ、おでん、お中元、おせちなど	10,000	5	自己			
399	*	高知県	SM	押付	うなぎをメーカーに買ってもらうよう担当パートに店長が強要。	うなぎ	2,000	2	自己			
400	*	高知県	SM	労務	陳列依頼。					30	平日	
401	*	福岡県	GMS	労務	労務提供の頻度が増している（店舗改装など）。またバイヤー自身業務の負担がかかっている。					30	両方	早深半日
402	*	福岡県	SM	PB	注文した商品の買取り拒否。							
403	*	福岡県	SM	値引き	日々度を越える値引きの強引がある。値引きができなければ、出入り禁止にさせられることが頻繁にある。							
404	*	福岡県	SM	協賛等	創業祭名目で、極端な協賛金を求められ支払った。							
405	*	福岡県	SM	その他	政治家の講演会の子チケットを買わされる。							
406	*	福岡県	SM	労務	店舗パソコンなどのクレンジング。							
407	*	福岡県	SM	労務	取引に労働力の提供を強要。							
408	*	福岡県	SM	その他	商談をする際は早朝（7:00～書き込み可）より、本朝近くの場所へ待機。来た順に会社名を記入しなければ、商談ができない状態。					1	平日	早深半日
409	*	福岡県	SM	その他	本部商談についても、開始時間が日によって異なる。商談待合室にてかなりの時間、待たされることも多々ある。また、先方の一方的な都合により、急遽、商談自体が中止となることもある。					48	両方	通常半日
410	*	福岡県	SM	押付	うなぎ、ギフトの押し売り。		10,000	1	自己			
411	*	福岡県	SM	買叩き	特売商品の利益率。							
412	*	福岡県	SM	労務	20時以降の撤去の手伝い、朝7時からの陳列手伝い。							
413	*	福岡県	SM	押付・労務	スイーツ（イーオーダー）の購入。今まで1回も買ってきていない。	スイーツ	57,000	1	自己			
414	*	福岡県	SM	押付	押し付け販売。	ハム	10,000	2	自己			
415	*	福岡県	SM	押付	ギフトの購入。	ギフト（パンフレットより選択）	5,000	2	自己			
416	*	福岡県	DS	値引き・その他	条件対応についての圧力、電話など（夜間）無理難題が依頼（9月からの特売に対し、8月分の仕入れ商品を対応しろなど）。							
417	*	福岡県	DS	買叩き	値上げをなかなか認めしてくれない。							

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 年間 (回)	押付 販売 負担 回数	労務 提供 年度 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯	
418	*	福岡県	DS	値引き	得意先がデイスカウストアというところもあり、値上げの要請になかなか応えてくれない。								
419	*	福岡県	DS	買叩き	〇〇円でないと取引やめると言われる。								
420	*	福岡県	CVS	押付	祭事品(うなぎ弁当、クリスマスケーキなど)の押し付け販売。	うなぎ弁当、クリスマスケーキ、夏ギフト	10,000	3	会社				
421	*	福岡県	CVS	押付	クリスマスケーキ購入。		3,000	2	ケース				
422	*	福岡県	CVS	押付	押し付け販売。		2,000	2	ケース				
423	*	福岡県	ドラッグ	委託・労務	陳列応援。					10	平日	通常終日	
424	*	福岡県	ドラッグ	労務	新店改装時の陳列応援要請があり、出席の多い取引先を業者会で貼り出している。応援のないメーカーはバイヤーから取引の縮小をされる。					100	平日	通常終日	
425	*	福岡県	ドラッグ	拒否	何かにつけて売上を人質にとるような言動が見られる。								
426	*	福岡県	ドラッグ	拒否	売上ダウンした場合、「施策」「施策」を連呼。こちらの提案した施策は「社内ルールで不可」の一点張り。言葉には出していないが「値引き」を強要していると思えない。精神的プレッシャーを与えてくる。								
427	*	福岡県	ドラッグ	その他	得意先の業務をさせられる。								
428	*	福岡県	卸店	返品	業界ルールである出荷許可(1/3ルール)を過ぎ、卸店で出荷止めしているものにも関わらず、その時点でのメーカー連絡はせず、賞味期限ギリギリで連絡を入れてくる(過剰な販売費を請求してくる)。								
429	*	福岡県	卸店	返品	実際のところはグレーゾーン。「売れ残ったので返品させてくれませんか?」とお願いはべースでくる。年に3~4回?								
430	*	福岡県	卸店	拒否	私を担当している卸問屋でこのような要請があるのはこの問屋だけである。								
431	*	福岡県	卸店	返品	過度な利益追求、量販店からの価格要求に対するメーカーの丸投げなど。								
431	*	福岡県	卸店	返品	倉在庫の許容切れ返品が多すぎる(企業からのバラ返品ではない)。								
432	*	福岡県	加工用	値引き	夏場に注文して、売れ残ったので買取って欲しい、発注ミスで届いて1ヵ月以上たった商品を返品したいと言われ断つたら激怒された。								
433	*	福岡県		値引き・押付・労務	押し付け販売。	ギフト	5,000	2	自己				
434	*	佐賀県	DS	値引き・買叩き・労務・協賛等	希望を受け入れてもらえなかった場合、Yesというまで軟禁の刑。安価販売を止め欲しかったら、利益をよこせ!!(それも多額の……)と言われる。								
435	*	佐賀県	DS	返品	当然のように日付切れ商品を返品してくる。またはメーカーに買上げを求め、会社からの指示の模様。								
436	*	長崎県	SM	押付	食品物などの購入。	うなぎ、アイスケーキ、駅弁	3,000	3	自己				
437	*	長崎県	DS	拒否	生産価格、条件、卸マージンなど、公開できない情報に対し、圧力をかけてしつこく聞いてくる。平日は夜遅くまで拘束され(0時を過ぎることもある)、休日も電話がかかってくる。								
438	*	熊本県	SM	押付	押し付け販売。	うなぎ	20,000	1	会社				
439	*	熊本県	CVS	押付	催品の購入。	おせち、ギフトなど	2,000	3	自己				
440	*	大分県	SM	押付	お茶。父の日のステークスの購入。		10,000	2	自己				
441	*	大分県	SM	押付	ギフトの購入。						両方	早深半日	
442	*	大分県	SM	労務	自社商品以外の陳列。								
443	*	大分県	SM	値引き・押付	押し付け販売。	うなぎ、ワイン、ケーキ	18,500	3	自己		2	平日	通常終日
444	*	宮崎県	SM	労務	マネキン業務。								
445	*	鹿児島県		値引き・労務・拒否	値引き。								
446	*	全国	SM	労務	陳列、改装。								
447	*	全国	ドラッグ	値引き・拒否	リユースアイテムや新商品の過剰な条件要求と、対応できない場合の他商品の乱売または大幅カット。								
448	*	全国	卸店	返品	小売店に販売できなくなった在庫の返品を度々要請される。								
449	*	北関東	DS	労務	改装、新店オープンの際に、P日商品も含め、陳列の労務提供を求められる。労務提供するのは当たり前となり前となっており、感謝されることもなく、怒声をあげられる状況。メーカー、卸は休まながら日女過こしており、労務提供しているかどうかというレベルではない。					50	平日	通常終日	
450	*	首都圏	SM	労務	アイスクリーム替え、日当なし。								
451	*	北陸	SM	労務	総菜調理応援。								
452	*	近畿圏	GMS	労務	新店、改装時の調理応援、花火大会など繁忙期の調理応援、社内会議のための調理応援、新商品売込みのための売り場づくり(初日調理応援)覚書の締結、日当の支払いはない。								
453	*	九州全体	DS	値引き	店着マスタ単価を知らぬ間に勝手に下げられたことがある。								
454	*	GMS	DS	押付・労務	陳列応援。	ボジョレー	2,000	1	自己			通常半日	
455	*	GMS	DS	労務	陳列応援。							通常半日	
456	*	GMS	DS	労務	先方会議の資料作成。							早深半日	
457	*	GMS	DS	労務	先方の陳列。							早深半日	

