

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

AUGUST 2019 **192**

協会活動

- ・JACDS 薬剤師フォーラム開催報告
- ・城西大学インターンシップ事前講義
- ・法制委員会・調剤推進委員会 調剤フル自動化店舗見学会
- ・低炭素社会データ協力のお願い
- ・7月度月次活動報告
- ・議事録

2019年度 登録販売者試験情報

協会からのお知らせ

「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
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
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、国税庁、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。

長雨の7月を抜けましたら、猛暑の8月となりました。暑い日が続いており、熱中症が心配な日々が続いています。

また、お盆とその規制の足を直撃した台風10号は、四国・中国地方を縦断し、大きな被害をもたらしました。被害に遭われた皆様に心からお見舞い申し上げます。

いよいよ、10月の消費税増税&軽減税率導入が迫ってまいりました。ドラッグストア企業の皆さまには、前々から準備についての連絡等をしてきましたので、態勢はできているものと思います。お客様に迷惑のかからぬよう、万全の態勢でよろしく願います。

JACDS

日本チェーンドラッグストア協会 会報 CONTENTS

No.192
2019.8

●協会活動

- ・JACDS 薬剤師フォーラム開催報告
- ・城西大学インターンシップ事前講義
- ・法制委員会・調剤推進委員会 調剤フル自動化店舗見学会
- ・低炭素社会データ協力をお願い
- ・7月度月次活動報告
- ・議事録

●2019年度登録販売者試験情報

●協会からのお知らせ

「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

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

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、国税庁、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

日本チェーンドラッグストア協会設立20周年記念
JACDS 薬剤師フォーラム 報告

——医療人としての薬剤師 これからの役割と期待——

本年7月6日、全国の薬科大学・薬学部関係者を招待し、ドラッグストアの真実の姿を知ってもらうことを目的に、JACDS薬剤師フォーラムを開催しました。

フォーラム開催のねらい

／ドラッグストアの真実を伝える

調剤事業の拡大などで業界全体では薬剤師の大量採用が続いていますが、採用に苦勞される企業も依然として多いのが現状です。また、「数」だけでなくいかに優秀な人材に来てもらえるか、「質」の確保も重要です。このように薬剤師の確保問題は業界にとって死活的に重要です。

一方、薬科大学の先生方の中には、「ドラッグストアだけにはいくな」、「店頭でトイレトペーパーを売らされる」、「10kgの米袋を運ばされる」、「素人の店長にあれこれ命令される」といった、偏った見方をされている方も多いたと言われています。このような誤解や偏見を払拭するには、ドラッグストアの真の姿を知ってもらうことが必要です。そこで、大学関係者と業界関係者が一堂に会するフォーラムを開催しました。ドラッグ企業を代表する者8名が登壇し、現状やめざす方向、薬剤師への期待などが語られました。なお、本フォーラムは協会設立20周年事業として、調剤推進委員会(スギHD 榊原栄一委員長)が中心になって企画したものです。



▲JACDS 池野会長 主催者挨拶

全国の薬科大学・薬学部から34大学、62名が参加

全国の薬科大学・薬学部すべてに案内を送付するとともに、会員企業の熱心な勧誘もあって34大学、62名の参加がありました。このほか、都道府県薬務課から4県4名、メディアが約18社21名、ドラッ

グストア業界から薬90名、合計180名の参加がありました。予想を超える参加者の数で、椅子席を追加するなど大盛況でした。また懇親会にはほとんどすべての大学関係者に参加いただきました。

■基調講演

ドラッグストアは予防・治療・介護をトータルにサポートし、社会インフラをめざす

宮本厚労省局長による特別講演に続き、基調講演に登壇したのは協会常任理事ココカラファインの塚本社長。社長からは、「ドラッグストアのめざすもの—薬剤師への期待」という演題の下、ドラッグストアは、「健康・予防・未病のサポート」と「病気・介護・終末医療のサポート」を物販と調剤の両面から実践し、「地域社会の健康をトータルでサポートする拠点づくり」に邁進していること、また薬剤師の活動を支える仕組みとして「対人業務を支える教育の実践」と「設備投資による業務の効率化・患者様へのサービスの充実」に力を入れていることなどが、会社の取組みの実例や成果と共に紹介されました。



▲ 厚生労働省 宮本局長による特別講演

ドラッグが薬剤師に求めるもの—医療人としての心構え、患者本位の視点、コミュニケーション能力

また、薬剤師に求めるものとして、「①薬剤師としての心構え—医療の担い手として、豊かな人間性や、人の命と健康生活を守る使命感や責任感、倫理観を持っている」、「②患者様本位の視点—患者様とご家

族の秘密を守り、常に患者様や生活者の立場に立って、人々の安全と利益を優先する」、「③コミュニケーション能力—患者様や生活者、他の職種から情報を適切に集め、有益な情報を提供することができる」ことが挙げられました。具体的には「CURE—処方設計の提案を含む薬学的管理及び医療機関、保健・福祉・介護の地域医療チームや行政への参画・連携」を行い、「CARE-予防・未病改善及び健康に関するゼネラリスト」「FINE-健康で穏やかな毎日をサポートする身近な専門家」となることが求められました。



▲ (株)ココカラファイン 塚本社長による特別講演

■パネルディスカッション

仕事や研修に関するドラッグストアの現状と取組みを紹介。勤務形態の改善、機械化動向も。

第2部のパネルディスカッションのテーマは、「本音で語る薬剤師の仕事、教育、研修、処遇、人事」。ドラッグストア側からは、①仕事の大半が物販から調剤に移行していること、②キャリアパスに応じた多彩な研修を実施していること、③これにより、薬剤師には調剤、物販、管理業務、さらには経営幹部まで幅広い仕事と役職が用意されていること、④女性が働きやすい職場づくりを進め、フルフレックスタイム制を導入したこと、⑤調剤機器を導入することで、薬剤師の負担を軽減し、患者との対話の充実や在宅へのシフトに取り組んでいること、などが紹介されました。

フロアからは「ドラッグストアは、データーを収



▲ 第二部 パネルディスカッション

集した学術論文や提言が少ない」との苦言が出されました。これに対しては、「病院薬剤師も論文を書かない点では同じではないか。一部のドラッグストアでは学術論文を書くことを推奨し大学との提携も始めており、これからも拡大していく」との説明がありました。また、「薬剤師とその他の事務系職員とで研修はどう違うのか」という質問には、入社時の社会人としての研修は共通で、その後専門に応じた研修となる旨の説明がありました。

薬剤師教育の課題も——自分で考え行動する薬剤師をどう育てるか

こうしたやり取りの中「薬剤師は決められたことはしっかりやり遂げるが自分で考え、行動することがない」、「医師の言いなりではないか」、「仕事を選ぶときも、給料と余暇時間が判断基準になりがち」といった厳しい意見が噴出しました。これに対しては、大学関係者から、「医療人としての教育が不十分。大学教育にも反省すべき点があるのでは」、「大学は卒業後の仕事に無関心すぎるのでは」、「卒業後も大学と関係性を維持する仕組みが必要では」などの意見が出され、一方ドラッグストア側からは、とくに近時の不祥事に関連して、「法令遵守のための教育を大学しっかりやってもらいたい」との要望もありました。締めとして、大学との意思疎通の重要性を認識し、今後とも連携を深めていくことを確認して終了しました。

☆☆☆ 協会では、これからも薬科大学・薬学部との連携を深めていきます ☆☆☆

協会では、大学との連携を深めるため、ドラッグストアを紹介するパンフの作成・配布、インターンシップの受入れ、コミュニケーション講座の受託実施などの活動を行ってきましたが、このフォーラムもそのひとつです。メディアの取り上げも多く、ドラッグストアの真実の姿をアピールする上では大きな成果がありました。また、ドラッグストア業界が大学との連携に取り組んでいることを広く知ってもらうきっかけにもなりました。協会では、これからもドラッグストアの真実の姿を知ってもらう活動を展開して参ります。

最後になりますが、登壇いただきましたドラッグストア関係者の皆様に御礼申し上げます。ありがとうございました。

文責 中澤一隆



▲ 榊原調剤推進委員長 閉会の挨拶

JACDS 薬剤師フォーラムの概要

1. 日時 2019年7月6日(土) 13:30~18:00
2. 場所 ホテルグランドパレス 東京都千代田区飯田橋1-1-1
3. 主催 日本チェーンドラッグストア協会/調剤推進委員会
4. 参加者 178名 うち 大学関係者 34名 大学62名
国公立別/国公立5 私立29
地域別/北海道2 東北1 関東13 中部5 近畿9 中国四国3 九州1
行政4 県4名(福島、埼玉、愛知、三重) メディア18社21名
5. 内容
 - I. 第一部 講演
 - 主催者挨拶 日本チェーンドラッグストア協会会長 池野 隆光
 - 特別講演 「薬剤師法・薬機法改正とこれからの薬剤師の役割」
厚生労働省 医薬・生活衛生局長 宮本 真司
 - 基調講演 「ドラッグストアのめざすもの 薬剤師への期待」
(株)ココカラファイン代表取締役社長 塚本 厚志
 - II. 第二部 パネルディスカッション 「本音で語る薬剤師の仕事、教育、研修、処遇、人事」
 - 進行 (株)トモズ代表取締役社長 徳廣 英之
 - 大学関係者 城西大学薬学部 細谷 治 特任教授
近畿大学薬学部 中村 武夫 教授
 - ドラッグストア関係者 (株)ツルハHD取締役 後藤 輝明
(株)マツモトキヨシHD管理本部人事部長 阿部 光弘
 - 閉会の挨拶 日本チェーンドラッグストア協会副会長・調剤推進委員長 榊原 栄一
 - III. 第三部 懇親会
 - 乾杯 (株)龍生堂本店 代表取締役社長 関口 周吉
 - 中締め (株)コクミン取締役 榛村 智行

城西大学コミュニティーファーマシーインターンシップ

薬学部4年生のドラッグストア体験事前講義報告

- 今年で11年目となる城西大学コミュニティーファーマシーインターンシップが開催されます。
 - ・事前講義（7月9日(火)） 城西大学の上田先生、ドラッグストア薬剤師委員会の小田委員長よりインターンシップの目的と意義、諸注意等について講義が行われました。
 - ・店舗研修（8月8日(木)～29日(木)） 56名の学生が5日間の研修を行います。
 - ・店舗視察（8月27日(火)） 実習生を受け入れている4店舗において、店舗の指導者、実習中の学生から直接話を聞く予定です。
 - ・意見交換会（日時未定） 受け入れに協力いただいた企業の担当者と、今後のインターンシップの進め方等について意見交換会を行なう予定です。

■協力企業一覧（50音順） 12社48店舗

ウエルシア薬局(株) (株)ウエルパーク (株)カワチ薬品 (株)クスリのマルエ
(株)クリエイトエス・ディー スギホールディングス(株) (株)セキ薬品
(株)千葉薬品 (株)ツルハホールディングス (株)トモズ (株)富士薬品
(株)マツモトキヨシホールディングス

■コミュニティーファーマシーインターンシップの概要

1. 対象学生：薬学部薬学科（6年制）4年生
2. 授業科目：
コミュニティーファーマシーインターンシップ（選択制）
3. 対象期間：2019年8月8日(木)～8月29日(木)
4. 研修日数：上記期間の内5日間
（1日の勤務時間：原則10時～18時の8時間）
5. インターンシップの研修内容
 - 1) 店内外の業務内容見学あるいは補助業務の実習
 - 2) 挨拶、身だしなみ、基本姿勢
 - 3) 業務に関して、商品の販売全般
（陳列・表示・クレーム対応）
 - 4) 企業における講演会などへの参加
 - 5) 調剤業務は見学のみ



事前講義で講義を行なう小田委員長

■インターンシップへの協力のお願い

このインターンシップはあくまでも大学の講義であり、一般に行われる就職のために行われるものとは性格が異なります。講義の一環である事から原則として交通費は自己負担であり、店舗での勤務についても金銭授受は発生しません。そのため、学生からの実習を受けたい店舗の希望をもとに各企業と調整を行っております。

来年も是非ともご協力をお願いいたします。



グループディスカッションの様子

法制委員会・調剤推進委員会

調剤のフル自動化店舗(トモズ松戸新田店)見学会

2019年8月1日、法制委員会と調剤推進委員会のメンバーで、調剤のフル自動化店舗として業界紙などで取り上げられ広く知られているトモズ松戸新田店を見学しました。法制委員会の委員でもあった(株)トモズの徳廣英之社長(現在はSDGs推進委員会副委員長)のご厚意によるものです。

松戸新田店の調剤室には、数多くの自動調剤機器が導入されていましたが、山口義之取締役から業務の流れを説明いただくとともに、実際に機器を操作したデモ調剤を見せていただきました。導入されている機器は、①PTPシート全自動薬剤払出器、②薬剤払出支援調剤棚、③全自動錠剤分包機、④錠剤一包化監査装置、⑤散薬調剤ロボット、⑥水剤定量分注機、⑦自転・公転ミキサーの合計7機種で、今回追加導入した機器は、上記のうちの②④⑤⑥の4機種。業務に従事する者は薬剤師10名、医療事務4名で、⑤⑥⑦はこれまで通り薬剤師が機械操作。

山口取締役によれば、導入の結果、調剤業務の9割程度まで自動化でき、待ち時間の大幅な短縮につながることができたとのことでした。また、浮いた時間は患者さんとの会話に充てることができているとのことでした。

参加メンバーの様々な質問にもお答えいただき、一同満足の内に見学会は終了しました。トモズの皆様ありがとうございました。

☆

☆

☆

本年4月には厚労省が調剤業務の合理化の観点から、これまでグレーゾーンであった薬剤師以外の者の調剤のルールを明確にしました。対人業務の充実が狙いと説明していますが、一方で物理的業務のコストカットが視野に入っていることは間違いありません。ドラッグストアの調剤業務をどのように推進していくのか、長期的な戦略が必要な時代になってきたと言えるのではないのでしょうか。

文責中澤



**チェーンドラッグストア業界
低炭素社会実行計画「2018年度自主行動計画」策定のための
エネルギー消費量と取組み内容について（データ提供依頼）**

協会では、環境省、経済産業省の指導の下、持続可能な社会のために、「低炭素社会実行計画」として省エネへの取り組みを継続しています。

前年度（2018年4月～2019年3月）の実績、並びに今後の見通しにつきまして、使用電力量等の定量的データの取りまとめ、また、日頃からの省エネ、温暖化対策に関する取組み内容についてのご報告をお願いしたく思います。

昨年より、売上高カバー率で8割以上のカバー率を達成してまいります。会員の皆様におかれましては、何卒、ご協力を賜ります様お願いいたします。

データの提出期限は2019年8月19日(月)です。

提出用データは、7月11日付【JACDS事務連絡No.19033】（要回答）低炭素社会実行計画データ提供のお願いについてにてご案内しています。

■目標値について

・2020年目標 18%減(15.87) ・2030年目標 26%減(14.33)

生産単位（床面積×営業時間）あたりのエネルギー消費量（原油換算）を消費原単位とし、2013年度の結果を(19.36)を基準値とした消費原単位の削減を目標としています。

この目標は2015年12月に採択されたパリ協定(COP21)における日本の目標値（2030年度に2013年度比-26.0%）をもとに設定しています。

昨年、皆様より報告いただいた結果は、本年1月23日(水)に開催された、「産業構造審議会 環境部会 地球環境小委員会 流通・サービスWG」において、JACDSを含めた流通・サービスの15団体からの報告が行なわれました。報告書は次ページ以降に掲載します。

不明点、質問などは事務局担当（山田）までお願いします。

チェーンドラッグストア業における地球温暖化対策の取組

平成 30 年 9 月 28 日
日本チェーンドラッグストア協会

I. チェーンドラッグストア業の概要

(1) 主な事業

標準産業分類コード：#6031

本業界ではドラッグストアの定義を、「店舗規模に関係なく、医薬品・化粧品・日用雑貨・家庭用品、食品等を取り扱う小売店舗」としている。2017年度の推計調査では、当該市場の企業数は当協会の会員企業を含め約416社で、売上高約6兆9千億円の規模である。

(2) 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	416 社	団体加盟 企業数	115 社	計画参加 企業数	60 社 (52.2%)
市場規模	68,504 億円	団体企業 売上規模	57,603 億円	参加企業 売上規模	53,150 億円 (91.6%)
エネルギー 消費量		団体加盟 企業エネ ルギー消 費量		計画参加 企業エネ ルギー消 費量	82.5 万kl

出所：日本チェーンドラッグストア協会 2017年度 日本のドラッグストア実態調査

(3) 計画参加企業・事業所

① 低炭素社会実行計画参加企業リスト

エクセルシート【別紙1】参照。

未記載

(未記載の理由)

② 各企業の目標水準及び実績値

エクセルシート【別紙2】参照。

未記載

(未記載の理由) 各企業別の目標設定は実施していないため

(4) カバー率向上の取組

① カバー率の見通し

年度	自主行動計画 (2012年度) 実績	低炭素社会実行 計画策定時 (2013年度)	2017年度 実績	2018年度 見通し	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	37.8%	37.7%	52.2%	53%	60%	80%
売上規模	64.9%	68.9%	91.6%	92%	95%	95%
エネルギー 消費量						

(カバー率の見通しの設定根拠)

チェーンドラッグストア業界では、M&Aによる企業集約が進んでおり、母数が減ることによる相対的なカバー率の向上と、省エネ法による特定事業者が増加することにより、参加声掛けのハードルが下がる事による参加数の増加によるカバー率の向上を見込んでいる。

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2017年度	・省エネ法 特定事業の定期報告書による代替提出	有
	・会員企業への事務連絡の繰り返し、個別の電話等による提出協力をお願い	有
2018年度以降	・省エネ法 特定事業の定期報告書による代替提出	有
	・会員企業への事務連絡の繰り返し、個別の電話等による提出協力をお願い	有

(取組内容の詳細)

資源エネルギー庁のHPから特定事業者のリストをダウンロードし、協会加盟企業を抽出し、これまで不参加の企業に対して、定期報告書による代替提出を行なう事で、参加に対する企業負荷が抑えられることを説明し協力を依頼している。

(5) データの出典、データ収集実績（アンケート回収率等）、業界間バウンダリー調整状況
 【データの出典に関する情報】

指標	出典	集計方法
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	
CO ₂ 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input checked="" type="checkbox"/> 省エネ法・温対法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	

【アンケート実施時期】

2018年7月～2018年9月

【アンケート対象企業数】

115社

【アンケート回収率】

52.2%

【業界間バウンダリーの調整状況】

- 複数の業界団体に所属する会員企業はない
- 複数の業界団体に所属する会員企業が存在

バウンダリーの調整は行っていない
 （理由）

バウンダリーの調整を実施している
 <バウンダリーの調整の実施状況>

【その他特記事項】

II. 国内の企業活動における削減実績

(1) 実績の総括表

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙4】参照。)

	基準年度 (2013年度)	2016年度 実績	2017年度 見通し	2017年度 実績	2018年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 (単位：(床面積×営業時間×10 ¹⁰ m ² ・h))	2.95	4.75	4.88	5.41	5.8	6.0	6.5
エネルギー 消費量 (単位：万kl)	57.2	74.9	76.9	82.5	90.9	94.08	93.15
内、電力消費量 (億kWh)	214,269.0	284,414.5	290,000	313,994.2	346,000	359,000	355,000
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	132.5 ※1	159.5 ※2	163.8 ※3	168.6 ※4	184.5 ※5	190.0 ※6	188.9 ※7
エネルギー 原単位 (単位：万kl/m ² ・h)	19.36	15.75	15.75	15.26	15.68	15.68	14.33
CO ₂ 原単位 (単位：kg-CO ₂ /m ² ・h 10 ⁻²)	44.86	35.57	34.8	31.18	32	32	30

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]	5.67	5.18	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95
実排出/調整後/その他	実排出	実排出	実排出	実排出	実排出	実排出	実排出
年度	2013	2016	2017	2017	2018	2020	2030
発電端/受電端	受電端	受電端	受電端	受電端	受電端	受電端	受電端

【2020年・2030年度実績評価に用いる予定の排出係数に関する情報】

排出係数	理由/説明
電力	<input checked="" type="checkbox"/> 基礎排出係数(発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 調整後排出係数(発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値(〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> その他(排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端)
	<上記排出係数を設定した理由>

その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） <input type="checkbox"/> その他 <上記係数を設定した理由>

(2) 2017年度における実績概要

【目標に対する実績】

<2020年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2020年度目標値
エネルギー消費原単位	2013年度 (19.36)	19.0%減少	15.68

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
19.36	15.75	15.26	▲21.2%	▲3.2%	111.5%

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】 = (基準年度の実績水準 - 当年度の実績水準)

／ (基準年度の実績水準 - 2020年度の目標水準) × 100 (%)

進捗率【BAU目標】 = (当年度のBAU - 当年度の実績水準) / (2020年度の目標水準) × 100 (%)

<2030 年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2030年度目標値
エネルギー消費原単位	2013年度 (19.36)	26.0%減少	14.33

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
19.36	15.75	15.26	▲21.2%	▲3.2%	81.6%

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】 = (基準年度の実績水準 - 当年度の実績水準)

／ (基準年度の実績水準 - 2030 年度の目標水準) × 100 (%)

進捗率【BAU 目標】 = (当年度の BAU - 当年度の実績水準) / (2030 年度の目標水準) × 100 (%)

【調整後排出係数を用いた CO₂ 排出量実績】

	2017年度実績	基準年度比	2016年度比
CO ₂ 排出量	168.6 万t-CO ₂	127.2 %	105.7 %

(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

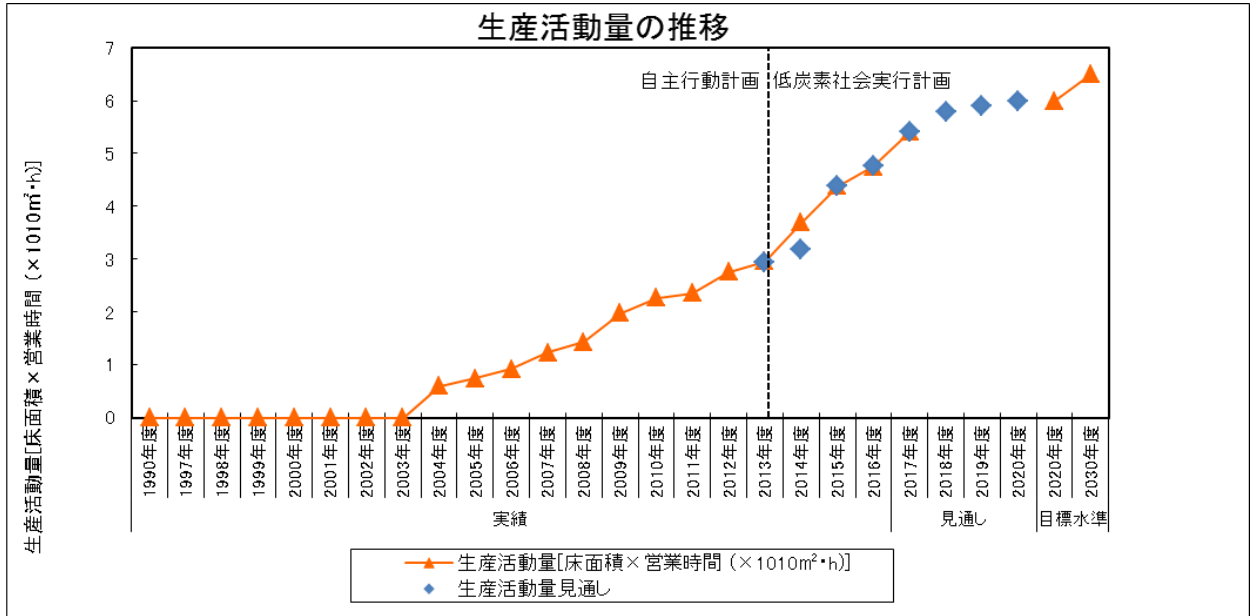
【生産活動量】

<2017年度実績値>

生産活動量（単位：床面積×営業時間）：5.41（基準年度比 183.4%、2016年度比 113.9%）

<実績のトレンド>

(グラフ)



生産活動量実績値

2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
0.60	0.74	0.92	1.23	1.43	1.98	2.27
2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
2.35	2.76	2.95	3.69	4.38	4.75	5.41

(過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察)

2003年度の調査開始依頼、業界全体の店舗数増加とカバー率の向上により生産活動量は急速に増加してきた。特に過去4回の調査より、省エネ法にもとづく定期報告書の流用によるデータ提供を進めたことによるカバー率の向上および、大手企業による積極的な出店とM&Aの実施が大幅な生産活動量の増加に反映している。

前回数値

- ・対象店舗数 前回 12,172 店舗から今回 12,722 店舗 → 550 店舗の増加
- ・1店舗平均営業時間 前回 12.3 時間から前回 12.7 時間 → 0.4 時間の増加
- ・1店舗平均面積 前回 805.9 m²から今回 810.4 m² → 4.5 m²の増加

今回数値

- ・対象店舗数 前回 12,722 店舗から今回 14,052 店舗 → 1,330 店舗の増加
- ・1店舗平均営業時間 前回 12.7 時間から前回 12.6 時間 → 0.1 時間の減少
- ・1店舗平均面積 前回 810.4 m²から今回 839.6 m² → 29.2 m²の増加

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2017年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万k l）

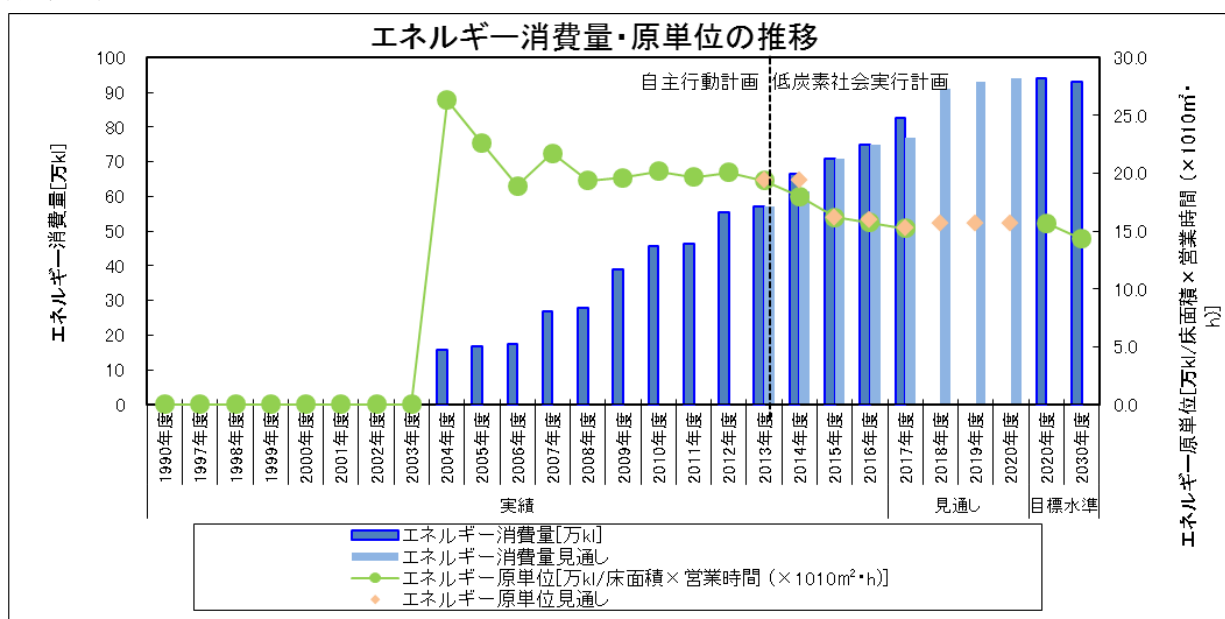
：82.5（基準年度比144.2%、2016年度比110.1%）

エネルギー原単位（単位：万kl/床面積×営業時間）

：15.26（基準年度比79.8%、2016年度比96.8%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

生産活動量の急速な増加に伴い、エネルギー消費量も基本的には増加しているが、この3～4年に新たに参加した企業において実績の良い店舗の比率が増加したことを受け、エネルギー原単位の値は急速に低下した。

＜他制度との比較＞

（省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較）

単純に基準年からの改善率21.2%減を年平均に換算すると年4%以上の削減のという極めて高い削減率になる。しかしながら、各社の定期報告書に記載されている値によれば、年1%の削減を達成できていない企業も多く、次年度以降の調査では改善率が著しく低下する事が見込まれる。

（省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較）

□ ベンチマーク制度の対象業種である

＜ベンチマーク指標の状況＞

ベンチマーク制度の目指すべき水準：○○

2017年度実績：○○

＜今年度の実績とその考察＞

■ ベンチマーク制度の対象業種ではない

【CO₂排出量、CO₂原単位】

＜2017年度の実績値＞

CO₂排出量（単位：万 t-CO₂ 電力排出係数：4.95kg-CO₂/kWh）

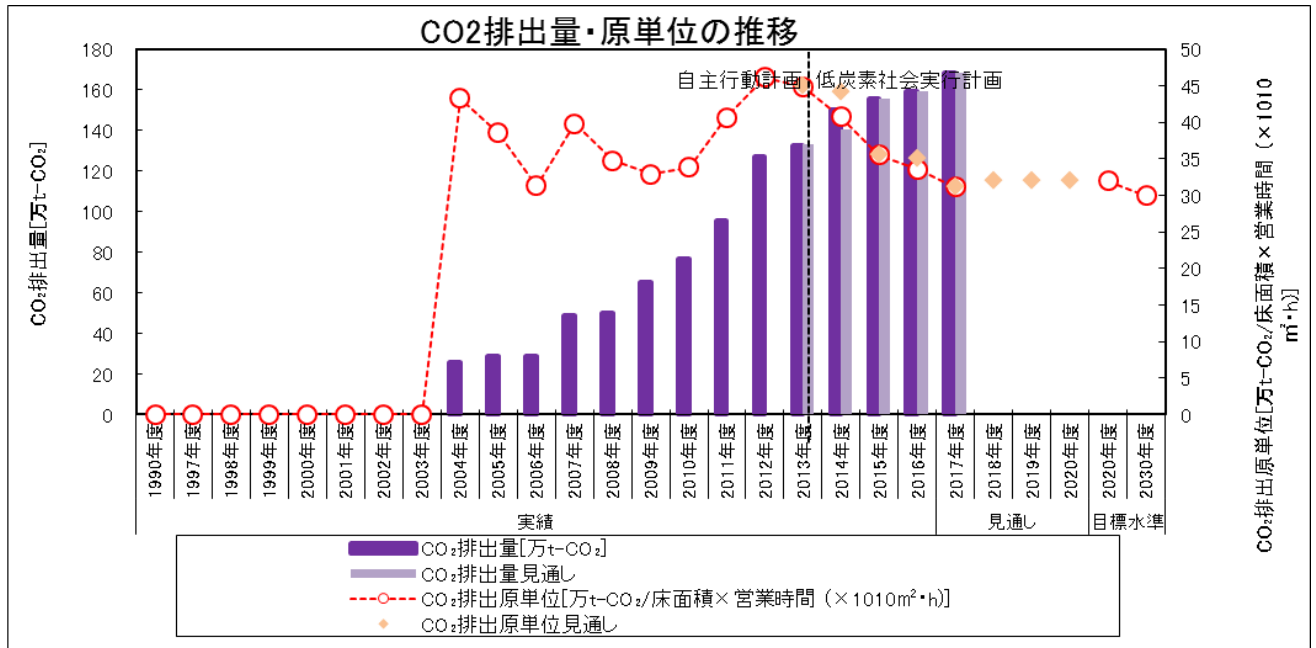
：168.6 万 t-CO₂（基準年度比 127.2%、2016 年度比 105.7%）

CO₂原単位（単位：kg-CO₂/m²・h 10² 電力排出係数：4.95kg-CO₂/kWh）

：31.18（基準年度比 69.5%、2016 年度比 92.9%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



電力排出係数：4.95kg-CO₂/kWh

（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

生産活動量、エネルギー消費量の増加に伴い、CO₂排出量も基本的には増加傾向であるが、CO₂原単位はエネルギー原単位同様に低下している。

【要因分析】（詳細はエクセルシート【別紙5】参照）

（CO₂排出量）

	基準年度→2017年度変化分		2016年度→2017年度変化分	
	（万 t-CO ₂ ）	（%）	（万 t-CO ₂ ）	（%）
事業者省エネ努力分	-37.098	-28.0%	-5.239	-3.3%
燃料転換の変化	-2.364	-1.8%	-0.270	-0.2%
購入電力の変化	-17.256	-13.0%	-6.628	-4.2%
生産活動量の変化	92.806	70.0%	21.200	13.3%

（エネルギー消費量）

	基準年度→2017年度変化分		2016年度→2017年度変化分	
	（万 k l）	（%）	（万 k l）	（%）
事業者省エネ努力分	-22.140	-38.7%	-2.673	-3.6%
生産活動量の変化	47.475	83.1%	10.318	13.8%

（要因分析の説明）

（4）実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙6】参照。）

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 （見込み）
2017年度				
2018年度				
2019年度 以降				

【2017 年度の取組実績】

(設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連する投資の動向)

小売業における省エネ活動は、適切な空調温度設定対応、LED 照明入れ換え、老朽化した空調・冷蔵機器の入れ替えによる効率化が主なものであり、各社の経営状況に応じた対策の実施が報告されている。

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

【2018 年度以降の取組予定】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

これまでに行っている取り組みを継続し、各社の業績に応じた全店対応に向けて取り組みを続けていく見通しを立てている。

【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
	2017年度 ○○% 2020年度 ○○% 2030年度 ○○%	
	2017年度 ○○% 2020年度 ○○% 2030年度 ○○%	
	2017年度 ○○% 2020年度 ○○% 2030年度 ○○%	

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

【業界内の好取組事例、ベストプラクティス事例、共有や水平展開の取組】

(5) 想定した水準（見通し）と実績との比較・分析結果及び自己評価
 【目標指標に関する想定比の算出】

* 想定比の計算式は以下のとおり。

$$\text{想定比【基準年度目標】} = \frac{\text{（基準年度の実績水準－当年度の実績水準）}}{\text{（基準年度の実績水準－当年度の想定した水準）}} \times 100（\%）$$

$$\text{想定比【BAU 目標】} = \frac{\text{（当年度の削減実績）}}{\text{（当該年度に想定した BAU 比削減量）}} \times 100（\%）$$

$$\text{想定比} = \frac{19.36 - 15.26}{19.36 - 15.75} \times 100（\%）$$

$$= 113.6\%$$

【自己評価・分析】（3段階で選択）

<自己評価及び要因の説明>

- 想定した水準を上回った（想定比＝110%以上）
- 概ね想定した水準どおり（想定比＝90%～110%）
- 想定した水準を下回った（想定比＝90%未満）
- 見通しを設定していないため判断できない（想定比＝－）

（自己評価及び要因の説明、見通しを設定しない場合はその理由）

カバー率向上を図るための対応として取り組んでいる、定期報告書ベースによる報告データの比率が高まったこと、大手企業の新規出店が非常に多かったことが効率の良い店舗の比率を高めることに繋がっており、想定した水準を上回ったと判断している。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

売上高ベースで90%以上のカバー率を継続する事で、本来の改善実態が明らかになると予想している。

(6) 次年度の見通し
 【2018年度の見通し】

	生産活動量	エネルギー消費量	エネルギー原単位	CO ₂ 排出量	CO ₂ 原単位
2017年度実績	5.41	82.5	15.26	168.6	31.18
2018年度見通し	5.8	90.9	15.68	184.5	32.0

（見通しの根拠・前提）

売上ベースでのカバー率が92%まで向上したが、意欲的な出店は継続傾向であり、過去の増加率を鑑みて生産活動量、消費量の増加見通しをたてている。原単位の変動については極端な異常気象等が無い限り大きな変動はないと想定している。

(7) 2020 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ \div (\text{基準年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU 目標】} = (\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}) \div (2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率} = (19.36 - 15.26) \div (19.36 - 15.68) \times 100 (\%)$$

$$= 111.5\%$$

【自己評価・分析】 (3 段階で選択)

<自己評価とその説明>

■ 目標達成が可能と判断している

(現在の進捗率と目標到達に向けた今後の進捗率の見通し)

(目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定)

(既に進捗率が 2020 年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況)

集計結果では目標値は達成しているが、カバー率の向上や新規出店の効果によるものであり、気候変動の影響や電力係数の変更による数値悪化の可能性も踏まえ、見直しは行わないものとする。

目標達成に向けて最大限努力している

(目標達成に向けた不確定要素)

(今後予定している追加的取組の内容・時期)

目標達成が困難

(当初想定と異なる要因とその影響)

(追加的取組の概要と実施予定)

(目標見直しの予定)

(8) 2030 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ \div (\text{基準年度の実績水準} - 2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU 目標】} = (\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}) \div (2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率} = (19.36 - 15.26) \div (19.36 - 14.33) \times 100 (\%)$$

$$= 81.6 \%$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)
気候変動の影響や電力係数の変更による数値悪化の可能性

(既に進捗率が2030年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況)

(9) クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- クレジット等の活用・取組をおこなっている
- 今後、様々なメリットを勘案してクレジット等の活用を検討する
- 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- クレジット等の活用は考えていない

【活用実績】

- エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

- 各社でクレジット等の活用・取組をおこなっている
- 各社ともクレジット等の活用・取組をしていない

【具体的な取組事例】

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

Ⅲ. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

(1) 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

	低炭素製品・サービス等	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1				
2				
3				

(当該製品・サービス等の機能・内容等、削減貢献量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの範囲)

(2) 2017年度の実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2018年度以降の実績予定

Ⅳ. 海外での削減貢献

(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠

	海外での削減貢献	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1				
2				
3				

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

(2) 2017年度の実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2018年度以降の実績予定

V. 革新的技術の開発・導入

(1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1			
2			
3			

(技術・サービスの概要・算定根拠)

(2) 革新的技術・サービスの開発・導入のロードマップ

	技術・サービス	2017	2018	2019	2020	2025	2030	2050
1								
2								
3								

(3) 2017年度の実績

(取組の具体的事例、技術成果の達成具合、他産業への波及効果、CO2削減効果)

- ① 参加している国家プロジェクト
- ② 業界レベルで実施しているプロジェクト
- ③ 個社で実施しているプロジェクト

(4) 2018年度以降の取組予定

(技術成果の見込み、他産業への波及効果・CO2削減効果の見込み)

- ① 参加している国家プロジェクト
- ② 業界レベルで実施しているプロジェクト
- ③ 個社で実施しているプロジェクト

(5) 革新的技術・サービスの開発に伴うボトルネック (技術課題、資金、制度など)

(6) 想定する業界の将来像の方向性 (革新的技術・サービスの商用化の目途・規模感を含む)

* 公開できない場合は、その旨注釈ください。

(2020年)

(2030年)

(2030年以降)

VI. 情報発信、その他

(1) 情報発信（国内）

① 業界団体における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開

<具体的な取組事例の紹介>

② 個社における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	企業内部	一般向け

<具体的な取組事例の紹介>

③ 学術的な評価・分析への貢献

(2) 情報発信（海外）

<具体的な取組事例の紹介>

(3) 検証の実施状況

① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

検証実施者	内容
<input type="checkbox"/> 政府の審議会	
<input type="checkbox"/> 経団連第三者評価委員会	
<input type="checkbox"/> 業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼	<input type="checkbox"/> 計画策定 <input type="checkbox"/> 実績データの確認 <input type="checkbox"/> 削減効果等の評価 <input type="checkbox"/> その他 ()

- ② (①で「業界独自に第三者(有識者、研究機関、審査機関等)に依頼」を選択した場合)
団体ホームページ等における検証実施の事実の公表の有無

<input type="checkbox"/> 無し	
<input type="checkbox"/> 有り	掲載場所:

- (4) 2030年以降の長期的な取組の検討状況

VII. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組

(1) 本社等オフィスにおける取組

① 本社等オフィスにおける排出削減目標

業界として目標を策定している

削減目標：〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない
(理由)

ドラッグストア業界においては本部オフィスの比率は極めて小さいため。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

本社オフィス等のCO₂排出実績（〇〇社計）

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
延べ床面積 (万㎡) :										
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)										
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)										
エネルギー消費 量（原油換算） (万 kl)										
床面積あたりエ ネルギー消費量 (l/m ²)										

II. (1) に記載のCO₂排出量等の実績と重複

■ データ収集が困難
(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙8】参照。）

（単位：t-CO₂）

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2017 年度実績					
2018 年度以降					

【2017 年度の実績】

（取組の具体的事例）

（取組実績の考察）

【2018 年度以降の実績】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

(2) 運輸部門における取組

① 運輸部門における排出削減目標

業界として目標を策定している

削減目標：〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

自社で物流部門を持っているところはごく一部に限定されるため。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
輸送量 (万トン)										
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)										
輸送量あたり CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /トン キロ)										
エネルギー消費 量 (原油換算) (万 kl)										
輸送量あたりエ ネルギー消費量 (l/トン)										

II. (2) に記載の CO₂ 排出量等の実績と重複

データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

* 実施した対策について、内容と削減効果を可能な限り定量的に記載。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2017年度			〇〇t-CO ₂ /年
2018年度以降			〇〇t-CO ₂ /年

【2017 年度の実績】

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

【2018 年度以降の取組予定】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

(3) 家庭部門、国民運動への取組等

【家庭部門での取組】

【国民運動への取組】

VIII. 国内の企業活動における 2020 年・2030 年の削減目標

【削減目標】

<2020年> (2017年3月策定)

店舗におけるエネルギー消費原単位（床面積・営業時間当たりの原油換算エネルギー消費量）を目標指標とし、2013年度(19.36)を基準に19.0%減少(15.68)を目標とする。

<2030年> (2017年3月策定)

店舗におけるエネルギー消費原単位（床面積・営業時間当たりの原油換算エネルギー消費量）を目標指標とし、2013年度(19.36)を基準に26.0%減少(14.33)を目標とする。

【目標の変更履歴】

<2020年>

(2015年7月策定)

店舗におけるエネルギー消費原単位（床面積・営業時間当たりの原油換算エネルギー消費量）を目標指標として、「目標年度(2020年度)において基準値比8.0%減」とする。

基準値は2005年度から2013年度まで実施した地球温暖化対策自主行動計画におけるエネルギー消費原単位の平均値とする。

<2030年>

(2015年7月策定)

店舗におけるエネルギー消費原単位（床面積・営業時間当たりの原油換算エネルギー消費量）を目標指標として、「目標年度(2030年度)において基準値比11.0%減」とする。

基準値は2005年度から2013年度まで実施した地球温暖化対策自主行動計画におけるエネルギー消費原単位の平均値とする。

【その他】

【昨年度フォローアップ結果を踏まえた目標見直し実施の有無】

昨年度フォローアップ結果を踏まえて目標見直しを実施した
(見直しを実施した理由)

目標見直しを実施していない
(見直しを実施しなかった理由)

【今後の目標見直しの予定】

定期的な目標見直しを予定している(〇〇年度、〇〇年度)

必要に応じて見直すことにしている
(見直しに当たっての条件)

(1) 目標策定の背景

ドラッグストアにおける食品の取り扱い、質量ともに非常に拡充してきており、冷蔵・冷凍・加温ショーケースの導入による消費電力増も見逃ごせない状況になっている。

さらに、セルフメディケーション推進への対応、地域包括ケアシステム、健康サポート薬局への対応を含め、他業態やネット販売業との競合・競争の激化等により業界再編が一層進むとみられる。

このような状況のもと、業界全体としての店舗数（床面積）の増加、営業時間の 24 時間対応・長時間化は長期的な傾向として避けられないと考えており、エネルギー消費の増加傾向は当分の間、続くと思われる。

(2) 前提条件

【対象とする事業領域】

ドラッグストア業界における本部組織は店舗と比較して非常に小さなものであり、店舗における活動を対象とする。

【2020 年・2030 年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

<生産活動量の見通し>

これまでの業界全体としての店舗数、売上金額といった規模の拡大の傾向と、売上金額ベースでのカバー率向上の推移をもとに推計を行った。

<設定根拠、資料の出所等>

【計画策定の際に利用した排出係数の出典に関する情報】 ※CO₂目標の場合

排出係数	理由/説明
電力	<input type="checkbox"/> 基礎排出係数（〇〇年度 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> 調整後排出係数（〇〇年度 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端） <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） <input type="checkbox"/> その他 <上記係数を設定した理由>

【その他特記事項】

(3) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択理由】

目標策定の背景や前提で説明の通り、エネルギー消費量の増加が長期的に見込まれる中で、CO₂ 絶対量の削減を目標にすることは合理的ではないと判断している。

小売業の生産指標として売上高なども検討されるが、ドラッグストア業界では取り扱う商品の幅が広く、店舗面積も 100 m²未満の店舗から 2,000 m² を超える店舗まで非常に幅広いいため、1 店舗あたりの売上高は大きく異なるため、合理的と言えない。

【目標水準の設定の理由、自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

＜選択肢＞

- 過去のトレンド等に関する定量評価（設備導入率の経年的推移等）
- 絶対量/原単位の推移等に関する見通しの説明
- 政策目標への準拠（例：省エネ法1%の水準、省エネベンチマークの水準）
- 国際的に最高水準であること
- BAUの設定方法の詳細説明
- その他

＜最大限の水準であることの説明＞

店舗を有する小売業界では消費電力は、照明機器、空調機器、冷蔵・冷凍機器から構成される。LED照明への切り替え、その他機器の入れ換えによる効率化は各会員企業の経営努力の範囲で行われており、見通しは妥当なものであると考える。

【BAUの定義】 ※BAU目標の場合

＜BAUの算定方法＞

＜BAU水準の妥当性＞

＜BAUの算定に用いた資料等の出所＞

【国際的な比較・分析】

- 国際的な比較・分析を実施した（〇〇〇〇年度）
（指標）

（内容）

（出典）

（比較に用いた実績データ） 〇〇〇〇年度

- 実施していない
（理由）

日本のドラッグストア業界は、米国をモデルに産業としての発展を遂げてきている。当協会からの米国現地店舗視察および、調査範囲においては比較検討を行った事項は確認できていない。また、近年、中国、台湾、韓国といった東アジア諸国においても業界としての立ち上がりの兆しはあるものの、具体的な比較検討を行った事項は確認できていない。

【導入を想定しているBAT（ベスト・アベイラブル・テクノロジー）、ベストプラクティスの削減見込量、算定根拠】

<設備関連>

対策項目	対策の概要、 BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
			基準年度 ○% ↓ 2020年度 ○% ↓ 2030年度 ○%
			基準年度 ○% ↓ 2020年度 ○% ↓ 2030年度 ○%
			基準年度 ○% ↓ 2020年度 ○% ↓ 2030年度 ○%

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

<運用関連>

対策項目	対策の概要、 ベストプラクティスであることの説明	削減見込量	実施率見通し
			基準年度○% ↓ 2020年度○% ↓ 2030年度 ○%
			基準年度○% ↓ 2020年度○% ↓ 2030年度

			○%
			基準年度○% ↓ 2020年度○% ↓ 2030年度 ○%

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

<その他>

対策項目	対策の概要、ベストプラクティスであることの説明	削減見込量	実施率見通し
			基準年度○% ↓ 2020年度○% ↓ 2030年度 ○%

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

(4) 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態

【工程・分野別・用途別等のエネルギー消費実態】

出所：

【電力消費と燃料消費の比率 (CO₂ベース)】

電力： 92.2%

燃料： 7.8%

JACDS 7月月次活動報告

日付・場所	事業活動	活動・討論・検討内容	出席者
7月5日(金) JACDS東京事務所 11:30~13:30	第1回組織委員会	1. 皆川委員長 挨拶 2. 支部長の行政訪問について 3. 9月 支部長会、セミナーの開催について 4. 登録販売者委員会から 5. その他	12名
7月5日(金) JACDS東京事務所 17:00~18:00	JACDS第125回記者意見交換会	1. 第25回参議院議員選挙について 2. 臨時記者会 故 宗像 前事務総長の一周忌の集い(6月26日) 3. 厚生労働省の人事について 4. 薬剤師フォーラムの開催について 5. 城西大学インターンシップの事前講義のお知らせ 6. ドラッグストアMD研究会のセミナー開催について 第187回DMS定例会 上半期政策セミナー(記者会—3参照) テーマ:変革を迎える環境変化に成長するビジネスモデルの構築に挑戦せよ ~ドラッグストア10兆円産業化の実現に求められる取り組み~ 2019(令和元)年7月25日(木)13:00~17:30(予定) 7. 次回の開催について	33名
7月9日(火) 城西大学 薬学部 坂戸キャンパス 15:10~18:20	城西大学インターンシップ事前講義	1. 「ドラッグストアの現状と展望」、「薬剤師の行方・それを決めるもの」 勤務薬剤師委員会 委員長 小田兵馬 2. グループディスカッション(インターンシップでの研究テーマ検討) 3. インターンシップ実施に関する諸注意	56名
7月16日(火) JACDS東京事務所 11:30~14:30	第2回登録販売者委員会	1. 委員長 挨拶 2. 厚生労働省との意見交換について 3. OTC医薬品普及啓発イベントの説明 4. 登録販売者アンケートの実施について 5. その他	7名
7月19日(金) JACDS東京事務所 15:00~16:30	第137回定例会合同記者会	1. 日本チェーンドラッグストア協会から 1) JACDS薬剤師フォーラム2019 2) 城西大学インターンシップについて 3) セルフメディケーションの日 シンポジウムについて 4) ドラッグストアMD研究会のセミナー開催について 5) 日本学術会議分科会・日本薬学会主催シンポジウムについて 6) そらぶちキッズキャンプ 寄付金贈呈式 7) 次回の開催について 2. 日本ヘルスケア協会から 1) 経産省の2025年国際博覧会推進体制に呼応した活動を進めます 2) 経産省「ヘルスケアサービス・自主ガイドライン」作成補助団体公募に応募します 3) JAH1倫理委員会が8月下旬に立ち上がります 4) 第3回年次大会(9月6日~7日:明治大学駿河台キャンパス)の準備が進んでいます 3. 日本置き薬協会から 「富山の置き薬(上)」(富山市刊)が発刊される くすりを文化として捉える地域戦略の一環か 4. 日本薬業研修センターから 外国人就労者向けの登録販売者受験対策講習を実施しています	22名
7月19日(金) JACDS東京事務所 15:00~17:00	第2回勤務薬剤師委員会	1) 今後の委員会活動について 2) JACDS薬剤師フォーラムの報告 3) その他 次回日程など	4名
7月24日(火) JACDS東京事務所 15:00~17:00	第2回ドラッグストアショー実行委員会	1. 出展促進活動進捗状況報告 2. 企画ゾーンについて 3. イベント計画(案)について 4. 次回開催スケジュールについて 5. その他	14名

会議議事録

2019年度 第1回常任理事会 議事録

日時: 2019年4月12日(金)12:00~15:00

会場: JACDS東京事務所

欠席者: 松本名誉会長、富山委員長、塚本常任理事

○青木会長あいさつ

1. 第19回JAPANドラッグストアショー開催報告

- ・今西事務総長が代理で報告
- ・天候の悪い日もあったが、4日間で目標の12万人を超え、無事開催することが出来た。
- ・ドラッグストアショー期間中のイベントについて、各委員長より報告をお願いした。

1) セルフメディケーションアワードとセルメ川柳の報告

- ・櫻井委員長より報告
- ・セルフメディケーションアワードは今回約240作品の応募があった。
- ・今回は調剤や管理栄養士による栄養指導などすばらしい発表があった
- ・来季に向けては作品を増やしていきたい。

・セルメ川柳は毎年多くの申し込みがあり、セルフメディケーションを考えるのにいいきっかけになっていると思う。今後も続けていきたい

2) 標準EDI(流通BMS)推進特別セミナーの開催

- ・江黒委員長より報告
- ・流通BMSでは大手についてはだいぶ進んできているが中小企業がおくれているので引き続き普及推進活動をしていく。
- ・来季は金融EDIやキャッシュレスなどについても対応していく。
- ・消費税軽減税率制度については財務省に業界向けと一般向けの両方でセミナーを行なっていただき、多くの方にご案内することが出来た。

3) 第3回JACDS薬剤師学術セミナー

- ・中澤専務より報告
- ・3回目で年々多くの方にご参加いただいている

2. 設立20周年記念セレモニーについて

- ・貴島委員長より説明

3. JACDS設立20周年記念事業について

- 1) ドラッグストア流通記者会シンポジウムについて
 - ・貴島委員長より説明

- 2)ドラッグストア成長戦略プロジェクトについて
・事務局より報告
- 3)薬剤師フォーラムは概要と募集について
・中澤専務より報告
4. **ドラッグストア研究レポート報告会**
・中澤専務より概要と募集について説明
・ブロック総会での特別セミナーについて報告
東日本ブロック以外は支部長会のあと、特別セミナーを開催
中部ブロック9月27日、
西日本ブロック9月17日、
九州ブロック9月24日
5. **戦略会議 拡大組織委員会 報告**
・皆川委員長より概要と募集について説明した
6. **2019年度理事会の開催について**
・進行、役割分担を次の通り決定した
司会 今西事務総長
1)開会のことば
2)会長挨拶
3)経済産業省から、軽減税率導入に関するお願い
4)第25回参議院議員選挙 立候補に関する依頼
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(事務局)
第2号議案 2019年度の組織・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
・第1号議案の平成30年度事業報告については今月中に修正箇所があればご連絡いただくようお願いをした。
7. **キャッシュレスによるポイント還元について**
・本吉事務局長より報告した
8. **地域の登録販売者団体との連携モデルづくりについて**
・樋口副会長より報告
・滋賀県医薬品登録販売者協会について
・健康フェアでは収入を得たが、それ以降、研修の以外の会員収入は見込みがない。
・一般社団法人格を継続すべきかどうか。
→任意団体だと行政に相手にされない可能性がある。支部だけは必ずつくる。
→日登協の組織化(10万人)は検討している。
9. **北海道地区新人薬剤師研修会 特別講演の開催について**
・後藤常任理事より報告
・今回試験的に開催し、この新人研修を全国で実施したいと考えている。
○常任理事からの意見
・全国で実施する場合はどの都市を考えているか
→東京・大阪などを考えている。
・厚労省とのつながりを考えているのか。
→それもあるし、他の団体がやっていないので、実施したほうが業界団体としてもいいのではないかと。
10. **調剤業務のあり方について**
・中澤専務より報告
・法制委員会の要望がおおむね受け入れていただけた。
→法制委員会で厚生労働省の担当官と会い、但し書きについて確認をする。

11. **薬剤師国家試験の結果について**
・今西事務総長より解説
・新卒では今回はじめて男性の方が成績が良い。
・志願者数のトータルが毎年 5,000 名減っている。
12. **事業活動報告について**
・確認をしていただけるようお願いをした。
13. **報告、連絡事項について**
・本吉事務局長より報告
・元号について議論があり、西暦に統一をする。
→書類の内容により、かつこして和暦も入れることになった。
14. **今週のスケジュールについて**
・10月の常任理事会のスケジュールの確認
・10月11日に開催で確定した。

以上

2019年度 第1回 登録販売者委員会 議事録

日時:2019年5月15日(水)15:00~17:00
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:浦上 晃之 (株)ゴダイ(株) 代表取締役社長
委員:田中 賢一 (株)カワチ薬品 店舗運営部
薬事行政担当サポートリーダー
委員:長谷川 美鈴 (株)クスリのマルエ
人財部/地域連携室 課長
委員:生田 剛弘 (株)スギ薬局 人事育成サポート部 部長
委員:岸邊 廣志 (株)龍生堂本店 経営企画室 室長
欠席者
委員:小川 重行 ウエルシア薬局(株) 教育本部
登録販売者教育部 部長

議事

1. 委員長 挨拶

- ・「登録販売者」という名前からは仕事内容がわからないので、ニックネームだけでなく正式名称の変更も厚生労働省に要望したい。6月19日に法制委員会が厚生労働省と意見交換を行うので、その際提案する。
- ・6月19日厚生労働省への提案内容
→委員長が参加できないため、田中委員が提案する。
・管理者要件について
・登録販売者の正式名称について

2. 登録販売者の日に向けての活動

- 1)登録販売者の正式名称とニックネーム
・正式名称の変更を厚生労働省に提案する
現状、「登録販売者」を目指して入社する社員はほとんどいない。入社して初めてこの資格を知る。この名称からはどんな資格なのかもわからないので、認知度が上がりにくい要因と思われる。
 - 2)「登録販売者の日」チラシの協力依頼
会員への協力依頼時期
・今年は「くすり与健康の週間」に併せて依頼する
・6月下旬に「くすり与健康の週間」の協力依頼が行政から発出されるので、併せて依頼する
 - 3)日本家庭薬協会の OTC 医薬品普及啓発イベントについて
・今年は10月4日、5日開催の予定
・事務局で確認中。詳細が分かり次第、委員に連絡する
- 2. 登録販売者アンケートの実施について**
・今年も会員企業にアンケートを取り、支部長の業務課訪問の際に報告できるようにする
- 1)依頼時期→6月上旬(6月末を期限とする)

2) 修正点

- ・店舗数を入れる
- ・調査内容「登録販売者人数」に「研修中も含む」と入れる

3. 日本薬業専門学校連絡協議会(委員参加報告)

- ・3月16日ドラッグストアショー開催中、幕張メッセ会場内でJACDS学校会員と意見交換が行われた。

1) 学校会員からの意見

- ・登録販売者の認識が学生だけでなく、親の認識も低い。
- ・受験資格に実務経験が不要となったため、学校で勉強する必要性がないと思われる
- ・登録販売者の経験をしてもらいたいが、学生がアルバイトをしたがらない→知名度が低いからでは
- ・ドラッグストアは離職率が高く、学校としては勧められない→異動が多いことが原因

2) 登録販売者委員会としての対応

- ・「登録販売者の日」のチラシ協力を学校会員にも行う
- ・OTCイベントの開催を知らせる
- ・情報を共有することで、登録販売者の地位向上のためJACDSが動いていることを知ってもらう

4. その他

1) 次回の開催日程

7月16日(火)11時30分～14時

2) 内容

- ・6月19日 法制委員会と厚生労働省との意見交換の報告
- ・支部長の業務課訪問の話題について

以上

2019年度 第2回常任理事会 議事録

日時: 2019(令和元)年5月17日(金)11:00～12:00

会場: メルパルク東京 3階 牡丹の間

欠席者: 寺西名誉会長、池野副会長、櫻井委員長、石田委員長(池野副会長、櫻井委員長、石田委員長は理事会のみ出席)、後藤常任理事

○青木会長あいさつ

1. 2019(令和元)年度 第1回理事会について

- ・役割分担について(確認)、議事(案)と議事の進行について
- ・経産省並びに第25回参議院議員選挙候補者からお願い
- ・皆川委員長より理事会の流れについて説明していただいた

2. 第20回JACDS通常総会について

- ・議案書案の確認をするようお願いした。

3. 2019年度JACDS政治連盟の総会について

- ・根津委員長から説明いただいた

4. JACDS設立20周年記念セレモニーについて

- ・貴島社長に説明いただいた。

5. 報告会開催へのご協力のお願いについて

- ・本吉事務局長より説明とお願いをした
- ・ドラッグストア業界研究レポート報告会の参加者募集について

6. 消費税転嫁対策特別措置法の恒久化について

- ・森委員長より説明
- ・総額表示と税別表示の両方で出来るように要望した等の報告があった。

7. 報告事項

- ・そらぶちキッズキャンプ支援募金報告
常任理事に、寄附金贈呈式にご参加いただきたい旨が伝えられた。
- ・日本自動認識システム総会のご協賛名義の使用について、承諾を確認した。
- ・日本OTC医薬品協会 懇親会について

青木会長には挨拶依頼があり、了承を得た。

- ・9月のブロック総会、支部長会の日程について報告をした。

8. 今後のスケジュールについて

第5回常任理事会を10月11日、第6回常任理事会を11月28日、そして、第7回常任理事会を12月6日に開催することで決定した。

以上

2019(令和元)年度 第3回常任理事会 議事録

日時: 2019(令和元)年6月3日(月)10:15～11:00

会場: ホテルニューオータニ アークード階 麗の間 ほか

欠席: 後藤常任理事、塚本常任理事

1. 本日のスケジュールについて

- ・資料を基に、1日の流れが事務局より報告された。

2. 2019(令和元)年度第20回通常総会の開催について

- ・出席状況の報告と役割分担の確認がなされた。

3. 新理事会の開催について

- ・新理事会の流れの説明と委員長人事(=常任理事)等について、説明がなされた。

4. 記者会見(ニュースリリースNo.144)について

- ・20周年記念特別記者会に配られるニュースリリースの内容が確認され、了承された。
- ・出席者並びにシナリオの確認がされた。

5. ドラッグストア業界研究レポート報告会について

- ・午後1時から行われる報告会の参加券の販売状況の報告、講師などが説明された。

6. JACDS設立20周年記念セレモニーについて

- ・貴島 事業推進委員長から記念セレモニーの概要の報告
- ・常任理事にはホスト役へのお願いが話された。

7. そらぶちキッズキャンプ視察&寄付金贈呈について

- ・8月7日に寄付金贈呈式が行われること、常任理事にも参加してほしい旨、富山委員長から説明があった。

8. 報告事項について

- ・新人薬剤師研修の開催報告があった。
- ・「食と健康」市場創造 販売マニュアル 骨子(案)について説明がされ、街の健康ハブステーション推進委員会で検討され、常任理事会に提案されることが決まった。

9. その他

- ・次回、第4回常任理事会(8月6日)の開催確認と、年内の協会会議体のスケジュールが再確認された。

以上

第2回調剤推進委員会 議事録

日時: 2019年6月5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(協会副会長)

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) 総務本部 リスク管理部長

事務局 中澤 一隆 JACDS専務理事

議事

1. JACDS設立20周年記念 薬剤師フォーラムについて

申し込み状況を確認の後、次の方策を講じることとなった。

- ① 薬科大学・薬学部就職担当部門に案内を再送する
- ② 参加者リストの情報を委員企業間で共有し、ピンポイントで

の勧誘を行う

- ③ 旅費等の協会負担の大学卒2名を撤廃する
- ④ 会員企業職員の参加を促進する(委員会企業はできるだけ参加)

2. 調剤推進委員会の今後の活動について

- 関西からの委員会参加に向け、キリン堂に働きかけることとなった(事務局から連絡)。
- 無菌調剤室の共同利用ができるよう、会員各社の無菌調剤室の情報をリスト化し、フィードバックしてはどうかとの提案があった(次回までに事務局で論点を整理)。

3. その他

今回は、9月4日(水)10時～

以上

2019年度 第2回 防犯・有事委員会 議事録

日時: 2019年6月12日(水) 15:00～17:00

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 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.大量窃盗情報共有における対象金額の変更について

- ・会員企業より、5万円以上の大量窃盗が少ないため、3万円以上で情報の発信を行なう事について問い合わせがあり、委員で検討を行なった。
- ・3万円以上になると件数が多くなりすぎることにより担当者の業務が煩雑になりすぎること、3万円では大量窃盗と言えないのではないか、といった事から現状通り5万円以上の大量窃盗について情報発信をしていただくこととした。

2. 今期の活動テーマ(防犯対策)について

1)大量窃盗情報の共有について

- ・事務局より大量窃盗情報の2018年4月から2019年3月までの集計に関し、傾向や特徴について説明を実施。
- ・情報発信が特定の企業に限定されている。他の企業では本当に発生していないのか、被害実態と実施方法があっていないのかを確認するため、情報共有に参加している企業にアンケートを実施する。
- ・今後、アンケート結果を踏まえ、なんらかの見直しを検討する。
- ・警察が主体となって情報共有が行われている福島県や岐阜県の事例についても調査、検討を行なってはどうか。

2)大量窃盗の未然防止について

- ・現在の店舗配置人員を考慮した場合には、人による対応は限界があるため、システムによる対応などの情報収集と提案は委員会として行なうべきではないか。
- ・現在、委員の企業で行なっているシステムを活用した防犯対策の実証実験に関しては、結果が出たら委員会で報告いただく。
- ・駅前店舗や郊外店舗などの立地パターン、フォーマット別に抑止効果のある対策の提案が出来るが良い。
- ・メーカーには新製品かどうかではなく効果のある提案を期待したい。

3. 今期の活動テーマ(有事対応)について

1) 地方行政、警察との連携、状況共有について

- ・2020年東京オリンピック、2025年大阪万博等のイベント時のテロ対策や、地域包括ケアシステム構築における地域の見守りなどに関する警察との連携、情報共有のあり方を検討する。
- ・警察からの店舗での対応の要請について、具体的な対応方法

について直接話を聞くことも良いのではないかと。

2) その他

- ・カスタマーハラスメント、ストーカー問題やバイトテロ等の新しい企業リスクについても検討を行なう。このため、次回委員会で外部企業に話を伺う段取りを進める。

4. その他

1) 委員の追加について

- ・有事対応の観点からナショナルチェーン企業を追加する方向で進める。
- ・有事対応、危機管理部門の現場が分かることが望ましい。

2) 全国万引犯罪防止機構の大量窃盗情報共有プロジェクトについて

- ・ウエルシア薬局として協議に参加している状況であり、JACDSの情報共有との重複による店舗負荷を避ける形で調整を行っている。
- ・JACDSにも情報提供の依頼は来ているが、活用方法とフィードバック内容について問い合わせ中であり、特段進展はない状況である。

●次回開催

- ・日時: 2019年9月11日(水) 時間は後日調整(16～18時で決定)
- ・場所: JACDS東京事務所

以上

2019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(2019年8月9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28日(水)	10月1日(火)	¥18,100	
青森県	8月28日(水)	10月1日(火)	¥17,600	
岩手県	8月28日(水)	10月1日(火)	¥17,600	
宮城県	8月28日(水)	10月1日(火)	¥17,600	
秋田県	8月28日(水)	10月1日(火)	¥17,600	
山形県	8月28日(水)	10月1日(火)	¥17,600	
福島県	8月28日(水)	10月1日(火)	¥17,600	
茨城県	9月11日(水)	10月11日(金)	¥15,000	
栃木県	9月11日(水)	10月11日(金)	¥15,000	
群馬県	9月11日(水)	10月11日(金)	¥15,000	
埼玉県	9月8日(日)	10月8日(火)	¥15,000	
千葉県	9月8日(日)	10月8日(火)	¥14,000	
東京都	9月8日(日)	10月8日(火)	¥13,600	
神奈川県	9月8日(日)	10月8日(火)	¥14,200	
新潟県	9月11日(水)	10月11日(金)	¥15,000	
富山県	9月4日(水)	10月18日(金)	¥15,000	
石川県	9月4日(水)	10月18日(金)	¥15,000	
福井県	8月25日(日)	10月4日(金)	¥13,000	
山梨県	9月11日(水)	10月11日(金)	¥14,000	
長野県	9月11日(水)	10月11日(金)	¥15,300	
岐阜県	9月4日(水)	10月18日(金)	¥15,000	
静岡県	9月4日(水)	10月18日(金)	¥15,000	
愛知県	9月4日(水)	10月18日(金)	¥15,000	
三重県	9月4日(水)	10月18日(金)	¥15,000	
関西 連合★ 広域	滋賀県	8月25日(日)	10月4日(金)	¥12,800
	京都府			
	大阪府			
	兵庫県			
	和歌山県			
	徳島県			
奈良県	8月20日(火)	10月15日(火)	¥13,000	
鳥取県	10月30日(水)	12月13日(金)	¥14,000	
島根県	10月30日(水)	12月13日(金)	¥14,000	
岡山県	10月30日(水)	12月13日(金)	¥14,120	
広島県	10月30日(水)	12月13日(金)	¥15,000	
山口県	10月30日(水)	12月13日(金)	¥14,070	
香川県	10月24日(木)	12月3日(火)	¥15,000	
愛媛県	10月24日(木)	12月3日(火)	¥15,000	
高知県	10月24日(木)	12月3日(火)	¥15,000	
福岡県	12月8日(日)			8月中旬
佐賀県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	
長崎県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	
熊本県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	
大分県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	
宮崎県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	
鹿児島県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	
沖縄県	12月8日(日)	1月15日(水)	¥13,000	

★2019年度から関西広域連合にて実施 ※詳細は各都道府県に確認願います。

協会からのお知らせ

次々ページ以降に各項目の詳細資料を収載しています。

■「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」構想に欠かせないのは、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「コンシェルジュマスター研修」を行っています。ドラッグストアで重要な役割を担う、「コンシェルジュマスター研修」をご活用下さい。【資料：後頁 3 ページ分あり】

■「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】

■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】

■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】

■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】

■「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】

■「そらぶちキッズキャンプを創る会」支援について

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

【資料：後頁 1 ページ分あり】

■お詫びと訂正

先日お送りしました「第二十一版会員名簿」と「協会報7月号」に誤りがありました。お詫びするとともに訂正をお願いいたします。

①第二十一版会員名簿の訂正について

・47 ページ「東京医薬専門学校」様の学科名に誤りがありました。

(誤)くすり総合科⇒(正)くすり総合学科

②協会報7月号 暑中見舞い社名広告の訂正について

・44 ページ「株式会社明治」様

(誤)明治株式会社⇒(正)株式会社明治

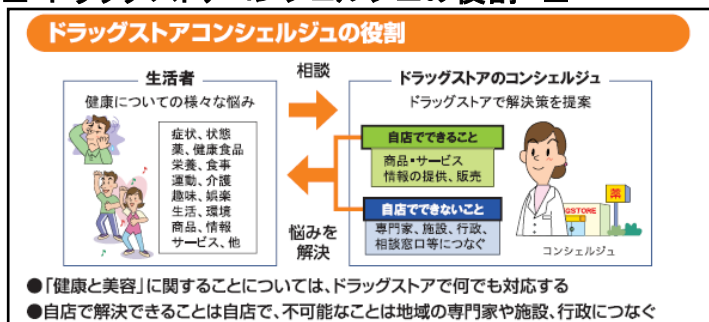
6月より、受講者の学習画面を見やすくリニューアル 「コンシェルジュマスター研修」実施中

日本チェーンドラッグストア協会の基本重点施策にも掲げられ、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。

6月に、受講者の方が見やすく、学習できるように、サイドのリニューアルを行いました。今後、カテゴリーテーマを増やしていく予定ですので、まだ登録されていない方は、お早めに登録し、受講を開始して下さい(リニューアルサイトの主な特徴を後頁に紹介していますので、ご参照下さい)。

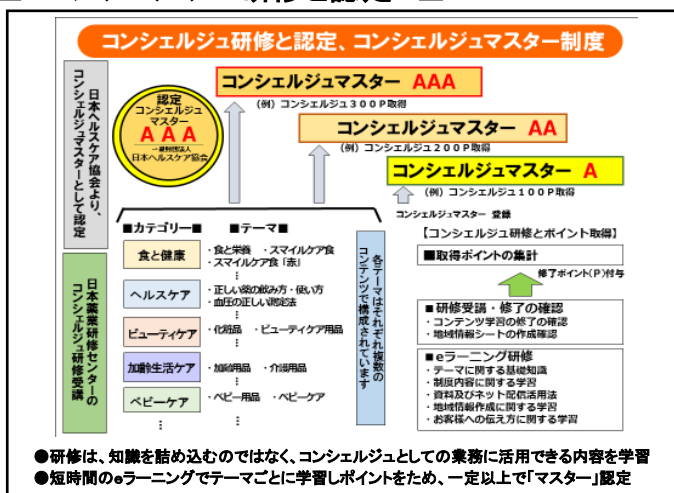
■ ドラッグストアコンシェルジュの役割 ■



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

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

■ コンシェルジュ研修と認定 ■



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

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

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

■ 会員向けコンシェルジュ学習内容 ■

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

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

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

「コンシェルジュ研修コース」テーマ(一例紹介、1000コンテンツを予定)

各テーマは、それぞれ複数のコンテンツで構成されています。

※現在、学習できるコンテンツは、テーマの前に★印がついています。

★オリエンテーション講座		ベビーケア	
■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、用品の正しい使用方法/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/メイク用品使用方法/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/尿漏れパット使用方法/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・怪我予防用品使用方法/介護・介護用品使用方法/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 : しばらくの間は無料で受講可能(有料になった時、継続をご希望かご連絡します)

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。	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。	日本薬業研修センターにご連絡下さい。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

【コンシェルジュマスター研修 リニューアルサイトの主な特徴】

2019年6月から、受講者の学習画面がより見やすく、使いやすくなりました。
スマートフォン対応もしております。



◎学習メニューの表示

▼自分が学習しているコンテンツと、まだ学習していないコンテンツが一目で分かるようにしました。

スマイルケア食	テキスト	問題・解答	取得ポイント
■スマイルケア食-1 そしゃく・えん下・とろみ調整食品 (1点)	有	合格	1
■スマイルケア食-2 低栄養と改善のための商品選び (1点)	有	未提出	0
■スマイルケア食-3 水分補給と脱水症対策 (1点)	有	未提出	0
■スマイルケア食-4 口腔ケアと関連商品 (1点)	有	合格	1
■スマイルケア食-5 スマイルケア食とその選び方 (1点)	有	未提出	0
■スマイルケア食-6 UDFの基本と活用方法 (1点)	有	合格	1
テーマ修了 ボーナスポイント (2点)			0
テーマ合計ポイント			3

すべての問題回答が合格し、結果を事務局に提出をした方は、「合格」と表示されます。
まだ、回答していない方、または回答途中の方は、「未提出」と表示されます。

▼すべてのテーマを修了すると「合格」マークが表示されます。

ヘルスケア	テキスト	問題・解答	取得ポイント
正しい薬の飲み方・使い方			
正しい薬の飲み方・使い方-1 服用の現状-問題提起- (1点)	有	合格	1
正しい薬の飲み方・使い方-2 薬の正しい服用方法 (1点)	有	合格	1
【広帯】正しい薬の飲み方・使い方-3 薬を飲み込むメカニズムと服薬補助ゼリー (無糖角散) (1点)	有	合格	1
テーマ修了 ボーナスポイント (2点)			2
テーマ合計ポイント			5

▼学習メニューの下部に現在のポイントが表示されています。

コンテンツの問題をすべて合格し結果を事務局に提出すると、すぐにポイントが加算されます。
※地域情報収集シートのポイントは、今まで通り月末締め、翌月10日に加算とします。

現在の取得ポイント	37点
コンシェルジュマスター-Aまで	あと63点
コンシェルジュマスター-AAまで	あと163点
コンシェルジュマスター-AAAまで	あと263点

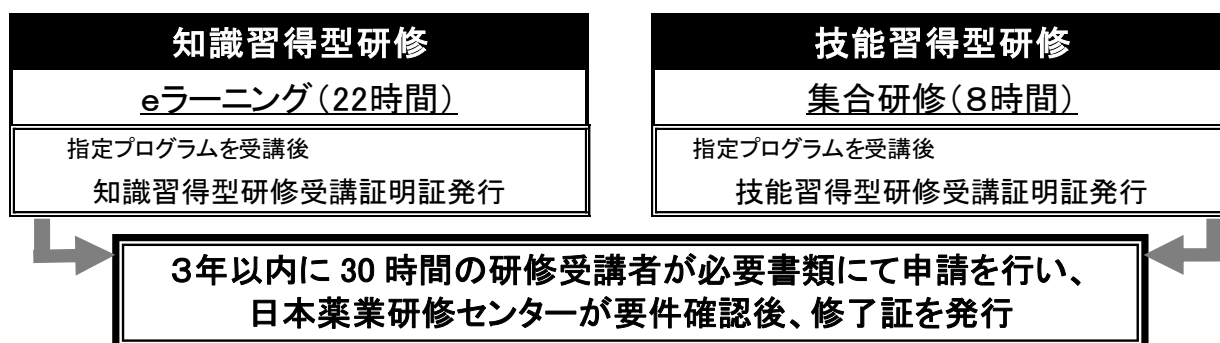
問題・回答のポイントは、
ここに加算されます

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

日本チェーンドラッグストア協会では日本薬業研修センターと協力し、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、一昨年3月からスタートし、全国各地で、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。

地域の薬務課の方が来場し、講義を行う会場もありました。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
知識習得型研修		eラーニング
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。

〔技能習得型研修開催予定日程・地区〕

No.	開催日	地区	会場	研修時間
1	2019年9月22日	東京都文京区	MK御茶ノ水ビル	10時～19時

●日程は、決定次第ホームページ(<http://www.yakken-ctr.jp/kensup/>)にアップします。

●開催地区のご要望等ございましたら、ご連絡下さい。

※日程、会場、開催時間は変更になる場合があります。

■申込・受講の流れ

〔技能習得型研修〕

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

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

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

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

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

〔知識習得型研修〕

知識

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

知識習得型研修は、研修用のホームページ(セルメ・プラザ)でeラーニングの受講を行います。

FAX送信先: 045-478-5461 (日本薬業研修センター行)

「健康サポート薬局研修」 申込書①

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

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

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

※各会場、30名以下の場合には開催を見合わせる場合があります。

No.	開催日	地 区	会 場	受講人数			知識習得型研修	
				I 研修	II 研修	III 研修	人数	開始希望月
1	2019年9月22日(日)	東京都文京区	MK御茶ノ水ビル					
				名	名	名	名	

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

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

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

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

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

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

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

■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。

●技能習得型研修開催予定地区をお申込みの方 … 後頁申込書①

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

- ・最初に、受講人数と技能習得型研修の希望地区についてお知らせください。
希望地区が未定の方は、空白でも構いません。
- ・企業申込の場合は、後日、受講者の名前と薬剤師登録番号の一覧表をデータで送付してください。
- ・できるだけ、受講者の受講状況管理のため、企業取りまとめにて企業一括申込みをお願いします。

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

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

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

- ・申込時の希望地区で開催が決まっていない場合は、開催が決定次第、ご連絡させていただきます。
- ・研修センターの HP でも開催日程地区の一覧表を作成し、閲覧できるようにします。
- ・Ⅲ研修については、勤務先が同一都道府県の方々のグループ研修を行いますので、同一都道府県の参加者が少ない場合、参加を見合わせていただくことがあります。

■申込手続きの流れ

1) 企業申込の場合

- ① 申込書に、受講希望者数を記入し、FAX、またはメールにてお申し込みください。
- ② 事務局より、ご記入頂いた連絡先メールアドレスへ会場別受講申込者一覧のデータを送付します。
- ③ 開催日の2週間前までに受講案内を企業宛にメールにて送付します。
当日の受付時に必要となりますので、受講者へお渡しください。
- ④ 後日、参加した受講者数をもとに請求書を作成し、企業担当者様へ送付いたします。

2) 個人申込の場合

- ① 申込書に必要事項を記入し、FAX、またはメールにてお申し込みください。
- ② 事務局より、ご記入頂いた連絡先メールアドレスへ受付完了と振込先をご案内します。
開催の2週間前までに、お振込み願います。
- ③ 入金確認後、開催日の2週間前までに受講案内をメールにて送付します。

■B研修実施について (詳細は日本薬業研修センターHPをご参照下さい)

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

- ・講師は研修センターの認定が必要となり、薬局実務実習の認定指導薬剤師の方、企業内の薬剤師研修や事業研修等のカリキュラム作成や講師経験を有している方、行政の保健分野に従事した経験を有する方などが対象となります(研修センターに講師を有料で依頼することも可能です)。
- ・公募が原則ですので、開催会場の席数の10%以上は公募枠となり、B研修実施団体・企業に所属以外の受講者の受け入れをお願いします。公募は、研修センターが行います。
- ・実施団体・企業には、参加された当該団体・企業所属以外の人数分の還付金をお支払します。

申し込み・
問合せ先

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

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

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

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

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

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

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

■申込手続きの流れ

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

■申込書記入について(受講希望地区と人数の記入をお願いします)

- 1) 企業申込の方は、A研修での受講か、B研修での受講か選択して下さい。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
〔記入例〕		A研修	B研修	I	II	III		I 研修	II 研修	III 研修		
企業 個人	企業		○	○	○	○	神奈川県	20~25	20~25	15~20	20~25	H29.4頃
	企業	○				○	静岡県			3~5		
	個人	○		○	○	○	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

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)
eラーニング ※1) 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	1日 ※2) (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 1) 通信研修受講証明証を発行	年1回以上の受講 2) 集合研修受講証明証を発行
※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	25・26	皮膚疾患用薬
2	疲労・虚弱症状	21・22	禁煙	3・4	便秘薬	27・28	口腔内用薬・ うがい薬・ オーラルケア用品
3	目の症状	23・24	肩こり	5・6	止瀉薬・整腸薬	29・30	痔疾用薬
4	かぜ症候群	25・26	頭痛	7・8	滋養強壮薬	31・32	鎮咳去痰薬
5	一般用検査薬	27・28	腰痛・関節痛	9・10	目薬	33・34	禁煙補助剤
6	アレルギー 症状	29・30	口内炎	11・12	検査薬	35・36	外用消炎 鎮痛剤
7・8	動悸・ 更年期症状	31・32	乗物酔い	13・14	かぜ薬	37・38	乗り物酔い 防止薬
9・10	痛み (解熱鎮痛薬)	33・34	スキンケア	15・16	女性用薬・ ハーブ医薬品	39・40	スキンケア
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	41・42	育毛剤・発毛剤
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	43・44	水虫薬
15・16	オーラルケア	39・40	爪から見える 病気	21・22	解熱鎮痛薬・ 生理痛専用薬	45・46	泌尿器用薬
17・18	痔の症状	41・42	すり傷・切り傷・ やけど	23・24	睡眠改善薬・ 眠気防止薬・ 小児鎮静薬		

□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

専門領域をさらに広げた人材として高く評価

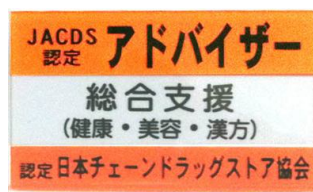
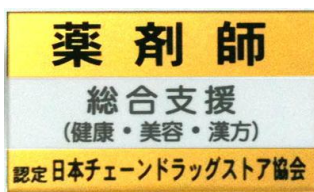
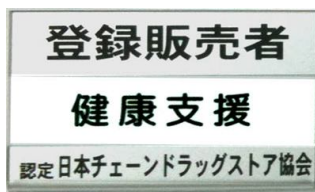
ダブルライセンス認定制度

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習得した薬剤師

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習得した登録販売者

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。

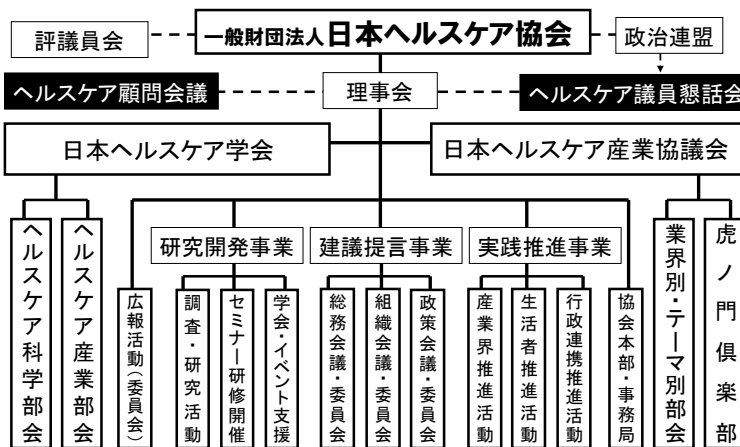
ヘルスケアに関する有識者、産業、関係者の多くの方々に、当協会活動にご参加いただきますようお願い申し上げます。

■ 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、部会長の特別推薦、または招へいが必要などの制限がありますのでご了承ください。

■ 入会申し込み手順

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

■お振込み先

●振込み口座
みずほ銀行新横浜支店普通：1692873

●振込み口座名
一般財団法人 日本ヘルスケア協会

※恐れ入りますが、振込み手数料はご負担願います。

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

(2015年11月設立)

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

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

一般財団法人日本ヘルスケア協会(J A H I)入会申込書

私は、一般財団法人 日本ヘルスケア協会の趣旨に賛同し、入会を申し込みます。

①申込日と、該当する会員区分を、チェックしてください。

申込日 年 月 日

会員区分 法人会員 個人会員 (どちらか一方をしてください)

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

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

【B欄】個人会員の申込み記入欄			
本人情報	氏名	(フリガナ)	勤務先名 (学校名)
	住所 (連絡先)	〒	
		TEL:	FAX:
		E-mail:	
年会費	3千円 (人/年)		請求書 (どちらかに○) 必要 ・ 不要

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

◆入会申し込み手順

(入会申込書はホームページからもダウンロードすることができます)

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

※事務局入力欄(何も記入しないでください)

・備考欄 会員 No.