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具体例	押付販売 最高額 (円)	押付販売 頻度 年間 (回)	押付販売 負担	労務提供 頻度 年間 (回)	労務提供 曜日	労務提供 時間帯
458	*		GMS	その他	D/B商品の計画なしでの返品不可、在庫販売拒否。					5	平日	通常終日
459	*		GMS	労務	先方の展示会で、納品している商品以外の展示ブースでの応募要員を依頼された。							
460	*		GMS	労務	新店陳列改装に参加しないと、干される場合もあり。							
461	*		SM	労務	新店、改装の応募依頼。					2	両方	早深平日
462	*		SM	押付	ワイン、ケーキ、おせちなどの購入要請。	うなぎ、ケーキ	6,000	2	自己			
463	*		SM	労務	陳列応援、梱直し応援。	ケーキ	3,000	1	自己	3	平日	通常平日
464	*		SM	押付	押し付け販売。							
465	*		SM	押付	ボジョレー、クリスマスケーキ、蕪方巻、土用の丑の日のうなぎなど、催事的な販売時にチラシが配布され、購入状況の確認が入る。	左記+以前はギフト	3,000	5	自己			
466	*		SM	押付	ギフト購入、ケーキ購入。							
467	*		SM	押付	押し付け販売。	うなぎ	3,000	1	自己			
468	*		SM	値引き	条件提示。							
469	*		SM	押付	押し付け販売。	うなぎ、カレー、ラーメン、ワイン、 ケーキ、アイス、水なす	7,000	1	自己			
470	*		SM	労務	改装などの陳列応援要請。					2	両方	通常終日
471	*		SM	労務	改装などの陳列応援要請。							
472	*		SM	値引き	売上割戻強制依頼。得意先とのコミュニケーションを醸しとそうで、押し付けを受けてしまう。							
473	*		SM	労務	売場整え応援。					50	平日	通常終日
474	*		SM	労務	棚替え。					30	平日	通常平日
475	*		SM	値引き	メーカー最終売などによる、改廃商品の値引き・返品要請。							
476	*		SM	労務	陳列、応援。					5	平日	通常平日
477	*		SM	労務	改装の応援。							
478	*		SM	労務	改装の応援。							
479	*		SM	労務	改装の応援。							
480	*		SM	労務	改装の応援。							
481	*		SM	労務	改装の応援。							
482	*		SM	労務	改装の応援。							
483	*		SM	委託	「注文制→買取り」が進まない店舗がいくつか残っている。	ハムギフト	5,000	2	自己			
484	*		SM	押付	ギフトなどの購入依頼。							
485	*		SM	労務	陳列。					2		通常平日
486	*		SM	押付	押し付け販売。	ボジョレー、お中元	3,000	5	自己			
487	*		SM	その他	バイヤーの棚割り業務の押し付け。							
488	*		DS	労務	当たり前のように陳列応援を強要。また陳列応援しないと商品採用なしなどの対応が横行。					20	平日	通常終日
489	*		DS	労務	陳列応援。					30	平日	通常終日
490	*		DS	押付	押し付け販売。							
491	*		DS	押付	サマーギフト、クリスマスケーキ、おせち、衣料品などの購入を求められた。					2		
492	*		CVS	協賛等	広告（プロモーション）展開手数料（協賛金）を不当に要求された。協賛金支払い条件を満たしていないのに、融通を効かせて支払いをくれ、と要求された。							
493	*		CVS	押付	押し付け販売。	ケーキ、うなぎ弁当、お茶、ワイン	4,000	4	自己			
494	*		CVS	押付	押し付け販売。	うなぎ、おせち、ケーキ、ワイン	20,000	3	自己			
495	*		CVS	労務	展示会での応援。					2	平日	通常終日
496	*		CVS	労務	業者に部会を作らせ、コンペの準備を業者にさせる。不当とは表現しづらいが、納品期限切れ→返品が当たり前となっており苦慮している。					12	両方	通常終日
497	*		CVS	返品	不当とは表現しづらいが、納品期限切れ→返品が当たり前となっており苦慮している。							
498	*		ドラッグ	労務	改装応援が多い。							
499	*		ドラッグ	協賛等	新規導入品に対する強制的なバックリベート。					10	平日	通常平日
500	*		ドラッグ	押付	ケーキ、おせちの購入の強要。							
501	*		ドラッグ	労務	新店、改装の陳列。労務提供の要請がマスト出席レベル。	ケーキ、ギフト	3,000	2	自己			
502	*		ホテル	押付	毎年年末におせちの購入要請あり。	おせち	20,000	1	自己			
503	*		外食	押付	押し付け販売。	書籍、飲料	10,000	1	折半			
504	*		外食	返品	メニュー期間終了後の在庫引上げ要請。							
505	*		外食	押付	押し付け販売。	ラーメンギフト	5,000	2	ケース			

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 年度 (回)	押付 販売 年度 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 頻度 (回)	労務 提供 時間帯	
506	*		外食	押付	押し付け販売。	パーティー券、ディナー券、ビアガーデン券		2					
507	*		卸店	拒否	値上げ交渉時の暴言。								
508	*		卸店	押付	押し付け販売。	依頼はあったが購入していない							
509	*		卸店	値引き	昇格以外のリベート要求。								
510	*		卸店	押付	押し付け販売。	おせちなど		1					
511	*		卸店	返品	在庫過多調整のための返品要請。								
512	*		卸店	その他	請求書を送ってくれず、営業が取りに行く。取りにいけないときは、宅急便着払いで送ってくる。現在は切手を貼った封筒を〇〇〇に送りそれに入れてもらいたい送付してもらっている。								
513	*		卸店	返品	納入した商品を賞味期限が経過し切れ、寸前で返品する。								
514	*		加工用	協賛等	協賛金。								
515	*		加工用	労務	クリスマスケーキの製造応援。列年のこととして、クリスマスケーキを購入してほしいという依頼は依然としてある。ただし、だいぶ程度、頻度は下がっている。					2 休日	通常終日		
516	*		GMS・卸店	労務・拒否	改定時の労務提供(頻度が多い)。謝礼申請はあるが断った場合不利益な対応をとられる場合がある。						30 平日	通常終日	
517	*		GMS・SM	労務	欠品時での売上・利益補填政策依頼。								
518	*		GMS・SM	値引き・労務	以前担当していた得意先からはうなぎ、おせち、ケーキ、ワインなどの購入依頼があったが、今の得意先からはまったくない。違う得意先では冊替え作業、販売品出応援。					20 両方		通常終日	
519	*		SM・外食・卸店	押付・労務	押し付け販売。	おせち、ポジョレーなど	20,000	1		会社	2 両方	通常終日	
520	*		SM・ドラッグ・百貨店	押付	押し付け販売。	肉・うなぎ・ケーキなど	10,000	5		自己		平日	通常終日
521	*		HC・ドラッグ	労務・協賛等	陳列応援の要請、協賛金の要請。						4	通常終日	
522	*		ホテル・外食	押付	押し付け販売。	各種コンサートやイベントのチケット	36,000	2		会社			
523	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、ポジョレー、アイス、おせち	20,000	4		自己			
524	*			押付	押し付け販売。	おせち、ケーキ、酒etc	5,000	3		自己			
525	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、クリスマスケーキなど	3,000	3		自己		6 平日	通常終日
526	*			返品	理不尽な返品要請。								
527	*			押付	押し付け販売。	ギフト	3,000	1		自己			
528	*			押付	押し付け販売。	かがみもち	7,000	2		ケース			
529	*			押付	押し付け販売。	ラーメン関係	2,000	10		ケース		2 休日	通常終日
530	*			返品・労務・協賛等・拒否	押し付け販売。	アイスクリーム、うなぎ	5,000	2		自己	10 平日		
531	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ	3,000	1		自己			
532	*			押付	押し付け販売。	恵方巻、うなぎ		2		自己			
533	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ	3,000	1		自己			
534	*			押付	押し付け販売。	恵方巻、クリスマスケーキなどの季節品		3		自己			
535	*			その他	基本的に御は発注データに基づく納品しかしておらず、商談での手助けや数字を伸ばそうという意識がまったくない。にも関わらず、取引制度などには厳しく、論点がずれている。								
536	*			押付	押し付け販売。	水なす、クリスマスケーキ、ポジョレー	3,000	2		自己	3 両方	通常終日	
537	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ	3,000	1		自己	4 両方	早深平日	
538	*			押付	押し付け販売。	おせち料理	15,000	1		自己			
539	*			押付	押し付け販売。	年末商材	5,000	1		自己			
540	*			押付	押し付け販売。	恵方巻、ケーキ、うなぎ	4,000	3		折半			
541	*			押付	押し付け販売。	御節料理	10,000	1		自己			
542	*			押付	押し付け販売。	ケーキ、うなぎ、恵方巻	6,000	3		会社	20 両方	早深終日	
543	*			押付	押し付け販売。	日本酒、カレー、ラーメン	5,000	6		自己	6 平日	通常終日	
544	*			押付	押し付け販売。	うなぎ弁当、恵方巻、ハムセット、かまぼこセット	5,000	2		ケース			

通し番号	取引先名	都道府県	業態	名称	具体的な事例内容	押付販売 具休例	押付販売 最高額 (円)	押付 販売 頻度 年間 (回)	押付 販売 負担 年間 (回)	労務 提供 曜日	労務 提供 時間帯	
545	*			押付	押し付け販売。	ケーキ、すし、おせち	1,000	1	1	20	通常半日	
546	*			押付	押し付け販売。	ワイン、うなぎ、恵方巻	2,000	4	4	10	早深半日	
547	*			労務	押し付け販売の斡旋。							
548	*			労務	押し付け販売の斡旋。							
549	*			労務	改装・新店陳列、販売応援、すべて覚書をかわしている。							
550	*			労務	改装・新店陳列、販売応援、すべて覚書をかわしている。							
551	*			労務	新店舗の陳列応援。					1	通常半日	
552	*			労務	毎週10時間労働以上が当たり前。ベンダー、メーカーに対しての作業要求は限度を知らない。陳列前後にも膨大な作業とフォロワーの要請あり。					50	早深半日	
553	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ、うなぎ (今はない)		1				
554	*			押付	押し付け販売。	ギフト	3,000	1	1	1	ケース	
555	*			協賛等	物流フィーの過剰要求。							
556	*			押付	押し付け販売。	うなぎ	2,000	1	1	1	自己	
557	*			押付	押し付け販売。	ポジョレー	3,000	3	3	3	自己	
558	*			押付	押し付け販売。	蕎麦、うなぎ、クリスマスケーキ	10,000	3	3	30	平日	
559	*			労務	応援要請。					20	平日	
560	*			協賛等	小売業からの協賛依頼を製造業者へ協力要請する。							
561	*			その他	不当な未収。							
562	*			押付	押し付け販売。	米、酒、うなぎ	3,000	3	3	1	ケース	
563	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、肉	400	2	2	2	自己	
564	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、ケーキ、恵方巻	2,000	3	3	1	両方	
565	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、ケーキ、恵方巻	5,000	2	2	2	自己	
566	*			押付	押し付け販売。	タバコ	30,000	2	2	4	平日	
567	*			押付	困っている、悩んでいるというほどではない。うなぎ、ケーキなど「よかったら協力して」という言い方。こちらも買ったら「マネキン入れて下さい」と言っている。	うなぎ、みそ、ケーキ	5,000	2	2	2	自己	
568	*			押付	押し付け販売。	ワイン、うなぎ、ケーキ	2,500	2	2	2	自己	
569	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、ケーキ	3,000	1	1	1	平日	
570	*			押付	押し付け販売。	ケーキ、茶、お歳暮	5,000	2	2	2	自己	
571	*			押付	押し付け販売。	ワイン	10,000	1	1	1	ケース	
572	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ、ポジョレー	10,000	2	2	2	自己	
573	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ	3,000	1	1	1	自己	
574	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ、ポジョレー、うなぎ		3	3	3	自己	
575	*			労務	店舗応援は常日頃から当たり前のごとくある。覚書、日当はほとんどないが、それを不満に思うほどの状況ではない。但し、先方様にはもう少し明確にしてほしいと思う時もある。							
576	*			押付	押し付け販売。	うなぎ、ワインなど	2,500	2	2	2	自己	
577	*			押付	酒販店の頒布会。スーパのうなぎ、おせち、恵方巻の購入。	季節商品など	5,000	2	2	2	自己	
578	*			押付	押し付け販売。							
579	*			その他	余った商品を安く売ったから、その分の条件を見てほしい、と言われる。							
580	*			押付	押し付け販売。	ケーキ	5,000	5	5	5	自己	
581	*			押付	押し付け販売。	ワイン、クリスマスケーキなど	30,000	1	1	1	自己	
582	*			押付	押し付け販売。	クリスマスケーキ					3	平日
583	*			押付	勝手に納価を維持したまま条件を増やして処理する。							
584	*			押付	利益供与依頼。							