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

受付	法人案内	入金			
/		/			

日本チェーンドラッグストア協会 「薬剤師賠償責任保険」について

当団体保険制度の特色

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

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

■薬剤師業務に関する事故

- 医薬品等の販売に起因する賠償事故
- 調剤業務に起因する賠償事故

■店舗等の施設に関する事故

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

■人格権侵害に関する事故

- 不当な身体の拘束等による名誉毀損やプライバシーの侵害による賠償事故

ご加入にあたって

◆ご加入いただける方

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

◆保険期間

- 2019年2月15日午後4時から2020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事故)
	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(1事故)3万円 施設危険: 1名5,000万円 1事故5,000万円 免責金額(1事故)3万円 ※支払限度額は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同額かつ共有となります。			
保険料(注)	3,460円			

【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					
保険料(注)			1,260円	1,420円	1,610円

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】2019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25日	3月15日	11	3,170
3月25日	4月15日	10	2,890
4月25日	5月15日	9	2,600
5月27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26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25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25日	3月15日	11	1,160	1,300	1,480
3月25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27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26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25日	12月15日	2	210	240	270
12月25日	1月15日	1	110	120	130

seriousfun camp

founded by paul newman



そらぷちキッズキャンプ
北海道滝川市丸加高原

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



難病とたたかう子どもたちの医療ケア付自然体験施設

そらぷちキッズキャンプ。

現在、日本では約20万人の
子どもたちが難病とたたかっています。

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



加盟店舗に募金箱を
設置しました。

日本チェーンドラッグストア協会はそらぷちキッズキャンプを応援しています

JACDS
日本チェーンドラッグストア協会

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

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

 solaputi kids' camp
a seriousfun camp
founded by paul newman

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

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

行政・団体からのお知らせ

次ページ以降に各項目の該当資料を収載しています。

【厚生労働省】

1. 「検体測定室に関するガイドライン」の一部改正について — 医師局長(7月9日)

改正内容は、測定項目に Non-HDL コレステロールを追加し、LDL コレステロールと Non-HDL コレステロールの測定方法・計算方法を示したというものです。

検体測定室を設置している店舗への周知をお願いします。【資料:後頁 30 ページ分あり】

2. 「使用上の注意」の改定について — 医薬・生活衛生局生活安全対策課長(7月9日)

別紙1～11までの医薬品に関して、「使用上の注意」の改定にともなう添付文書改訂が行われます。

特に、コデインリン酸塩水和物含有製剤又はジヒドロコデインリン酸塩含有製剤を含有するかぜ薬、鎮咳去痰薬に対する使用上の注意が改訂され、12歳未満の小児は服用してはいけないこととされました。

【JACDS 事務連絡No.19041】にて通知した「OTC 医薬品使用上の注意改訂情報(OTC 版 DSU)」も合わせてご確認ください。【資料:後頁 18 ページ分あり】

3. 令和元年度『見える』安全活動コンクール実施に関する周知について

— 労働基準局安全衛生部長(7月22日)

昨年度に引き続き、事業場などでの安全活動の活性化を目的としたコンクールが開催されます。

詳細は厚生労働省のHPをご覧ください。よろしく申し上げます【資料:後頁 2 ページ分あり】

https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_05778.html

4. プレミアム付商品券事業に係る自治体Q&Aの送付について

— 医薬・生活衛生局総務課(7月26日)

7月号でも紹介したプレミアム付商品券事業に関し、公的医療保険の自己負担支払いに充てることに関するQ&Aです。よろしく申し上げます【資料:後頁3ページ分あり】

5. 風しんの抗体検査・予防接種に関する啓発について

— 健康局長(8月9日)

令和4年3月31日までの措置として、昭和47年4月2日から昭和54年4月1日までの間に生まれた男性が予防接種の対象者に追加されたことに関する周知協力です。店頭での具体的な対応については現在確認中のため、事務連絡などで追ってご案内いたします。【資料:後頁3ページ分あり】

以下のURLにて、内容を確認いただきたく、よろしく申し上げます。

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/kenkou/kekaku-kansenshou/rubella/index_00001.html

【経済産業省】

6. 飲料配送中に貨物が毀損した場合の取扱いについて

— 経済産業省商務・サービス審議官(7月26日)

飲料配送に係る契約締結や、飲料に関する毀損が確認された場合の現場での実際の判断における基本的な考え方をまとめた報告書です。【資料:後頁2ページ分あり】

以下のURLにて、その内容を確認いただきたく、よろしくお願いいたします。

<https://www.meti.go.jp/press/2019/07/20190726003/20190726003.html>

7. 「製造業のノウハウ・知的財産権を対象にした優越的地位の乱用行為に実態調査報告書」の周知について —経済産業省商務・サービス審議官(7月26日)

「PB商品の委託生産の際にNB商品のレシピや開発方法を無償で開示させられた」等の事例報告が掲載されています。不適切な行為が行われないように周知依頼がありました。【資料:後頁2ページ分あり】

以下のURLにて、報告書を確認いただきたく、よろしくお願いいたします。

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/jun/190614_files/houkokusyo.pdf

8. ドラッグストア販売統計月報について —経済産業省(5月分)

ドラッグストア販売統計月報(確定版)の5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】

9. 食品ロス削減に向けた加工食品の納品期限の更なる見直しについて

—食糧産業局長(7月4日)

事務連絡No.19036でも案内の件です。食品ロス削減のためご協力をお願いします。

【資料:後頁3ページ分あり】

【国税庁】

10. 軽減税率制度への対応に関するチェックシートの周知について—(7月)

飲食料品の売上・仕入のある課税業者が必要な対応についてチェックシートです。店舗運営に支障が生じないようにご確認をお願いします。【資料:後頁2ページ分あり】

11. 消費税率の引上げに伴う消費税の円滑かつ適正な転嫁について—課税部酒税課長(8月1日)

税率引き上げに伴う円滑かつ適正な転嫁ならびに総販売原価割れ販売とならないようにするなど、公正な取引に関する基準を遵守いただくようお願いいたします。【資料:後頁43ページ分あり】

【団体】

12. 錠剤・カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査周知依頼について

—独立行政法人国民生活センター(8月1日)

消費者からの商品の選択や摂取方法等に関する問い合わせに対しては、根拠等をわかりやすく示し、正確な情報を提供するよう要望がありました。店頭での対応にご協力をよろしくお願いいたします。

以下のURLにて、報告書を確認いただきたく、よろしくお願いいたします。

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190801_1.html

13. 「まつ毛美容液による危害が急増！—効能等表示の調査もあわせて実施—」について

—独立行政法人国民生活センター(8月8日)

まつ毛美容液について、危害情報を含め多くの相談が寄せられているため、安全な商品作りと安心な取引ができるよう業界として対応することが要望されています。店頭での対応に協力をお願いします。

以下のURLにて、報告書を確認いただきたく、よろしくお願いいたします。

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190808_2.html

医政発 0709 第 18 号
令和元年 7 月 9 日

各

都道府県知事
保健所設置市市長
特別区区長

 殿

厚生労働省医政局長
(公 印 省 略)

「検体測定室に関するガイドライン」の一部改正について

検体測定室については、臨床検査技師等に関する法律第二十条の三第一項の規定に基づき厚生労働大臣が定める施設（昭和 56 年厚生省告示第 17 号）第 4 号ホに該当する衛生検査所登録が不要な施設として、「検体測定室に関するガイドラインについて」（平成 26 年 4 月 9 日付け医政発 0409 第 4 号厚生労働省医政局長通知）の別紙「検体測定室に関するガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）に基づきその事業が実施されているところである。

今般、平成 29 年 8 月に特定健康診査及び特定保健指導の実施に関する基準（平成 19 年厚生労働省令第 157 号）が改正され、特定健康診査の項目も変更されたことに伴い、ガイドライン中の検体測定室が測定する項目に係る内容を別添のとおり改正することとした。

ガイドラインに係る事務については、厚生労働省において行うものであるが、地域保健に係るものであること等に鑑み、貴職におかれても、御了知いただくとともに、改正内容の周知に御配慮をお願いしたい。

○「検体測定室に関するガイドライン」新旧対照表

(下線の部分は改正部分)

改正後	改正前
<p>(略)</p> <p>第1 (略)</p> <p>第2 検体測定室の指針について</p> <p>1 (略)</p> <p>2 測定項目 測定の項目については、特定健康診査及び特定保健指導の実施に関する基準（平成19年厚生労働省令第157号）第1条第1項各号に掲げる項目（<u>同条第4項の規定により同条第1項第7号の規定による検査を行ったものとみなされる場合の項目を含む。</u>）の範囲内とする。</p> <p>3～24 (略)</p> <p>別表 (略)</p> <p>様式1～3 (略)</p>	<p>(略)</p> <p>第1 (略)</p> <p>第2 検体測定室の指針について</p> <p>1 (略)</p> <p>2 測定項目 測定の項目については、特定健康診査及び特定保健指導の実施に関する基準（平成19年厚生労働省令第157号）第1条第1項各号に掲げる項目の範囲内とする。</p> <p>3～24 (略)</p> <p>別表 (略)</p> <p>様式1～3 (略)</p>

検体測定室に関するガイドライン

(平成26年4月)

はじめに

人体から排出され、又は採取された検体の検査を業として行う場所は、臨床検査技師等に関する法律（昭和33年法律第76号）第20条の3第1項により、病院、診療所又は厚生労働大臣が定める施設内の場所を除き、都道府県知事等の登録を受けることとされているところである。

今般、日本再興戦略（平成25年6月14日閣議決定）等を踏まえ、上記の厚生労働大臣が定める施設を定める告示である「臨床検査技師等に関する法律第20条の3第1項に基づき厚生労働大臣が定める施設（昭和56年厚生省告示第17号）」の第4号に、「ホ 人体から採取された検体（受検者が自ら採取したものに限る。）について生化学的検査を行う施設（イからニまでに掲げる施設を除く。）」を追加し、これに該当する衛生検査所の登録が不要な施設として検体測定室を位置づけるとともに、その事業の実施に係る手続、留意点等をガイドラインで示すこととする。

なお、ここでいう生化学的検査とは、臨床検査技師等に関する法律第2条における検査分類に基づくものを言い、社会保険診療報酬点数表上の検体検査分類に基づくものではない。

検体測定室は、臨床検査技師等に関する法律第20条の3第1項の規定による登録を受けた衛生検査所とは、検体の測定が診療の用に供するものではないこと、検体採取の環境、測定の方法や精度管理等の点で異なるものである。

検体測定室においては、血液を取り扱うことになる。我が国においては、かつて、集団予防接種における注射針等の連続使用によりB型肝炎ウイルスへの感染被害が生じた。また、平成20年に、複数の患者に使用しないことが明示されている採血用穿刺器具（針の周辺部分がディスプレイタイプでないもの）を複数の患者に使用し、感染症の発生が疑われる事例が発生した。検体測定室の事業を実施する者は、血液を取り扱うことのリスクを認識し、器具等の衛生管理や単回使用器具の再使用の防止、廃棄に至るまでの間の安全管理等について、従業員への教育・研修や自己採取者への測定に際しての説明・注意喚起を行い、血液に起因する感染症を防止する責任が伴うことを踏まえて事業を行う必要がある。

さらに、検体測定室の運営に当たっては、公衆衛生の確保や医療機関等との連携が重要となる。事業者は、ガイドラインの全体を遵守し、責任感を持って事業を実施することが求められることは言を俟たないが、特に、第2の1に規定する「測定に際しての説明」及び第2の3に規定する「地域医療機関との連携等」について、当該施設において自己採取した検体の測定を望む者（以下「受検者」という。）に確実に伝えることが不可欠である。

第1 検体測定室の届出等

1 検体測定室の定義

検体測定室は、以下の全てを満たした、診療の用に供しない検体検査を行う施設をいう。

- ① 当該施設内で検体の採取及び測定を行う
- ② 検体の採取及び採取前後の消毒・処置については受検者が行う

2 検体測定室の届出

(1) 検体測定室（期間を定めて運営を行うものを除く。）の届出の手續

検体測定室を開設しようとする者は、開設の7日前までに別添の様式1に必要な事項（実施期間を除く）を記載の上、医政局指導課医療関連サービス室長に届け出るものとする。

(2) 期間を定めて運営を行う検体測定室の届出の手續

検体測定室を開設しようとする者は、開設の7日前までに別添の様式1に必要な事項を記載の上、医政局指導課医療関連サービス室長に届け出るものとする。

(3) 届出の内容

ア 記載事項

2（1）又は（2）の規定による届出（以下「届出」という。）は、次に掲げる事項を記載し、提出するものとする。

- (ア) 検体測定室の開設者の氏名及び住所（法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地）
- (イ) 衛生管理を含めた検体測定室の運営に係る責任者（以下「運営責任者」という。）の氏名及び資格
※運営責任者になることができる者は、医師、薬剤師、看護師又は臨床検査技師とする。
- (ウ) 精度管理（測定の精度を適正に保つことをいう。以下同じ）を職務とする者（以下「精度管理責任者」という。）の氏名及び資格
※精度管理責任者になることができる者は、医師、薬剤師、臨床検査技師とする。
- (エ) 検体測定室の名称及び所在地
- (オ) 測定項目の内容及び開設日

(カ) 期間を定めて運営を行う検体測定室の場合にあっては実施期間

イ 添付書類

届出には、アの（イ）、（ウ）の者に係る免許証の写し及び検体測定室の場所を明らかにした図面等の書類を添付するものとする。

(4) 届出の変更等

届出に変更がある場合は、別添の様式 2 を変更が生じた日から 30 日以内に医政局指導課医療関連サービス室長に届け出るものとする。

(5) 検体測定室の休廃止等

検体測定室を廃止し又は休止した場合は、廃止等した日から 30 日以内に、また、休止した検体測定室を再開した場合は、再開した日から 7 日以内に別添の様式 3 を医政局指導課医療関連サービス室長に届け出るものとする。

第 2 検体測定室の指針について

1 測定に際しての説明

測定に当たっては、運営責任者が受検者に対して以下の事項を明示して口頭で説明し、説明内容の同意を得て承諾書を徴収するものとする。

- ① 測定は、特定健康診査や健康診断等ではないこと（特定健康診査や健康診断の未受診者には受診勧奨をしていること）
- ② 検体の採取及び採取前後の消毒・処置については、受検者が行うこと
- ③ 受検者の服用薬や既往歴によっては、止血困難となり、測定を行うサービスを受けられない場合があること（このため、運営責任者は受検者に抗血栓薬の服用の有無や出血性疾患（血友病、壊血病、血小板無力症、血小板減少性紫斑病、単純性紫斑病）の既往歴の有無をチェックリストで確認し、これらの事実が確認された場合はサービスの提供を行わないこと）
また、採血は受検者の責任において行うものであるため、出血・感染等のリスクは、基本的に受検者が負うものであること
- ④ 自己採取及び自己処置ができない受検者はサービスを受けられないこと
- ⑤ 採取方法（穿刺方法）、採取量（採血量）、測定項目及び測定に要する時間
- ⑥ 体調、直前の食事時間等が測定結果に影響を及ぼすことがあること

- ⑦ 検体の測定結果については、受検者が判断するものであること
- ⑧ 検体測定室での測定は診療の用に供するものではないため、受検者が医療機関で受診する場合は、改めて当該医療機関の医師の指示による検査を受ける必要があること
- ⑨ 穿刺による疼痛や迷走神経反射が生じることがあること
- ⑩ 受検者が自己採取した検体については、受検者が希望した測定項目の測定以外には使用しないこと
- ⑪ 受検者からの問い合わせ先（検体測定室の電話番号等）

2 測定項目

測定項目については、特定健康診査及び特定保健指導の実施に関する基準（平成19年厚生労働省令第157号）第1条第1項各号に掲げる項目（同条第4項の規定により同条第1項第7号の規定による検査を行ったものとみなされる場合の項目を含む。）の範囲内とする。

3 測定結果の報告

測定結果の報告は、測定値と測定項目の基準値のみに留めるものとする。

4 地域医療機関等との連携等

受検者に対しては、測定結果が当該検体測定室の用いる基準の範囲内であるか否かに拘わらず、特定健康診査や健康診断の受診勧奨をするものとし、また、受検者から測定結果による診断等に関する質問等があった場合は、検体測定室の従事者が回答せずに、かかりつけ医への相談等をするよう助言するものとする。この場合、特定の医療機関のみを受検者に紹介しないよう留意するものとする。

5 広告の規制

診療所、健診センター等の紛らわしい名称を付けてはならないものとする。また、診察、診断、治療、健診（例えば、ワンコイン健診）等と紛らわしい広告を行ってはならないものとする。

6 衛生管理

検体測定室における感染防止対策については、不特定の者の血液を取り扱うことから、「医療機関等における院内感染対策（平成23年6月17日医政指発0617第1号厚生労働省医政局指導課長通知）」に規定する「標準予防策」（全ての患者に対して感染予防策のために行う予防策のこ

とを指し、手洗い、手袋やマスクの着用等が含まれる。)について、医療機関に準じた取扱いとし、従業員は標準予防策、手指衛生、職業感染防止、環境整備、機器の洗浄・消毒・滅菌、感染性廃棄物の処理を適切に行うことを徹底する。また、感染防止対策委員会の設置や感染対策マニュアルの整備を行い、従業員に感染防止について徹底した教育を行うものとする。

7 穿刺箇所への処置に係る物品

血液採取前後の消毒や絆創膏等の自己処置のための物品を常備するものとする。

8 穿刺部位

穿刺器具による穿刺については、手指に行うものとする。

9 穿刺器具

検体測定室内で受検者が用いる自己採取用の穿刺器具については、薬事法（昭和35年法律第145号）に基づき承認されたものであって、器具全体がディスポーザブルタイプ（単回使用のもの）で使用後の危険が解消されているものとし、受検者に対し、穿刺器具は器具全体がディスポーザブルタイプであることを明示するものとする。

また、穿刺器具の取扱い等については、以下の点に注意して使用するものとする。

- ① 外観を観察し、保護キャップが外れていたり、破損していたりする場合は使用しないこと
- ② 保護キャップを外したらすぐに使用すること
- ③ 複数回、同一部位での穿刺はしないこと

10 穿刺器具等の血液付着物の廃棄について

穿刺器具の処理については、危険防止の観点から堅牢で耐貫通性のある容器に入れて排出するものとする。

血液付着物の廃棄の際には、安全な処理の確保の観点から、「廃棄物処理法に基づく感染性廃棄物処理マニュアル」（平成24年5月環境省作成）に基づき医療関係機関等から感染性廃棄物を排出する際に運搬容器に付けることとされているバイオハザードマークの付いた容器を原則利用するものとする。

11 検体の取扱い

受検者が自己採取した検体については、1の承諾により受検者が希望した測定項目の測定以外には使用してはならないものとする。

1.2 運営責任者

検体測定室ごとに、医師、薬剤師、看護師又は臨床検査技師が運営責任者として常勤するものとする。

第2の1に定める測定に際しての説明及び測定結果の受検者への報告については、運営責任者が行うものとし、受検者に対し、資格及び氏名を明示するものとする。

また、運営責任者は、本ガイドラインを遵守するとともに、測定業務に従事する者等に本ガイドラインを遵守させるものとする。

1.3 精度管理

精度管理については、測定機器の製造業者等が示す保守・点検を実施するものとし、検体の測定に当たっては、複数人の検体を一度に測定しないものとする。

また、検体測定室ごとに、精度管理責任者（医師、薬剤師又は臨床検査技師）を定め、精度管理責任者による定期的な内部精度管理を実施し、年1回以上、外部精度管理調査に参加するものとする。

1.4 測定業務に従事する者

測定業務に従事する者は、医師、薬剤師、看護師又は臨床検査技師とする。

1.5 運営責任者の業務を補助する者

運営責任者の業務を補助する者は、運営責任者の下での実務研修の後に業務に従事させることとする。この場合、受検者に対し、補助者であること及び氏名を明示するものとする。

1.6 検体測定室の環境

検体測定室では、血液を扱うことから、穿刺時の飛沫感染等の感染の防止を図る必要がある。このため、飲食店等容器包装に密封されていない食品を取り扱う場所や公衆浴場を営業する施設の一角で行う場合には、検体測定室としての専用場所として別室を設置するものとする。

それ以外の施設を検体測定室として用いる場合には、受検者の自己採取等に支障のないよう個室等により他の場所と明確に区別するとともに、十

分な広さを確保することとする。

なお、十分な照明を確保し、清潔が保持されるために、防塵、防虫、換気・防臭等の措置を講ずるとともに、測定に際しての説明を確実に伝達できるよう騒音防止等の措置を講ずるものとする。さらに、測定用機械器具及び測定試薬に影響がないよう、直射日光や雨水の遮蔽等について対処するものとする。

1.7 研修

運営責任者は、業務に従事する者に、内部研修に留まることなく、関係法令、精度管理、衛生管理、個人情報保護等について必要な外部研修を受講させるものとする。

1.8 個人情報保護

受検者の個人情報については、「個人情報の保護に関する法律」（平成15年法律第57号）及び「医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン」（平成16年12月厚生労働省作成）により、適正に取り扱うものとする。また、測定結果については、受検者の同意を得ずに、保管・利用してはならないものとする。

1.9 急変への対応等

受検者の急変に対応できるよう、物品を常備するとともに、救急隊への通報体制について手順書を作成し、検体測定室に掲示すること及び近隣の医療機関の把握等により医療機関との連携を図る体制を整備するものとする。なお、施設の開設等に当たり地域医療機関等に対して事前に協力依頼を行うものとする。

2.0 測定用機械器具等

測定用機械器具及び測定試薬については、薬事法に基づき承認されたものを使用するものとする。また、関係法令を遵守し、適切に保管・管理するものとする。

2.1 標準作業書

別表に定めるところにより、標準作業書を作成するものとする。

2.2 作業日誌

別表の標準作業書に従い、次に掲げる作業日誌を作成するものとする。

- ア 測定機器保守管理作業日誌
- イ 測定作業日誌

2.3 台帳

次に掲げる台帳を作成することとし、20年間適切に保管管理するものとする。

- ア 測定受付台帳（受検者の氏名、連絡先等の保存を行うための台帳）
- イ 使用測定機器台帳（測定用機械器具の名称、製造者、型番、設置日、修理及び廃棄を記録するための台帳）
- ウ 試薬台帳（試薬の購入等の記録や数量管理を行うための台帳）
- エ 精度管理台帳（内部・外部精度管理調査の結果の書類を整理した台帳）

2.4 その他

- ア 検体測定室の開設者は、血液を取り扱うことのリスクを十分認識し、器具等の衛生管理や単回使用器具の再使用の防止、廃棄に至るまでの間の安全管理等について、従業者への教育・研修や自己採取者への測定に際しての説明・注意喚起を行い、血液に起因する感染症を防止する責任が伴うこと、また、穿刺器具等の不適切な取扱いを行った場合の健康影響への責任も伴うことを十分に踏まえて運営を行うものとする。
- イ 測定業務に従事する者等が受検者に対して採血、処置及び診断を行った場合は、関係法令に抵触し、罰則の対象となる可能性がある。
- ウ 広告、廃棄物処理、個人情報保護において適切に行われていない場合は、それぞれ関係法令に抵触し、罰則の対象となる可能性がある。
- エ 検体測定室は、診療の用に供しない検体の測定を行う施設であるため、医療機関から検体の測定を受託することはできないこと。また、病院、診療所内では検体測定室の運営を行わないものとする。
- オ 検体の測定は受検者から直接受託するものとする。また、検体の生化学的検査を登録された衛生検査所に委託をする場合を除き、業務の一部又は全部を他の施設に委託しないものとする。なお、測定結果については、受検者に直接報告するものとする。
- カ 他の施設と誤解されないよう、検体測定室と分かる表示を行うものとする。
- キ 検体測定室では、測定結果をふまえた物品の購入の勧奨（物品の販売等を行う特定の事業所への誘導を含む。）を行わないものとする。
- ク 測定の際、穿刺器具の販売・授与が行われる場合には、都道府県知事

に対し管理医療機器販売業の届出を行うなど、薬事法における規定を遵守するものとする。

ケ 厚生労働省医政局指導課は、このガイドラインの運用に関して助言を行うものとする。

コ 検体測定室の開設者は、厚生労働省医政局指導課が行う調査に協力するものとする。

別表

測定機器保守管理標準 作業書	一 常時行うべき保守点検の方法 二 定期的な保守点検に関する計画 三 測定中に故障が起こった場合の対応（検体の取扱いを含む。）に関する事項 四 作成及び改定年月日
測定標準作業書	一 測定の実施方法 二 測定用機械器具の操作方法 三 測定に当たっての注意事項 四 作成及び改定年月日

検体測定室 開設届書

様式1

届出番号(※開設者による記入は不要)		
検体測定室の名称		
所在地	〒	
測定項目		
開始日(年月日)	平成 年 月 日	
期間を定めて行う場合はその実施期間	開始日(年月日)	廃止日(年月日)
	平成 年 月 日	平成 年 月 日
衛生管理等を含めた運営に係る責任者	氏名	資格の種類
精度管理を職務とする者	氏名	資格の種類
備考		

上記により、検体測定室の開設を行います。
平成 年 月 日

住所(法人にあつては、主たる事務所の所在地)
〒
氏名(法人にあつては、名称及び代表者の氏名)
印

厚生労働省医政局指導課
医療関連サービス室長

殿

開設届書に関するご案内
<ul style="list-style-type: none"> ・開設届書に不備がない場合、届出番号を記入した写しを交付します。 ・手数料は不要です。 ・開設届書は郵送、FAXでも受け付けています。

検体測定室 変更届書

様式2

届出番号		届出年月日	平成 年 月 日
検体測定室の名称			
所在地	〒		
変更内容	変更前	変更後	
備考			

上記により、検体測定室の届出の変更を行います。

平成 年 月 日

住所(法人にあつては、主たる事務所の所在地)
〒
氏名(法人にあつては、名称及び代表者の氏名)
印

厚生労働省医政局指導課
医療関連サービス室長

殿

変更届書に関するご案内
<ul style="list-style-type: none"> ・手数料は不要です。 ・変更届書は郵送、FAXでも受け付けています。

検体測定室 休止
廃止 再開 届書

届出番号		届出年月日	平成	年	月	日
検体測定室の名称						
所在地	〒					
休止、廃止又は再開の年月日	平成	年	月	日		
備考						

上記により、検体測定室の
 休止
 廃止
 再開
 平成 年 月 日

住所(法人にあっては、主たる事務所の所在地)
〒
氏名(法人にあっては、名称及び代表者の氏名)
印

厚生労働省医政局指導課
 医療関連サービス室長 殿

変更届書に関するご案内
<ul style="list-style-type: none"> ・手数料は不要です。 ・休止、廃止又は再開届書は郵送、FAXでも受け付けています。

事務連絡
令和元年7月9日

各

都道府県
保健所設置市
特別区

 衛生検査所業務担当部（局） 御中

厚生労働省医政局地域医療計画課
医療関連サービス室

「検体測定室に関するガイドラインに係る疑義解釈集（Q&A）」
の一部改正について

「検体測定室に関するガイドラインについて」（平成26年4月9日付け医政発0409第4号厚生労働省医政局長通知）の別紙「検体測定室に関するガイドライン」の一部改正に伴い、「検体測定室に関するガイドラインに係る疑義解釈集（Q&A）の送付について」（平成26年6月18日付け厚生労働省医政局指導課医療関連サービス室事務連絡）の別紙「検体測定室に関するガイドラインに係る疑義解釈集（Q&A）」の一部を別添のとおり改正することとしたので、参考までに送付します。

○「検体測定室に関するガイドラインに係る疑義解釈集（Q&A）」新旧対照表

(下線の部分は改正部分)

改 正 後	改 正 前
<p>(略)</p> <p>第1 (略)</p> <p>第2 検体測定室の指針関係</p> <p>1 (略)</p> <p>2 測定項目 (ガイドライン第2の2関係)</p> <p style="border: 1px solid black; padding: 2px;">問10 検体測定室で行える測定項目は何ですか。</p> <p>答 検体測定室で行う測定項目は、臨床検査技師等に関する法律に規定される生化学的検査のうち、次の<u>9</u>項目です。</p> <p>AST (GOT) / ALT (GPT) / γ-GT (γ-GTP) / 中性脂肪 (TG) / HDL コレステロール / LDL コレステロール / <u>Non-HDL コレステロール</u> / 血糖 / HbA1c。</p> <p><u>LDL コレステロールは、直接測定法による測定又は</u></p>	<p>(略)</p> <p>第1 (略)</p> <p>第2 検体測定室の指針関係</p> <p>1 (略)</p> <p>2 測定項目 (ガイドライン第2の2関係)</p> <p style="border: 1px solid black; padding: 2px;">問10 検体測定室で行える測定項目は何ですか。</p> <p>答 検体測定室で行う測定項目は、臨床検査技師等に関する法律に規定される生化学的検査のうち、次の<u>8</u>項目です。</p> <p>AST (GOT) / ALT (GPT) / γ-GT (γ-GTP) / 中性脂肪 (TG) / HDL コレステロール / LDL コレステロール / 血糖 / HbA1c。</p>

Friedewald 式による計算を行ってください。

Friedewald 式による LDL コレステロール及び Non-HDL コレステロールは、次式により計算してください。

なお、総コレステロールは、Friedewald 式による LDL コレステロールの計算又は Non-HDL コレステロールの計算にのみ使用することとし、受検者に総コレステロールの測定結果を示すことは控えてください。

Friedewald 式による LDL コレステロール (mg/dL)
= 総コレステロール (mg/dL) - HDL コレステロール
(mg/dL) - 中性脂肪 (mg/dL) / 5

Non-HDL コレステロール (mg/dL) = 総コレステ
ロール (mg/dL) - HDL コレステロール (mg/dL)

3 ~ 13 (略)

別紙 (略)

3 ~ 13 (略)

別紙 (略)

検体測定室に関するガイドラインに係る
疑義解釈集(Q&A)

(平成26年6月)

厚生労働省医政局指導課
医療関連サービス室

検体測定室に関するガイドラインに係る疑義解釈集（Q&A）

目次

第 1	検体測定室の届出関係	1
第 2	検体測定室の指針関係	
1	測定に際しての説明(ガイドライン第 2 の 1 関係)	2
2	測定項目(ガイドライン第 2 の 2 関係)	4
3	測定結果の報告(ガイドライン第 2 の 3 関係)	4
4	広告の規制(ガイドライン第 2 の 5 関係)	5
5	衛生管理(ガイドライン第 2 の 6 関係)	5
6	運営責任者(ガイドライン第 2 の 1 2 関係)	6
7	精度管理(ガイドライン第 2 の 1 3 関係)	6
8	検体測定室の環境(ガイドライン第 2 の 1 6 関係)	6
9	研修(ガイドライン第 2 の 1 7 関係)	7
1 0	急変対応(ガイドライン第 2 の 1 9 関係)	7
1 1	測定用機械器具等 (ガイドライン第 2 の 2 0 関係)	8
1 2	台帳(ガイドライン第 2 の 2 3 関係)	8
1 3	その他(ガイドライン第 2 の 2 4 関係)	8

第1 検体測定室の届出関係

問1 ガイドラインを遵守し、医政局指導課医療関連サービス室に届出をすれば、薬事法第39条の3の規定に基づく管理医療機器の販売業の届出は不要ですか。

答 検体測定室の届出を行った事業者であっても、薬事法第39条の3の規定に基づく管理医療機器の販売業の届出を別途行う必要があります。

また、検体測定室の届出を行った場合は、検体測定室において使用する医療機器の販売等に限定されますが、看護師又は臨床検査技師も販売管理者になることができます。

問2 衛生検査所の開設者が、衛生検査所内や衛生検査所以外の場所で検体測定室を開設する場合には、検体測定室の届出は必要ですか。

答 都道府県知事等の登録を受けた衛生検査所の開設者であっても、衛生検査所内や衛生検査所以外の場所で、検体測定室を開設する場合には、医政局指導課医療関連サービス室長に、検体測定室の届出を行う必要があります。

問3 開設者は、運営責任者や精度管理責任者を兼務できますか。

答 開設者は、運営責任者や精度管理責任者の要件を満たしていれば、兼務することが可能です。

ただし、精度管理責任者は、定期的に精度管理を実施するとともに、運営責任者に対して精度管理の充実を図るために必要な措置等を報告する役割が求められますので、精度管理を確実に実施する体制が確保されている場合を除き、精度管理責任者は運営責任者を兼務できません。

なお、ガイドラインにおいて、運営責任者は常勤とすること、精度管理責任者は定期的に精度管理を実施することとしていますが、勤務状況等を確認できる体制を整えてください。

第2 検体測定室の指針関係

1 測定に際しての説明（ガイドライン第2の1関係）

問4 受検者から徴取する承諾書は、どのような様式にすればよいですか。

答 承諾書の徴取は、受検者が運営責任者から、測定結果が特定健診や健康診断には当たらないことや、検体の採取等は受検者が行うため受検者が一定のリスクを負うものであること等、測定に関する留意事項の説明を受けて、その内容をきちんと理解し、同意したことを確認するために必要なものです。

承諾書の様式は任意としていますが、例えば、測定の申込書に「測定に関する説明事項（チェックボックスを付記）」や「受検者が説明内容に同意するか否か」を明記できる欄を設けてください。

※承諾書の様式例については、別紙を参照してください。

問5 検体測定室において、未成年者に対する測定サービスを提供することはできますか。

答 親権者等の同意がある場合を除き、未成年者に対するサービスの提供を控えてください。

問6 検体測定室での検体の測定は、なぜ特定健診や健康診断の代わりにならないのですか。（ガイドライン第2の1の①関係）

答 検体測定室での測定は、国民の健康意識の醸成や医療機関受診の動機付けを高める観点から、受検者が検体を採取し、測定結果について受検者が判断することで、健康管理の一助となるようなサービスです。

一方、特定健診や健康診断は、医療機関や健診機関において医師の管理の下、検体の採取、検査等が行われ、その検査結果を用いて、受検者の健康状

態を評価する等の医学的判断（診断等）や、必要な保健指導等が行われるものであるため、検体測定室での測定が特定健診や健康診断の代わりになるものではありません。

なお、事業者は受検者に対して、測定は、特定健康診査や健康診断等ではないことを説明する必要があります。

問7 既往歴等が明らかでない受検者について、事業者はどのように対応すればよいですか。（ガイドライン第2の1の③関係）

答 受検者に確認しても既往歴等がはっきりしない場合や、事業者がサービスの提供を行うべきか判断に迷う場合は、受検者の健康に対する重大な影響を防止する観点から、サービスの提供を行わないでください。

また、出血性疾患の既往歴や抗血栓薬の服用が受検者にあった場合も、同様の理由から、サービスの提供を行わないでください。

なお、既往歴や服用薬の確認については、受検者が既往歴等をチェックした後に、運営責任者がその確認を行う形で行い、医療機関で行う問診のような形式では行わないでください。

問8 出血性疾患の既往歴については、ガイドラインに記載されている疾患だけを確認すればよいのですか。

答 ガイドラインには主な出血性疾患を記載していますが、それ以外の出血性疾患（血小板機能異常症、血小板減少症、フォンウィルブランド病、血液凝固異常症など）についても確認してください。

問9 受検者が自分で採血できない場合、事業者は血液の採取を手伝うことは可能ですか。（ガイドライン第2の1の④関係）

答 受検者以外の者が、受検者の手指に触れ、血液の採取を手伝うことは、で

きません。実施した場合は医師法等関係法令に抵触する可能性があります。

なお、自分で血液の採取ができない場合や、検査に必要な量の血液が採取できない場合は、サービスの提供を受けられないことを事前に説明してください。

2 測定項目（ガイドライン第2の2関係）

問10 検体測定室で行える測定項目は何ですか。

答 検体測定室で行う測定項目は、臨床検査技師等に関する法律に規定される生化学的検査のうち、次の8項目です。

AST (GOT) / ALT (GPT) / γ -GT (γ -GTP) / 中性脂肪 (TG) / HDLコレステロール / LDLコレステロール / Non-HDLコレステロール / 血糖 / HbA1c。