# 私たちは『食』の価値を公正に 適正な価格で消費者に届けたい

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

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

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

(※) 平成28年度食品産業統計年報より

豊かで健康な食生活を送りたい  
消費者

安全な食品を安心の価格で  
小売

品質も時間も守ってお届けしたい  
流通

魅力ある食品をお届けしたい  
食品加工

安全で新鮮な食品素材を作りたい  
生産者

「食」の価値連鎖

「食」の価値を引き継ぎ  
適正な価格で  
評価する社会

## フードバリューチェーン 全体で取り組む課題

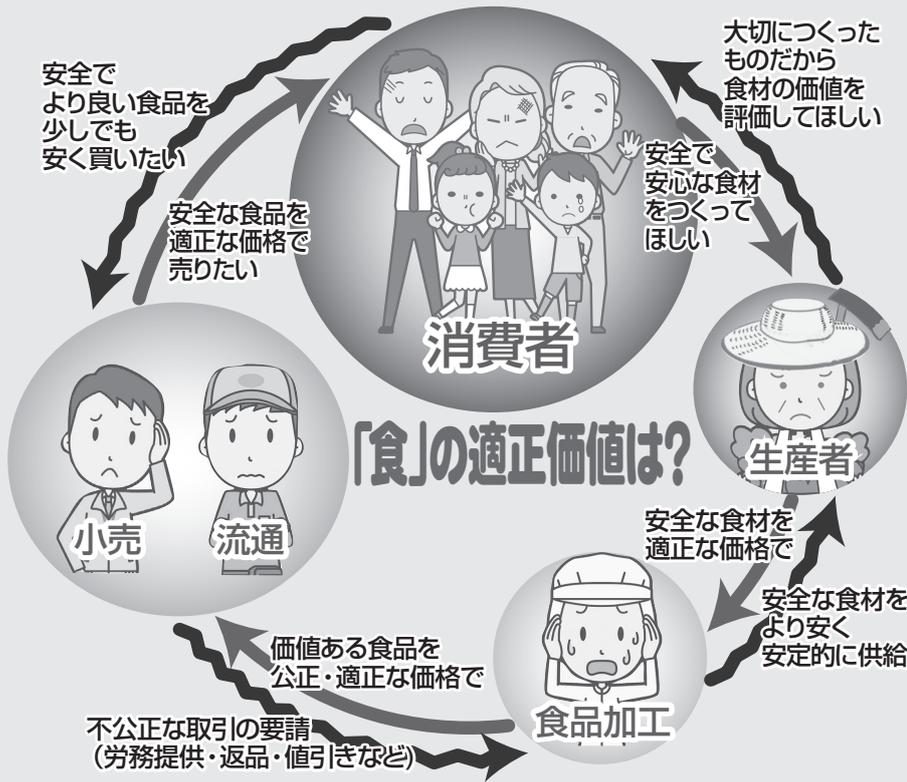
食品関連産業の健全な発展を通じ国民・消費者へ良質かつ多様な食料を提供し、豊かな生活の実現に貢献していくために

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

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

にもかかわらず、食品関連産業の実態は……

# 「食」の価値連鎖にゆがみが生じている



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

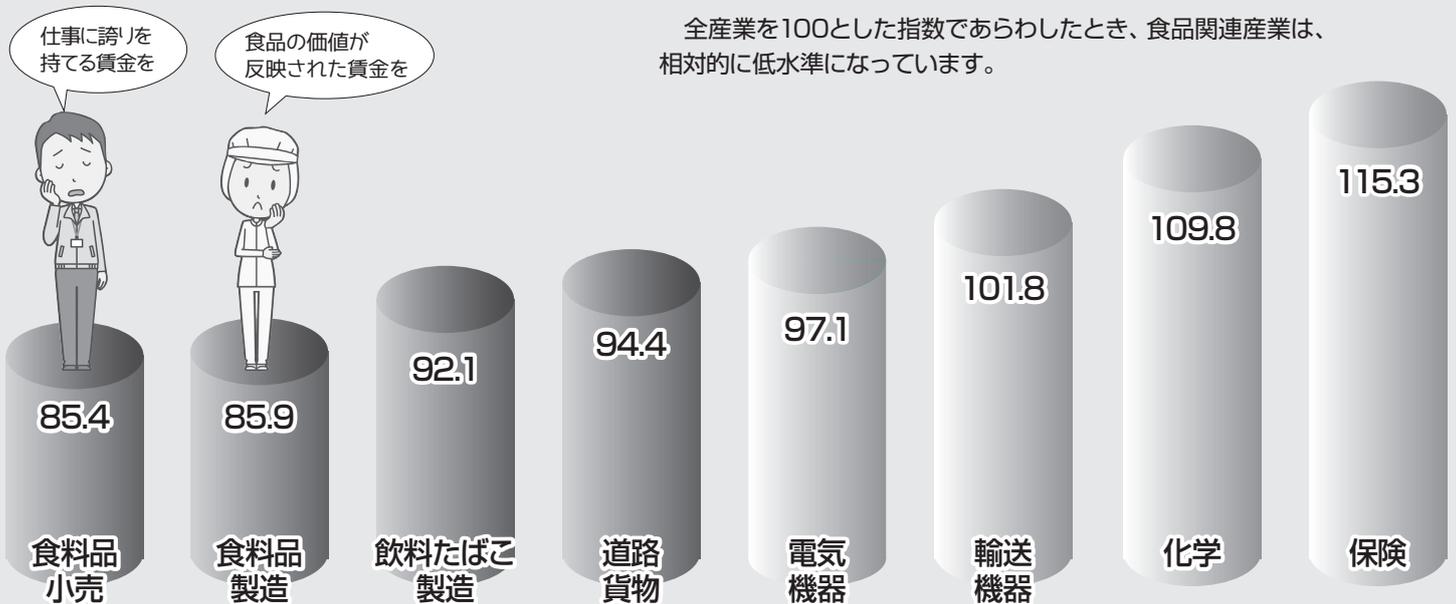
食品の価格はこれで良いのでしょうか?