LDLコレステロールは、直接測定法による測定又はFriedewald式による計算を行ってください。

Friedewald式によるLDLコレステロール及びNon-HDLコレステロールは、次式により計算してください。

なお、総コレステロールは、Friedewald式によるLDLコレステロールの計算又はNon-HDLコレステロールの計算にのみ使用することとし、受検者に総コレステロールの測定結果を示すことは控えてください。

Friedewald式によるLDLコレステロール (mg/dL) = 総コレステロール (mg/dL) - HDLコレステロール (mg/dL) - 中性脂肪 (mg/dL) / 5

Non-HDLコレステロール (mg/dL) = 総コレステロール (mg/dL) - HDLコレステロール (mg/dL)

3 測定結果の報告（ガイドライン第2の3関係）

問11 測定結果の報告に当たって、留意すべきことは何ですか。

答 受検者に渡す測定結果には、「検体測定室」で行われたものであることが分かるように記載してください。また、測定項目の基準値（基準範囲）は、運営責任者が設定するものですが、基準値の表示にあたっては、出典を明らかにしてください。

なお、「メタボリックシンドローム判定」、「保健指導階層化判定」、「日本臨床検査標準協議会共用基準範囲」等については、微量採血のための穿刺器具により採取された血液の測定結果に用いるための基準値ではないため、必ずしも検体測定室で用いる基準値として適当ではないことに留意するとともに、測定結果が基準内であることをもって、検査結果の報告書に「異常なし」と記載する等受検者の健康状態を評価するようなことはしないでください。

4 広告の規制（ガイドライン第2の5関係）

問12 なぜ、健診等と表示してはいけないのですか。

答 健診等の「診」は、「診断」や「診察」を指すものであり、これを表示した場合、受検者に医療行為を行う場所であると誤解を与えるおそれがあるためです。

なお、ガイドラインに記載しているもの以外であっても、「検査診断」や「検診」等という表現も受検者に誤解を与えるおそれがあるため、このような表示は差し控えてください。

5 衛生管理（ガイドライン第2の6関係）

問13 感染防止委員会の設置とありますが、人員数が少ない場合は、組織的な委員会の設置は困難ですが、どのように対応すべきでしょうか。

答 組織的な委員会の設置が困難である場合であっても、運営責任者は、自ら率先して感染防止に取り組むとともに、複数名が従事する場合には、感染防止について情報共有等を行う体制を整えてください。

6 運営責任者（ガイドライン第2の12関係）

問14 医師が検体測定室の運営責任者である場合は、医師が採血を行ってもよいですか。

答 採血等の医業を行う場合は、診療所の開設が必要ですので、検体測定室では、医師であっても採血はできません。（医療法第7条第1項及び第8条）

7 精度管理（ガイドライン第2の13関係）

問15 内部精度管理はどのようなことを行う必要がありますか。

答 測定機器のメーカーが示す精度管理の実施に加え、測定者が既知濃度の検体を用いて測定結果の精度・正確性を定期的を確認し、記録することが必要です。

問16 外部精度管理はどのように行えばよいですか。

答 日本臨床衛生検査技師会等が実施している外部精度管理調査に参加することにより、精度管理用試料を用いた施設間でのデータ比較を行うなど、正確性の確認が必要です。

8 検体測定室の環境（ガイドライン第2の16関係）

問17 「受検者の自己採取等に支障がないよう個室等により他の場所と明確に区別する」と記載しているが、区別はどのようにすればよいですか。

答 個室によるスペースの確保が困難な場合には、穿刺時の飛沫等による感染

の防止を図る観点から、清潔が保持できるような広さと高さを考慮した衝立で区別されている必要があります。

9 研修（ガイドライン第2の17関係）

問18 外部研修はどのような団体で実施されていますか。

答 日本臨床衛生検査技師会等が検体の取扱・精度管理・感染管理・基準値の考え方などを中心とした研修を計画しています。

10 急変対応（ガイドライン第2の19関係）

問19 事業者が受検者の急変等に備えて、準備しておくべき物品等はどのようなものですか。

答 応急用として一時的に安静を保つための簡易なベッド（毛布、枕）や飲料水などの物品を常備すること、受検者の急変時に医療機関への通報を行う体制を整備すること等が必要です。また、緊急時に備えてAEDを配備することも考慮してください。

問20 医療機関との連携を図る体制とは、具体的にどのような内容ですか。

答 受検者の体調が急変した場合には、救急隊の要請や近隣の医療機関を紹介することが必要であるため、従事者が、受検者の体調の急変時に行うべき対応等を記した手順書を作成し、従事者がいつでも手順書を閲覧できるように事業所内に掲示してください。

1 1 測定用機械器具等（ガイドライン第2の20関係）

問21 「自己検査用グルコース測定器」を用いて血糖値を測定する場合、医療機器添付文書の重要な基本的注意として「穿刺前に、必ず流水でよく手を洗うこと」とされていますが、受検者が測定前に水道設備を利用できるような環境を整えることが必要ですか。

答 医療機器を使用する際には、医療機器添付文書に従った環境等を整える必要があるため、検体測定室において「自己検査用グルコース測定器」を使用する場合は、水道設備を設ける必要があります。

1 2 台帳（ガイドライン第2の23関係）

問22 台帳の保存は、電子媒体でも可能ですか。

答 電子媒体での保存も可能です。保存に当たっては、真正性（故意または過失による虚偽入力、書換え、消去及び混同を防止することや、作成の責任の所在を明確にすること。）、見読性（情報の内容を必要に応じて肉眼で見読可能な状態に容易にできることや、情報の内容を必要に応じて直ちに書面に表示できること。）及び保存性（保存期間内、復元可能な状態で保存すること。）の3条件を確保するようにしてください。

1 3 その他（ガイドライン第2の24関係）

問23 事業者がガイドラインに違反した場合、罰則を科されますか。

答 ガイドラインは、事業者が適切に検体測定事業を実施するための規範として定められたものであるため、これに違反したからといって直ちに罰則を科されるものではありません。ただし、事業の実施に当たり、医師法、薬事法、個人情報保護法、廃棄物処理法など関係法令に抵触する行為が行われた場合

には、罰則が適用される可能性がありますので、十分御留意ください。

なお、ガイドラインの遵守状況については、厚生労働省から事業者に対して調査、報告等をお願いする場合がありますので、御承知おきください。

(別紙)

申込書兼承諾書

〇〇検体測定室

所在地

運営責任者 〇〇 〇〇 殿

【希望する測定項目】

- LDL コレステロール HDL コレステロール 中性脂肪 GOT
 GPT γ -GT 血糖 HbA1c

【受検者への説明事項】

- 検体測定室の測定は、特定健康診査や健康診断等ではありません。
 検体の採取及び採取前後の消毒・処置については、受検者が行います。
 受検者の服用薬や既往歴によっては、止血困難となり、測定を行うサービスを受けられない場合があります。また、採血は受検者の責任において行うものであるため、出血・感染等のリスクは、基本的に受検者が負うものであります。

抗血栓薬の服用： _____ 無 _____ 有 _____

既往歴： _____ 無 _____ 有 _____

(血友病 壊血病 血小板無力症 血小板減少性紫斑病 単純性紫斑病 血小板機能異常症
血小板減少症 フォンウィルブランド病 血液凝固異常症 その他の出血性疾患)

- 自己採取、定められた採取量の確保及び自己処置ができない受検者はサービスを受けられません。
 採取方法（穿刺方法）、採取量（採血量）、測定項目及び測定に約 _____ 分間要します。
 体調、直前の食事時間等が測定結果に影響を及ぼすことがあります。
 測定結果については、受検者が判断します。
 検体測定室での測定は診療の用に供するものではないため、受検者が医療機関で受診する場合は、改めて当該医療機関の医師の指示による検査を受ける必要があります。
 穿刺による疼痛や迷走神経反射が生じることがあります。
 受検者が自己採取した検体については、受検者が希望した項目の測定のみを使用し、それ以外の目的には使用しません。
 受検者からの問い合わせ先は確認しています。（検体測定室の電話番号等 _____）

私は、〇〇検体測定室での測定にあたり、上記について説明を受け、これを十分に理解したことについて、（ 同意します・ 同意しません ） ※同意しない場合は測定を受けられません。

（同意した場合）その上で、測定することを承諾いたします。

平成 _____ 年 _____ 月 _____ 日

氏名（自署） _____ 年齢 _____ 歳 性別 _____ 男 _____ 女 _____

住所 _____

連絡先 _____

運営責任者
の確認印

薬生安発 0709 第 9 号
令和元年 7 月 9 日

日本製薬団体連合会
安全性委員会委員長 殿

厚生労働省医薬・生活衛生局医薬安全対策課長

「使用上の注意」の改訂について

医薬品の品質、有効性及び安全性に関する情報の収集、調査、検討等を踏まえ、医薬品の「使用上の注意」の改訂が必要と考えますので、下記のとおり必要な措置を講ずるよう貴会会員に周知徹底方お願い申し上げます。

記

1. 別紙 1 から別紙 10 のとおり、速やかに添付文書を改訂し、医薬関係者等への情報提供等の必要な措置を講ずること。
また、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和 35 年法律第 145 号。以下「法」という。）第 52 条の 2 第 1 項に規定する届出が必要な医薬品の添付文書を改訂する場合には、法第 52 条の 3 第 2 項に基づき独立行政法人医薬品医療機器総合機構宛て届出を行うこと。
2. 別紙 11 のとおり、できるだけ早い時期に添付文書を改訂し、医薬関係者等への情報提供等の必要な措置を講ずること。

別紙 1

【薬効分類】 2 1 9 その他の循環器官用薬

【医薬品名】 エポプロステノールナトリウム

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂
（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
副作用 重大な副作用 (新設)	副作用 重大な副作用 <u>血小板減少があらわれることがあるので、定期的に臨床検査を行うなど観察を十分に行い、異常が認められた場合には減量又は投与中止等の適切な処置を行うこと。</u>

【「医療用医薬品の添付文書等の記載要領について」（平成29年6月8日付け薬生発0608第1号局長通知）に基づく改訂
（新記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
8. 重要な基本的注意 (新設)	8. 重要な基本的注意 <u>血小板減少があらわれることがあるので、定期的に臨床検査を行うなど観察を十分に行うこと。</u>

11. 副作用

11.1 重大な副作用
(新設)

11. 副作用

11.1 重大な副作用
血小板減少

別紙2

【薬効分類】 429 その他の腫瘍用薬

【医薬品名】 ニボルマブ（遺伝子組換え）

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
副作用 重大な副作用 大腸炎、重度の下痢： 大腸炎、重度の下痢があらわれることがあるので、観察を十分に行い、持続する下痢、腹痛、血便等の症状があらわれた場合には、投与を中止するなど、適切な処置を行うこと。	副作用 重大な副作用 大腸炎、 <u>小腸炎</u> 、 <u>重度の下痢</u> ： 大腸炎、 <u>小腸炎</u> 、 <u>重度の下痢</u> があらわれることがあり、 <u>腸炎から穿孔、イレウスに至る例が報告されている</u> 。観察を十分に行い、持続する下痢、腹痛、血便等の症状があらわれた場合には、投与を中止するなど、適切な処置を行うこと。

【「医療用医薬品の添付文書等の記載要領について」（平成29年6月8日付け薬生発0608第1号局長通知）に基づく改訂（新記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
11. 副作用	11. 副作用

11.1 重大な副作用

大腸炎、重度の下痢

持続する下痢、腹痛、血便等の症状があらわれた場合には、投与を中止するなど、適切な処置を行うこと。

11.1 重大な副作用

大腸炎、小腸炎、重度の下痢

腸炎から穿孔、イレウスに至る例が報告されている。持続する下痢、腹痛、血便等の症状があらわれた場合には、投与を中止するなど、適切な処置を行うこと。

別紙 3

【薬効分類】 4 2 9 その他の腫瘍用薬

【医薬品名】 パルボシクリブ

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成 9 年 4 月 25 日付け薬発第 606 号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>警告 (新設)</p>	<p>警告 <u>間質性肺疾患があらわれ、死亡に至った症例も報告されているので、初期症状（呼吸困難、咳嗽、発熱等）の確認及び胸部X線検査の実施等、患者の状態を十分に観察すること。異常が認められた場合には、本剤の投与を中止し、必要に応じて、胸部CT、血清マーカー等の検査を実施するとともに、適切な処置を行うこと。</u></p>
<p>慎重投与 (新設)</p>	<p>慎重投与 <u>間質性肺疾患のある患者又はその既往歴のある患者</u></p>
<p>重要な基本的注意 間質性肺疾患があらわれることがあるので、本剤の投与にあ</p>	<p>重要な基本的注意 間質性肺疾患があらわれることがあるので、本剤の投与にあ</p>

つては、初期症状（呼吸困難、咳嗽、発熱等）の確認及び胸部X線検査の実施等、患者の状態を十分に観察すること。また、必要に応じて、胸部CT、血清マーカー等の検査を実施すること。

副作用

重大な副作用

間質性肺疾患：

間質性肺疾患があらわれることがあるので、患者の状態を十分に観察し、異常が認められた場合には、本剤の投与を中止するなど、適切な処置を行うこと。

つては、初期症状（呼吸困難、咳嗽、発熱等）の確認及び胸部X線検査の実施等、患者の状態を十分に観察すること。また、患者に副作用について説明するとともに、間質性肺疾患の初期症状が発現した場合には、速やかに医療機関を受診するよう説明すること。

副作用

重大な副作用

間質性肺疾患：

間質性肺疾患があらわれることがあるので、患者の状態を十分に観察し、異常が認められた場合には、本剤の投与を中止し、必要に応じて、胸部CT、血清マーカー等の検査を実施するとともに、適切な処置を行うこと。

別紙 4

【薬効分類】 4 2 9 その他の腫瘍用薬

【医薬品名】 ペムブロリズマブ（遺伝子組換え）

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>副作用 重大な副作用</p> <p>大腸炎、重度の下痢： 大腸炎、重度の下痢があらわれることがあるので、観察を十分に行い、持続する下痢、腹痛、血便等の症状が認められた場合には、本剤の投与中止等の適切な処置を行うこと。</p>	<p>副作用 重大な副作用</p> <p>大腸炎、<u>小腸炎</u>、<u>重度の下痢</u>： 大腸炎、<u>小腸炎</u>、<u>重度の下痢</u>があらわれることがあり、<u>腸炎から穿孔、イレウスに至る例が報告されている</u>。観察を十分に行い、持続する下痢、腹痛、血便等の症状が認められた場合には、本剤の投与中止等の適切な処置を行うこと。</p>

別紙 5

【薬効分類】 4 4 9 その他のアレルギー用薬

【医薬品名】 スギ花粉エキス原末

コナヒョウヒダニ抽出エキス及びヤケヒョウヒダニ抽出エキス

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>重要な基本的注意</p> <p>本剤の投与にあたっては、事前に患者等に対して次の点を十分に説明、指導すること。</p> <p>本剤を服用する前後2時間程度は、激しい運動、アルコール摂取、入浴等を避ける。</p>	<p>重要な基本的注意</p> <p>本剤の投与にあたっては、事前に患者等に対して次の点を十分に説明、指導すること。</p> <p>本剤服用前、及び本剤服用後2時間は、激しい運動、アルコール摂取、入浴等を避け、<u>また、服用後2時間以降にこれらを行う場合にもアナフィラキシー等の副作用の発現に注意する。</u></p>

別紙6

【薬効分類】 449 その他のアレルギー用薬

【医薬品名】 標準化スギ花粉エキス原液（舌下に投与するものに限る。）

ヤケヒョウヒダニエキス原末・コナヒョウヒダニエキス原末

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>重要な基本的注意</p> <p>本剤を服用する前後2時間程度は、激しい運動、アルコール摂取、入浴等を避けるよう患者等に指導すること。</p>	<p>重要な基本的注意</p> <p>本剤服用前、及び本剤服用後2時間は、激しい運動、アルコール摂取、入浴等を避けるよう、また、服用後2時間以降にこれらを行う場合にもアナフィラキシー等の副作用の発現に注意するよう患者等に指導すること。</p>

別紙 7

【薬効分類】 1 1 4 解熱鎮痛消炎剤

【医薬品名】 トラマドール塩酸塩（経口剤）

トラマドール塩酸塩・アセトアミノフェン

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
禁忌 (新設)	禁忌 <u>12歳未満の小児</u>
重要な基本的注意 <u>重篤な呼吸抑制があらわれるおそれがあるので、12歳未満の小児には投与しないこと。</u>	重要な基本的注意 (削除)

【「医療用医薬品の添付文書等の記載要領について」（平成29年6月8日付け薬生発0608第1号局長通知）に基づく改訂（新記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
2. 禁忌 (新設)	2. 禁忌 <u>12歳未満の小児</u>

別紙 8

【薬効分類】 1 1 4 解熱鎮痛消炎剤

【医薬品名】 トラマドール塩酸塩（注射剤）

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>禁忌 （新設）</p> <p>重要な基本的注意 <u>重篤な呼吸抑制があらわれるおそれがあるので、12歳未満の小児には投与しないこと。</u></p> <p><u>重篤な呼吸抑制のリスクが増加するおそれがあるので、18歳未満の扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の鎮痛には使用しないこと。</u></p>	<p>禁忌 <u>12歳未満の小児</u></p> <p><u>扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の鎮痛目的で使用する18歳未満の患者</u></p> <p>重要な基本的注意 （削除）</p>

【「医療用医薬品の添付文書等の記載要領について」（平成29年6月8日付け薬生発0608第1号局長通知）に基づく改訂（新記載要領）】

現行	改訂案
<p>2. 禁忌 (新設)</p> <p>9. 特定の背景を有する患者に関する注意</p> <p>9.1 合併症・既往歴等のある患者 <u>18歳未満の扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の患者</u> <u>鎮痛には使用しないこと。重篤な呼吸抑制のリスクが増加する</u> <u>おそれがある。</u></p> <p>9.7 小児等 <u>扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の小児</u> <u>鎮痛には使用しないこと。重篤な呼吸抑制のリスクが増加する</u> <u>おそれがある。</u></p>	<p>2. 禁忌 <u>12歳未満の小児</u></p> <p><u>扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の鎮痛目的で使用する18</u> <u>歳未満の患者</u></p> <p>9. 特定の背景を有する患者に関する注意</p> <p>9.1 合併症・既往歴等のある患者 (削除)</p> <p>9.7 小児等 (削除)</p>

別紙9

- 【薬効分類】 224 鎮咳去たん剤
 811 あへんアルカロイド系麻薬
- 【医薬品名】 コデインリン酸塩水和物（医療用医薬品）
 ジヒドロコデインリン酸塩（医療用医薬品）
- 【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>禁忌 （新設）</p> <p>重要な基本的注意 <u>重篤な呼吸抑制があらわれるおそれがあるので、12歳未満の小児には投与しないこと。</u></p> <p><u>重篤な呼吸抑制のリスクが増加するおそれがあるので、18歳未</u></p>	<p>禁忌 <u>12歳未満の小児</u></p> <p><u>扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の鎮痛目的で使用する18歳未満の患者</u></p> <p>重要な基本的注意 （削除）</p>

満の扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の鎮痛には使用しないこと。

【「医療用医薬品の添付文書等の記載要領について」（平成29年6月8日付け薬生発0608第1号局長通知）に基づく改訂（新記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>2. 禁忌 (新設)</p> <p>9. 特定の背景を有する患者に関する注意</p> <p>9.1 合併症・既往歴等のある患者 <u>18歳未満の扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の患者</u> <u>鎮痛には使用しないこと。重篤な呼吸抑制のリスクが増加するおそれがある。</u></p> <p>9.7 小児等 <u>扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の小児</u> <u>鎮痛には使用しないこと。重篤な呼吸抑制のリスクが増加するおそれがある。</u></p>	<p>2. 禁忌 <u>12歳未満の小児</u></p> <p><u>扁桃摘除術後又はアデノイド切除術後の鎮痛目的で使用する18歳未満の患者</u></p> <p>9. 特定の背景を有する患者に関する注意</p> <p>9.1 合併症・既往歴等のある患者 (削除)</p> <p>9.7 小児等 (削除)</p>

別紙 1 0

【薬効分類】 2 2 2 鎮咳剤

2 2 4 鎮咳去たん剤

【医薬品名】 ジヒドロコデインリン酸塩・キキョウ流エキス・カンゾウエキス・シャゼンソウエキス・

シャクヤクエキス（医療用医薬品）

ジヒドロコデインリン酸塩・d1-メチルエフェドリン塩酸塩・クロルフェニラミンマレイン酸塩（医療用医薬品）

ジヒドロコデインリン酸塩・ジプロフィリン・d1-メチルエフェドリン塩酸塩・

ジフェンヒドラミンサリチル酸塩・アセトアミノフェン・ブロモバレリル尿素（医療用医薬品）

ジヒドロコデインリン酸塩・エフェドリン塩酸塩・塩化アンモニウム（医療用医薬品）

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

【「医療用医薬品添付文書の記載要領について」（平成9年4月25日付け薬発第606号局長通知）に基づく改訂（旧記載要領）】

下線は変更箇所

現行	改訂案
<p>禁忌 （新設）</p> <p>重要な基本的注意 <u>重篤な呼吸抑制があらわれるおそれがあるので、12歳未満の小児には投与しないこと。</u></p>	<p>禁忌 <u>12歳未満の小児</u></p> <p>重要な基本的注意 （削除）</p>

別紙 1 1

【薬効分類】 かせ薬、鎮咳去痰薬

【医薬品名】 コデインリン酸塩水和物含有製剤（一般用医薬品）
ジヒドロコデインリン酸塩含有製剤（一般用医薬品）

【措置内容】 以下のように使用上の注意を改めること。

下線は変更箇所

現行	改訂案
してはいけないこと 次の人は服用しないこと (新設) 用法及び用量に関連する注意 <u>12歳未満の小児には、医師の診療を受けさせることを優先すること。</u>	してはいけないこと 次の人は服用しないこと <u>12歳未満の小児</u> ^{注1} 用法及び用量に関連する注意 (削除)

注1：用法及び用量で認められている最小の年齢が13歳以上の場合、「してはいけないこと」の項、外部の容器又は外部の被包の記載も「12歳未満」を最小の年齢に置き換えて追記すること。

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省労働基準局
安全衛生部長
(公印省略)

令和元年度「『見える』安全活動コンクール」の実施等について
(協力依頼)

労働安全衛生行政の推進につきましては、平素より格別の御協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

厚生労働省では、事業場・企業(以下「事業場等」という。)の安全活動の活性化を目的として、昨年度に続き、令和元年度「見える」安全活動コンクールを実施します(参考:令和元年7月22日付け報道発表(別添))。

については、本コンクールの実施について、下記のとおり広報に御協力くださいますようお願いいたします。

記

1 ホームページ上での周知

貴団体のホームページ内に「『見える』安全活動コンクール」特設ページや厚生労働省の報道発表ページへのリンクを設定し、厚生労働省が「『見える』安全活動コンクール」への応募を受付中であることと、「あんぜんプロジェクト」への参加事業場等を募集中であることについて、周知いただきますよう、ご協力をお願いいたします。

(参考)「『見える』安全活動コンクール」特設ページ

<http://anzeninfo.mhlw.go.jp/anzenproject/concour/oubo.html>

厚生労働省報道発表ページ

https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_05778.html

2 リーフレットを活用した周知

別途「『見える』安全活動コンクール」と「あんぜんプロジェクト」の周知用のリーフレットをお送りいたします。

当該リーフレットを活用して、傘下団体及び会員等に対して、コンクールへの応募・投票や、「あんぜんプロジェクト」への参加の呼びかけにご協力をお願いいたします。

なお、従前より「あんぜんプロジェクト」の参加事業場等に対し、STOP! 転倒災害プロジェクトとのコラボステッカーを配布しておりますので、併せて周知をお願いいたします。

(参考)リーフレット掲載ページ

3 安全衛生に係る優良事業場、団体又は功労者に対する厚生労働大臣表彰へ向けての周知

「経済財政運営と改革の基本方針2019（令和元年6月21日閣議決定）」において「サービス業で増加している高齢者の労働災害を防止するための取組を推進する」ことが盛り込まれたことから、高年齢労働者が安全で安心して働くことのできる職場環境の整備に関する先進的な取組みを募集するため、本年度より募集類型Ⅱ「高年齢労働者の特性等に配慮した労働災害防止の『見える化』」を新設しています。

本類型に応募した事業場等については、令和2年度「安全衛生に係る優良事業場、団体又は功労者に対する厚生労働大臣表彰」において表彰候補として検討することとしているため、積極的な応募に向けた勧奨をお願いいたします。

事 務 連 絡
令和元年 7 月 26 日

日本チェーンドラッグストア協会 御中

厚生労働省医薬・生活衛生局総務課

プレミアム付商品券事業に係る自治体Q&Aの送付について

プレミアム付商品券事業の実施につきましては、平素より多大なご理解及びご協力をいただき、厚く御礼申し上げます。

先般、プレミアム付商品券については、事業の概要等について「プレミアム付商品券事業について」（令和元年6月17日付事務連絡）にて周知したところです。

このことにつきまして、内閣府プレミアム付商品券事業担当室より別添の自治体Q&Aを市町村等へ送付しましたので、御了知いただくとともに、貴管下の関係者へ周知いただきますよう、お願いいたします。

なお、制度全般に関するお問い合わせは内閣府プレミアム付商品券専用ダイヤルへ、各市町村等における公募方法や公募時期等の詳細については、事業所の所在する市町村等へ御照会ください。また、市町村等における制度の詳細については、内閣府プレミアム付商品券特設ホームページ内の「各市区町村情報」ページもご参照ください。

(参考)

■内閣府プレミアム付商品券専用ダイヤル

TEL：0570-02-2036（平日のみ：9時から18時）

■内閣府プレミアム付商品券特設ホームページ

<https://www.02premium.go.jp>

プレミアム付商品券事業 自治体Q & A

問 プレミアム付商品券を「公的医療保険や公的介護保険の自己負担の支払いに充てることは可能」ということだが、公的医療保険等は必ず商品券の使用対象としなければならないということか。

答 本事業の商品券の用途については、実施要領において「市町村は、商品券の使用対象外となる物品又は役務（略）を定めることができる」とお示ししているところであり、自治体の判断により、当該自治体の区域内に所在する医療機関等における公的医療保険等の自己負担を使用対象外と定めることも可能という趣旨である。

なお、

- ・平成26年度補正予算で実施したプレミアム付商品券事業では、新たな消費喚起を事業目的としていたため公的医療保険等の自己負担に充てることは適当ではないと整理されていたが、今回の事業では、低所得者や小さな乳幼児がいる世帯を対象を限定した上で、こうした世帯の消費の下支えを事業目的としているため、利用者の利便性を考慮し、公的医療保険等の自己負担に充てることを可能としており、取扱が異なっていること、
- ・保険診療においては自己負担額を過不足なく徴収する必要があるため、釣銭を出せない本商品券によって一部負担金等の支払いを受ける際には、一部負担金等の額を超える額面の商品券を受領してはならないことについて注意が必要であること

から、事務連絡により公的医療保険等の自己負担に充てることが可能であること等をお示ししたところである。

こうした制度趣旨を踏まえ、商品券の使用対象をご検討いただきたい。

問 公的医療保険や公的介護保険等の自己負担の支払いにプレミアム付商品券を使用しても差し支えないということであるが、高額療養費や高額介護サービス費として支払額の一部が還付される場合は換金に該当するおそれはないか。

答 本商品券事業は、対象となる方々の消費税率引上げ直後の消費への影響を緩和し、税率引上げの10月1日から半年間の消費を下支えするために実施するもの。このため、消費にはつながらないと考えられる換金性の高い商品等については使用対象外物品等と想定されることを実施要領の中でお示ししている。

他方で、高額療養費や高額介護サービス費等は、医療機関等に受診（介護

サービスを利用)して現に支払った自己負担額について、一か月間の合計額が一定の限度額を超えた場合に、その超過額が保険者から還付されるものである。

公的医療保険等の自己負担の支払いに商品券を充てた場合は、支払い時点で必要な医療・介護に係る保険給付を受ける対価として自己負担額を支払っているものであり、仮に事後的に支払額に応じた還付があったとしても、換金目的の使用にはあたらないと考えている。

健発 0809 第 6 号
令和元年 8 月 9 日

日本チェーンドラッグストア協会会長 殿

厚生労働省健康局長
(公 印 省 略)

風しんの抗体検査・予防接種に関する啓発について (協力依頼)

平成 31 年 2 月 1 日に予防接種法施行令の一部を改正する政令 (平成 31 年政令第 20 号) 及び予防接種法施行規則及び予防接種実施規則の一部を改正する省令 (平成 31 年厚生労働省令第 9 号) が公布・施行され、令和 4 年 3 月 31 日までの間に限り、風しんに係る公的接種を受ける機会がなかった昭和 37 年 4 月 2 日から昭和 54 年 4 月 1 日までの間に生まれた (2019 年 4 月時点で 40 歳から 57 歳) 男性 (以下「対象男性」という。) が、風しんに係る定期の予防接種の対象者に追加されました。

この取組みの実施率を向上させるために、対象男性に対して、自治体から送付されるクーポン券を活用し、まず抗体検査を実施いただき、陰性だった場合には、風しんの予防接種 (乾燥弱毒生麻疹風しん混合ワクチン (MR ワクチン) の接種) を受けることについて、貴団体におかれましても、ポスターの掲示や対象男性への手交、待合室での動画の再生等の啓発に御協力をいただくようお願い申し上げます。

【啓発資材】

- | | |
|------|------------------------------|
| ポスター | 【資料 1】「ラグビー日本代表」を起用したポスター |
| | 【資料 2】「シティーハンター」を起用したポスター |
| 動画 | 【資料 3】「止めるぞ 風しん～おじさま世代の皆様へ～」 |
| 案内用紙 | 【資料 4】「止めるぞ 風しん」(名刺サイズのご案内) |
| | 【資料 5】クーポン券の使用上の注意 |

【啓発資材の電子媒体の掲載場所 厚生労働省 HP】

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/kenkou/kekkaku-kansenshou/rubella/index_00001.html

基本的なQ & A

Q 1 「風しん」とは、どんな病気ですか？

A 1 風しんは、感染者の飛まつ（唾液のしぶき）などによって他の人にうつるインフルエンザよりも感染力が強い感染症です。

Q 2 「風しん」にかかると危険なのですか？

A 2 風しんは実は怖い病気です。妊婦が感染すると高確率で子どもに難聴や白内障を引き起こします。

また、発疹などの自覚症状がなくても、感染を拡大させるおそれがあります。

Q 3 「風しん」にかからないようにするには、どうすればいいのですか？

A 3 風しんの予防には、予防接種を受けることによって、風しんウイルスに対する免疫（抗体）を獲得することが有効です。

Q 4 多くの方は既に抗体を持っているものなのですか？

A 4 過去に予防接種を受けた方は基本的に免疫（抗体）を持っていると考えられます。

（2019年4月時点で）40～57歳の世代の方では、過去に女性のみを対象に定期接種が実施され、同世代の男性は定期接種を受ける機会がなかったため、他の世代に比べて高い確率（約2割）で、免疫（抗体）を持っていません。

この世代の男性が昨年から続く風しん感染拡大の中心になっていると考えられています。

Q 5 では、40～57歳の男性はどうすればいいのですか？

A 5 多くの市区町村では、今年の4月から7月までに40～47歳の男性を対象に、風しんの抗体検査と予防接種を原則無料で受け

られるクーポン券を配布しています。

届いたクーポン券を使って、まずは抗体検査を受けていただき、抗体検査の結果、陰性だった場合には、予防接種を受けてください。

(2019年4月時点で)48~57歳の方でクーポン券の入手を希望される方や、送られたクーポン券を紛失した方は、お住まいの市区町村に御相談ください。市区町村で発行可能な場合があります。

Q6 クーポン券とはどんなものですか？お金がかかるのですか？

A6 クーポン券とは、対象者が風しんの抗体検査や予防接種を受けるために、医療機関や検診会場の窓口で提示する必要がある受診券のことで、お住まいの市区町村から送付されます。クーポン券に自己負担0円と書いてあれば、風しんの抗体検査や予防接種を無料でお受けいただけます。

Q7 風しんの抗体検査や予防接種はどこで受けられますか。

A7 風しんの抗体検査や予防接種は、本事業に参加している全国の医療機関等で受けられます。厚生労働省のHPで受診可能な医療機関等のリストを確認し、各医療機関へ事前に対応可能な時間帯等お問い合わせいただいた上で、受診して下さい。(夜間・休日に受けられる医療機関等もあります。)

その他、職場の定期健康診断等に併せて、風しんの抗体検査を受けられる場合もありますので、勤務先の健康管理部署にお問い合わせ下さい。

国自貨第 29 号
課酒 4 - 33
元食産第 647 号
20190723 商局第2号
20190725 中庁第1号
公取企第 31 号
令和元年 7 月 26 日

日本チェーンドラッグストア協会
会長 池野 隆光 殿

国土交通省 自動車局長



財務省 国税庁次長



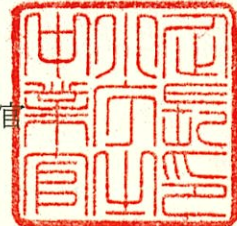
農林水産省 食料産業局長



経済産業省 大臣官房商務・サービス審議官



経済産業省 中小企業庁長官



公正取引委員会 事務総局 経済取引局取引部長



飲料配送中に貨物が毀損した場合の取扱いについて
(貨物自動車運送事業法に基づく標準貨物自動車運送約款の適用の明確化等 (適用細則))

平素より格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

飲料については、配送中の事故や急ブレーキ、路面環境などにより荷崩れ等が発生した場合、炭酸漏れ等の貨物の毀損状況が外観から判断しづらい面があり、こうした飲料の特性から、配送中の荷崩れ等により貨物に毀損が生じた場合、毀損範囲の決定や費用負担、廃棄方法等について、荷送人と運送事業者、あるいは運送事業者と荷受人との間でのトラブルや、その処理や損害賠償等に関して一方の当事者の納得が十分得られない形で処理がされるケースが発生しています。

こうしたことは、輸送効率の低下を招いたり、運送の引受けが困難となることにより、社会全体の効率性低下や安定的な輸送を損なうことに繋がるのみならず、公正かつ適正な取引の確保の観点からも問題となりうるものであり、発荷主、着荷主、出荷・入荷業務等の元請事業者、実運送事業者との交渉力や立場の違いにより、合理的でない処理が生じることは避けなければなりません。

一方で、前述のようなケースが生じることについては、飲料配送に関わる関係者間で、毀損範囲の決定や廃棄の費用負担等に関して、法律や標準貨物自動車運送約款を踏まえ、どう処理すべきかについて、これまで十分な整理がされていなかったことに起因する面も大きいと考えられます。このようなことから、今般、飲料メーカー、飲料配送関係者、関係省庁及び法律の専門家により検討を行い、荷崩れ等に際しての処理に関して、法律や標準貨物自動車運送約款がどのように運用されるべきかについて、「飲料配送研究会報告書」として取りまとめられました。

貨物自動車運送事業に関しては、貨物自動車運送事業法に基づき国土交通大臣が標準貨物自動車運送約款を定めており、多くの運送事業者が当該約款を用いています。運送約款は、運送契約の基礎を成すものであり、荷崩れ等が発生した場合の処理に際しては、特段の定めがある場合を除き、運送約款に基づき行うべきものです。本報告書（特に3・4）は、荷崩れ等が発生した際に、標準貨物自動車運送約款に従いどのように処理をすべきか、当該約款の適用について明確化したものです。

関係者におかれては、こうした趣旨を十分踏まえつつ、契約においては本報告書の内容を踏まえて責任関係を明確化するとともに、貨物の毀損等が発生した場合には本報告書に沿って処理を行って頂くようお願い致します。つきましては、本報告書を送付しますので、その内容及び上記の趣旨を傘下会員へ周知頂きますようお願いいたします。

また、同報告書の内容も踏まえ、国土交通省では飲料配送中に貨物が毀損した場合における標準貨物自動車運送約款の適用細則を定めております。加えて、貨物自動車運送事業者の団体に対して、傘下事業者に周知・徹底を図るよう別添のとおり通達するとともに、貨物自動車運送事業法に関する運用等を担う各地方運輸局等に対しても関係事業者に対して周知・指導を行う旨について通知を行っております。

国土交通省 自動車局 貨物課	TEL 03-5253-8575(直通)
財務省 国税庁 課税部 酒税課	TEL 03-3581-4161(内線 3306)
農林水産省 食料産業局 食品製造課	TEL 03-6744-2249(直通)
経済産業省 商務・サービスグループ 消費・流通政策課	TEL 03-3501-1708(直通)
経済産業省 中小企業庁 事業環境部 取引課	TEL 03-3501-1669(直通)
公正取引委員会 事務総局 経済取引局 取引部 企業取引課	TEL 03-3581-3373(直通)

経済産業省

20190724商局第1号
令和元年7月26日

日本チェーンドラッグストア協会
会長 池野 隆光 殿

経済産業省商務・サービス審議官 藤木 俊光



「製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書」の周知等について（御依頼）

平素より、小売業関係施策に御協力いただき誠にありがとうございます。

令和元年6月14日、公正取引委員会は、独占禁止法の優越的地位の濫用行為又は下請法違反行為の未然防止の取組の一環として「製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書」を公表しました。（※1）

本調査は、公正取引委員会が、有識者から「優越的な地位にある事業者が取引先の製造業者からノウハウや知的財産権を不当に吸い上げている」といった指摘が複数寄せられていることを踏まえ、実施したものです。調査結果として、①ノウハウの開示を強要される、②名ばかりの共同研究を強いられる、③特許出願に干渉される、④知的財産権の無償譲渡を強要される等のこれまであまり知られてこなかった多数の事例が報告されたところです。（※2）

この度、調査結果を踏まえ、公正取引委員会、経済産業省、特許庁及び中小企業庁より、製造業者のノウハウ・知的財産権に係る優越的地位の濫用行為等の未然防止のための対応依頼の連絡がございました。

小売業におかれましては、知的財産権の保護、優越的地位の濫用行為等の未然防止の観点から、調査報告書「製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書」について、傘下の会員企業宛てに周知いただくとともに、報告書に記載された事例のような不適切な行

為が行われないよう注意喚起をお願いいたします。

併せて、公正取引委員会では、知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等について情報収集に努めるとともに、違反行為に対しては厳正に対処していく（下請法違反行為については中小企業庁と連携して対処していく）旨についても周知願います。

(※1) 公正取引委員会HPにて公表

<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/jun/190614.html>

(※2) ただし、『優越的地位の濫用規制の観点から問題があると評価されるのは、これらの行為が「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に」(独占禁止法第2条第9項第5号)行われて製造業者に不利益を与える場合である。そのため、製造業者がノウハウや知的財産権の移転等に係る対価の支払を受けるなど、納得した上で取引先の要請を受け入れている場合や不利益が生じていない場合には、優越的地位の濫用として問題とはならない点に注意が必要である。』とされております。(「製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書」P. 23より抜粋)

以 上

商業動態統計月報

Monthly Report on the Current Survey of Commerce

2 0 1 9 年 5 月 分

May, 2019

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-

本統計表は、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[2013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2017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

コンビニエンスストア(日本標準産業分類 細分類5891)を50店舗以上有するチェーン企業本部で、経済産業大臣が指定する企業。

(5) 丁2票の対象範囲

日本標準産業分類に掲げる細分類5931-電気機械器具小売業(中古品を除く)又は細分類5932-電気事務機械器具小売業(中古品を除く)に属する事業所(売場面積500㎡以上の家電大型専門店)を10店舗以上有する企業で、経済産業大臣が指定する企業。

(6) 丁3票の対象範囲

日本標準産業分類に掲げる細分類6031-ドラッグストアに属する事業所を50店舗以上有する企業もしくはドラッグストアの年間販売額が100億円以上の企業で、経済産業大臣が指定する企業。

(7) 丁4票の対象範囲

日本標準産業分類に掲げる細分類6091-ホームセンターに属する事業所を10店舗以上有する企業もしくはホームセンターの年間販売額が200億円以上の企業で、経済産業大臣が指定する企業。