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

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

# 食品関連産業の賃金は相対的に低水準

全産業規模にみる相対的賃金水準 (全産業規模別 連合・賃金レポート2017より作成)



フードバリューチェーンの目標は「食」を適正な価格で評価する社会の実現です



---

## 取引慣行に関する実態調査 ～ 取引慣行の改善に向けて ～

フード連合・UAゼンセン合同調査「取引慣行アンケート」集計結果報告  
— 2018年2月発行 —

---

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

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

---

30 独国生商第 59 号

平成 30 年 6 月 14 日

日本チェーンドラッグストア協会 御中

独立行政法人国民生活センター  
商品テスト部長



「ビワの種子を使用した健康茶等に含まれるシアン化合物に関する情報提供」について  
(情報提供)

時下、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。国民生活センターの業務につきましては、日ごろよりご協力を賜り厚くお礼申し上げます。

さて、当センターでは今回、「ビワの種子を使用した健康茶等に含まれるシアン化合物」をテーマにテストを行ったところ、別紙（6月14日報道発表資料）の内容で結果がまとまりましたので情報提供いたします。

なお、要望・情報提供は下記の行政機関・関係機関に対して行ったことをあわせてお伝えします。

記

1) 要望先

厚生労働省 医薬・生活衛生局 食品監視安全課  
農林水産省 消費・安全局 食品安全政策課

2) 情報提供先

消費者庁 消費者安全課  
内閣府 消費者委員会事務局  
内閣府 食品安全委員会  
国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所  
公益社団法人 日本通信販売協会  
公益財団法人 日本健康・栄養食品協会

以上

平成 30 年 6 月 14 日  
独立行政法人国民生活センター

## ビワの種子を使用した健康茶等に含まれるシアン化合物に関する情報提供 —体内で分解して青酸を発生するおそれがあるため過剰な摂取に注意！—

### 1. 目的

アンズ、ウメ、モモ、スモモ、アーモンド、ビワなどのバラ科サクラ属植物の種子にある仁や未熟な果実の果肉や葉には、アミグダリンなど、体内で分解されると非常に強い毒性をもつ青酸（シアン化水素）を発生するおそれのあるシアン化合物が含まれています。これを多く摂取すると、頭痛やめまい等の健康被害を引き起こすおそれがあります<sup>(注1)</sup>。

通常、果実が成熟するとシアン化合物は消失していき、未熟な果実等も適切に加工することでシアン化合物は減少するため、影響は非常にわずかと考えられていますが、種子を乾燥させた粉末の食品などでは高濃度にシアン化合物が含まれている場合があります。食品衛生法では、天然にシアン化合物を含有することが知られている食品及びその加工品については、青酸換算で 10ppm を超えてシアン化合物が検出されるものを規制しています。

2017 年にビワの種子を粉末にした食品からシアン化合物が高濃度で検出され、製品が回収される事案が複数件あり（10. 参考資料（2）参照）、厚生労働省は天然にシアン化合物を含有することが知られている主な食品に「びわの種子」を追加し、各検疫所に対して輸入食品の自主検査等の指導の徹底を呼び掛けました<sup>(注2)</sup>。また、農林水産省はビワの種子の粉末の摂取に関する注意喚起を行い、都道府県や関係団体を通じて、ビワの種子を原料とする食品の製造者や関係者に対して、安全な食品を提供するよう指導しています<sup>(注3)</sup>。

一方、アミグダリンについては、「がんに効く」などとうたわれていることがありますが、ヒトにおける安全性・有効性が否定されているばかりではなく、海外ではこれを含むサプリメントの摂取により重篤な健康被害が発生したという報告が複数件あります<sup>(注1)</sup>。

そこで、関係省庁から指導等が行われた現在、シアン化合物を含有することが知られているもののみを原材料とした、市販されている健康食品等について、シアン化合物が高濃度に含まれていないか等を調査し、消費者に情報提供することとしました。

(注1) 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所「健康食品」の安全性・有効性情報「アミグダリンについて」

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail678.html>

(注2) 厚生労働省 平成 29 年 11 月 6 日付け事務連絡「シアン化合物を含有する食品の取扱いについて」

<http://www.mhlw.go.jp/file/06-SeisakuJouhou-11130500-Shokuhinanzendu/0000183546.pdf>

(注3) 農林水産省「ビワの種子の粉末は食べないようにしましょう」

[http://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/foodpoisoning/naturaltoxin/loquat\\_kernels.html](http://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/foodpoisoning/naturaltoxin/loquat_kernels.html)

## 2. テスト実施期間

検体購入：2018年3月～4月

テスト期間：2018年3月～5月

## 3. アミグダリンについて

国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所の「健康食品」の安全性・有効性情報<sup>(注1,4)</sup>によると、過去に、アミグダリンをビタミンの一種(ビタミンB<sub>17</sub>)とする主張もありましたが、現在では、生体の代謝に必要な栄養素ではなく、欠乏症の報告もないことなどから、ビタミンではないとされています。

また、米国やメキシコを中心にがんの治療にアミグダリンが用いられたことがあり、十分な科学的根拠がないにも関わらず、現在でも「がんに効く」、「痛みを和らげる」などの効果がうたわれていることがあります。米国国立がん研究所は、「がんの治療、改善および安定化、関連症状の改善や延命に対しいずれも効果がなく、むしろ青酸中毒をおこす危険性がある」との結論を出しています。

(注4) 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所「健康食品」の素材情報データベース「アミグダリン、レートリル、レトリル」