本統計表で用いている商品分類は、以下のとおりである。

商品分類等	内 容 例 示
AV家電	テレビ・プロジェクタ（CRT、液晶、PDP）、ビデオディスク、BD・DVD（再生専用、録画再生機）、BS・CS機器、ステレオ、スピーカ、AV編集機器、ラジオ・ポータブルオーディオ、GPSナビゲーション、ヘッドホン、マイクロホン、AV接続機器、電子楽器、VTR、携帯オーディオ機器、ホームオーディオ機器、メディアクリーナなど
情報家電	パソコン・パソコン周辺機器（デスクトップ型・ノート型パソコン、タブレット端末、モニタ、プリンタ等）、ゲーム関連機器、電子手帳・辞書、コピー・シュレッダーなど
通信家電	移動体通信機器（携帯電話機、パーソナル無線、データ通信カード・端末）、電話機・FAXなど
カメラ類	ビデオカメラ・デジキ、デジタルスチルカメラ（コンパクト型、一眼レフ）、カメラアクセサリ、交換レンズなど
生活家電	家事・調理家電（洗濯機・衣類乾燥機、ふとん乾燥機、冷蔵庫・冷凍庫、炊飯器、電子レンジ、オープンレンジ、食器洗い機・乾燥機、電磁調理器、クッキングヒーター、ホームベーカリー、トースター、電子炊飯ジャー、ジャーポット、電気ケトル、コンロ・ガステーブル、電気プレート・鍋、ジューサー・ミキサー類、コーヒーマーカー、もちつき機、精米機、家庭用ゴミ処理機、浄水器・カートリッジ、アイロン・ズボンプレスサ、クリーナ、スチーム・高圧洗浄クリーナ、掃除機等） 理美容・健康関連（シェーバー、ドライヤー・ヘアアイロン、フェイスケア器具、ボディケア器具、散髪器具、電動歯ブラシ、電気測定器具（電子血圧計、電子体温計、電子歩数計等）、フィットネス機器、電気マッサージ器具・治療器、吸入器等） 空調・季節家電（エアコン、冷風機・冷風扇、扇風機、換気扇、空気清浄機・除湿機・加湿器、石油暖房器具、温水ルームヒータ、電気温風機・電気ストーブ、家具調こたつ、電気カーペット、電気掛・敷毛布等）
その他	温水洗浄便座、24時間風呂、モニタ付ドアホン、火災警報器、照明器具、電池、管球、配線器具、自然冷媒ヒートポンプ給湯器など

(6) 第6部 ドラッグストア販売

本統計表は、丁3票（7. (6)参照）について集計した表である。

①本統計表で用いている商品分類は、以下のとおりである。

商品分類等	内 容 例 示
調剤医薬品	医師の処方箋に基づき調剤する医療用医薬品・漢方薬・生薬
OTC医薬品	医薬品（医師の処方箋によるものを除く）、漢方薬（医師の処方箋によるものを除く）、生薬（医師の処方箋によるものを除く）など 風邪薬、胃腸薬、目薬、皮膚治療薬、湿布薬、滋養強壮剤（医薬品）など
ヘルスケア用品 （衛生用品）・介 護・ベビー	ヘルスケア用品（脱脂綿、ほう帯、ガーゼ類、サポータ、マスク、体温計、紙おむつ、殺虫剤（農業用、産業用は除く）、コンタクトレンズ洗浄剤・保存液、衛生用品等） 介護用品（大人用紙オムツ、尿取りパット、介護用品、ステッキ、介護食等） ベビー用品（育児用ミルク、ベビーフード、ベビー飲料、紙オムツ、授乳用品等）
健康食品	健康食品、サプリメント、ダイエット食品等
ビューティー ケア（化粧品・ 小物）	化粧品（口紅、ファンデーション、化粧水、フレグランス、男性化粧品、浴用化粧品等） ビューティーケア小物（化粧品雑貨、化粧用ブラシ、コットン・スポンジ、つけまつげ、つけ爪、あぶらとり、ヘアブラシ等）
トイレタリー	歯みがき、歯ブラシ、シャンプー、リンス、ボディシャンプー、ヘアカラー、入浴剤、ハンドソープ、石けん（化粧、洗顔、浴用、薬用のもの）など
家庭用品・日用 消耗品・ペット 用品	家庭用品（バス・トイレ・キッチン用品、ファブリック、なべ、かま、キッチン用刃物、食器、卓上用品、清掃用品、包装用品、保安防災、避難用具等） 日用消耗品（住まいの洗剤、防虫剤、トイレトーパー、芳香剤、食器洗剤、ティッシュペーパー等） ペット用品（ペットフード、ペット用装飾品、ペット用医薬品、ペット用シャンプー、ペット用シート等）
食品	菓子類、米、飲料、日配品、加工品、酒類、冷凍食品など
その他	上記以外の衣料品、履物、カバン・袋物、書籍、文具・玩具など

②リンク係数表については、付表参照のこと。

5. 家電大型専門店販売額の動向

2019年5月の家電大型専門店販売額は3466億円、前年同月比で見ると7.0%の増加となった。
商品別にみると、生活家電が同14.9%の増加、通信家電が同6.0%の増加、その他が同5.9%の増加となった。
一方、カメラ類が同▲11.1%の減少、情報家電が同▲0.4%の減少、AV家電が同▲0.0%の横ばいとなった。

(単位:億円、店、%)

合計	AV 家電	情報 家電	通信 家電	カメラ類	生活 家電	その他	店舗数
3,466	426	655	267	139	1,619	361	2,500
7.0	▲0.0	▲0.4	6.0	▲11.1	14.9	5.9	1.2

6. ドラッグストア販売額の動向

2019年5月のドラッグストア販売額は5617億円、前年同月比で見ると6.1%の増加となった。
商品別にみると、その他が同12.6%の増加、調剤医薬品が同11.8%の増加、食品が同7.9%の増加、家庭用品・日用消耗品・ペット用品が同7.2%の増加、ビューティケア（化粧品・小物）が同4.8%の増加、OTC医薬品が同4.5%の増加、トイレタリーが同2.8%の増加、健康食品が同2.6%の増加、ヘルスケア用品（衛生用品）・介護・ベビーが同2.4%の増加となった。

(単位:億円、店、%)

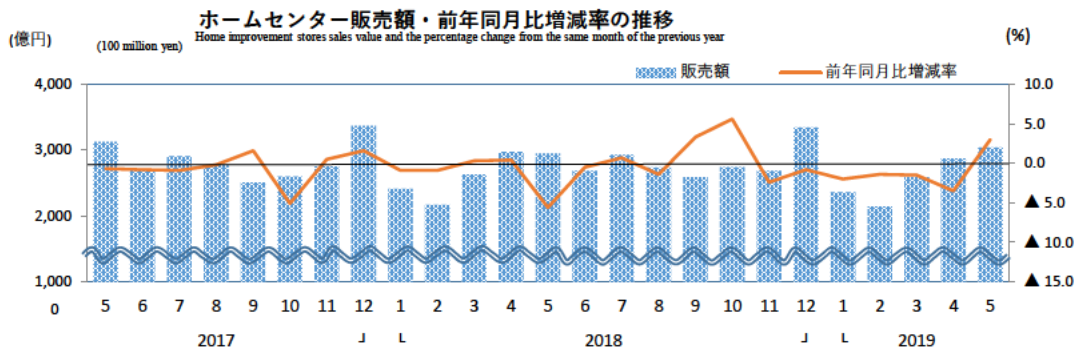
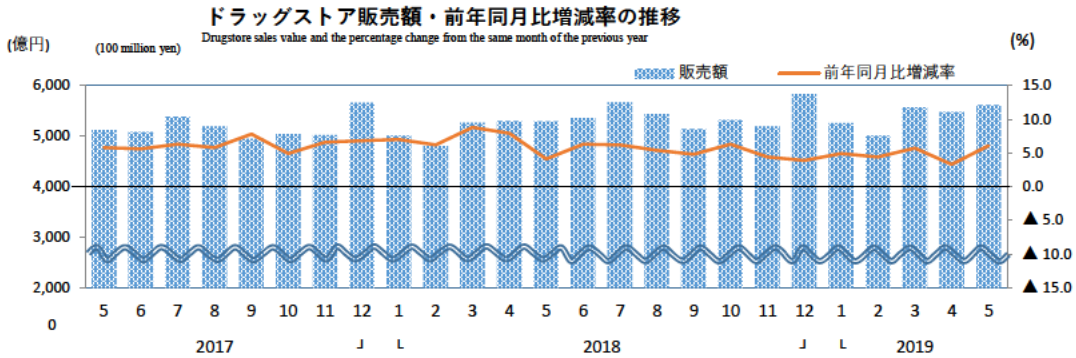
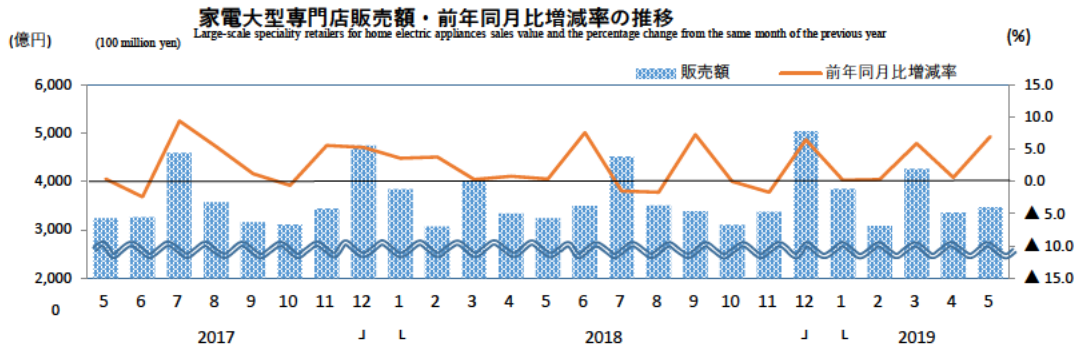
合計	調剤 医薬品	OTC 医薬品	ヘルスケア 用品(衛生用 品)・介護・ベ ビー	健康 食品	ビューティケ ア(化粧品・ 小物)	トイレ タリー	家庭用品・日 用消耗品・ ペット用品	食 品	その他	店舗数
5,617	344	758	350	188	853	525	869	1,628	103	16,035
6.1	11.8	4.5	2.4	2.6	4.8	2.8	7.2	7.9	12.6	5.3

7. ホームセンター販売額の動向

2019年5月のホームセンター販売額は3040億円、前年同月比で見ると3.0%の増加となった。
商品別にみると、カー用品・アウトドアが同8.8%の増加、園芸・エクステリアが同5.8%の増加、DIY用具・素材が同4.4%の増加、その他が同2.4%の増加、電気が同1.7%の増加、家庭用品・日用品が同1.0%の増加、ペット・ペット用品が同0.8%の増加、インテリアが同0.2%の増加となった。
一方、オフィス・カルチャーが同▲4.9%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
3,040	643	139	195	614	695	216	167	117	254	4,346
3.0	4.4	1.7	0.2	1.0	5.8	0.8	8.8	▲4.9	2.4	0.6



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 Sales value	前年比 (%)	店舗数 (店) establishments	販売額 Sales value	前年比 (%)	店舗数 (店) establishments	販売額 Sales value	前年比 (%)	店舗数 (店) establishments	
2016年	41,830	▲1.5	2,472	57,258	6.8	14,190	33,090	0.2	4,273	CY 2016
2017	43,115	3.1	2,529	60,580	5.4	15,049	32,942	▲0.4	4,304	2017
2018	43,912	2.1	2,498	63,644	5.9	15,660	32,853	▲0.3	4,346	2018
2016年度	41,984	▲0.7	2,478	57,729	5.3	14,509	33,040	▲0.4	4,271	FY 2016
2017	43,348	3.3	2,467	61,503	6.4	15,076	32,908	▲0.4	4,298	2017
2018	44,164	2.1	2,496	64,401	5.3	15,878	32,734	▲0.5	4,338	2018
2018年 1~3月	10,931	2.4	2,467	15,082	7.4	15,076	7,212	▲0.5	4,298	Q1 2018
4~6	10,070	2.9	2,478	15,954	6.1	15,284	8,609	▲2.0	4,317	Q2
7~9	11,397	0.9	2,483	16,249	5.5	15,454	8,259	0.8	4,322	Q3
10~12	11,514	2.2	2,498	16,359	4.8	15,660	8,773	0.6	4,338	Q4
2019年 1~3月	11,184	2.3	2,496	15,840	5.0	15,878	7,092	▲1.7	4,346	Q1 2019
2018年 3月	4,023	0.3	2,467	5,270	8.8	15,076	2,630	0.3	4,298	Mar 2018
4	3,334	0.8	2,470	5,302	7.9	15,155	2,973	0.4	4,316	Apr
5	3,240	0.4	2,471	5,293	4.1	15,227	2,951	▲5.6	4,319	May
6	3,496	7.6	2,478	5,359	6.3	15,284	2,686	▲0.5	4,317	Jun
7	4,516	▲1.5	2,478	5,670	6.2	15,338	2,931	0.7	4,321	Jul
8	3,499	▲1.7	2,481	5,436	5.4	15,372	2,737	▲1.4	4,317	Aug
9	3,381	7.3	2,483	5,143	4.8	15,454	2,590	3.3	4,322	Sep
10	3,099	0.0	2,484	5,321	6.3	15,481	2,744	5.6	4,324	Oct
11	3,371	▲1.7	2,496	5,199	4.4	15,581	2,685	▲2.4	4,337	Nov
12	5,044	6.5	2,498	5,839	3.9	15,660	3,345	▲0.8	4,346	Dec
2019年 1月	3,849	0.2	2,486	5,258	4.9	15,688	2,363	▲2.0	4,336	Jan 2019
2	3,074	0.3	2,490	5,010	4.4	15,748	2,139	▲1.4	4,333	Feb
3	4,261	5.9	2,496	5,571	5.7	15,878	2,590	▲1.5	4,338	Mar
4	3,354	0.6	2,502	5,478	3.3	15,958	2,870	▲3.5	4,345	Apr
5	3,466	7.0	2,500	5,617	6.1	16,035	3,040	3.0	4,346	May

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
2016年	5,725,801	375,156	829,612	401,195	197,031	852,185	562,640	881,506	1,491,466	135,010	14,190	CY 2016
2017	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
2018	6,364,419	389,421	880,698	424,010	217,745	963,666	603,589	967,365	1,806,148	111,777	15,660	2018
2016年度	5,772,937	367,209	836,223	401,793	198,639	860,281	566,208	890,454	1,516,667	135,463	14,509	FY 2016
2017	6,150,343	391,941	874,158	425,313	207,948	926,657	586,106	935,870	1,668,920	133,430	15,076	2017
2018	6,440,133	395,121	888,789	427,642	220,656	972,780	608,576	978,655	1,834,055	113,859	15,878	2018
2018年1~3月	1,508,244	97,348	218,755	110,322	50,343	223,167	139,771	219,405	423,545	25,588	15,076	Q1 2018
4~6	1,595,408	94,582	217,874	103,211	54,927	246,580	153,780	243,703	453,455	27,296	15,284	Q2
7~9	1,624,911	94,938	218,087	102,671	58,152	246,814	155,745	250,691	468,726	29,087	15,454	Q3
10~12	1,635,856	102,553	225,982	107,806	54,323	247,105	154,293	253,566	460,422	29,806	15,660	Q4
2019年1~3月	1,583,958	103,048	226,846	113,954	53,254	232,281	144,758	230,695	451,452	27,670	15,878	Q1 2019
2018年3月	526,978	35,409	78,840	36,132	17,606	81,466	48,586	74,650	145,585	8,704	15,076	Mar 2018
4	530,155	32,037	73,602	34,872	17,804	83,425	50,723	79,224	149,532	8,936	15,155	Apr
5	529,323	30,779	72,521	34,179	18,327	81,395	51,056	81,028	150,932	9,106	15,227	May
6	535,930	31,766	71,751	34,160	18,796	81,760	52,001	83,451	152,991	9,254	15,284	Jun
7	566,997	32,152	76,035	36,221	20,605	88,625	55,136	87,214	161,378	9,631	15,338	Jul
8	543,636	31,669	73,444	34,033	19,539	82,353	51,831	83,347	157,968	9,452	15,372	Aug
9	514,278	31,117	68,608	32,417	18,008	75,836	48,778	80,130	149,380	10,004	15,454	Sep
10	532,109	33,188	73,883	34,213	18,188	80,112	50,352	82,261	150,725	9,187	15,481	Oct
11	519,883	33,308	72,087	34,641	17,417	77,163	49,646	79,301	147,033	9,287	15,581	Nov
12	583,864	36,057	80,012	38,952	18,718	89,830	54,295	92,004	162,664	11,332	15,660	Dec
2019年1月	525,833	32,556	76,118	39,899	17,971	76,204	47,859	78,139	147,564	9,523	15,688	Jan 2019
2	501,034	33,814	68,915	36,708	16,901	71,357	45,713	72,514	146,441	8,671	15,748	Feb
3	557,091	36,678	81,813	37,347	18,382	84,720	51,186	80,042	157,447	9,476	15,878	Mar
4	547,770	36,695	74,132	34,890	18,016	83,934	50,650	80,987	158,790	9,676	15,958	Apr
5	561,661	34,413	75,789	34,995	18,802	85,266	52,490	86,856	162,798	10,252	16,035	May
2016年	6.8	3.0	4.9	3.2	3.4	5.1	5.0	8.3	11.4	7.2	4.7	CY 2016
2017	5.4	2.0	3.8	4.2	4.6	6.4	3.1	4.5	8.4	3.8	5.0	2017
2018	5.9	4.4	3.1	1.9	6.6	6.6	4.4	4.7	9.5	6.5	4.8	2018
2016年度	5.3	▲2.8	3.8	1.2	2.2	4.1	3.9	7.2	10.1	5.5	5.2	FY 2016
2017	6.4	6.8	4.5	5.9	4.7	7.6	3.4	4.7	9.4	4.8	4.7	2017
2018	5.3	3.6	2.7	1.1	7.1	5.5	4.4	4.7	8.4	7.1	5.3	2018
2018年1~3月	7.4	9.3	5.4	6.8	3.7	8.7	3.6	4.8	10.8	5.6	4.7	Q1 2018
4~6	6.1	2.8	3.6	0.9	6.2	7.6	5.7	4.9	9.4	5.2	5.0	Q2
7~9	5.5	1.3	1.5	0.4	9.3	5.6	4.8	4.2	9.7	10.2	4.9	Q3
10~12	4.8	4.4	2.2	▲0.4	6.9	4.8	3.5	4.8	8.0	5.0	4.8	Q4
2019年1~3月	5.0	5.9	3.7	3.3	5.8	4.1	3.6	5.1	6.6	8.1	5.3	Q1 2019
2018年3月	8.8	12.4	9.8	4.4	5.1	12.8	4.9	5.5	10.4	6.4	4.7	Mar 2018
4	7.9	4.2	7.2	2.3	6.9	11.9	7.1	5.3	10.5	4.1	4.6	Apr
5	4.1	3.0	1.2	▲1.0	5.7	5.4	3.1	2.9	7.6	0.8	4.9	May
6	6.3	1.3	2.4	1.4	6.0	5.6	6.9	6.5	10.2	11.1	5.0	Jun
7	6.2	2.9	2.8	2.1	10.6	6.1	5.3	4.4	10.4	5.9	5.0	Jul
8	5.4	2.8	1.0	0.1	10.3	6.9	4.9	3.0	9.5	6.2	4.9	Aug
9	4.8	▲1.6	0.7	▲1.0	6.9	3.6	4.2	5.3	9.1	19.1	4.9	Sep
10	6.3	5.2	3.4	1.9	7.8	7.4	5.7	6.1	8.9	3.6	4.8	Oct
11	4.4	4.0	1.7	▲0.7	8.2	4.2	2.7	3.8	8.0	3.8	4.8	Nov
12	3.9	4.1	1.6	▲2.0	4.8	3.1	2.2	4.6	7.3	7.1	4.8	Dec
2019年1月	4.9	5.8	4.5	5.3	8.9	3.7	2.6	4.2	5.9	7.6	4.9	Jan 2019
2	4.4	8.5	2.8	1.1	4.1	4.6	2.6	3.9	5.6	8.0	5.0	Feb
3	5.7	3.6	3.8	3.4	4.4	4.0	5.4	7.2	8.1	8.9	5.3	Mar
4	3.3	14.5	0.7	0.1	1.2	0.6	▲0.1	2.2	6.2	8.3	5.3	Apr
5	6.1	11.8	4.5	2.4	2.6	4.8	2.8	7.2	7.9	12.6	5.3	May

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	
2016年	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	CY 2016
2017	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
2018	262,421	692	424,391	1,093	2,724,376	6,705	776,216	1,939	961,747	2,322	332,238	813	194,766	512	659,041	1,513	29,223	71	2018
2016年度	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	FY 2016
2017	255,331	675	407,649	1,037	2,644,751	6,464	742,578	1,851	930,218	2,253	317,523	781	185,982	492	640,075	1,461	26,236	62	2017
2018	265,867	693	430,648	1,138	2,755,992	6,816	787,599	1,956	969,248	2,350	337,607	816	197,662	510	665,589	1,522	29,921	77	2018
2018年 1～3月	63,915	675	100,417	1,037	649,763	6,464	182,267	1,851	226,591	2,253	77,311	781	45,542	492	155,604	1,461	6,834	62	Q1 2018
4～6	64,858	676	105,984	1,055	681,812	6,551	194,092	1,874	245,216	2,286	81,940	802	48,670	498	165,455	1,477	7,381	65	Q2
7～9	67,711	683	111,134	1,071	691,184	6,603	198,045	1,901	243,789	2,322	86,132	807	50,067	503	169,314	1,498	7,535	66	Q3
10～12	65,937	692	106,856	1,093	701,617	6,705	201,812	1,939	246,151	2,322	86,855	813	50,487	512	168,668	1,513	7,473	71	Q4
2019年 1～3月	67,361	693	106,674	1,138	681,379	6,816	193,650	1,956	234,092	2,350	82,680	816	48,438	510	162,152	1,522	7,532	77	Q1 2019
2018年 3月	19,853	675	32,866	1,037	227,927	6,464	63,815	1,851	80,898	2,253	27,922	781	16,021	492	55,305	1,461	2,371	62	Mar 2018
4	21,474	674	35,303	1,043	226,847	6,498	64,382	1,859	82,044	2,269	26,880	792	16,241	492	54,573	1,464	2,411	64	Apr
5	21,056	676	34,460	1,047	226,607	6,531	64,187	1,861	81,199	2,277	27,436	801	16,135	496	55,754	1,473	2,489	65	May
6	22,328	676	36,221	1,055	228,358	6,551	65,523	1,874	81,973	2,286	27,624	802	16,294	498	55,128	1,477	2,481	65	Jun
7	22,331	679	37,758	1,065	242,687	6,568	68,461	1,880	86,085	2,297	31,132	803	17,489	497	58,465	1,484	2,589	65	Jul
8	23,162	679	37,970	1,070	230,114	6,574	65,971	1,887	81,297	2,301	28,407	806	17,125	502	57,105	1,488	2,485	65	Aug.
9	22,218	683	35,406	1,071	218,383	6,603	63,613	1,901	76,407	2,322	26,593	807	15,453	503	53,744	1,498	2,461	66	Sep
10	21,624	684	35,066	1,083	227,185	6,624	64,870	1,917	79,835	2,296	28,890	803	16,538	506	55,656	1,502	2,445	66	Oct
11	21,699	686	34,943	1,089	224,378	6,658	64,232	1,932	77,657	2,314	26,244	809	15,744	510	52,519	1,512	2,467	71	Nov.
12	22,614	692	36,847	1,093	250,054	6,705	72,710	1,939	88,659	2,322	31,721	813	18,205	512	60,493	1,513	2,561	71	Dec
2019年 1月	24,056	692	36,970	1,093	226,658	6,722	63,689	1,941	75,524	2,323	26,814	813	16,007	512	53,605	1,520	2,510	72	Jan 2019
2	22,482	693	34,171	1,098	213,993	6,749	61,968	1,951	74,089	2,336	25,360	814	15,312	511	51,205	1,520	2,454	76	Feb
3	20,823	693	35,533	1,138	240,728	6,816	67,993	1,956	84,479	2,350	30,506	816	17,119	510	57,342	1,522	2,568	77	Mar
4	22,440	695	37,080	1,143	234,092	6,848	66,976	1,967	83,358	2,365	27,177	825	16,897	514	57,141	1,525	2,609	76	Apr
5	22,379	697	37,489	1,151	241,257	6,884	68,734	1,975	84,381	2,379	29,487	829	17,457	513	57,833	1,528	2,644	79	May
2016年	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	CY 2016
2017	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
2018	4.1	2.5	5.7	6.9	5.2	4.7	6.7	5.2	8.0	4.2	6.3	4.8	6.8	6.4	4.8	4.7	17.9	14.5	2018
2016年度	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	FY 2016
2017	5.3	3.1	6.5	6.7	5.3	4.2	7.1	5.8	9.7	4.8	6.9	4.3	7.1	7.7	5.7	4.0	15.9	6.9	2017
2018	4.3	2.7	5.6	9.7	4.9	5.4	6.1	5.7	6.1	4.3	6.3	4.5	6.3	3.7	4.5	4.2	14.0	24.2	2018
2018年 1～3月	4.8	3.1	6.7	6.7	6.2	4.2	8.8	5.8	11.4	4.8	6.8	4.3	8.6	7.7	5.7	4.0	27.0	6.9	Q1 2018
4～6	5.2	2.9	6.1	7.0	5.1	4.5	6.6	5.2	9.3	5.0	5.4	6.4	5.9	7.6	4.9	4.3	23.1	12.1	Q2
7～9	3.3	2.7	5.4	6.7	5.0	4.6	5.5	4.7	6.7	5.4	7.3	5.9	6.8	7.5	4.8	4.6	13.8	10.0	Q3
10～12	3.3	2.5	4.8	6.9	4.5	4.7	5.9	5.2	5.1	4.2	5.6	4.8	6.1	6.4	4.1	4.7	10.2	14.5	Q4
2019年 1～3月	5.4	2.7	6.2	9.7	4.9	5.4	6.2	5.7	3.3	4.3	6.9	4.5	6.4	3.7	4.2	4.2	10.2	24.2	Q1 2019
2018年 3月	6.1	3.1	6.5	6.7	7.6	4.2	11.2	5.8	13.7	4.8	7.4	4.3	9.9	7.7	6.9	4.0	27.2	6.9	Mar 2018
4	6.0	2.9	8.0	6.3	7.3	4.2	8.3	5.1	10.8	4.6	7.2	6.0	8.1	7.4	6.2	3.8	24.3	10.3	Apr
5	4.5	3.2	4.2	6.4	3.2	4.7	4.8	5.1	7.4	4.6	2.1	6.4	2.8	7.6	3.0	4.0	25.1	12.1	May
6	5.2	2.9	6.2	7.0	4.9	4.5	6.8	5.2	9.9	5.0	7.1	6.4	6.9	7.6	5.4	4.3	19.9	12.1	Jun
7	0.7	2.7	5.5	7.0	5.9	4.6	6.1	5.1	8.3	5.4	8.4	6.4	6.8	7.3	5.1	4.4	17.8	10.2	Jul
8	4.0	2.4	5.8	7.2	4.8	4.4	4.9	4.9	7.5	5.1	6.1	6.2	7.0	8.0	4.5	4.3	11.0	8.3	Aug.
9	5.3	2.7	5.1	6.7	4.1	4.6	5.6	4.7	4.4	5.4	7.5	5.9	6.6	7.5	4.7	4.6	12.7	10.0	Sep
10	2.7	2.7	5.1	7.4	6.5	4.5	6.2	4.7	7.2	4.2	7.0	4.8	8.6	7.7	5.2	5.0	10.0	8.2	Oct
11	3.5	2.1	5.1	6.9	3.7	4.6	6.4	5.2	4.5	4.5	5.5	4.5	4.7	6.5	3.8	5.1	9.8	14.5	Nov.
12	3.8	2.5	4.3	6.9	3.4	4.7	5.2	5.2	3.9	4.2	4.5	4.8	5.1	6.4	3.4	4.7	10.7	14.5	Dec
2019年 1月	6.2	2.4	4.7	6.7	5.2	4.8	6.3	5.6	2.0	4.2	7.0	4.1	5.8	6.4	4.1	5.0	11.6	16.1	Jan 2019
2	5.1	2.7	6.0	6.8	3.7	4.8	5.8	5.9	3.4	4.7	4.2	3.4	6.4	5.8	5.0	4.9	10.8	22.6	Feb
3	4.9	2.7	8.1	9.7	5.6	5.4	6.5	5.7	4.4	4.3	9.3	4.5	6.9	3.7	3.7	4.2	8.3	24.2	Mar
4	4.5	3.1	5.0	9.6	3.2	5.4	4.0	5.8	1.6	4.2	1.1	4.2	4.0	4.5	4.7	4.2	8.2	18.8	Apr
5	6.3	3.1	8.8	9.9	6.5	5.4	7.1	6.1	3.9	4.5	7.5	3.5	8.2	3.4	3.7	3.7	6.2	21.5	May

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

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

第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

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

年 月	北海道 Hokkaido		青森 Aomori		岩手 Iwate		宮城 Miyagi		秋田 Akita		山形 Yamagata		Year and Month
	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments		
2016年	240,175	654	47,970	141	65,693	173	106,785	254	34,686	107	43,526	115	C Y 2016
2017	252,551	679	51,086	150	68,861	179	113,002	268	37,646	115	47,260	126	2017
2018	262,421	692	54,561	162	72,372	190	118,832	287	40,229	124	50,843	137	2018
2016年度	242,714	659	48,819	142	66,296	172	108,010	259	35,450	109	44,448	117	F Y 2016
2017	255,331	675	51,930	152	69,680	179	114,741	274	38,394	116	48,240	128	2017
2018	265,867	693	55,440	162	73,530	191	120,427	304	40,768	127	51,753	155	2018
2018年 1～3月	63,915	675	12,703	152	16,877	179	28,459	274	9,475	116	11,988	128	Q1 2018
4～6	64,858	676	13,602	155	18,056	184	29,767	277	9,947	117	12,752	132	Q2
7～9	67,711	683	14,275	160	18,970	185	30,855	279	10,593	122	13,443	134	Q3
10～12	65,937	692	13,981	162	18,469	190	29,751	287	10,214	124	12,660	137	Q4
2019年 1～3月	67,361	693	13,582	162	18,035	191	30,054	304	10,014	127	12,898	155	Q1 2019
2018年 3月	19,853	675	4,187	152	5,599	179	9,361	274	3,094	116	3,866	128	Mar 2018
4	21,474	674	4,533	154	6,007	180	9,969	274	3,299	117	4,235	130	Apr
5	21,056	676	4,468	154	5,915	181	9,636	274	3,247	117	4,121	132	May
6	22,328	676	4,601	155	6,134	184	10,162	277	3,401	117	4,396	132	Jun
7	22,331	679	4,804	159	6,496	185	10,562	277	3,582	120	4,563	134	Jul
8	23,162	679	4,883	160	6,489	186	10,437	279	3,639	120	4,597	134	Aug
9	22,218	683	4,588	160	5,985	185	9,856	279	3,372	122	4,283	134	Sep
10	21,624	684	4,606	161	6,095	189	9,737	283	3,336	123	4,168	136	Oct
11	21,699	686	4,450	162	5,938	189	9,766	285	3,356	123	4,213	138	Nov
12	22,614	692	4,925	162	6,436	190	10,248	287	3,522	124	4,279	137	Dec
2019年 1月	24,056	692	4,753	162	6,183	190	10,403	287	3,502	124	4,451	137	Jan 2019
2	22,482	693	4,366	162	5,712	191	9,577	289	3,200	124	4,148	138	Feb
3	20,823	693	4,463	162	6,140	191	10,074	304	3,312	127	4,299	155	Mar
4	22,440	695	4,760	164	6,285	189	10,416	308	3,495	128	4,572	155	Apr
5	22,379	697	4,870	165	6,521	189	10,431	308	3,610	130	4,507	156	May
2016年	7.4	6.2	10.2	11.0	3.7	1.8	3.4	5.8	11.5	9.2	7.0	10.6	C Y 2016
2017	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
2018	4.1	2.5	6.8	8.0	5.1	6.1	5.2	7.1	6.9	7.8	7.6	8.7	2018
2016年度	5.6	6.1	9.5	10.9	4.4	2.4	4.8	6.6	10.8	10.1	9.3	9.3	F Y 2016
2017	5.3	3.1	6.4	7.0	5.1	4.1	6.2	5.8	8.3	6.4	8.5	9.4	2017
2018	4.3	2.7	6.8	6.6	5.5	6.7	5.0	10.9	6.2	9.5	7.3	21.1	2018
2018年 1～3月	4.8	3.1	7.1	7.0	5.1	4.1	6.5	5.8	8.6	6.4	8.9	9.4	Q1 2018
4～6	5.2	2.9	6.5	7.6	5.3	5.7	5.8	5.3	6.7	5.4	8.7	10.9	Q2
7～9	3.3	2.7	7.4	8.8	5.1	4.5	4.9	5.3	6.0	7.0	7.0	10.7	Q3
10～12	3.3	2.5	6.2	8.0	4.9	6.1	3.6	7.1	6.4	7.8	5.8	8.7	Q4
2019年 1～3月	5.4	2.7	6.9	6.6	6.9	6.7	5.6	10.9	5.7	9.5	7.6	21.1	Q1 2019
2018年 3月	6.1	3.1	7.2	7.0	3.7	4.1	6.6	5.8	8.3	6.4	9.4	9.4	Mar 2018
4	6.0	2.9	7.0	6.9	6.1	4.7	7.8	5.4	7.2	5.4	11.2	9.2	Apr
5	4.5	3.2	6.0	6.9	3.8	4.0	3.6	5.0	5.6	5.4	6.3	10.9	May
6	5.2	2.9	6.6	7.6	6.0	5.7	5.9	5.3	7.2	5.4	8.6	10.9	Jun
7	0.7	2.7	4.7	9.7	4.7	5.1	4.6	4.5	7.0	8.1	9.4	11.7	Jul
8	4.0	2.4	8.2	9.6	5.5	5.1	6.0	5.7	5.4	8.1	5.8	10.7	Aug
9	5.3	2.7	9.5	8.8	5.1	4.5	4.0	5.3	5.4	7.0	5.9	10.7	Sep
10	2.7	2.7	6.3	8.8	5.7	6.2	4.0	6.8	5.4	7.9	6.2	11.5	Oct
11	3.5	2.1	7.0	8.7	4.6	5.6	3.8	6.7	7.5	7.0	5.8	9.5	Nov
12	3.8	2.5	5.4	8.0	4.4	6.1	3.0	7.1	6.4	7.8	5.5	8.7	Dec
2019年 1月	6.2	2.4	6.5	8.0	4.4	6.1	4.1	6.7	4.4	7.8	5.6	7.9	Jan 2019
2	5.1	2.7	7.7	8.0	6.7	6.7	5.2	6.6	5.7	6.9	6.2	8.7	Feb
3	4.9	2.7	6.6	6.6	9.7	6.7	7.6	10.9	7.0	9.5	11.2	21.1	Mar
4	4.5	3.1	5.0	6.5	4.6	5.0	4.5	12.4	5.9	9.4	8.0	19.2	Apr
5	6.3	3.1	9.0	7.1	10.2	4.4	8.3	12.4	11.2	11.1	9.4	18.2	May

Sales value (million yen) ・ Number of establishments

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

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

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

第3表 都道府県別販売額等及び前年(度、同期、同月)比増減率

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

年 月	福島 Fukushima		茨城 Ibaraki		栃木 Tochigi		群馬 Gunma		埼玉 Saitama		千葉 Chiba		東京 Tokyo	
	店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments		店舗数 Establishments	
2016年	78,886	171	153,921	332	109,717	214	108,220	275	352,599	959	284,809	710	614,519	1,536
2017	83,518	184	158,509	348	116,508	232	109,855	279	368,008	994	298,809	762	646,690	1,684
2018	87,554	193	165,558	379	122,669	263	115,586	289	382,721	1,032	311,774	795	676,610	1,715
2016年度	79,917	173	154,820	332	110,905	218	108,169	269	355,138	971	286,510	728	616,688	1,646
2017	84,664	188	159,941	354	118,113	235	111,309	284	371,362	997	302,728	766	656,847	1,672
2018	88,730	199	167,749	380	124,276	266	117,077	293	387,229	1,046	315,272	796	683,010	1,783
2018年1～3月	20,915	188	39,441	354	29,269	235	27,697	284	90,832	997	74,255	766	163,147	1,672
4～6	21,860	190	41,173	359	30,618	250	28,820	285	96,036	1,019	77,730	777	170,852	1,677
7～9	22,998	191	43,179	366	32,018	257	29,468	286	96,837	1,023	78,953	779	168,945	1,684
10～12	21,781	193	41,765	379	30,764	263	29,601	289	99,016	1,032	80,836	795	173,666	1,715
2019年1～3月	22,091	199	41,632	380	30,876	266	29,188	293	95,340	1,046	77,753	796	169,547	1,783
2018年3月	6,759	188	13,140	354	9,751	235	9,404	284	31,887	997	25,940	766	59,132	1,672
4	7,260	188	13,518	356	10,148	239	9,559	285	31,736	1,006	25,590	769	57,741	1,671
5	7,073	189	13,512	357	10,026	245	9,486	287	32,181	1,014	25,911	773	56,577	1,672
6	7,527	190	14,143	359	10,444	250	9,775	285	32,119	1,019	26,229	777	56,534	1,677
7	7,751	190	14,879	361	10,848	250	10,102	285	34,286	1,021	27,647	780	60,205	1,678
8	7,925	191	14,688	363	11,011	252	9,980	286	31,949	1,021	26,229	775	55,505	1,680
9	7,322	191	13,612	366	10,159	257	9,386	286	30,602	1,023	25,077	779	53,235	1,684
10	7,124	191	13,606	370	9,963	259	9,489	288	32,046	1,025	25,583	779	56,795	1,693
11	7,220	192	13,514	372	10,065	260	9,594	288	31,357	1,027	26,660	783	55,103	1,708
12	7,437	193	14,645	379	10,736	263	10,518	289	35,613	1,032	28,593	795	61,768	1,715
2019年1月	7,678	193	14,258	378	10,548	263	9,846	290	31,631	1,034	25,874	795	55,218	1,726
2	7,168	194	13,328	378	10,007	265	9,483	292	29,526	1,042	24,453	796	52,704	1,731
3	7,245	199	14,046	380	10,321	266	9,859	293	34,183	1,046	27,426	796	61,625	1,783
4	7,552	199	14,066	380	10,562	268	9,876	294	32,230	1,049	26,280	803	59,584	1,791
5	7,550	203	14,153	383	10,421	272	9,984	294	33,972	1,055	27,913	808	60,563	1,799
2016年	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
2017	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
2018	4.8	4.9	4.4	8.9	5.3	13.4	5.2	3.6	4.0	3.8	4.5	4.6	7.4	3.8
2016年度	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
2017	5.9	8.7	3.3	6.6	6.5	7.8	2.9	5.6	4.6	2.7	5.4	5.5	5.4	3.5
2018	4.8	5.9	4.9	7.3	5.2	13.2	5.2	3.2	4.3	4.9	4.3	3.9	6.0	6.6
2018年1～3月	5.8	8.7	3.8	6.6	5.8	7.8	5.5	5.6	3.8	2.7	5.7	5.5	9.4	3.5
4～6	5.3	8.6	4.6	8.5	5.9	12.1	5.2	5.6	3.8	3.6	4.4	6.0	7.5	2.8
7～9	4.2	6.1	5.0	9.6	4.5	13.2	4.5	4.4	4.3	4.5	4.4	4.6	6.4	2.2
10～12	4.1	4.9	4.4	8.9	5.0	13.4	5.7	3.6	4.0	3.8	3.5	4.6	6.2	3.8
2019年1～3月	5.6	5.9	5.6	7.3	5.5	13.2	5.4	3.2	5.0	4.9	4.7	3.9	3.9	6.6
2018年3月	5.7	8.7	4.2	6.6	6.2	7.8	6.7	5.6	4.1	2.7	6.7	5.5	13.1	3.5
4	8.8	7.4	7.5	7.2	9.4	9.1	7.4	6.3	5.2	2.8	6.6	5.5	10.0	3.0
5	2.6	8.0	1.6	7.9	4.0	11.4	3.6	5.9	2.3	3.5	2.4	5.6	5.3	3.3
6	4.6	8.6	4.8	8.5	4.5	12.1	4.6	5.6	4.0	3.6	4.4	6.0	7.2	2.8
7	4.7	6.7	5.6	8.4	5.3	12.1	5.4	5.6	5.8	4.3	4.7	5.7	7.7	2.3
8	4.5	6.7	4.1	9.0	4.2	11.5	4.0	5.1	4.0	4.4	5.2	4.4	6.2	2.3
9	3.3	6.1	5.2	9.6	4.1	13.2	3.9	4.4	3.0	4.5	3.4	4.6	5.3	2.2
10	4.5	5.5	5.7	10.1	6.7	14.1	6.8	3.6	5.5	3.9	5.3	4.4	9.2	2.9
11	4.5	4.9	4.2	8.8	4.7	12.6	5.1	3.2	2.7	3.6	2.9	4.7	5.0	3.5
12	3.4	4.9	3.5	8.9	3.8	13.4	5.4	3.6	3.9	3.8	2.5	4.6	4.8	3.8
2019年1月	4.3	4.9	4.5	8.0	5.3	15.4	5.0	2.8	5.7	3.7	4.9	4.1	4.3	4.1
2	5.5	4.9	5.3	8.0	5.3	12.3	6.3	3.9	1.8	4.3	3.4	3.6	3.2	4.3
3	7.2	5.9	6.9	7.3	5.8	13.2	4.8	3.2	7.2	4.9	5.7	3.9	4.2	6.6
4	4.0	5.9	4.1	6.7	4.1	12.1	3.3	3.2	1.6	4.3	2.7	4.4	3.2	7.2
5	6.7	7.4	4.7	7.3	3.9	11.0	5.2	2.4	5.6	4.0	7.7	4.5	7.0	7.6

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.