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail748.html>

## 4. テスト対象銘柄

インターネット通信販売の大手ショッピングモール(楽天市場、amazon.co.jp、Yahoo!ショッピング)や神奈川県内のドラッグストアにおいて販売されていた、シアン化合物を含有することが知られているビワ、ウメ、プルーンのみを原材料とした健康食品等から、ビワ(種子もしくは葉)を原材料とした健康茶4銘柄、ウメエキス4銘柄、プルーンエキス2銘柄の計10銘柄を任意に選び、テスト対象としました。なお、これらのテスト対象銘柄のビワ及びウメに関しては国内産、プルーンに関しては海外産である旨の記載がみられました。

## 5. テスト結果

### (1) シアン化合物の濃度

テスト対象銘柄に含まれるシアン化合物(青酸換算)の濃度を調べました<sup>(注5)</sup>(試験方法は9. テスト方法等(1)参照)。なお、食品衛生法では、原則として最終製品で10ppm(10 $\mu$ g/g)を超えてシアン化合物が検出された場合には食品衛生法第6条<sup>(注6)</sup>違反として扱われています<sup>(注7)</sup>。

(注5) 試験結果はテストのために購入した商品のみに関するものです。

(注6) 第六条 次に掲げる食品又は添加物は、これを販売し(不特定又は多数の者に授与する販売以外の場合を含む。以下同じ。)、又は販売の用に供するために、採取し、製造し、輸入し、加工し、使用し、調理し、貯蔵し、若しくは陳列してはならない。

一 腐敗し、若しくは変敗したもの又は未熟であるもの。ただし、一般に人の健康を損なうおそれなく飲食に適すると認められているものは、この限りでない。

二 有毒な、若しくは有害な物質が含まれ、若しくは付着し、又はこれらの疑いがあるもの。ただし、人の健康を損なうおそれがない場合として厚生労働大臣が定める場合においては、この限りでない。

三 病原微生物により汚染され、又はその疑いがあり、人の健康を損なうおそれがあるもの。

四 不潔、異物の混入又は添加その他の事由により、人の健康を損なうおそれがあるもの。

(注7) 検査により 10ppm を超えてシアン化合物を検出した場合であっても、国内における調理・加工等により、最終製品においてシアン化合物の摂取量が低減されることが確認された事例については、食品衛生法第 6 条違反に該当しないものとして取り扱われています。

## 1) ビワ（種子もしくは葉）を原材料とした健康茶

ビワの種子を原材料とした健康茶 3 銘柄では、飲用する状態ではシアン化合物の濃度が 10ppm を超えませんでした。多量に飲んだり、濃くして飲まないよう注意が必要と考えられました

ビワ（種子もしくは葉）を原材料とした健康茶 4 銘柄は、いずれも種子ないしは葉を粉碎等したものをティーバッグの形態にしたもので、ビワの葉を原材料とした健康茶 1 銘柄は、バッグ内容物のシアン化合物の濃度は 0.3ppm と、10ppm を下回りました（表 1 参照）。一方、種子を原材料とした健康茶 3 銘柄では、バッグの内容物からシアン化合物が 160～660ppm 検出されました。

そこで、種子を原材料とした健康茶 3 銘柄については、飲用する状態でのシアン化合物の濃度を調べるため、商品に記載されていた使用方法を参考に浸出液を調製したところ、1.7～7.3ppm と、すべての銘柄で 10ppm を下回りました（浸出液の調製方法については 9. テスト方法等（2）参照）。しかし、これら 3 銘柄の表示には飲用量に関する目安の記載はなく、一度に多量に飲んだり、使用するバッグ数を増やしたり、湯の量を減らし濃くして飲むなど、飲用量や淹れ方によっては、すべてのシアン化合物が青酸に変化したと仮定した場合に健康に悪影響を示すおそれがないとされる値<sup>(注8)</sup>を超える可能性があるため<sup>(注9)</sup>、注意が必要と考えられました。

(注8) 欧州食品安全機関（EFSA）は、ヒトが 24 時間又はそれより短い時間に摂取したときに健康に悪影響を示さないと推定される量として、急性参照用量（ARfD）を 20 μg/kg 体重と設定しています。

(注9) 体重 60kg のヒトがシアン化合物 7ppm（7 μg/g）を含む飲料 200ml を摂取した場合、 $7 \mu\text{g/g} \times 200\text{ml} (\approx 200\text{g}) / 60\text{kg} \approx 23 \mu\text{g/kg}$  体重と、急性参照用量を超えます。

表 1. ビワを原材料とした健康茶のシアン化合物の濃度

原材料の部位、形状	銘柄数	シアン化合物（ppm）	
		バッグ内容物	浸出液
破碎された種子	3	160～660	1.7～7.3
粉碎された葉	1	0.3	—

—：試験せず

## 2) ウメエキス及びプルーンエキス

ウメエキス 4 銘柄中 3 銘柄でシアン化合物が 10ppm を超えて検出されましたが、一日摂取目安量以内であれば健康影響が現れる可能性は低いと考えられました

ウメエキス 4 銘柄では、6.5～18ppm 検出され、3 銘柄で 10ppm を超えていました（表 2 参照）。ただし、これら 3 銘柄の一日摂取目安量が多いものでも 3g で、すべてのシアン化合物が青酸に変化したと仮定しても、健康に悪影響を示すおそれがないとされる値<sup>(注8)</sup>を超えないため、健康影響が現れる可能性は低いと考えられました<sup>(注10)</sup>（9. テスト方法等（3）2）参照）。

なお、食品衛生法では、10ppm を超えてシアン化合物が検出されても、少量を摂取する食品の場合には、人の健康を損なうおそれがないと認められることがあります<sup>(注6、7、11)</sup>。

また、プルーンエキス 2 銘柄は、いずれも 10ppm を下回りました。

(注10) 体重 60kg のヒトがシアン化合物 20ppm (20 μg/g) を含む食品 3g を摂取した場合、  
 $20 \mu\text{g/g} \times 3\text{g} / 60\text{kg} = 1.0 \mu\text{g/kg}$  体重と、急性参照用量を下回ります。