神奈川県 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			
422,984	946	97,602	279	65,866	155	74,422	154	54,302	110	45,486	128	68,663	208	C Y	2016
447,255	1,031	103,308	294	69,350	156	77,075	163	58,990	116	47,822	137	74,654	222		2017
458,242	1,063	107,668	312	73,700	159	81,428	169	66,380	133	50,576	140	79,776	231		2018
424,953	1,008	98,745	285	66,237	156	74,291	158	53,787	111	45,713	130	69,470	211	F Y	2016
451,940	1,028	104,133	304	70,640	157	78,364	163	60,583	121	48,590	136	76,457	223		2017
462,745	1,074	109,398	315	74,535	157	82,772	170	68,468	134	51,028	140	80,945	233		2018
109,466	1,028	25,092	304	17,355	157	19,120	163	14,947	121	11,898	136	19,182	223	Q1	2018
114,487	1,041	26,824	306	18,365	156	20,239	163	16,469	126	12,654	138	19,595	227	Q2	
115,549	1,049	28,050	309	19,033	158	20,970	166	17,328	130	12,999	138	20,565	232	Q3	
118,740	1,063	27,702	312	18,947	159	21,099	169	17,636	133	13,025	140	20,434	231	Q4	
113,969	1,074	26,822	315	18,190	157	20,464	170	17,035	134	12,350	140	20,351	233	Q1	2019
38,661	1,028	8,502	304	5,781	157	6,406	163	5,110	121	4,110	136	6,660	223	Mar	2018
37,916	1,034	8,839	306	6,082	157	6,733	164	5,371	124	4,205	137	6,503	225	Apr	
38,355	1,042	8,851	306	6,027	156	6,600	162	5,446	125	4,219	137	6,495	227	May	
38,216	1,041	9,134	306	6,256	156	6,906	163	5,652	126	4,230	138	6,597	227	Jun	
40,806	1,044	9,615	306	6,287	158	6,936	164	5,836	127	4,543	138	7,048	228	Jul	
38,380	1,045	9,504	307	6,575	157	7,220	164	5,890	129	4,415	138	7,021	228	Aug	
36,363	1,049	8,931	309	6,171	158	6,814	166	5,602	130	4,041	138	6,496	232	Sep	
38,664	1,052	8,810	308	6,022	159	6,687	166	5,620	131	4,294	139	6,515	230	Oct	
37,906	1,058	8,842	309	6,136	159	6,857	168	5,730	132	4,149	139	6,552	231	Nov	
42,170	1,063	10,050	312	6,789	159	7,555	169	6,286	133	4,582	140	7,367	231	Dec	
37,853	1,065	9,225	313	6,215	159	6,875	169	5,621	133	4,243	140	6,852	231	Jan	2019
35,676	1,070	8,478	315	5,907	158	6,722	170	5,608	132	4,023	140	6,377	231	Feb	
40,440	1,074	9,119	315	6,068	157	6,867	170	5,806	134	4,084	140	7,122	233	Mar	
39,043	1,079	9,156	318	6,371	160	6,971	170	5,728	134	4,293	141	6,888	234	Apr	
41,582	1,086	9,327	318	6,418	161	7,135	170	6,010	135	4,309	142	6,985	235	May	
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	C Y	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
3.4	4.1	4.2	6.1	6.3	1.9	5.6	3.7	12.5	14.7	6.1	2.9	6.9	4.1		2018
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	F Y	2016
5.1	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
3.1	4.5	5.1	3.6	5.5	0.0	5.6	4.3	13.0	10.7	5.3	2.9	5.9	4.5		2018
5.4	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
2.7	2.7	5.4	7.0	8.3	▲1.3	5.1	1.9	11.7	11.5	5.8	7.8	6.8	7.1	Q2	
3.3	3.1	4.4	7.3	4.5	0.6	3.2	3.8	10.9	12.1	6.0	3.8	6.5	7.9	Q3	
2.3	4.1	3.7	6.1	4.6	1.9	7.2	3.7	15.5	14.7	5.4	2.9	4.1	4.1	Q4	
4.1	4.5	6.9	3.6	4.8	0.0	7.0	4.3	14.0	10.7	3.8	2.9	6.1	4.5	Q1	2019
7.6	3.0	2.2	6.7	10.2	0.6	10.2	3.2	14.8	9.0	6.3	5.4	10.4	5.7	Mar	2018
4.8	2.8	7.1	7.7	8.4	0.6	9.0	2.5	10.3	10.7	8.1	6.2	7.8	7.1	Apr	
1.4	3.4	3.4	7.4	8.4	0.6	3.4	1.3	11.1	10.6	3.3	6.2	5.3	8.1	May	
2.1	2.7	5.8	7.0	8.0	▲1.3	3.2	1.9	13.8	11.5	6.1	7.8	7.4	7.1	Jun	
4.1	3.2	5.0	7.0	3.4	0.0	1.4	3.1	10.8	12.4	6.5	5.3	7.6	7.0	Jul	
4.5	3.2	2.5	7.3	4.5	▲1.3	3.4	3.1	10.2	12.2	7.4	5.3	5.4	6.0	Aug	
1.1	3.1	5.7	7.3	5.8	0.6	5.0	3.8	11.7	12.1	4.1	3.8	6.6	7.9	Sep	
4.9	3.4	3.3	6.9	3.6	▲0.6	4.8	1.8	15.3	13.9	8.2	3.7	4.2	4.5	Oct	
1.7	4.1	4.1	6.6	4.7	0.6	8.5	2.4	16.9	14.8	5.3	2.2	4.2	5.0	Nov	
0.5	4.1	3.7	6.1	5.4	1.9	8.3	3.7	14.4	14.7	3.0	2.9	4.0	4.1	Dec	
4.7	4.3	9.7	6.5	6.9	1.9	7.8	3.0	13.7	11.8	6.9	2.9	6.3	3.6	Jan	2019
3.0	4.6	3.7	5.7	2.6	3.9	6.1	3.7	14.6	7.3	5.3	2.9	4.9	3.1	Feb	
4.6	4.5	7.3	3.6	5.0	0.0	7.2	4.3	13.6	10.7	▲0.6	2.9	6.9	4.5	Mar	
3.0	4.4	3.6	3.9	4.8	1.9	3.5	3.7	6.6	8.1	2.1	2.9	5.9	4.0	Apr	
8.4	4.2	5.4	3.9	6.5	3.2	8.1	4.9	10.4	8.0	2.1	3.6	7.5	3.5	May	

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		静岡		愛知		三重		滋賀		京都		大阪	
	Gifu		Shizuoka		Aichi		Mie		Shiga		Kyoto		Osaka	
	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数	店舗数
	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments	Establishments
2016年	127,723	360	227,791	448	353,923	848	66,549	203	59,781	177	89,840	264	374,188	859
2017	138,903	388	240,372	466	369,034	911	73,428	225	63,668	182	98,675	281	402,896	906
2018	152,606	408	253,196	486	389,544	968	78,938	235	69,121	195	107,571	293	416,463	896
2016年度	129,042	361	229,571	449	356,410	864	67,427	211	60,298	175	91,360	269	376,653	883
2017	142,855	385	243,331	465	375,484	917	75,235	229	65,203	180	100,843	279	410,859	895
2018	155,687	412	257,263	490	394,584	978	80,021	239	70,622	195	109,701	300	414,748	903
2018年 1～3月	35,133	385	59,484	465	91,928	917	18,731	229	16,146	180	24,694	279	100,022	895
4～6	38,019	394	63,023	472	97,738	931	19,731	230	17,136	189	27,365	283	108,662	901
7～9	39,421	403	64,621	480	98,625	942	19,996	232	17,523	191	27,176	286	104,464	920
10～12	40,033	408	66,068	486	101,253	968	20,480	235	18,316	195	28,336	293	103,315	896
2019年 1～3月	38,214	412	63,551	490	96,968	978	19,814	239	17,647	195	26,824	300	98,307	903
2018年 3月	12,419	385	20,740	465	32,616	917	6,593	229	5,653	180	8,913	279	36,286	895
4	12,509	387	21,092	470	32,529	922	6,529	229	5,623	184	9,134	283	36,836	893
5	12,635	389	20,994	471	32,403	925	6,522	229	5,693	187	9,063	283	35,954	898
6	12,875	394	20,937	472	32,806	931	6,680	230	5,820	189	9,168	283	35,872	901
7	13,559	394	22,708	477	34,664	933	7,015	231	6,150	189	9,680	285	37,052	906
8	13,086	398	21,432	479	32,406	936	6,684	232	5,814	189	9,068	284	34,982	909
9	12,776	403	20,481	480	31,555	942	6,297	232	5,559	191	8,428	286	32,430	920
10	12,942	405	21,420	481	32,626	954	6,593	233	5,874	193	9,192	289	33,771	885
11	12,759	406	20,636	483	32,061	964	6,419	235	5,772	196	8,973	292	32,710	893
12	14,332	408	24,012	486	36,566	968	7,468	235	6,670	195	10,171	293	36,834	896
2019年 1月	12,355	408	21,110	487	31,761	970	6,483	235	5,843	196	8,683	293	31,003	895
2	12,304	411	19,938	489	30,750	973	6,285	239	5,574	196	8,453	293	31,155	903
3	13,555	412	22,503	490	34,457	978	7,046	239	6,230	195	9,688	300	36,149	903
4	13,093	415	22,114	491	33,693	985	6,848	237	6,120	198	9,664	301	35,987	913
5	13,770	418	22,048	492	34,467	989	6,944	237	6,253	200	9,780	303	35,899	920
前年(度・同期・同月)比増減率(%)														
2016年	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
2017	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
2018	9.9	5.2	5.5	4.5	5.6	6.3	7.5	4.4	8.6	7.1	10.1	6.2	7.6	1.0
2016年度	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
2017	10.7	6.6	6.0	3.8	5.4	6.1	11.6	8.5	8.1	2.9	10.7	5.7	10.2	3.5
2018	9.0	7.0	5.8	5.4	5.1	6.7	6.4	4.4	8.3	8.3	9.6	7.5	4.1	0.9
2018年 1～3月	12.7	6.6	5.4	3.8	7.5	6.1	10.7	8.5	10.5	2.9	10.8	5.7	13.1	3.5
4～6	9.3	6.5	5.1	3.5	5.4	5.8	7.8	7.5	6.8	6.8	11.5	5.6	11.3	3.8
7～9	9.1	6.1	5.9	5.3	4.7	5.1	6.4	4.0	8.4	6.1	9.7	5.1	5.3	4.5
10～12	8.8	5.2	5.5	4.5	4.8	6.3	5.6	4.4	8.7	7.1	8.8	6.2	1.6	1.0
2019年 1～3月	8.8	7.0	6.8	5.4	5.5	6.7	5.8	4.4	9.3	8.3	8.6	7.5	▲1.7	0.9
2018年 3月	13.7	6.6	4.3	3.8	10.6	6.1	11.8	8.5	11.3	2.9	13.2	5.7	16.8	3.5
4	9.5	4.6	7.4	3.1	7.7	6.1	8.4	7.0	6.8	5.1	14.0	6.0	13.3	2.9
5	7.7	5.7	3.1	3.3	3.2	5.8	5.8	7.0	4.4	5.6	8.4	5.6	10.3	3.8
6	10.6	6.5	4.9	3.5	5.4	5.8	9.2	7.5	9.1	6.8	12.2	5.6	10.4	3.8
7	9.1	5.1	6.9	4.6	5.9	5.7	8.4	7.9	10.2	6.8	12.2	5.9	7.5	4.4
8	8.3	5.9	4.3	5.0	3.7	5.2	6.6	7.9	7.6	5.6	9.8	5.2	7.4	4.1
9	9.9	6.1	6.4	5.3	4.4	5.1	4.0	4.0	7.4	6.1	6.8	5.1	0.7	4.5
10	10.0	5.5	7.4	4.1	5.3	5.8	7.1	5.0	8.8	6.6	10.7	5.5	4.2	0.8
11	9.4	5.5	4.9	3.9	5.6	6.4	4.0	4.9	9.4	8.9	7.9	6.2	0.9	0.8
12	7.2	5.2	4.4	4.5	3.7	6.3	5.6	4.4	8.1	7.1	7.9	6.2	▲0.1	1.0
2019年 1月	8.2	6.3	6.3	5.0	5.6	6.7	4.4	4.4	10.3	8.3	9.2	6.9	▲4.3	0.8
2	8.9	6.5	5.6	4.9	5.2	6.1	6.0	6.7	7.3	7.7	8.0	6.9	▲0.6	1.8
3	9.1	7.0	8.5	5.4	5.6	6.7	6.9	4.4	10.2	8.3	8.7	7.5	▲0.4	0.9
4	4.7	7.2	4.8	4.5	3.6	6.8	4.9	3.5	8.8	7.6	5.8	6.4	▲2.3	2.2
5	9.0	7.5	5.0	4.5	6.4	6.9	6.5	3.5	9.8	7.0	7.9	7.1	▲0.2	2.4

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

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

兵庫 Hyogo		奈良 Nara		和歌山 Wakayama		鳥取 Tottori		島根 Shimane		岡山 Okayama		広島 Hiroshima		Year and Month
店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	
215,328	566	35,198	101	18,412	73	20,833	60	28,197	63	70,540	164	104,086	274	C Y 2016
222,555	586	41,278	111	24,011	79	22,572	63	29,810	67	75,735	176	112,805	287	2017
229,618	595	46,565	127	26,029	83	23,920	66	32,136	72	81,763	188	120,889	304	2018
215,631	565	36,150	104	19,466	75	21,301	62	28,620	65	71,623	166	105,787	276	F Y 2016
225,503	580	42,653	119	24,574	79	22,847	63	30,218	70	77,184	176	115,095	291	2017
231,215	606	47,869	128	26,625	84	24,352	66	32,897	73	83,286	189	122,904	303	2018
54,322	580	10,475	119	5,985	79	5,449	63	7,359	70	18,886	176	28,282	291	Q1 2018
57,366	584	11,715	122	6,503	81	5,986	67	7,898	70	20,374	182	29,375	295	Q2
58,622	590	11,948	124	6,728	81	6,305	67	8,488	70	21,013	183	31,367	298	Q3
59,308	595	12,427	127	6,813	83	6,180	66	8,391	72	21,490	188	31,865	304	Q4
55,919	606	11,779	128	6,581	84	5,881	66	8,120	73	20,409	189	30,297	303	Q1 2019
19,032	580	3,834	119	2,070	79	1,988	63	2,729	70	6,649	176	10,377	291	Mar 2018
19,100	587	3,866	119	2,114	79	1,913	64	2,511	70	6,843	179	9,631	292	Apr
19,009	583	3,887	121	2,147	80	2,029	65	2,704	71	6,773	183	9,792	294	May
19,257	584	3,962	122	2,242	81	2,044	67	2,683	70	6,758	182	9,952	295	Jun
20,796	586	4,233	123	2,338	81	2,243	67	3,058	70	7,647	181	11,432	296	Jul
19,317	586	3,958	123	2,268	81	2,085	67	2,799	70	6,983	183	10,174	297	Aug
18,509	590	3,757	124	2,122	81	1,977	67	2,631	70	6,383	183	9,761	298	Sep
19,182	588	4,007	128	2,189	82	2,120	67	2,880	71	7,108	184	10,631	299	Oct
18,475	591	3,886	128	2,111	82	1,816	66	2,456	72	6,606	186	9,566	302	Nov
21,651	595	4,534	127	2,513	83	2,244	66	3,055	72	7,776	188	11,668	304	Dec
18,370	596	3,840	127	2,164	83	1,921	66	2,584	72	6,827	189	9,667	302	Jan 2019
17,550	601	3,668	127	2,081	84	1,820	66	2,514	72	6,010	189	9,302	303	Feb
19,999	606	4,271	128	2,336	84	2,140	66	3,022	73	7,572	189	11,328	303	Mar
19,428	608	4,183	127	2,248	84	2,043	68	2,685	73	6,415	192	9,896	306	Apr
19,875	609	4,238	128	2,326	84	2,124	68	2,912	74	7,381	192	10,584	306	May
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	C Y 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
4.7	2.6	16.3	16.5	9.4	6.4	6.0	4.8	7.8	7.5	8.0	6.8	7.2	5.9	2018
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	F Y 2016
5.0	3.8	18.9	16.7	26.5	6.8	7.3	1.6	5.6	7.7	7.8	6.0	8.8	5.4	2017
3.7	4.5	14.8	7.6	9.1	6.3	6.6	4.8	8.9	4.3	7.9	7.4	6.8	4.1	2018
7.3	3.8	18.7	16.7	11.4	6.8	5.3	1.6	5.9	7.7	8.3	6.0	8.8	5.4	Q1 2018
4.4	3.0	13.8	14.0	5.4	6.6	5.4	6.3	5.1	7.7	5.9	7.1	7.0	6.9	Q2
4.2	3.1	16.2	14.8	10.5	8.0	7.1	4.7	9.8	7.7	10.8	7.6	7.5	6.0	Q3
3.2	2.6	16.9	16.5	10.8	6.4	5.9	4.8	10.2	7.5	6.9	6.8	5.6	5.9	Q4
2.9	4.5	12.4	7.6	10.0	6.3	7.9	4.8	10.3	4.3	8.1	7.4	7.1	4.1	Q1 2019
7.7	3.8	21.3	16.7	9.3	6.8	6.4	1.6	8.3	7.7	9.2	6.0	9.0	5.4	Mar 2018
6.7	3.9	12.5	12.3	1.8	3.9	4.0	3.2	3.8	7.7	10.4	7.8	8.4	6.6	Apr
1.7	2.3	10.2	13.1	0.6	5.3	3.5	4.8	4.2	9.2	1.5	8.3	3.4	6.5	May
4.9	3.0	18.8	14.0	14.4	6.6	8.9	6.3	7.3	7.7	6.2	7.1	9.3	6.9	Jun
4.8	3.2	17.1	15.0	9.3	6.6	7.2	6.3	10.0	7.7	12.2	6.5	8.4	6.9	Jul
3.6	3.2	16.4	15.0	10.3	6.6	5.6	6.3	8.4	7.7	9.3	7.6	6.4	6.1	Aug
4.3	3.1	15.0	14.8	12.0	8.0	8.7	4.7	11.1	7.7	10.8	7.6	7.6	6.0	Sep
5.1	2.6	20.9	19.6	14.4	9.3	8.2	6.3	11.7	9.2	7.9	6.4	7.0	5.7	Oct
2.0	3.0	15.2	17.4	8.9	7.9	4.4	4.8	10.9	9.1	6.3	5.7	6.1	5.6	Nov
2.5	2.6	14.9	16.5	9.3	6.4	5.1	4.8	8.3	7.5	6.5	6.8	4.1	5.9	Dec
1.5	2.8	14.6	16.5	8.6	6.4	10.0	4.8	10.9	5.9	8.1	7.4	7.0	4.5	Jan 2019
2.1	4.2	11.5	14.4	8.2	7.7	6.1	4.8	9.3	2.9	1.5	7.4	4.8	3.8	Feb
5.1	4.5	11.4	7.6	12.9	6.3	7.6	4.8	10.7	4.3	13.9	7.4	9.2	4.1	Mar
1.7	3.6	8.2	6.7	6.3	6.3	6.8	6.3	6.9	4.3	▲6.3	7.3	2.8	4.8	Apr
4.6	4.5	9.0	5.8	8.3	5.0	4.7	4.6	7.7	4.2	9.0	4.9	8.1	4.1	May

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 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	
2016年	69,019	179	31,259	71	39,593	101	74,859	204	26,354	74	238,628	647	38,908	84
2017	71,695	184	32,468	73	41,883	113	79,372	214	28,660	81	257,320	670	41,098	87
2018	73,530	183	33,870	77	45,686	125	84,992	225	30,218	85	270,784	683	43,429	92
2016年度	69,802	181	31,646	70	39,814	104	75,161	205	26,961	78	242,799	649	39,348	84
2017	72,179	181	32,820	75	43,021	119	81,016	216	29,125	82	260,159	649	41,800	87
2018	74,168	185	34,375	79	46,334	121	86,327	225	30,626	85	275,528	699	43,830	92
2018年 1～3月	17,335	181	7,954	75	10,678	119	19,779	216	7,131	82	63,426	649	10,207	87
4～6	18,307	188	8,473	75	11,473	120	21,196	221	7,528	82	67,812	659	10,926	88
7～9	18,959	189	8,671	75	11,706	122	21,947	222	7,743	84	69,649	673	11,269	91
10～12	18,929	183	8,772	77	11,829	125	22,070	225	7,816	85	69,897	683	11,027	92
2019年 1～3月	17,973	185	8,459	79	11,326	121	21,114	225	7,539	85	68,170	699	10,608	92
2018年 3月	6,179	181	2,787	75	3,796	119	7,010	216	2,428	82	23,239	649	3,551	87
4	5,982	187	2,800	74	3,868	119	7,051	218	2,522	81	22,358	649	3,595	88
5	6,138	188	2,838	75	3,778	120	7,046	219	2,473	82	22,978	654	3,670	88
6	6,187	188	2,835	75	3,827	120	7,099	221	2,533	82	22,476	659	3,661	88
7	6,752	189	3,052	74	4,103	120	7,684	221	2,650	82	23,867	663	3,909	90
8	6,366	189	2,941	75	3,935	122	7,582	222	2,667	83	23,262	666	3,832	91
9	5,841	189	2,678	75	3,668	122	6,681	222	2,426	84	22,520	673	3,528	91
10	6,151	182	2,847	75	3,874	124	7,243	222	2,574	85	23,116	677	3,621	91
11	5,800	183	2,717	76	3,670	125	6,904	224	2,453	85	21,822	683	3,426	91
12	6,978	183	3,208	77	4,285	125	7,923	225	2,789	85	24,959	683	3,980	92
2019年 1月	5,815	184	2,807	78	3,731	124	6,911	225	2,558	85	22,130	688	3,586	93
2	5,714	184	2,657	78	3,541	123	6,703	225	2,411	85	21,443	696	3,358	93
3	6,444	185	2,995	79	4,054	121	7,500	225	2,570	85	24,597	699	3,664	92
4	6,138	186	2,969	80	3,869	122	7,451	226	2,608	86	24,356	700	3,649	92
5	6,486	189	3,051	80	4,110	122	7,626	225	2,670	86	24,110	704	3,786	92
前年(度・同期・同月)比増減率(%)														
2016年	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
2017	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
2018	2.8	0.0	4.3	5.5	9.1	10.6	7.1	5.1	5.4	4.9	6.9	6.7	5.7	5.7
2016年度	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
2017	3.5	0.6	3.7	7.1	8.1	14.4	7.8	5.4	8.0	5.1	7.6	4.7	6.2	3.6
2018	2.9	2.2	4.7	5.3	7.7	1.7	6.6	4.2	5.2	3.7	7.2	7.7	4.9	5.7
2018年 1～3月	3.1	0.6	4.6	7.1	11.9	14.4	9.1	5.4	7.0	5.1	6.3	4.7	7.4	3.6
4～6	2.8	4.4	3.5	7.1	8.0	11.1	5.8	6.3	5.7	6.5	7.1	5.8	5.3	2.3
7～9	2.8	3.8	4.3	2.7	9.1	13.0	7.6	6.2	4.2	7.7	7.7	7.0	5.6	4.6
10～12	2.5	0.0	4.9	5.5	7.6	10.6	6.1	5.1	5.1	4.9	6.4	6.7	4.6	5.7
2019年 1～3月	3.7	2.2	6.3	5.3	6.1	1.7	6.7	4.2	5.7	3.7	7.5	7.7	3.9	5.7
2018年 3月	3.2	0.6	6.9	7.1	14.0	14.4	10.0	5.4	6.8	5.1	9.4	4.7	6.9	3.6
4	4.6	3.9	4.8	8.8	10.7	13.3	7.9	5.3	8.8	3.8	8.3	4.3	7.7	3.5
5	▲0.4	3.9	0.9	8.7	4.6	12.1	2.8	5.3	2.2	6.5	6.3	4.8	2.3	2.3
6	4.2	4.4	5.0	7.1	8.9	11.1	6.8	6.3	6.2	6.5	6.9	5.8	6.0	2.3
7	4.4	5.0	5.1	4.2	7.5	12.1	8.0	6.3	4.2	6.5	7.5	6.1	6.1	4.7
8	1.7	4.4	4.3	5.6	9.5	13.0	7.9	6.7	3.9	6.4	7.9	5.7	5.2	4.6
9	2.3	3.8	3.3	2.7	10.4	13.0	6.7	6.2	4.4	7.7	7.8	7.0	5.4	4.6
10	3.9	0.0	5.6	4.2	11.3	13.8	8.8	5.2	7.4	9.0	7.5	7.3	5.4	4.6
11	2.2	0.0	2.7	4.1	5.8	11.6	5.1	4.7	3.9	6.3	5.5	7.4	4.5	4.6
12	1.5	0.0	6.1	5.5	6.0	10.6	4.6	5.1	4.1	4.9	6.1	6.7	4.1	5.7
2019年 1月	3.2	▲0.5	5.7	6.8	5.5	9.7	6.1	4.7	5.4	6.3	7.5	7.5	4.3	6.9
2	3.5	▲1.1	5.8	6.8	5.9	7.9	7.2	4.2	5.9	6.3	9.4	8.4	4.4	5.7
3	4.3	2.2	7.5	5.3	6.8	1.7	7.0	4.2	5.8	3.7	5.8	7.7	3.2	5.7
4	2.6	▲0.5	6.0	8.1	0.0	2.5	5.7	3.7	3.4	6.2	8.9	7.9	1.5	4.5
5	5.7	0.5	7.5	6.7	8.8	1.7	8.2	2.7	8.0	4.9	4.9	7.6	3.2	4.5

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

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

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	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments	店舗数 Establishments				
53,309	116	80,632	162	56,013	111	58,065	121	73,045	184	22,897	55	C Y	2016	Sales value (million yen) ・ Number of establishments	
55,314	117	83,504	172	58,815	119	59,411	121	77,147	189	24,785	62		2017		
57,227	119	85,431	178	61,028	124	60,608	122	80,534	195	29,223	71		2018		
53,980	116	81,435	165	56,715	115	58,391	122	73,839	183	22,627	58	F Y	2016		
55,848	117	84,310	174	59,407	120	59,944	121	78,607	193	26,236	62		2017		
57,595	120	85,785	176	61,697	121	60,679	120	80,475	194	29,921	77		2018		
13,495	117	20,295	174	14,378	120	14,535	121	19,268	193	6,834	62	Q1	2018		
14,266	118	21,590	176	15,323	121	15,136	120	20,402	195	7,381	65	Q2			
14,868	120	21,913	177	15,567	121	15,454	121	20,594	195	7,535	66	Q3			
14,598	119	21,633	178	15,760	124	15,483	122	20,270	195	7,473	71	Q4			
13,863	120	20,649	176	15,047	121	14,606	120	19,209	194	7,532	77	Q1	2019		
4,690	117	7,083	174	5,009	120	5,037	121	6,696	193	2,371	62	Mar	2018		
4,705	118	7,127	175	5,079	120	5,011	121	6,698	193	2,411	64	Apr			
4,759	118	7,250	176	5,130	121	5,075	121	6,892	195	2,489	65	May			
4,802	118	7,213	176	5,114	121	5,050	120	6,812	195	2,481	65	Jun			
5,149	119	7,652	176	5,447	121	5,335	120	7,106	195	2,589	65	Jul			
5,104	119	7,401	176	5,279	121	5,254	120	6,973	195	2,485	65	Aug			
4,615	120	6,860	177	4,841	121	4,865	121	6,515	195	2,461	66	Sep			
4,784	119	7,146	178	5,124	121	5,112	121	6,753	195	2,445	66	Oct			
4,540	119	6,705	178	4,912	124	4,758	122	6,356	195	2,467	71	Nov			
5,274	119	7,782	178	5,724	124	5,613	122	7,161	195	2,561	71	Dec			
4,620	119	6,874	180	5,020	123	4,914	122	6,461	195	2,510	72	Jan	2019		
4,386	120	6,544	176	4,782	121	4,609	121	6,083	193	2,454	76	Feb			
4,857	120	7,231	176	5,245	121	5,083	120	6,665	194	2,568	77	Mar			
4,812	120	7,317	177	5,264	121	5,107	122	6,636	193	2,609	76	Apr			
4,968	120	7,555	177	5,358	121	5,225	121	6,831	193	2,644	79	May			
12.2	4.5	9.8	3.8	8.7	5.7	6.2	0.0	7.3	5.7	13.4	7.8	C Y	2016		Percentage change from the same month/term of the previous year (%)
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		
3.5	1.7	2.3	3.5	3.8	4.2	2.0	0.8	4.4	3.2	17.9	14.5		2018		
8.1	4.5	7.8	4.4	6.9	7.5	4.6	2.5	6.6	2.2	5.2	9.4	F Y	2016		
3.5	0.9	3.5	5.5	4.7	4.3	2.7	▲0.8	6.5	5.5	15.9	6.9		2017		
3.1	2.6	1.7	1.1	3.9	0.8	1.2	▲0.8	2.4	0.5	14.0	24.2		2018		
4.1	0.9	4.1	5.5	4.3	4.3	3.8	▲0.8	8.2	5.5	27.0	6.9	Q1	2018		
2.3	1.7	1.9	4.1	3.1	3.4	2.2	0.0	5.6	5.4	23.1	12.1	Q2			
3.7	3.4	1.9	3.5	3.0	0.8	0.9	▲0.8	3.0	3.7	13.8	10.0	Q3			
3.7	1.7	1.4	3.5	4.7	4.2	1.2	0.8	1.3	3.2	10.2	14.5	Q4			
2.7	2.6	1.7	1.1	4.7	0.8	0.5	▲0.8	▲0.3	0.5	10.2	24.2	Q1	2019		
4.4	0.9	3.9	5.5	3.8	4.3	4.2	▲0.8	8.2	5.5	27.2	6.9	Mar	2018		
3.6	1.7	3.0	4.8	4.9	4.3	3.3	▲0.8	7.6	4.9	24.3	10.3	Apr			
▲0.2	1.7	▲0.5	4.8	0.1	4.3	▲0.1	0.0	3.5	5.4	25.1	12.1	May			
3.7	1.7	3.4	4.1	4.5	3.4	3.6	0.0	5.8	5.4	19.9	12.1	Jun			
3.1	2.6	2.9	2.9	4.6	2.5	1.6	0.8	3.8	4.8	17.8	10.2	Jul			
4.0	2.6	1.3	2.9	1.6	2.5	0.2	0.0	2.6	4.8	11.0	8.3	Aug			
4.2	3.4	1.5	3.5	2.6	0.8	1.0	▲0.8	2.5	3.7	12.7	10.0	Sep			
4.4	2.6	2.6	4.1	4.3	0.8	3.7	1.7	2.6	3.7	10.0	8.2	Oct			
4.3	2.6	1.5	3.5	5.0	3.3	0.5	2.5	1.4	3.2	9.8	14.5	Nov			
2.6	1.7	0.3	3.5	4.8	4.2	▲0.3	0.8	0.0	3.2	10.7	14.5	Dec			
2.2	0.8	1.3	4.7	4.1	3.4	0.1	0.8	0.2	2.6	11.6	16.1	Jan	2019		
2.4	1.7	1.9	2.3	5.2	1.7	0.4	0.8	▲0.7	1.6	10.8	22.6	Feb			
3.6	2.6	2.1	1.1	4.7	0.8	0.9	▲0.8	▲0.5	0.5	8.3	24.2	Mar			
2.3	1.7	2.7	1.1	3.6	0.8	1.9	0.8	▲0.9	0.0	8.2	18.8	Apr			
4.4	1.7	4.2	0.6	4.4	0.0	3.0	0.0	▲0.9	▲1.0	6.2	21.5	May			

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	2018年3月	855,002	34,814	133,440	59,200	35,229	236,368	80,027	117,727	142,748	15,449	Q1 2018	Value (million yen)	Commodity stocks			
	6	884,232	35,881	139,880	59,505	35,911	237,764	86,074	125,781	147,978	15,458	Q2					
	9	873,522	35,634	137,225	57,643	37,211	240,088	85,938	120,133	143,234	16,416	Q3					
	12	952,128	40,152	148,657	62,672	39,206	253,547	91,289	138,496	161,126	16,983	Q4					
	2019年3月	941,830	42,030	147,177	62,311	38,166	256,843	90,673	132,866	155,356	16,408	Q1 2019					
	前年同期末比増減率(%)	2018年3月	4.1	4.0	4.1	9.8	▲4.7	1.8	2.1	7.3	8.6	▲5.8			Q1 2018	Percentage change from the previous year (%)	Commodity stocks
	6	5.4	0.7	4.0	8.2	▲0.5	4.0	7.3	9.5	6.9	▲0.3	Q2					
	9	6.9	1.5	5.3	6.1	9.7	6.3	9.0	10.2	7.0	5.8	Q3					
	12	6.9	3.7	6.4	3.6	9.9	6.7	8.5	8.9	7.5	2.1	Q4					
	2019年3月	10.2	20.7	10.3	5.3	8.3	8.7	13.3	12.9	8.8	6.2	Q1 2019					
商品在庫率	2018年3月	162.2	98.3	169.3	163.8	200.1	290.1	164.7	157.7	98.1	177.5	Q1 2018	Inventory ratio (%)	Inventory ratio			
	6	165.0	113.0	195.0	174.2	191.1	290.8	165.5	150.7	96.7	167.0	Q2					
	9	169.9	114.5	200.0	177.8	206.6	316.6	176.2	149.9	95.9	164.1	Q3					
	12	163.1	111.4	185.8	160.9	209.5	282.3	168.1	150.5	99.1	149.9	Q4					
	2019年3月	169.1	114.6	179.9	166.8	207.6	303.2	177.1	166.0	98.7	173.2	Q1 2019					
	前年同期末比増減率(%)	2018年3月	▲4.4	▲7.4	▲5.1	5.2	▲9.3	▲9.8	▲2.7	1.7	▲1.6	▲11.5			Q1 2018	Percentage change from the previous year (%)	Inventory ratio
	6	▲0.8	▲0.5	1.6	6.7	▲6.1	▲1.6	0.4	2.8	▲3.0	▲10.3	Q2					
	9	2.0	3.2	4.7	7.2	2.6	2.7	4.6	4.8	▲1.9	▲11.2	Q3					
	12	2.9	▲0.4	4.7	5.8	4.9	3.5	6.1	4.2	0.2	▲4.7	Q4					
	2019年3月	4.3	16.6	6.3	1.8	3.7	4.5	7.5	5.3	0.6	▲2.4	Q1 2019					

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。

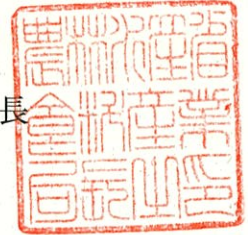
Note1: Inventory ratio = value of commodity stocks at the end of term / value of commodity monthly sales x 100

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

元食産第843号
20190628商局第4号
令和元年7月4日

日本チェーンドラッグストア協会 会長 殿

農 林 水 産 省 食 料 産 業 局 長



経済産業省大臣官房商務・サービス審議官



食品ロス削減に向けた加工食品の納品期限の更なる見直しについて（通知）

我が国においては、年間643万トンの食品ロスが発生していると推計されており、その削減に向けて、食品製造業、食品卸売業、食品小売業の企業等で構成された「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」（以下「ワーキングチーム」という。）において、納品期限（いわゆる1/3ルール）の見直し、賞味期限の年月表示化及び賞味期限の延長を一体的に推進しています。

このうち、納品期限の見直しについては、「食品ロス削減に向けた加工食品の納品期限の見直しについて」（平成29年5月9日付け29食産第697号・20170428商局第2号農林水産省食料産業局長・経済産業省大臣官房商務流通保安審議官連名通知）により、「飲料及び賞味期間180日以上菓子」を推奨品目として、納品期限の緩和に向けた取組の推進をお願いしたところです。

この度、ワーキングチームにおいて、平成30年度までの実証実験の結果を踏まえた上で、

- ① 納品期限緩和の推奨品目としてカップ麺を追加し、
- ② 袋麺及びレトルト食品についても、販売後の家庭内在庫期間を考慮しながら、納品期限緩和を前提として検討すべき品目として位置付け、
- ③ 上記の品目以外についても、小売店舗や家庭における廃棄等の問題がないと思われる場合は、サプライチェーン全体での食品ロス削減を実現するため、各小売業者において納品期限の緩和に向けた検討を積極的に行うことを決定したところです。

つきましては、貴団体におかれては、今般のワーキングチームの検討を踏まえ、納

品期限の緩和に向けた取組企業及び対象品目の拡大の推進をお願いします。

なお、農林水産省においてもワーキングチームと連携し、納品期限緩和企業リストを平成31年4月12日付けで公表したところであり、今後も、取組企業及び対象品目の拡大を反映してリストを更新し、積極的に公表していくこととしております。



29食産第697号
20170428商局第2号
平成29年5月9日

卸・小売関係団体の長 殿

農 林 水 産 省 食 料 産 業 局 長

経済産業省大臣官房商務流通保安審議官

食品ロス削減に向けた加工食品の納品期限の見直しについて（通知）

我が国においては、年間621万トンの食品ロスが発生していると推計されており、これを削減することが重要な社会的課題となっているところです。この食品ロスについては、我が国の商慣習として、小売企業等による加工食品の納品期限（いわゆる1/3ルール）が、他の先進国と比べて厳しいものとなっていることが、その一つの要因とされています。

こうした商慣習の見直しに当たっては、個別企業の取組では解決が難しく、製造・卸・小売間における利害を乗り越えて、フードチェーン全体で解決していくことが必要です。こうしたことから、「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」（以下「ワーキングチーム」という。）及び「製・配・販連携協議会」において、農林水産省と経済産業省の連携による支援の下、食品ロス発生の要因となっている商慣習の見直しに向けた話し合いや「納品期限見直しパイロットプロジェクト」等が行われたところです。

「納品期限見直しパイロットプロジェクト」の成果を踏まえ、小売店舗での廃棄増等のリスクが少なく、フードチェーン全体での食品ロス削減効果が認められる「飲料及び賞味期間180日以上菓子」について、納品期限を賞味期間の1/2残り以下に緩和することが、ワーキングチームのとりまとめにおいて推奨されています。現在、一部の大手量販店やコンビニエンスストアにおいて納品期限緩和が取り組まれているところですが、食料品スーパーや地方の小売企業においては取組が進められていない実態もあります。さらに、一部の卸・小売企業においては、より厳しい納品期限の設定や返品が行われ、結果として製造業において相当のコストが必要になる等、フードチェーン全体で食品ロス削減効果が発揮できない状況もあります。

このため、貴団体におかれては、食品ロスを削減するための商慣習の見直しという趣旨を十分御理解の上、「飲料及び賞味期間180日以上菓子」について、納品期限の緩和に向けた取組の推進をお願いします。