(注11) 厚生省平成 12 年 3 月 31 日付け衛食第 49 号通知  
「シアン化合物を含有する亜麻の実の取扱いについて」

表 2. ウメエキス及びプルーンエキスのシアン化合物の濃度

原材料	形態・形状	銘柄数	シアン化合物 (ppm)
ウメ	エキス (ペースト)	4	6.5~18
プルーン	エキス (ペースト)	2	1.9、3.1

## (2) 広告・表示

シアン化合物の濃度を検査等で確認している旨や多量摂取に関する注意がみられた銘柄はありませんでした

各銘柄の販売者等のウェブサイトの記載やパッケージ及び添付文書の表示について、シアン化合物の含有に関する情報や摂取に関する注意事項等を調査しました。

その結果、シアン化合物の含有に関し、検査等で濃度を確認している旨や、多量に当該銘柄を摂取することへの注意に関する記載がみられたものはありませんでした。

また、ビワの種子や葉を原材料とした健康茶 4 銘柄すべてで、使用方法に関する記載がみられましたが、1 日の飲用量の目安がみられた銘柄はありませんでした (9. テスト方法等 (3) 1) 参照)。ウメエキスは 4 銘柄すべてで一日摂取目安量が記載されていましたが、プルーンエキスの 2 銘柄中 1 銘柄は「適量」という不明確な記載でした (9. テスト方法等 (3) 2) 及び 3) 参照)。

## 6. 消費者へのアドバイス

シアン化合物が高濃度で含まれるビワの種子を原材料とした健康茶等については、利用する必要性を考え、利用する場合は、安全性について調べられていることを確認した上で、一度に多量に摂取しないよう注意しましょう

ビワの種子等に含まれていることが知られているシアン化合物のアミグダリンは、ビタミンの一種ではなく、がんの治療効果等が否定されているばかりではなく、青酸中毒を起こす危険性が指摘されているものです。

今回調査したビワの種子を原材料とした健康茶では、飲用する状態ではシアン化合物が 10ppm を下回ったものの、コップ 1 杯程度の量を飲んだ場合、健康に悪影響を示すおそれがないとされる値<sup>(注8)</sup>を超えるものがありました。また、ウメエキスでは、一日摂取目安量以内であれば健康影響が現れる可能性は低いと考えられましたが、10ppm を超えてシアン化合物が検出されたものがありました。

シアン化合物を高濃度に含むことが知られているビワの種子等（その他に亜麻の実、杏子の種子、梅の種子、ビターアーモンド、キャッサバの葉など<sup>(注2)</sup>）を原材料にした健康食品等については、利用する必要性をよく考え、利用する場合は、製造者等により原材料や、製品ないしは使用時などの摂取する状態でのシアン化合物の濃度が調べられているかを確認し、一度に多量に摂取しないよう注意しましょう。

なお、ビワの種子を粉末にした食品では、シアン化合物を高濃度に含むとして回収等の対応が出されているものがあります。回収等が行われているものについては、消費者庁リコール情報サイト<sup>(注12)</sup>等で確認してください。

(注12) 消費者庁リコール情報サイト  
<http://www.recall.go.jp/>

## 7. 事業者への要望

### **(1) ビワの種子や未熟なウメの果実等のシアン化合物を高濃度に含むことが知られている原材料を使用し、最終製品で10ppmを超えた健康食品等の製造・販売事業者等は、速やかに管轄の保健所等に相談し、必要な場合は、しかるべき対応を取るよう要望します**

今回のテストでは、シアン化合物を高濃度に含むことが知られているビワの種子や未熟なウメの果実等を原材料とした健康食品等のうち、最終製品で10ppmを超えるシアン化合物が検出された銘柄がありました。そのような健康食品等の製造・販売事業者等は、速やかに管轄の保健所等の行政機関に相談し、必要な場合は、しかるべき対応を取るよう要望します。

### **(2) シアン化合物を高濃度に含むことが知られている原材料を使用した健康食品等について、品質管理の徹底とリスク低減策の実施を要望します**

シアン化合物を高濃度に含むことが知られている原材料を使用した健康食品等の製造、販売等事業者は、安全確保のため、関係行政機関からの指導に従い、原材料や最終製品のシアン化合物の濃度を自主検査により適宜確認し、可能なシアン化合物の低減策の実施を要望します。また、リスクを考慮した摂取目安量の設定や摂取方法に関する注意喚起を行うなど、多量にシアン化合物を摂取する商品が市場に流通することがないように品質管理の徹底とリスク低減策の実施を要望します。

## 8. 行政への要望

(厚生労働省 医薬・生活衛生局 食品監視安全課)

### **(1) ビワの種子や未熟なウメの果実等のシアン化合物を高濃度に含むことが知られている原材料を使用し、最終製品で10ppmを超えた健康食品等について、確認の上、必要な場合は、製造・販売事業者等がしかるべき対応を取るよう指導を要望します**

今回のテストでは、シアン化合物を高濃度に含むことが知られているビワの種子や未熟なウメの果実等を原材料とした健康食品等のうち、最終製品で10ppmを超えるシアン化合物が検出された銘柄がありました。そのような健康食品等の製造・販売事業者等に対し、確認の上、必要な場合は、しかるべき対応を取るよう指導を要望します。

(厚生労働省 医薬・生活衛生局 食品監視安全課、農林水産省 消費・安全局 食品安全政策課)

**(2) シアン化合物を高濃度に含むことが知られている原材料を使用した健康食品等について、  
引き続き製造・販売等事業者への指導の徹底を要望します**

シアン化合物を高濃度に含むことが知られている原材料を使用した健康食品等の製造・販売事業者等に対し、引き続き、安全確保のため、原材料及び最終製品のシアン化合物の濃度の自主検査や可能なシアン化合物の低減策の実施の指導を徹底させることを要望します。また、リスクを考慮した摂取目安量の設定や摂取方法に関する注意喚起を推進させるなど、多量にシアン化合物を摂取する商品が市場に流通することがないように要望します。

**○要望先**

厚生労働省 医薬・生活衛生局 食品監視安全課	(法人番号 6000012070001)
農林水産省 消費・安全局 食品安全政策課	(法人番号 5000012080001)

**○情報提供先**

消費者庁 消費者安全課	(法人番号 5000012010024)
内閣府 消費者委員会事務局	(法人番号 2000012010019)
内閣府 食品安全委員会	(法人番号 2000012010019)
国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所	(法人番号 9120905002657)
公益社団法人 日本通信販売協会	(法人番号 9010005018680)
日本チェーンドラッグストア協会	(法人番号なし)
公益財団法人 日本健康・栄養食品協会	(法人番号 6011105004953)

本件問い合わせ先

商品テスト部：042-758-3165

## 9. テスト方法等

### (1) シアン化合物の濃度

クエン酸緩衝液 (pH 5.5) を加え、 $\beta$ -グルコシダーゼ (アーモンド・エムルシン) により処理した後、ピリジニピラゾロン吸光光度法により測定しました。

### (2) ビワの種子を原材料とした健康茶の浸出液の調製方法

各銘柄のパッケージに記載されていた使用方法を参考に、ティーバッグ 1 袋に対し下記の条件で浸出液を調製しました。

銘柄 No.	調製方法
1	沸騰水 500ml を注ぎ、5 分間弱火で煮出した後、室温で 15 分間放置
2	沸騰水 1L を注ぎ、10 分間とろ火で煮出す
3	沸騰水 140ml 注ぎ、室温で 3 分間放置

### (3) テスト対象銘柄の形態・形状と使用方法等

#### 1) ビワを原材料とした健康茶

銘柄 No.	使用部位	形態・形状	使用方法
1	種子	破砕片 (ティーバッグ)	1 袋 5g/200~500ml
2			1 袋 8g/L
3			1 袋 4g/140~180ml
4	葉	粉砕片 (ティーバッグ)	1 袋 3g/L

#### 2) ウメエキス

銘柄 No.	形態・形状	一日摂取目安等
5	ペースト	1~2g
6		3g 程度
7		3g
8		3g

#### 3) プルーンエキス

銘柄 No.	形態・形状	一日摂取目安等
9	ペースト	小さじ等で 4 杯位を目安に少しずつ
10		適量

## 10. 参考資料

### (1)厚生労働省 平成29年11月6日付け事務連絡「シアン化合物を含有する食品の取扱いについて」

事 務 連 絡  
平成29年11月6日

各検査所 御中

医薬・生活衛生局食品監視安全課  
輸入食品安全対策室

#### シアン化合物を含有する食品の取扱いについて

標記については、平成29年9月19日付け事務連絡により、天然にシアン化合物を含有する食品（検査命令対象品を除く。）について、自主検査等の指導の徹底をお願いしているところです。

今般、地方自治体の買上げ調査において、びわの種子粉末からシアン化合物が検出された事例を踏まえ、天然にシアン化合物を含有することが知られている主な食品にびわの種子を追加したことから、下記により、引き続き、輸入者への指導の徹底をお願いします。

なお、平成29年9月19日付け事務連絡については、本日をもって廃止します。

#### 記

1. 天然にシアン化合物を含有することが知られている食品及びその加工品（検査命令対象食品を除く。）については、輸入の都度、貨物を保留の上、シアン化合物に係る自主検査を指導すること。  
なお、10ppmを超えてシアン化合物を検出した場合にあっては、食品衛生法第6条違反として措置すること。  
<主な食品> 亜麻の実、杏子の種子、梅の種子、ピターアーモンド、  
キャッサバの葉、びわの種子
2. 搾油用原料として輸入され、国内において油に加工されるなど、最終製品中にシアン化合物が検出されないことが明らかな場合にあっては、1の検査を要しないものとする。その場合にあっては、当該品が国内において当該目的以外に使用されないことを確認すること。
3. 1の検査により10ppmを超えてシアン化合物を検出した場合であっても、国内における調理・加工等により、最終製品においてシアン化合物の摂取量が低減されることが確認された事例については、食品衛生法第6条違反に該当しないものとして取り扱っているのを、参考とすること。

## (2) 回収リスト

事業者	対象商品名	シアン化合物 濃度	回収開始日
唐川びわ葉茶生産研究会	びわ種子 びわ種子パウダー	—	2018/3/16
びわクラブ	純びわ種っ娘	820ppm	(2017/11/8)
有限会社三栄商会	ビワのたね微粉末 100g 特選ビワのたね微粉末 100g	96ppm	2017/10/24
株式会社自然健康社	びわの種粉末スティック 4g×24 本 びわの種粉末スティック 4g×100 本	980ppm	2017/10/17
株式会社川原茶業	ビワの種粉末 100g 入	610ppm	(2017/10/6)

出典：国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所 「健康食品」の安全性・有効性情報  
安全情報・被害関連情報

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail3693.html>

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail3613.html>

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail3594.html>

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail3590.html>

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail3580.html>

※回収開始日は消費者庁リコール情報サイトより。びわクラブ、株式会社川原茶業の情報は掲載が終了しているため、過去の掲載情報より引用しました。(2018年5月現在)

## 協会ホームページについて

### ●登録販売者試験受験対策 2017 年実施過去問題集の完売に伴う対応について

2017 年実施過去問題集は大変な好評をもって完売いたしました。  
希望者には、2015 年実施過去問題集を販売いたします。

### ●「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 19 回通常総会を 6 月 15 日に控え、いよいよ平成 30 年度がスタートします。本年度は何といても JACDS 設立 20 周年記念事業を行う大事な 1 年間です。1999 年の設立以来、多くの改革を成し遂げてきた日本チェーンドラッグストア協会。この協会がなければ、医薬業界はいまのようにはなっていないと多くの方が話されます。薬事法の改正、リスク 3 分類に登録販売者の誕生、調剤ポイント付与の事実上の解禁、業界をあげての東日本大震災支援活動など、いろいろと思い出されます。そして、2025 年 10 兆円産業化に向けて、「街の健康ハブステーション構想」実現に向け、プロジェクト活動を行ない、一歩ずつ近づいていきたいと思えます。

・業界自主行動計画は平成 29 年度の最後に策定し、公表し、そのフォローアップを行っていきます。ドラッグストア業界は 6 兆 8 千億円の規模にまで成長しました。そして、流通団体として、その影響の大きさを認められました。統計においても、ドラッグストアの存在は大きいものとなりました。その反面、取引慣行についても目立つ存在となっています。先の公正取引委員会の調査では、ドラッグストアの返品率の高さを指摘され、業界全体での改善を指導されました。今、これに取り組めますが、まずは、ドラッグストア業界における返品の実態把握から取り組みを進めたいと思えます。

・ドラッグストア薬剤師会準備委員会が発展的に解消され、勤務薬剤師委員会となりました。1 年間をかけて勤務薬剤師の組織のあり方を検討してきた準備委員会は、常任理事会において、一つの結論を出し、当面はドラッグストア協会内の組織とすることが決まりました。ドラッグストア企業における勤務薬剤師の活躍できる環境整備は何か、資質向上には何が必要なのか、調剤における責任の所在はどうあるべきなのか、などなど。おりしも、薬機法の見直しが厚労省で進められています。活性化を図るための検討をさらに 1 年間、行なってまいります。

## 日本チェーンドラッグストア協会

会報 No. 178

発行日	平成 30 年 6 月 14 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>