また、その他の加工食品についても、今後、納品期限緩和に向けた検討を行っていくこととしておりますので、併せて御承知おき願います。

令和元年10月1日から実施される消費税の軽減税率制度は、

全ての事業者の方に関係があります。 ご確認ください。

飲食料品の売上げ・仕入れの
両方がある課税事業者の方

売上げや仕入れについて、取引ごとの税率により区分経理を行うことや、区分記載請求書等を交付する必要があります。

➔ **裏面** 【飲食料品の取扱い（販売）がある事業者の方へ】をご確認ください。

飲食料品の売上げがなくても、飲食料品の仕入れ（経費）がある課税事業者の方

仕入れ（経費）について、取引ごとの税率により区分経理を行う等の対応が必要となります。

➔ **下段** 【飲食料品の取扱い（販売）がない事業者の方へ】をご確認ください。

免税事業者の方

課税事業者と取引を行う場合、区分記載請求書等の交付を求められる場合があります。

※ 免税事業者の方は、自身の消費税申告は必要ないため、仕入税額控除を行うことはありませんが、課税事業者との取引に際しては、課税事業者が仕入税額控除を行う等のため、区分記載請求書等の交付などの対応が必要になる場合があります。



飲食料品の取扱い（販売）がない事業者の方へ

軽減税率制度に対応するため、次の事項をチェックしてみましょう

ステップ1 軽減税率制度の内容の確認

- 軽減税率制度の実施時期、軽減税率の対象品目、仕入税額控除のための帳簿及び請求書等の記載事項、納税事務（税額の計算）

※ 全国の税務署等で、事業者の方々に対する説明会を開催しておりますので、ぜひご参加ください。

ステップ2 対応するための準備

- 影響が生じる事務の確認及び業務手順の見直し
- 現行の帳簿及び請求書等の記載の仕方から区分記載請求書等保存方式（※）への対応
- 会計システム等の導入・改修・入替えの必要性の検討
- 記帳、経理処理、申告のための従業員教育

※ 令和元年10月1日から令和5年9月30日までの間は、仕入税額控除の適用を受けるため、区分経理された帳簿及び区分記載請求書等の保存（区分記載請求書等保存方式）が要件とされます。



国 税 庁

この社会あなたの税がいきている

飲食料品の取扱い(販売)がある事業者の方へ



軽減税率制度に対応するため、次の事項をチェックしてみましょう

ステップ 1 軽減税率制度の内容の確認

- 軽減税率制度の実施時期、軽減税率の対象品目、仕入税額控除のための帳簿及び請求書等の記載事項、納税事務(税額の計算)
 - ※ 全国の税務署等で、事業者の方々に対する説明会を開催しておりますので、ぜひご参加ください。
- 事業者の準備を支援する仕組み：「軽減税率対策補助金」

ステップ 2 対応するための準備

- 影響が生じる事務の確認及び業務手順の見直し
 - 現行の帳簿及び請求書等の記載の仕方から区分記載請求書等保存方式(※)への対応
 - 会計システム等の導入・改修・入替え
 - 軽減税率制度に対応したレジの導入・改修、受発注システムの改修・入替え及び請求書管理システムの改修等(「軽減税率対策補助金」の活用を検討)
 - 軽減税率対策補助金の交付申請手続(一部ベンダーなどによる「代理申請制度」の利用が可能です。)
- ※ 令和元年10月1日から令和5年9月30日までの間は、仕入税額控除の適用を受けるため、区分経理された帳簿及び区分記載請求書等の保存(区分記載請求書等保存方式)が要件とされます。

ステップ 3 売上・仕入商品の税率区分

- 売上・仕入商品に係る税率区分(軽減税率の対象取引の有無)の確認

ステップ 4 業務手順の見直しやレジ・システムの操作確認

- 日々の商品管理や販売管理方法の見直し(商品マスタの見直し)
- 税率区分に応じた経理処理の見直し(経理処理マニュアルの整備)
- 納品書や請求書などの帳票の見直し(取引先との連絡・調整)
- 買換え又は改修したレジ・受発注システムの操作確認

ステップ 5 制度の実施に向けた本格的な準備

- 商品ごとの税率区分等をシステムに登録(商品マスタの整備)
- 値札の付け替え、価格表示の変更準備(経理処理マニュアルの整備)
- 従業員への研修(説明会等への参加)、店頭などでの消費者向けの周知(店頭ポスターなど)

課 酒 4 - 3 0
令 和 元 年 8 月 1 日

日本チェーンドラッグストア協会
会長 池野 隆光 殿

国税庁課税部酒税課長
杉山 真

消費税率の引上げに伴う消費税の円滑かつ適正な転嫁について

令和元年10月1日に消費税率（地方消費税率を含みます。）が8%から10%に引き上げられます。消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、「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」といいます。）が制定・施行されているところです。

今般、別添1「消費税率の引上げに伴う消費税の円滑かつ適正な転嫁について」（令和元年6月付20190522中第3号公取取第44号経済産業大臣・公正取引委員会委員長名）、並びに、別添2「消費税率の引上げに伴う価格設定について（ガイドライン）」等の周知・広報へのご協力をお願い（協力依頼）」（令和元年6月27日付消表対第285号消費者庁表示対策課長名）が関係事業者等宛に発出されております。

つきましては、貴団体におかれましては、別添1及び別添2の内容につき遺漏ないよう傘下の事業者等に周知徹底いただきますようお願いいたします。

また、酒類については、上記を踏まえるとともに、「酒類の公正な取引に関する基準（平成29年3月国税庁告示）」及び「酒類に関する公正な取引のための指針（平成18年8月事務運営指針）」（以下「基準等」といいます。）を遵守した取引を行っていただく必要があります。

消費税率引上げ後、値引き販売等を行う際には、基準等を踏まえ、「総販売原価割れ販売」とならない価格設定としてください。

国税庁では、酒類の取引状況等実態調査を実施し、同調査により問題のある取引が認められた場合には、基準等に基づく指示や指導を行うなど、厳正に対処していくこととしています。

この点についても、併せて周知徹底いただきますようお願いいたします。

20190522 中第3号
公取取第44号
令和元年6月

代表者殿

経 済 産 業 大 臣

公正取引委員会委員長

消費税率の引上げに伴う消費税の円滑かつ適正な転嫁について

平成24年8月に成立した「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法の一部を改正する等の法律」（平成24年法律第68号）等において、消費税率（地方消費税率を含みます。以下同じ。）が令和元年10月1日に8%から10%に引き上げられることが規定されています。

消費税（地方消費税を含みます。以下同じ。）は、価格への転嫁を通じて最終的に消費者が負担する税ですが、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、「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」といいます。）が制定されています（平成25年10月1日施行）。

消費税転嫁対策特別措置法においては、消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置、消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置、価格の表示に関する特別措置並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置が講じられています（このうち、消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置の内容については、別紙参照。）。

公正取引委員会、中小企業庁長官及び主務大臣は、消費税の転嫁拒否等の行為に対して調査や指導を行い、また、公正取引委員会は、消費税の円滑かつ適正な

転嫁を阻害する重大な事実があると認める場合などには、特定事業者に対して勧告を行い、その旨を公表しています。その他、政府共通の窓口として内閣府に消費税価格転嫁等総合相談センターを設け、消費税の転嫁拒否等の行為を受けた事業者からの相談を受け付けるとともに、公正取引委員会や中小企業庁のほか各省庁においても事業者からの相談を受け付けています。加えて、書面調査を悉皆的に行うなど、積極的に消費税の転嫁拒否等の行為がないかどうかについて情報収集を行っています。

平成26年4月1日の消費税率の5%から8%への引上げに係る転嫁拒否等の行為については、公正取引委員会及び中小企業庁において、平成25年10月から平成31年3月までに、4,662件の指導、48件の勧告・公表を行いました。

また、平成30年11月28日に公表された「消費税率の引上げに伴う価格設定について（ガイドライン）」においては、小売事業者が自らの経営判断により値引きを行うことに法令上の制約はないことを示す一方で、事業者間の取引については、下請事業者等がしわ寄せを受け、適正な価格転嫁ができず、増税分を負担させられるような事態があってはならず、本年10月の消費税率引上げに際しても、消費税転嫁対策特別措置法で禁止されている不当な行為がなされないよう、引き続き、監視や周知を厳格に行っていくことを明らかにしています。

さらに、平成31年3月29日には、「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方」（平成25年公正取引委員会）を改正し、消費税転嫁対策特別措置法上の考え方の一層の明確化を図っています。

上記ガイドライン等も踏まえ、今後、公正取引委員会及び中小企業庁としては、本年10月の消費税率引上げに当たって、中小企業等が適正かつ円滑に税率引上げ分を転嫁できるよう、周知・広報や調査の強化を講じるなど、転嫁対策をより一層強化してまいります。

貴社におかれては、上記の趣旨及び別紙の遵守事項等について十分理解し、本年10月の消費税率の10%への引上げに当たって、消費税の転嫁拒否等の行為を行うことがないように、現場担当者に限らず貴社全体に周知徹底を図っていただくとともに、担当役員等の責任者にはこれらの指導及び監督に当たらせるなど、貴社全体で適切な措置を講じるよう強く要請します。

また、上記の特別措置以外にも、消費税率の引上げに当たって、下請代金支払遅延等防止法（昭和31年法律第120号）に違反する行為を行わないように併せて要請します。

以上

消費税転嫁対策特別措置法における遵守事項

消費税転嫁対策特別措置法では、特定事業者が特定供給事業者に対して消費税の転嫁を拒否する行為が規制対象になっています。

1. 特定事業者と特定供給事業者

	特定事業者 (転嫁拒否をする側) (買手)	特定供給事業者 (転嫁拒否をされる側) (売手)
①	大規模小売事業者 ^(注1)	大規模小売事業者に継続して商品又は役務を供給する場合における当該商品又は役務を供給する事業者
②	法人である事業者であって、右欄に掲げる事業者から継続して商品又は役務の供給を受けるもの (大規模小売事業者を除く。)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人である事業者 ・ 人格のない社団等（法人でない社団又は財団で代表者又は管理人の定めがあるものをいう。）である事業者 ・ 資本金の額又は出資の総額が3億円以下である事業者

(注1) 大規模小売事業者とは、一般消費者が日常使用する商品の小売業を行う者（特定連鎖化事業（中小小売商業振興法（昭和48年法律第101号）第11条第1項に規定する特定連鎖化事業をいう。）を行う者を含む。）であって、その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定める次のア又はイのいずれかに該当するものをいう。

ア 前事業年度における売上高（特定連鎖化事業を行う者にあつては、当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。）が100億円以上である者

イ 次のいずれかの店舗を有する者

- ・ 東京都特別区及び政令指定都市の区域内にあつては、店舗面積が3000平方メートル以上の店舗
- ・ それ以外の市町村の区域内にあつては、店舗面積が1500平方メートル以上の店舗

2. 特定事業者の遵守事項

特定事業者は以下に掲げる行為を行ってははいけません。

(1) 減額

商品又は役務について、合理的な理由なく既に取り決められた対価から事後的に減じて支払うこと

<問題となる事例>

- ア 対価から消費税率引上げ分の全部又は一部を減じる場合
 - イ 既に支払った消費税率引上げ分の全部又は一部を次に支払うべき対価から減じる場合
 - ウ 本体価格に消費税額分を上乗せした額を商品の対価とする旨契約していたにもかかわらず、対価を支払う際に、消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
 - エ リベートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リベートとして消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
 - オ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数を対価から一方的に切り捨てて支払う場合
 - カ 「10月1日以降〇%値下げ」、「10月1日以降〇%ポイント付与」等と表示したセールの実施に当たって、特定事業者が、自社の利益を確保するため、消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
 - キ 標準税率が適用される商品の対価について、軽減税率が適用された場合の対価まで減じる場合^(注2)
- (注2) 標準税率が適用される商品の納入については、取引先に支払う対価は消費税率引上げ分高くなるが、仕入控除税額もその分増加することとなる。

(2) 買ったとき

商品又は役務の対価について、合理的な理由なく通常支払われる対価よりも低く定めること

<問題となる事例>

- ア 対価を一律に一定比率で引き下げて、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
 - イ 原材料費の低減等の状況の変化がない中で、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
 - ウ 安売りセールを実施することを理由に、大量発注などによる特定供給事業者のコスト削減効果などの合理的理由がないにもかかわらず、取引先に対して値引きを要求し、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合^(注3)
- (注3) 「10月1日以降〇%値下げ」、「10月1日以降〇%ポイント付与」等と表示したセールの実施においても、考え方は同様である。
- エ 免税事業者である取引先に対し、免税事業者であることを理由に、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合^(注4)
- (注4) 免税事業者であっても、他の事業者から仕入れる原材料や諸経費の支払において、消費税額分を負担している点に留意する必要がある。
- オ 消費税率が2段階で引き上げられることから、2回目の引上げ時に消費税率引上げ分の全てを受け入れることとし、1回目の引上げ時におい

ては、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

カ 商品の量目を減らし、対価を消費税率引上げ前のまま据え置いて定めたが、その対価の額が量目を減らしたことによるコスト削減効果を反映した額よりも低い場合

キ 標準税率が適用される商品について、消費税率引上げ前に税込価格で対価を定めていることを理由として、消費税率引上げ後も消費税率引上げ前に定めた対価を据え置く場合

ク 標準税率が適用される商品について、消費税率引上げ前に税込価格で対価を定めているところ、取引先からの対価引上げの要請や価格交渉の申出がないことを理由として、消費税率引上げ後も消費税率引上げ前に定めた対価を据え置く場合

ケ 標準税率が適用される商品を納入する取引先に対して、自己の供給する商品が軽減税率の対象品目であることを理由として、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合 (注5)

(注5) 標準税率が適用される商品の納入については、取引先に支払う対価は消費税率引上げ分高くなるが、仕入控除税額もその分増加することとなる。

(3) 商品購入、役務利用又は利益提供の要請

商品又は役務について、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せする代わりに、特定供給事業者の商品を購入させ、役務を利用させ又は経済上の利益を提供させること

<問題となる事例>

【商品購入、役務利用の要請】

ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先にディナーショーのチケットの購入、自社の宿泊施設の利用等を要請する場合

イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、本体価格の引下げに応じなかった取引先に対し、毎年定期的に一定金額分購入してきた商品の購入金額を増やすよう要請する場合

ウ 自社の指定する商品を購入しなければ、消費税率引上げに伴う対価の引上げに当たって不利な取扱いをする旨を示唆する場合

【利益提供の要請】

ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税の転嫁の程度に応じて、取引先ごとに目標金額を定め、協賛金を要請する場合

イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、通常必要となる費用を負担することなく、取引先に対し、従業

員等の派遣又は増員を要請する場合

ウ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税率の引上げに伴う価格改定や、外税方式への価格表示の変更等に係る値札付け替え等のために、取引先に対し、従業員等の派遣を要請する場合

エ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先に対し、取引の受発注に係るシステム変更に要する費用の全部又は一部の負担を要請する場合

オ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、金型等の設計図面、特許権等の知的財産権、その他経済上の利益を無償又は通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で提供要請する場合

カ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、「10月1日以降〇%値下げ」、「10月1日以降〇%ポイント付与」等と表示したセールの実施に当たって、特定事業者が、自社の利益を確保するため、協賛金の提供又は従業員等の派遣を要請する場合

(4) 本体価格での交渉の拒否

商品又は役務の供給の対価に係る交渉において消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出を拒むこと^(注6)

(注6) 申出を拒むとは、特定事業者が、特定供給事業者からの申出を明示的に拒む場合が該当することはいうまでもないが、例えば、次のとおり、特定供給事業者が本体価格で価格交渉を行うことを困難にさせる場合も該当する。

ア 特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したため、本体価格に消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させる場合

イ 特定事業者が、本体価格に消費税額を加えた総額しか記載できない見積書等の様式を定め、その様式の使用を余儀なくさせる場合

(5) 報復行為

上記(1)から(4)に掲げる行為があるとして、特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること

消費税転嫁対策特別措置法について

※消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法

消費税転嫁対策特別措置法が、平成25年10月1日付けで施行されています(同法は、令和3年3月31日まで適用されます。)。政府では、この法律に基づき消費税の円滑かつ適正な転嫁に向けた取組を行っています。
※法律改正により、同法の期限は、平成30年9月30日から令和3年3月31日に延長されました。

I 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置

平成26年4月1日以降に供給する商品又は役務について、消費税の転嫁を拒む行為等が禁止されています。適用対象となる主な取引及び禁止される行為は以下のとおりです。

	転嫁拒否等をする側(規制対象)(買手)	転嫁拒否等をされる側(売手)
①	大規模小売事業者	大規模小売事業者と継続的に取引を行っている事業者
②	右欄の事業者等と継続的に取引を行っている 法人事業者	○ 資本金3億円以下の事業者 ○ 個人事業者等

禁止される行為	具体例
① 減額	本体価格に消費税分を上乗せした額を対価とする旨契約していたが、消費税分の全部又は一部を事後的に対価から減じること
② 買ったたき	原材料費の低減等の状況変化がない中で、消費税率引上げ前の税込価格に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定めること
③ 商品購入、役務利用又は利益提供の要請	消費税率引上げ分を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先にディナーショーのチケットを購入させること
④ 本体価格での交渉の拒否	本体価格(消費税抜価格)で交渉したいという申出を拒否すること
⑤ 報復行為	転嫁拒否をされた事業者が、①～④の行為が行われていることを公正取引委員会などに知らせたことを理由に、取引の数量を減らしたり、取引を停止したりするなど、不利益な取扱いをすること

違反行為を防止又は是正するため、公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官が必要な指導・助言を行います。また、違反行為があると認めるときは、公正取引委員会が勧告を行い、その旨を公表します。

Iに関する問い合わせ先:公正取引委員会消費税転嫁対策調査室 03-3581-5471(代表)

II 消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置

平成26年4月1日以降に供給する商品又は役務の取引について、消費税分を値引きする等の宣伝や広告が禁止されています。禁止される表示は以下のとおりです。

禁止される表示	禁止される表示の具体例
① 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示	「消費税は転嫁しません」 「消費税は当店が負担しています」
② 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの	「消費税率上昇分値引きします」
③ 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって②に掲げる表示に準ずるもの	「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します」

違反行為を防止又は是正するため、消費者庁長官、公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官が必要な指導・助言を行います。また、違反行為があると認めるときは、消費者庁長官が勧告を行い、その旨を公表します。

IIに関する問い合わせ先:消費者庁表示対策課 03-3507-8800(代表)

Ⅲ 価格の表示に関する特別措置

(1) 平成25年10月1日以降、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保や事業者の値札の貼り替えなどの事務負担に配慮する観点から、表示価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じていけば、「税込価格」を表示しなくてもよいとする特例が設けられています。

※ 消費者への配慮の観点から、上記の特例を受ける事業者はできるだけ速やかに「税込価格」を表示するよう努めることとされています。

【具体的な表示の例】

(例1) 値札、チラシ、ポスター、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において、商品等の価格を次のように表示する。

〇〇円 (税抜)

〇〇円 (税抜価格)

〇〇円 (本体価格)

〇〇円+税

(例2) 個々の値札等においては「〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、店内の消費者が商品等を選択する際に目に付きやすい場所に、明瞭に、「当店の価格は全て税抜価格となっています。」といった掲示を行う。

(2) 事業者が、税込価格に併せて、税抜価格を表示する場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、景品表示法第5条(不当表示)の規定は適用しないこととされています。

Ⅲ(1)に関する問い合わせ先:財務省主税局税制第二課 03-3581-4111(代表)

Ⅲ(2)に関する問い合わせ先:消費者庁表示対策課 03-3507-8800(代表)

Ⅳ 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置

平成26年4月1日以降に供給する商品又は役務を対象にした、事業者又は事業者団体が行う転嫁カルテル・表示カルテルが独占禁止法の適用除外となります(公正取引委員会に対して事前に届け出ることが必要です。届出書の様式など、具体的な届出の方法については公正取引委員会HPを御覧ください。)

(1) 転嫁カルテル(消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為)

(例1) 事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に、消費税額分を上乗せすること

(例2) 消費税額分を上乗せした結果、計算上生じる端数について、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲で処理すること

※ 税込価格や税抜価格(本体価格)を決めることは、適用除外の対象にはなりません(独占禁止法に違反する行為ですので注意してください。)

※ 転嫁カルテルについては、参加事業者の3分の2以上が中小事業者であることが必要です。

【中小事業者の範囲】	資本金等の額 (会社)	又は	常時使用する従業員数 (会社又は個人)
製造業、建設業、運輸業	3億円以下		300人以下
卸売業	1億円以下		100人以下
サービス業	5千万円以下		100人以下
小売業	5千万円以下		50人以下
政令で定める業種	業種ごとに政令で定める金額以下		業種ごとに政令で定める数以下
上記以外の業種	3億円以下		300人以下

(2) 表示カルテル(消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為)

(例1) 税率引上げ後の価格について、「消費税込価格」と「消費税額」とを並べて表示する方法を用いること

(例2) 税率引上げ後の価格について、「消費税込価格」と「消費税抜価格」とを並べて表示する方法を用いること

Ⅳに関する問い合わせ先:公正取引委員会消費税転嫁対策調査室 03-3581-5471(代表)

消表対第285号
令和元年6月27日

一般社団法人 全国公正取引協議会連合会
会長 長榮 周作 殿

消費者庁
表示対策課長 大元 慎二
(公印省略)

「消費税率の引上げに伴う価格設定について（ガイドライン）」等の
周知・広報への御協力のお願い（協力依頼）

貴連合会におかれましては、平素から消費者庁の業務に多大な御理解と御支援を賜り、また、公正競争規約の運用の円滑かつ効果的な推進に御尽力いただき、御礼申し上げます。

令和元年（2019年）10月1日から、消費税率が引き上げられることに伴い、社会全体としての準備が十分整うよう、消費者庁及び公正取引委員会を含む関係府省庁が連携して取組を推進しているところです。

昨年12月にも御案内したとおり、消費税率の引上げ前後で消費者の皆さんに安心して購買いただくために、消費税率の引上げ前後に柔軟に価格付けができるよう、政府において「消費税率の引上げに伴う価格設定について（ガイドライン）」等が取りまとめられております。

つきましては、消費税率引上げまで約3か月となったことに鑑み、改めて、下記のとおり、貴傘下団体及び会員事業者への周知・広報施策につきまして、貴団体の格別の御理解、御協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

記

【傘下団体及び会員事業者に対するガイドライン等の周知・広報への御協力】

貴団体のホームページや各種広報媒体・連絡文書等を通じ、傘下の各団体及び会員事業者の皆様に対して、「消費税率の引上げに伴う価格設定について（ガイドライン）」（別添1）等の周知・広報をお願いいたします。

消費税率の引上げに伴う価格設定について（ガイドライン）

平成 30 年 11 月 28 日
内閣官房
公正取引委員会
消費者庁
財務省
経済産業省
中小企業庁

1. 価格設定に関する考え方

- 我が国においては、消費税が 1989 年に導入されて以降、導入時及び税率引上げ時に、一律一斉に価格が引き上げられるものとの認識が広く定着しています。
- これに対し、1960 年代から 1970 年代前半に付加価値税が導入され、税率引上げの経験を積み重ねてきている欧州諸国では、税率引上げに当たり、どのようなタイミングでどのように価格を設定するかは、事業者がそれぞれ自由に判断しています。このため、税率引上げの日に一律一斉に税込価格の引上げが行われることはなく、税率引上げ前後に大きな駆け込み需要・反動減も発生していません。
- たしかに、消費税は、事業者ではなく、消費者が最終的には負担することが予定されているため、消費税率引上げ後に小売事業者が値引きを行う場合、消費税転嫁対策特別措置法により、「消費税はいただいていません」「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した形で宣伝・広告を行うことは禁止されていますが、これは事業者の価格設定のタイミングや値引きセールなどの宣伝・広告自体を規制するものではありません。例えば、「10 月 1 日以降〇%値下げ」「10 月 1 日以降〇%ポイント付与」などと表示することは問題ありません。
- また、今回は、中小・小規模小売事業者に対して、来年 10 月の消費税引上げ後の一定期間に限り、ポイント還元といった新たな手法などによる支援などを行う予定です。これにより、中小・小

規模小売事業者は、消費税率引上げ前後に需要に応じて柔軟に価格設定できる幅が広がるようになります。

- 大企業においても、消費税率引上げ後、自らの経営資源を活用して値引きなど自由に価格設定を行うことに何ら制約はありません。

2. 適正な転嫁の確保

- このように消費税率引上げ後、小売事業者が自らの経営判断により値引きを行うことに法令上の制約はありませんが、事業者間の取引については、当該小売事業者に製品・サービスを納入する下請事業者等がしわ寄せを受け、適正な価格転嫁ができず、増税分を負担させられるような事態があってはなりません。
- 消費税転嫁対策特別措置法は、小売事業者や下流の事業者が、下請事業者や上流の事業者に対し、消費税増税分を減額するよう求めたり、利益提供を求めたりすることなどを禁止しています。来年10月の消費税率引上げに際しても、下請事業者等に対するこうした不当な行為がなされないよう、引き続き、転嫁Gメンによる監視や関係機関による周知を厳格に行っていきます。

3. その他

- 消費税率引上げ後、消費の平準化を図るために一定の支援措置を講じる予定としており、事実と反して、消費税率引上げ前に、「今だけお得」といった形で消費者に誤認を与え駆け込み購入を煽る行為は、景品表示法に違反する可能性があります。
- 消費税転嫁対策特別措置法は、税込価格の表示（総額表示）を義務化している消費税法の特例として、「事業者が表示する価格が税込価格と誤認されないための措置を講じているときは、税抜価格を表示できる」と規定しており、これについて特に変更はありません。
- また、従来、消費税率の引上げを理由として、それ以上の値上げを行うことは「便乗値上げ」として抑制を求めてきましたが、これは消費税率引上げ前に需要に応じて値上げを行うなど経営判断に基づく自由な価格設定を行うことを何ら妨げるものではありません。

価格設定に関する考え方（ガイドライン1. 関係）

宣伝・広告に関する規制

○ 禁止されない表示

「10月1日以降〇%値下げ」などの表示は問題ない



✕ 禁止される表示

「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した宣伝・広告は禁止



適正な転嫁の確保（ガイドライン2. 関係）

転嫁Gメンによる監視
関係機関による周知

（転嫁拒否する側）
小売事業者
下流の事業者

✕ 転嫁拒否等の行為

- 消費税増税分の減額要請
- 利益提供の要請 など

（転嫁拒否される側）
下請事業者
上流の事業者

その他（ガイドライン3. 関係：税抜価格として表示できる例）

税込価格と誤認されないための措置の具体例（総額表示義務の特例関係）

① 個々の値札等において税抜価格であることを明示する例

〇〇〇円(税抜価格)

〇〇〇円(税別)

〇〇〇円(本体価格)

〇〇〇円+税

〇〇〇円+消費税

② 店内における掲示、チラシ等における表示により一括して税抜価格であることを明示する例

個々の値札等又は個別の商品価格の部分には、「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に以下のような表示を行うことが考えられる。

当店(本チラシ)の価格は全て税抜表示となっています。

消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方

平成25年9月10日
一部改定 平成27年4月1日
一部改定 平成28年4月1日
一部改定 平成28年11月28日
一部改定 平成31年3月29日
消費者庁

第1 はじめに

1 法律の概要等

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（以下「本法」という。）は、平成26年4月1日及び平成31年10月1日における消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げに際し、消費税（地方消費税を含む。以下同じ。）の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の転嫁を阻害する行為の是正、価格の表示並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別の措置について定めている。

このうち、本法第8条（以下「本条」という。）は、以下のとおり消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示に係る事業者の遵守事項を定めている。

（事業者の遵守事項）

第8条 事業者は、平成26年4月1日以後における自己の供給する商品又は役務の取引について、次に掲げる表示をしてはならない。

- 一 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示
- 二 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの
- 三 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって前号に掲げる表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの（注1）（注2）

（注1）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第八条第三号の規定による消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示に関する内閣府令

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（平成二十五年法律第四十一号）第八条第三号に規定する内閣府令で定める表示は、消費税に関連して取引の相手方に次に掲げる経済上の利益を提供する旨の表示であって同条第二号に掲げる表示に準ずるものとする。

- 一 物品並びに土地及び建物その他の工作物
- 二 金銭、金券、預金証書、当せん金附証票及び公社債、株券、商

品券その他の有価証券

三 供給（映画、演劇、スポーツ、旅行その他の催物等への招待又は優待を含む。）

四 便益、労務その他の役務

（注2）いわゆる「ポイントサービス」（購入額に一定率を乗じる等して算出された「ポイント」を次回購入時の支払に充てること等ができるサービスをいう。）は本条第3号の「経済上の利益」に当たり、内閣府令では第4号の「便益、労務その他の役務」に含まれる。

2 本条の趣旨

消費税は、最終的には消費者が負担し事業者が納付するものである。

本条は、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買いたたきや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止するものである。

なお、本条は、あくまで消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものであり、事業者の企業努力による価格設定自体を制限するものではない。また、本条に該当しない安売り、特売、セール等の宣伝や広告を禁止するものではない。

3 本考え方の目的

本考え方は、本条で禁止される表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等を明らかにすることにより、法運用の透明性を確保するとともに、事業者の予見可能性を高めることを目的とするものである。

第2 本条に係る基本的な考え方

1 本条の適用対象となる者

本条の適用対象となる「事業者」については、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）における「事業者」と同様であり、消費税の課税事業者に限られない。

2 本条における「表示」

本条における「表示」については、景品表示法における「表示」と同様、事業者が商品又は役務の供給の際に顧客を誘引するために利用するあらゆる表示が対象となる（注3）。

なお、本条が予定する典型的な場面は、小売事業者による消費者向けの表示であるが、必ずしもそれに限られるものではなく、事業者間取引における表示（例えば、事業者向けのカatalogやパンフレットの記載等）であっても、本条の対象となる。

（注3） 不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件（昭和37年6月30日公正取引委員会告示第3号）

第1項 (略)

第2項 法第2条第4項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。

- 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

3 禁止される表示に関する基本的な考え方

本条は、消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものであり、「消費税は転嫁しません」、「消費税率上昇分値引きします」、「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します」等の表示は禁止されることになる（注4）。

なお、「消費税」といった文言を含まない表現については、宣伝や広告の表示全体から消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、禁止される表示には該当しない（注5）。

（注4）「消費税」といった文言を含む表現であっても、消費税分を値引きする等の宣伝や広告でなければ、本条で禁止されることはない。例えば、「毎月20日は全品8%割引セール（なお、10月1日から消費税率が10%になります。）」との表示自体では直ちに禁止されるものではない。

（注5）例えば、「消費税」といった文言を含まない表現であっても、「増税分2%値下げ」、「税率引上げ対策、10%還元セール」など、「増税」又は「税」といった文言を用いて実質的に消費税分を値引きする等の趣旨の宣伝や広告を行うことは、通常、本条で禁止される表示に該当する。

第3 禁止される具体的な表示例等

1 禁止される具体的な表示例

次のような表示は、いずれも、消費税分を値引きする等の宣伝や広告として、本条で禁止される（注6）。

（注6）本条で禁止される表示に該当するか否かは、事業者が行う宣伝や広告の表示全体から判断されることとなる。例えば、チラシに大き

く「2%値引き」と記載するとともに、同一のチラシに相対的に小さく「消費税率が引き上げられますが、当店は引上げ分の値引きで皆様を応援します。」と記載していれば、消費税分を値引きする等の表示として本条で禁止される。

- (1) 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示（第1号）
 - ア 「消費税は転嫁しません。」
 - イ 「消費税は一部の商品にしか転嫁していません。」
 - ウ 「消費税を転嫁していないので、価格が安くなっています。」
 - エ 「消費税はいただきません。」
 - オ 「消費税は当店が負担しています。」
 - カ 「消費税はおまけします。」
 - キ 「消費税はサービス。」
 - ク 「消費税還元」、「消費税還元セール」
 - ケ 「当店は消費税増税分を据え置いています。」
- (2) 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの（第2号）
 - ア 「消費税率上昇分値引きします。」
 - イ 「消費税10%分還元セール」
 - ウ 「増税分は勉強させていただきます。」
 - エ 「消費税率の引上げ分をレジにて値引きします。」
- (3) 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって第2号に掲げる表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの（第3号）
 - ア 「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します。」
 - イ 「消費税相当分の商品券を提供します。」
 - ウ 「消費税相当分のお好きな商品1つを提供します。」
 - エ 「消費税増税分を後でキャッシュバックします。」

2 禁止されない表示の具体例

次のような表示は、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、いずれも、消費税分を値引きする等の宣伝や広告には該当せず、本条で禁止される表示には当たらない。

- (1) 消費税との関連がはっきりしない「春の生活応援セール」、「新生活応援セール」
- (2) たまたま消費税率の引上げ幅と一致するだけの「2%値下げ」、「2%還元」、「2%ポイント還元」
- (3) たまたま消費税率と一致するだけの「10%値下げ」、「10%還元セール」、「10%ポイント進呈」

以上

(参考) 消費税率の引上げに伴う表示に関する景品表示法の考え方

1 はじめに

前記のとおり、本条は、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買ったときや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止するものである。

他方、本法では、本条の規定に違反する行為について、勧告に従ったときに限り、当該勧告に係る行為を景品表示法上の措置命令の適用除外としているところ（本法第9条において読み替えて準用する本法第7条）、勧告に従わなかった場合には、当該違反行為について、景品表示法の手続に移行する可能性がある。

景品表示法の観点から、消費税率の引上げに伴う表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等は以下のとおりである。

2 基本的な考え方

消費税に関連して、販売価格又は料金の額（以下「販売価格等」という。）、当該販売価格等が適用される商品又は役務の範囲、当該販売価格等が適用される顧客の条件等について事実と反する表示を行うことは、一般消費者に当該事業者の販売価格等が実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく有利であるとの誤認を生じさせ、景品表示法第5条第2号が禁止する不当表示（有利誤認）に該当するおそれがある（注7）。

(注7) 景品表示法

第5条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 (略)

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

3 禁止される表示例

次のような表示は、景品表示法上問題となるおそれがある。

- (1) 消費税率引上げ前の相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格にもかかわらず、当該価格で消費税率引上げ以降も販売しているかのような「価格据え置き」等の表示（注8）
- (2) 消費税率の引上げに際して、商品の内容量を減らしているなど、当該商品の販売価格に影響する要素が同一ではないにもかかわらず、その旨を明確に示さずに行う「価格据え置き」等の表示（注8）
- (3) 実際には、その小売事業者が過去の販売価格等から消費税率の引上げ幅

又は消費税率と一致する率の値引きをしていないにもかかわらず、これらの率を値引きしているかのような「2%値引き」、「10%値引き」等の表示（注8）

- (4) 二重価格表示（自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示することをいう。）を行う場合に、税抜きの販売価格等の比較対照価格として、税込みのメーカー希望小売価格等を用いる表示
- (5) 消費税率の引上げに際して、事業者の販売価格等について、実際には消費税率の引上げ分相当額を超えて値上げしたにもかかわらず、消費税率の引上げ分相当額しか値上げしていないかのような表示
- (6) 非課税の商品又は役務は、土地、有価証券などごく限られているのに、それ以外の商品又は役務について、消費税が課税されていないかのような表示
- (7) 免税事業者でないにもかかわらず、免税事業者であるかのような表示、又は免税事業者と取引していないにもかかわらず、免税事業者と取引しているかのような表示

（注8）「価格据え置き」など過去の販売価格等のままで販売しているかのような表示や「2%値引き」など過去の販売価格等から一定率値引きしているかのような表示について、一般消費者は、通常、同一の商品が当該価格で当該表示が行われている前の相当期間販売されていたと認識するものと考えられる。したがって、消費税率引上げ直前に値上げを行った場合の値上げ後の価格や内容を減らす前の価格など、同一の商品について最近相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格を前提に消費税率引上げ以降「価格据え置き」や「2%値引き」等の表示を行う場合は、一般消費者に消費税率引上げ以降における販売価格が、同一の商品が消費税率引上げ前の最近相当期間にわたって販売されていた価格と同じ価格である又はその価格から表示された率が値引きされているとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある（同一ではない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合の考え方は、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成12年6月30日公正取引委員会）第4の1（1）を参照。また、最近相当期間にわたって販売されていた価格についての考え方は、同考え方第4の2（1）ア（イ）及び（ウ）を参照。具体的な記載は別添を参照。）。

不当な価格表示についての景品表示法上の考え方（平成12年6月30日公正取引委員会）

第1～3（略）

第4 二重価格表示について

1 二重価格表示についての基本的考え方

二重価格表示は、事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示するものであり、その内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択と事業者間の価格競争の促進に資する面がある。

しかし、次のように、二重価格表示において、販売価格の安さを強調するために用いられた比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

(1) 同一ではない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合

ア 同一ではない商品の価格との二重価格表示が行われる場合には、販売価格と比較対照価格との価格差については、商品の品質等の違いも反映されているため、二重価格表示で示された価格差のみをもって販売価格の安さを評価することが難しく、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

なお、同一ではない商品との二重価格表示であっても、一の事業者が実際に販売している二つの異なる商品について現在の販売価格を比較することは、通常、景品表示法上問題となるものではない。

イ 商品の同一性は、銘柄、品質、規格等からみて同一とみられるか否かにより判断される。

なお、衣料品等のように色やサイズの違いがあっても同一の価格で販売されるような商品については、同一の商品に該当すると考えられる。

また、ある一つの商品の新品と中古品、汚れ物、キズ物、旧型又は旧式の物（以下「中古品等」という。）とは、同一の商品とは考えられない。

野菜、鮮魚等の生鮮食料品については、一般的には、商品の同一性を判断することが難しいと考えられる。このため、生鮮食料品を対象とする二重価格表示については、後記2の(1)ウで記述するタイムサービスのように商品の同一性が明らかな場合や、一般消費者が商品の同一性を判断することが可能な場合を除き、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

(2)（略）

2 過去の販売価格等を比較対照価格とする二重価格表示について

(1) 基本的考え方

ア 過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示

(ア)（略）

(イ)「最近相当期間にわたって販売されていた価格」についての考え方

a 「相当期間」については、必ずしも連続した期間に限定される

ものではなく、断続的にセールが実施される場合であれば、比較対照価格で販売されていた期間を全体としてみて評価することとなる。

- b また、「販売されていた」とは、事業者が通常の販売活動において当該商品を販売していたことをいい、実際に消費者に購入された実績のあることまでは必要ではない。

他方、形式的に一定の期間にわたって販売されていたとしても、通常の販売場所とは異なる場所に陳列してあるなど販売形態が通常と異なっている場合や、単に比較対照価格とするための実績作りとして一時的に当該価格で販売していたとみられるような場合には、「販売されていた」とはみられないものである。

- (ウ) 「最近相当期間にわたって販売されていた価格」か否かの判断基準

比較対照価格が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」に当たるか否かは、当該価格で販売されていた時期及び期間、対象となっている商品の一般的価格変動の状況、当該店舗における販売形態等を考慮しつつ、個々の事案ごとに検討されることとなるが、一般的には、二重価格表示を行う最近時（最近時については、セール開始時点からさかのぼる8週間について検討されるものとするが、当該商品が販売されていた期間が8週間未満の場合には、当該期間について検討されるものとする。）において、当該価格で販売されていた期間が当該商品が販売されていた期間の過半を占めているときには、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とみてよいものと考えられる。ただし、前記の要件を満たす場合であっても、当該価格で販売されていた期間が通算して2週間未満の場合、又は当該価格で販売された最後の日から2週間以上経過している場合においては、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とはいえないものと考えられる。

(以下略)

総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の
適用除外についての考え方

平成25年9月10日
一部改定 平成27年4月1日
一部改定 平成28年4月1日
一部改定 平成28年11月28日
一部改定 平成31年3月29日
消費者庁

第1 はじめに

1 法律の概要等

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（以下「本法」という。）は、平成26年4月1日及び平成31年10月1日における消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げに際し、消費税（地方消費税を含む。以下同じ。）の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の転嫁を阻害する行為の是正、価格の表示並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別の措置について定めている。

本法第10条は、消費税法第63条が定める総額表示義務の特例を規定しているところ、本法第10条第3項は、自己の供給する商品又は役務の税込価格を表示する場合において、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、税込価格に併せて、消費税を含まない価格（以下「税抜価格」という。）又は消費税の額を併記する旨を定めている。

また、本法第11条（以下「本条」という。）は、本法第10条第3項が定める場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、税抜価格の表示につき、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第5条の規定を適用しない旨を定めている。

（総額表示義務に関する消費税法の特例）

第10条 事業者（消費税法（昭和63年法律第108号）第63条に規定する事業者をいう。以下この条において同じ。）は、自己の供給する商品又は役務の価格を表示する場合において、今次の消費税率引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、現に表示する価格が税込価格（消費税を含めた価格をいう。以下この章において同じ。）であると誤認されないための措置を講じているときに限り、同法第63条の規定にかかわらず、税込価格を表示することを要

しない。

2 前項の規定により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならない。

3 事業者は、自己の供給する商品又は役務の税込価格を表示する場合において、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、税込価格に併せて、消費税を含まない価格又は消費税の額を表示するものとする。

(不当景品類及び不当表示防止法の適用除外)

第 11 条 前条第 3 項の場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、当該消費税を含まない価格の表示については、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）第 5 条の規定は、適用しない。

2 本条の趣旨

本法第 10 条第 3 項の規定に従って税込価格と税抜価格を併記する場合、その表示方法によっては、当該表示価格が税込価格でないにもかかわらず税込価格であると一般消費者に誤認を与え、景品表示法第 5 条により禁止される表示（価格についての表示であることから、具体的には、同条第 2 号（有利誤認））に該当する可能性がある（注 1）。

一方、税込価格と税抜価格が併記される場合において、税込価格が明瞭に表示されている場合には、価格について一般消費者に誤認を与えることとはならないため、景品表示法第 5 条の適用が除外される旨を確認的に規定したものである。

(注 1) 景品表示法

(不当な表示の禁止)

第 5 条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 (略)

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

第 2 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方

前記第1の2のとおり、税込価格と税抜価格を併記する場合において、景品表示法で禁止される表示に該当するのは、表示されている税抜価格を税込価格であると一般消費者が誤認する場合である。したがって、税込価格に併せて税抜価格を表示する場合に、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤解されることがないように表示されていれば、税込価格が明瞭に表示されているといえる。

また、この判断に当たっては、基本的に以下の要素が総合的に勘案される(注2)。

1 税込価格表示の文字の大きさ

税込価格表示の文字の大きさが著しく小さいため、一般消費者が税込価格表示を見落としてしまう可能性があるか否か。

2 文字間余白、行間余白

余白の大きさ、一定幅当たりの文字数等から、税込価格が一般消費者にとって見づらくないか否か。

3 背景の色との対照性

例えば、明るい水色、オレンジ色、黄色の背景に、白色の文字で税込価格を表示するといったように分かりにくい色の組合せになっていないか否か。

背景の色と税込価格の表示の文字の色とは、対照的な色の組合せとすることが望ましい。また、背景の色と税込価格の表示の文字の色との対照性が必ずしも十分ではない場合には、税込価格の表示に下線を引くことなどによって、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤解されることがないように表示する必要がある。

(注2) このほか、例えば、一般消費者が手に取って見るような表示物なのか、鉄道の駅構内のポスター、限られた時間のテレビコマーシャル等、一般消費者が離れた場所から目にしたり、短時間しか目にすることができないような表示物なのかなど、表示媒体ごとの特徴も、税込価格が明瞭に表示されているか否かの判断に当たって勘案される場合がある。

また、例えば、主に走行中の車の中にいる者を対象とした看板等の場合、表示価格が税込価格でないことを歩行者が明瞭に認識できるだけでは不十分であり、走行中の車の中からも明瞭に認識できるような表示とする必要がある。

なお、消費税総額表示制度の導入後に、ガソリンスタンドにおいてガソリンの販売価格をサインポール又は看板に表示するに当たり、税

抜価格を記載したことが景品表示法に違反するおそれがあるとして警告が行われた事例がある（平成 17 年 12 月 27 日公正取引委員会警告）。

第 3 具体例

1 明瞭に表示されているといえる例

9,800円（税込10,780円）

9,800円（税込10,780円）

9,800円（税込10,780円）

9,800円（税込10,780円）

2 明瞭に表示されているとはいえない例

(1) 税込価格表示の文字の大きさに問題がある例

9,800円 （税込10,780円）

(2) 文字間余白、行間余白に問題がある例（一定幅当たりの文字数に問題がある場合）

9,800円（税込10,780円）

(3) 背景の色との対照性に問題がある例

9,800円（税込10,780円）

以上

消費税の

円滑かつ

適正な

転嫁のために

〈10%引上げ対応版〉

内閣官房、内閣府、公正取引委員会、消費者庁、財務省、経済産業省、中小企業庁



1 消費税率引上げの趣旨・消費税の性格

POINT ① 消費税率引上げの趣旨

今般の消費税率の引上げは、幅広く国民各層に社会保障の安定財源の確保のための負担を求めることにより、社会保障の充実・安定化と財政健全化の同時達成を目指すものです。

消費税率の段階的引上げ

消費税率は段階的に引き上げることで、経済活動に与える影響を抑えます。

平成9年4月より

平成26年4月より

令和元年10月より



(消費税4%、地方消費税1%)

(消費税6.3%、地方消費税1.7%)

(消費税7.8%、地方消費税2.2%)

※軽減税率の対象となる飲食物品（酒類及び外食を除く）及び定期購読契約が締結された週2回以上発行される新聞については、8%（消費税6.24%、地方消費税1.76%）となります。



なぜ消費税？

- ✓ 税収が安定しています。
- ✓ 負担が世代間で公平です。
- ✓ 経済活動に中立的です。
- ✓ 高い財源調達力があります。

社会保障の安定財源の確保



- 1 消費税率引上げの趣旨・消費税の性格
- 2 需要変動の平準化に向けた価格設定の柔軟化
- 3 小売事業者による宣伝・広告
- 4 パンフレット完売キャンペーン、消費還元券の発行
- 5 転嫁拒否等の行為の是正
- 6 事実に反する「今だけお得」の禁止
- 7 総額表示義務の特例
- 8 総額表示に係る景品表示法の適用除外
- 9 自由な価格設定と「乗値上げ」
- 10 転嫁ルール表示ルールの独自適用除外
- 11 消費税価格転嫁等総合相談センター

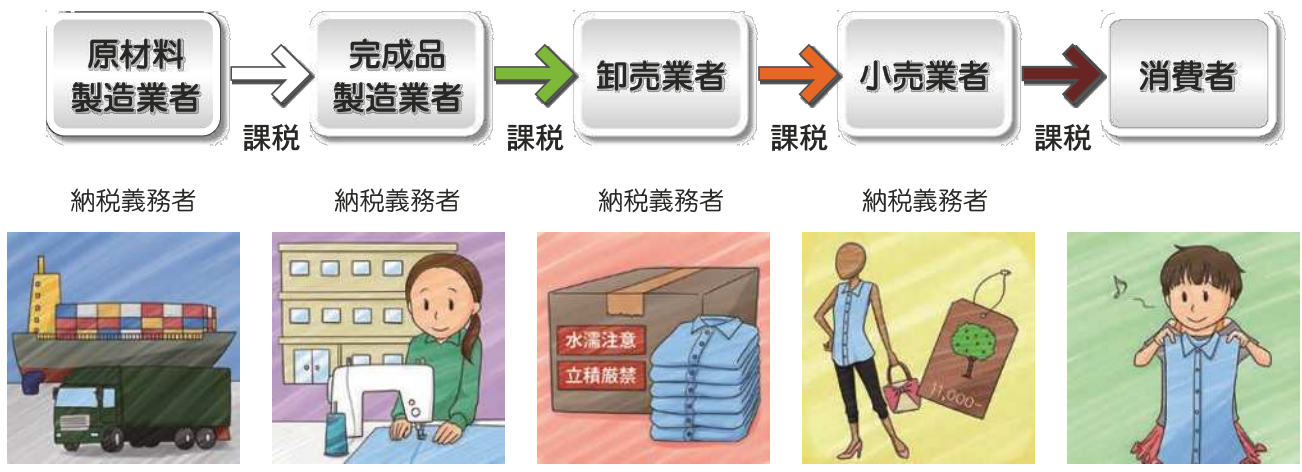
POINT

② 消費税の性格・仕組み

消費税は、消費一般に対して広く公平に負担を求める税金です。そのため、原則として全ての財貨・サービスの国内における販売、提供などを課税対象とし、事業者を納税義務者として、その売上げに対して課税を行うとともに、税の累積を排除するために、事業者は売上げに係る税額から仕入れに係る税額を控除（仕入税額控除）し、その差引税額を納付することとされています。

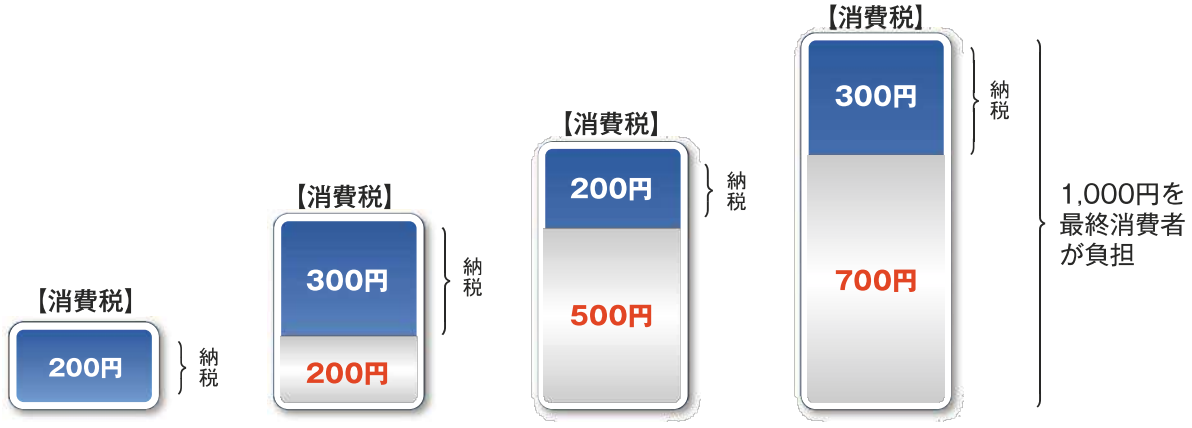
事業者に課される消費税相当額は、コストとして販売価格に織り込まれて転嫁され、最終的には消費者が負担することが予定されています。

消費税の転嫁の仕組み



納税義務者 納税義務者 納税義務者 納税義務者

2,200円 税 200円 5,500円 税 500円 7,700円 税 700円 11,000円 税 1,000円 (税率10%)



1 に対するお問い合わせ先 財務省主税局税制第二課 03-3581-4111 (代表)

2 需要変動の平準化に向けた 価格設定の柔軟化

平成26年4月の消費税率引上げの際は、税率引上げ時に様々な物・サービスの価格が一斉に上昇し、引上げ前後に大きな駆け込み需要・反動減が発生しました。この経験を踏まえ、政府において、事業者による自由な価格設定が原則であることを再確認する価格設定ガイドラインが取りまとめられました。

消費税率の引上げに伴う価格設定について(ガイドライン) 平成30年11月28日

1 価格設定に関する考え方

- ▶我が国においては、消費税が1989年に導入されて以降、導入時及び税率引上げ時に、一律一斉に価格が引き上げられるものとの認識が広く定着しています。
- ▶これに対し、1960年代から1970年代前半に付加価値税が導入され、税率引上げの経験を積み重ねてきている欧州諸国では、税率引上げに当たり、どのようなタイミングでどのように価格を設定するかは、事業者がそれぞれ自由に判断しています。このため、税率引上げの日に一律一斉に税込価格の引上げが行われることはなく、税率引上げ前後に大きな駆け込み需要・反動減も発生していません。
- ▶たしかに、消費税は、事業者ではなく、消費者が最終的には負担することが予定されているため、消費税率引上げ後に小売事業者が値引きを行う場合、消費税転嫁対策特別措置法により、「消費税はいただいていません」「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した形で宣伝・広告を行うことは禁止されていますが、これは事業者の価格設定のタイミングや値引きセールなどの宣伝・広告自体を規制するものではありません。例えば、「10月1日以降○%値下げ」「10月1日以降○%ポイント付与」などと表示することは問題ありません。
- ▶また、今回は、中小・小規模小売事業者に対して、来年10月の消費税引上げ後の一定期間に限り、ポイント還元といった新たな手法などによる支援などを行う予定です。これにより、中小・小規模小売事業者は、消費税率引上げ前後に需要に応じて柔軟に価格設定できる幅が広がるようになります。

3

4

- 1 消費税率引上げの趣旨・消費税の性格
- 2 需需変動の平準化に向けた価格設定の柔軟化
- 3 小売事業者による宣伝・広告
- 4 買い物完了キャンペーン、消費還元等「いじり」
- 5 転嫁拒否等の行為の是正
- 6 事実に反する「今だけお得」の禁止
- 7 総額表示義務の特例
- 8 総額表示に係る景品表示法の適用除外
- 9 自由な価格設定と「便乗値上げ」
- 10 転嫁ルール表示ルールの独立規制除外
- 11 消費税価格転嫁等総合相談センター

▶大企業においても、消費税率引上げ後、自らの経営資源を活用して値引きなど自由に価格設定を行うことに何ら制約はありません。

2 適正な転嫁の確保

▶このように消費税率引上げ後、小売事業者が自らの経営判断により値引きを行うことに法令上の制約はありませんが、事業者間の取引については、当該小売事業者に製品・サービスを納入する下請事業者等がしわ寄せを受け、適正な価格転嫁ができず、増税分を負担させられるような事態があってはなりません。

▶消費税転嫁対策特別措置法は、小売事業者や下流の事業者が、下請事業者や上流の事業者に対し、消費税増税分を減額するよう求めたり、利益提供を求めたりすることなどを禁止しています。来年10月の消費税率引上げに際しても、下請事業者等に対するこうした不当な行為がなされないよう、引き続き、転嫁Gメンによる監視や関係機関による周知を厳格に行ってまいります。

3 その他

▶消費税率引上げ後、消費の平準化を図るために一定の支援措置を講じる予定としており、事実に反して、消費税率引上げ前に、「今だけお得」といった形で消費者に誤認を与え駆け込み購入を煽る行為は、景品表示法に違反する可能性があります。

▶消費税転嫁対策特別措置法は、税込価格の表示（総額表示）を義務化している消費税法の特例として、「事業者が表示する価格が税込価格と誤認されないための措置を講じているときは、税抜価格を表示できる」と規定しており、これについて特に変更はありません。

▶また、従来、消費税率の引上げを理由として、それ以上の値上げを行うことは「便乗値上げ」として抑制を求めてきましたが、これは消費税率引上げ前に需要に応じて値上げを行うなど経営判断に基づく自由な価格設定を行うことを何ら妨げるものではありません。



2 に対するお問い合わせ先 **内閣官房消費税価格転嫁等対策推進室**
03-3539-2907

3 小売事業者による宣伝・広告

消費税は、事業者ではなく、消費者が最終的には負担することが予定されているため、消費税率引上げ後に小売事業者が値引きを行う場合、消費税転嫁対策特別措置法により、「消費税はいただいていません」「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した形で宣伝・広告を行うことは禁止されています（平成25年10月1日から令和3年3月31日までの措置）。

ただし、これは事業者の価格設定のタイミングや値引きセールなどの宣伝・広告自体を規制するものではなく、「10月1日以降〇%値下げ」「10月1日以降〇%ポイント付与」などと表示することは問題ありません。



禁止されない表示

次の1~4のような表示は、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、いずれも、消費税分を値引きする等の表示には該当しませんので、本法律で禁止されることにはなりません。

1 消費税との関連がはっきりしない



2 たまたま消費税率の引上げ幅と一致するだけ



3 たまたま消費税率と一致するだけ



4 「10月1日以降〇%値下げ」などの表示は問題ない



禁止される表示

消費税は最終的に消費者が負担するものですので、以下のようなあたかも消費者が消費税を負担していないかのように誤認させてしまうおそれのある表示は禁止されます。

① 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示

- ▶「消費税は転嫁しません。」
- ▶「消費税は一部の商品にしか転嫁していません。」
- ▶「消費税を転嫁していないので、価格が安くなっています。」
- ▶「消費税はいただきません。」
- ▶「消費税は当店が負担しています。」

- ▶「消費税はおまけます。」
- ▶「消費税はサービス。」
- ▶「消費税還元」、「消費税還元セール」
- ▶「当店は消費税増税分を据え置いています。」



② 取引の相手方が負担すべき消費税を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの

- ▶「消費税率上昇分値引きします。」
- ▶「消費税10%分還元セール」
- ▶「消費税分は勉強させていただきます。」
- ▶「消費税率の引上げ分をレジにて値引きします。」



③ 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって②に掲げる表示に準ずるもの

- ▶「消費税相当分の商品券を提供します。」
- ▶「消費税相当分のお好きな商品1つを提供します。」
- ▶「消費税率の引上げ分を後でキャッシュバックします。」
- ▶「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します。」



消費税の転嫁を阻害する表示に対しては、政府一丸となって監視・取締りをを行っています。

- 消費者庁長官、公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、事業者に対して、報告を求めたり、職員に立入検査を行わせたりします。
- 消費者庁長官、公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、事業者に対して、違反行為を防止又は是正するために、必要な指導を行います。
- 公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、違反行為があると認めるときは、消費者庁長官に対して、適当な措置をとるよう求める措置請求を行います。
なお、違反行為が繰り返し行われている場合などには必ず措置請求を行います。
- 消費者庁長官は、違反行為があると認めるときは、速やかにその行為を取りやめることその他必要な措置をとるよう勧告し、その旨を公表します。

(注) 建設業、宅地建物取引業、不動産鑑定業、浄化槽工事業、解体工事業の一部については、都道府県知事も検査や指導、消費者庁に対する措置請求を行います。

3 に対するお問い合わせ先 **消費者庁表示対策課 03-3507-8800 (代表)**

4 ポイント還元(キャッシュレス・消費者還元事業)について

令和元年10月1日の消費税率引上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の一定期間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元等を支援します。

(1) 消費者への還元

令和元年10月1日の消費税率引上げ後9か月間について、消費者がキャッシュレス決済手段を用いて中小・小規模の小売店・サービス業者・飲食店等で支払いを行った場合、**個別店舗については5%、フランチャイズチェーン加盟店等については2%を消費者に還元**します。

なお、決済事業者は、当該中小・小規模事業者に課す**加盟店手数料を3.25%以下にしておく必要**があります。

(2) 端末導入支援

キャッシュレス決済を導入する際に、決済事業者が提供する決済端末等について、費用を国が補助します。
※**対象店舗の端末の導入費用はゼロ**。(国が2/3、決済事業者が1/3を負担)。

(3) 手数料の引下げ

キャッシュレス決済の**加盟店手数料を一定以下に引下げ**。
※実施期間中の手数料は、3.25%以下。さらに、国が1/3を補助します。

4 に対するお問い合わせ先 **経済産業省商務・サービスグループキャッシュレス推進室 03-3501-1511 (代表)**

5 転嫁拒否等の行為の是正

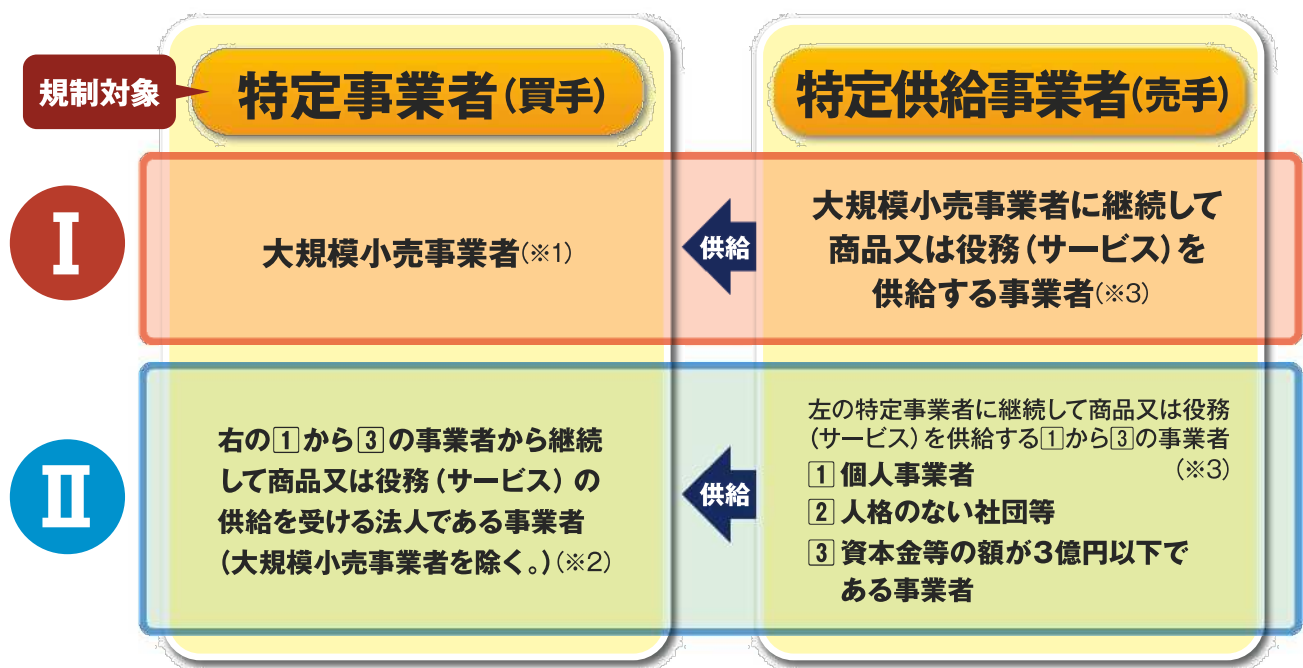
消費税率引上げ後、小売事業者が自らの経営判断により値引きを行うことに法令上の制約はありませんが、事業者間の取引については、当該小売事業者が製品・サービスを納入する下請事業者等がしわ寄せを受け、適正な価格転嫁ができず、増税分を負担させられるような事態があってはなりません。

消費税転嫁対策特別措置法は、小売事業者や下流の事業者が、下請事業者や上流の事業者に対し、消費税増税分を減額するよう求めたり、利益提供を求めたりすることなどを禁止しています（平成25年10月1日から令和3年3月31日までの措置）。令和元年10月の消費税率引上げに際しても、下請事業者等に対するこうした不当な行為がなされないよう、引き続き、転嫁Gメンによる監視や関係機関による周知を厳格に行っています。

▶ 規制対象となる消費税の転嫁拒否等の行為

平成26年4月1日以降に特定供給事業者から受ける商品または役務（サービス）の供給に関して、特定事業者が特定供給事業者に対して消費税の転嫁拒否等の行為を行う場合が対象となります。

特定事業者と特定供給事業者との適用関係



(※1) 大規模小売事業者とは、一般消費者が日常使用する商品の小売業者であって前事業年度における売上高が100億円以上である事業者や一定の面積の店舗を有する事業者をいいます。

(※2) 地方公共団体や独立行政法人などの法人であっても、事業を行っていれば特定事業者に該当し規制対象となります。

(※3) 消費税の免税事業者であっても特定供給事業者に該当します。

▶ 消費税の転嫁拒否等の禁止行為

- ①減額、②買ったたき、③商品購入、役務(サービス)利用、利益提供の要請、④本体価格での交渉の拒否、⑤報復行為

POINT ① 減額

特定事業者は、消費税率引上げ分の全部又は一部を、事後的に減じて支払うことにより、消費税の転嫁を拒否してはいけません。

〈具体例〉

- ▶リポートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リポートとして消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- ▶消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数を対価から一方的に切り捨てて支払う方法

【以下のような場合には、減額とはなりません】

〈具体例〉

- ▶商品に瑕疵がある場合や、納期に遅れた場合等、特定供給事業者の責めに帰すべき理由により、相当と認められる金額の範囲内で対価の額を減じる場合



POINT ② 買ったたき

特定事業者は、合理的な理由なく、通常支払われる対価に比べて対価の額を低く定めることにより、消費税の転嫁を拒否してはいけません。

〈具体例〉

- ▶消費税率引上げ前に税込価格で対価を定めている場合（いわゆる内税取引の場合）に、①そのことを理由として、又は②取引先からの対価引上げの要請や価格交渉の申出がないことを理由として、対価を据え置く場合
- ▶安売りセールを実施することを理由に、大量発注などにより特定供給事業者のコスト削減効果などの合理的理由がないにもかかわらず、取引先に対して値引きを要求し、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- ▶消費税の免税事業者であることを理由に、合理的な理由がないにもかかわらず、消費税率引上げ分を上乗せせず対価を定める場合
- ▶標準税率が適用される商品を納入する取引先に対して、自己の供給する商品が軽減税率の対象品目であることを理由として、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合



注 「通常支払われる対価に比べて対価の額を低く定めること」とは、具体的には、特定事業者と特定供給事業者との間で取引している商品又は役務（サービス）の消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低く定めることです。

【以下のような場合には、買ったたきとはなりません】

〈具体例〉

- ▶大量発注、共同配送、共同購入などにより、特定供給事業者にも客観的にコスト削減効果が生じており、当事者間の自由な価格交渉の結果、コスト削減効果を対価に反映させる場合

POINT ③ 商品購入、役務利用、利益提供の要請

特定事業者は、消費税の転嫁を受け入れる代わりに、特定事業者の指定する商品を購入させたり、役務（サービス）を利用させたり、また、経済上の利益を提供させる行為を行ってははいけません。

〈具体例〉

- ▶消費税率引上げ分を上乗せすることを受け入れる代わりに、
 - 取引先にディナーショーのチケットの購入、自社の宿泊施設の利用等を要請する場合
 - 協賛金を要請する場合
 - 取引先に対し、従業員等の派遣又は増員を要請する場合
- ▶取引先に対し、消費税率の引上げに対応した受発注システム変更に要する費用の全部又は一部の負担を要請する場合
- ▶自社の費用負担を明確にすることなく、取引先に対し、消費税率の引上げに対応した値札の変更や値札の付け替え作業を要請する場合



POINT ④ 本体価格での交渉の拒否

特定事業者は、価格交渉を行う際、特定供給事業者から本体価格^(※)での交渉の申出を受けた場合には、その申出を拒否してはいけません。

(※) 消費税を含まない価格

〈具体例〉

- ▶本体価格での交渉の申し出があった際に、それを拒否する場合
- ▶特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したところ、税込価格での見積書等を再提出させる場合
- ▶税込価格しか記載できない見積書等の様式を定め、その使用を余儀なくさせる場合



POINT ⑤ 報復行為

特定事業者は、消費税の転嫁拒否等の行為があるとして、特定供給事業者が公正取引委員会等にその事実を知らせたことを理由として、取引数量を減じたり、取引を停止したり、不利益な取扱いを行ってははいけません。

消費税の転嫁拒否等の行為に対しては、政府一丸となって監視・取締りを行っています。

- 公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、特定事業者などに対して、報告を求めたり、職員に立入検査を行わせたりします。
- 公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、特定事業者に対して、違反行為を防止又は是正するために、必要な指導を行います。
- 事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、違反行為があると認めるときは、公正取引委員会に対して、適当な措置をとるよう求める措置請求を行います。
なお、違反行為が多数の特定供給事業者に対して行われている場合や繰り返し行われている場合などには必ず措置請求を行います。
- 公正取引委員会は、違反行為があると認めるときは、速やかに消費税の適正な転嫁に応じることその他必要な措置をとるよう勧告し、その旨を公表します。

(注) 建設業、宅地建物取引業、不動産鑑定業、浄化槽工事業、解体工事業の一部については、都道府県知事も検査や指導、公正取引委員会に対する措置請求を行います。

(注) 消費税転嫁対策特別措置法による規制の対象とならない場合でも、独占禁止法違反行為や下請法違反行為については、公正取引委員会において、厳正に対処します。

5 に対するお問い合わせ先 **公正取引委員会 消費税転嫁対策調査室 03-3581-5471 (代表)**
中小企業庁 消費税転嫁対策室 03-3501-1511 (代表)

6 事実に反する「今だけお得」の禁止

POINT



禁止される表示

消費税率引上げ後、消費の平準化を図るために一定の支援措置を講じる予定としており、事実に反して、消費税率引き上げ前に「今だけお得」といった形で消費者に誤認を与え駆け込み購入を煽る行為は、景品表示法に違反する可能性があります。



6 に対するお問い合わせ先 **消費者庁表示対策課 03-3507-8800 (代表)**

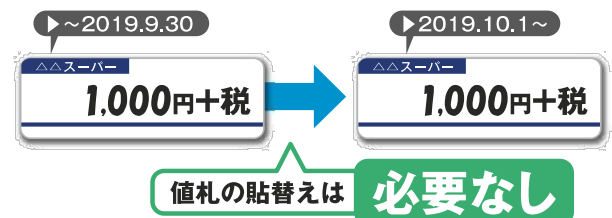
7 総額表示義務の特例

消費税転嫁対策特別措置法では、二度にわたる消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保及び事業者による値札の貼替え等の事務負担に配慮する観点から、総額表示義務の特例として、平成25年10月1日から令和3年3月31日までの間、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を講じていれば税込価格を表示することを要しないこととされています。

※消費者の利便性に配慮する観点から、令和3年3月31日までの間であっても本特例により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならないと規定されています。

特例を適用した場合の事務負担の軽減

▶ 特例がない場合(総額表示義務あり)の例 ▶ 特例を適用する場合の例



具体的な表示例

① 税抜価格のみを表示する場合

1 個々の値札等において税抜価格であることを明示する例



※上記のような表示は、例えば、値札、チラシ、看板、ポスター、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において行うことが考えられます。

2 店内における掲示等により一括して税抜価格であることを明示する例

個々の値札等においては、「○○○円」と税抜価格のみを表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に【右図】のような表示を行うことが考えられます。



具体的な表示例

② 旧税率に基づく税込価格等で価格表示されている場合

1 新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合の表示例

個々の値札等においては、「〇〇〇円」と旧税率に基づく税込価格を表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に【右図】のような表示を行うことが考えられます。



2 新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示を行う場合の表示例

個々の値札等においては、「〇〇〇円」と新税率に基づく税込価格を表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に【右図】のような表示を行うことが考えられます。



📞 7に対するお問い合わせ先 財務省主税局税制第二課 03-3581-4111(代表)

8 総額表示に係る景品表示法の適用除外

消費税転嫁対策特別措置法では、税込価格と税抜価格が併記される場合において、税込価格が明瞭に表示されている場合には、価格について一般消費者に誤認を与えることにならないため、景品表示法第5条（不当表示）の規定の適用が除外される旨を確認的に規定しています。

▶ 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方と具体例

税込価格が明瞭に表示されているか否かについては、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤認されることがないように表示されているか否かにより判断されます。

この判断に当たっては、基本的に、①税込価格表示の文字の大きさ、②文字間余白、行間余白、③背景の色との対照性の各要素が総合的に勘案されることとなります。

明瞭に表示されているといえる例	明瞭に表示されていない例
① 9,800円 (税込10,780円)	① 9,800円 (税込10,780円)
② 9,800円 (税込10,780円)	② 9,800円 (税込10,780円)
③ 9,800円 (税込10,780円)	③ 9,800円 (税込10,780円)

注: 例③の税込価格表示は黄色背景で強調され、例③の税抜価格表示は灰色背景で強調され、例③の税込価格表示は赤いX印でマークされています。

📞 8に対するお問い合わせ先 消費者庁表示対策課 03-3507-8800(代表)

9 自由な価格設定と便乗値上げ

POINT 合理的な理由があれば便乗値上げには当たりません

- ▶ 従来、消費税率の引上げを理由として、それ以上の値上げを行うことは「便乗値上げ」として抑制を求めてきましたが、これは消費税率引上げ前に需要に応じて値上げを行うなど経営判断に基づく自由な価格設定を行うことを何ら妨げるものではありません。
- ▶ 一般に、個々の商品などの価格は、自由競争の下で、需給の動向やコストの変動などの市場条件を反映して決定されるものであり、経営判断に基づく自由な価格設定は妨げられません。税率の上昇に見合った幅以上の値上げを行う場合には、通常のタイミングで値上げを行う場合と同様に、事業者において、値上げの理由を消費者に丁寧に説明できるようにしてください。

【以下のような事例は、便乗値上げには当たりません】

- 消費税率引上げに近接したタイミングで生じた別の要因（例：原材料価格や人件費の変動等）への対応として値段を変更する。
- 消費税率引上げ前の需要の高まり（駆け込み需要）に対応して、値上げを行う。

📞 9に対するお問い合わせ先 消費者庁消費者調査課 03-3507-9196

10 転嫁カルテル・表示カルテルの独占禁止法適用除外

今般の消費税率の引上げに伴い、消費税を円滑かつ適正に転嫁できる環境を整備するため、消費税転嫁対策特別措置法では、事業者又は事業者団体は、公正取引委員会に事前に届け出ることにより、消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為（転嫁カルテル・表示カルテル）を独占禁止法に違反することなく行うことができることとされています（平成25年10月1日から令和3年3月31日までの措置）。

POINT ① 転嫁カルテル

消費税の
転嫁の方法の決定

転嫁カルテルとは、「消費税の転嫁の方法の決定」についての共同行為です。転嫁カルテルを行うことができるのは、主に**中小事業者**やその団体です。

〈具体例〉

- ▶ 各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定
- ▶ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数について、対象となる商品の値付け単位、取引慣行、上乗せ前の価格からの上昇の度合等を考慮して、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲で処理する旨の決定

例1 本体価格98円×10%=消費税額9.8円 → 10円 例2 本体価格93円×10%=消費税額9.3円 → 9円

【以下のような行為は認められません】

- ▶ 消費税率引上げ後の**税抜価格（本体価格）**又は**税込価格を統一する旨の決定**
- ▶ 消費税率引上げ分と異なる額（率）を転嫁する旨の決定
- ▶ 合理的な範囲を超える不当な端数処理を行う旨の決定

POINT ② 表示カルテル

消費税についての表示の方法の決定

表示カルテルとは、「消費税についての表示の方法の決定」についての共同行為です。表示カルテルは、全ての事業者又は事業者団体が行うことができます。表示カルテルとして行うことができる行為は、例えば、以下のとおりです。

〈具体例〉

- ▶消費税率引き上げ後の価格について統一的な表示方法を用いる旨の決定
 - ア 税込価格を表示する場合
 - 例1 「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示
 - 例2 「税込価格」と「税抜価格」とを並べて表示
 - イ 税込価格を表示しない場合
 - (7 総額表示義務の特例(11頁～12頁)を利用する場合)
 - 例1 個々の値札に、税抜価格を表示した上、「+税」と表示する旨の決定
 - 例2 個々の値札は税抜価格を表示した上、商品棚等の消費者に見やすい場所に、「消費税は別途いただきます」などと表示する旨の決定

【形式上、表示の方法を決定するものであっても、共同行為の内容に転嫁カルテルの内容が含まれている場合には、「転嫁カルテル」の届出が必要です】 POINT ①

〈具体例〉
 ▶消費税率引き上げ分を消費税率引き上げ前の対価に上乘せした結果、計算上生じる端数を切上げにより処理して、税込価格を表示する旨の決定

注 1 中小事業者とは？

製造業・建設業・運輸業等 3億円以下又は300人以下	卸売業 1億円以下又は100人以下
サービス業 5千万円以下又は100人以下	小売業 5千万円以下又は50人以下

〈凡例〉 業種
 資本金規模・従業員規模

注 このほか、政令による特例があります。

注 2 転嫁の方法の決定に係る共同行為と表示の方法の決定に係る共同行為とは、要件が異なります

▶転嫁の方法の決定に係る共同行為には参加事業者の3分の2以上が中小事業者であることが必要です。

注 表示の方法の決定に係る共同行為は、全ての事業者又は事業者団体に認められています。

注 3 共同行為を行う場合、公正取引委員会への事前の届出が必要です

▶共同行為を行うには、公正取引委員会に対して、共同行為の内容等について、事前に届け出る必要があります。

▶届出書の様式など、具体的な届出の方法については、公正取引委員会ホームページ (<https://www.jftc.go.jp/>) を御覧ください。

注 4 以下の期間の共同行為が認められます

▶平成26年4月1日から令和3年3月31日までの間の商品又は役務の供給を対象とした共同行為が独占禁止法の適用除外の対象となります。

注 共同行為の期間中に、消費税率引き上げがあっても、共同行為の内容に変更がなければ、改めて届出をする必要はありません。

注 意 点

共同行為はあくまで任意のものです。これを行うか、これに参加するかどうかは、個別の事業者又は事業者団体の自主的な判断に委ねられており、この法律によって、共同行為の実施や参加を強制するものではありません。

10 に対するお問い合わせ先
公正取引委員会
消費税転嫁対策調査室
03-3581-5471 (代表)

11 消費税価格転嫁等 総合相談センター



消費税価格転嫁等総合相談センターは
内閣府が設置している政府共通の
相談窓口です。

センターでは次のような相談を受け付けます。

- 転嫁に関するお問い合わせ ● 広告・宣伝に関するお問い合わせ
 - 消費税の総額表示に関するお問い合わせ ● 便乗値上げに関するお問い合わせ
 - 軽減税率に関するお問い合わせ ● 価格設定ガイドラインに関するお問い合わせ
 - センターでは、このような相談に関して、法令等の考え方を回答するほか転嫁拒否など消費税転嫁対策特別措置法に違反する疑いのある行為については、相談者の御意向により、センターから担当省庁へ通知します。
- ※消費税改正の内容（適用される税率等）に関して、お分かりにならない点がありましたら、最寄りの税務署にお問い合わせください。

御相談は専用ダイヤル又はメール（HP上の専用フォーム）を御利用下さい。

専用ダイヤル：0570-200-123

【受付時間】9：00～17：00（土日祝日・年末年始を除く）

※お住まいの地域に応じた通話料金がかかります。実際にかかる金額は音声ガイダンスで御案内しております。

メール（HP上の専用フォーム）

（24時間受付）

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



お問い合わせ先
[一覽]

消費税率引上げの趣旨・消費税の性格

財務省主税局税制第二課

価格設定ガイドライン総論・広報

内閣官房消費税価格転嫁等対策推進室

転嫁を阻害する表示の是正

消費者庁表示対策課

ポイント還元

経済産業省商務・サービスグループキャッシュレス推進室

転嫁拒否等の行為の是正

公正取引委員会消費税転嫁対策調査室

中小企業庁消費税転嫁対策室

宣伝・広告（「消費税還元セール」、「今だけお得」等）

消費者庁表示対策課

総額表示義務の特例

財務省主税局税制第二課

景品表示法の適用除外

消費者庁表示対策課

便乗値上げ

消費者庁消費者調査課

転嫁カルテル・表示カルテル

公正取引委員会消費税転嫁対策調査室

03-3581-4111（代表）

03-3539-2907

03-3507-8800（代表）

03-3501-1511（代表）

03-3581-5471（代表）

03-3501-1511（代表）

03-3507-8800（代表）

03-3581-4111（代表）

03-3507-8800（代表）

03-3507-9196

03-3581-5471（代表）

酒税法及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律 の一部を改正する法律（議員立法）の概要

「酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行」及び「酒類の適正な販売管理の確保」を図ることを目的とした、酒税法等の一部改正法が平成28年5月27日に成立し、同年6月3日に公布。
改正法の施行日は、平成29年6月1日となっており、概要は下記のとおり。

1. 酒類の公正な取引の基準の制定

- ① 財務大臣は、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図るため、「公正な取引の基準」を定め、告示
- ② 公正な取引の基準を定めようとするときは国税審議会へ諮問
- ③ 基準の策定にあたっては、酒類業者の経営努力による事業活動を阻害して消費者の利益を損なうことのないよう留意
- ④ 基準を遵守しない酒類業者に対し、「指示」、「公表」、「命令」及び「罰則」（さらに酒税法に基づき「免許の取消し」）
- ⑤ 質問検査権の拡充（取引先等を対象に追加）
- ⑥ 財務大臣と公正取引委員会との間の相互報告制度の創設による連携強化

2. 酒類販売管理研修の義務化

- ① 酒類小売業者に対し、その選任する酒類販売管理者に関して、以下の事項を義務化
 - ・ 酒類販売管理研修の受講者の中から酒類販売管理者を選任
 - ・ 一定期間（3年以内）ごとの酒類販売管理研修の受講（再受講義務）
- ② 酒類販売管理研修の再受講義務違反に対する勧告、命令及び罰則
- ③ 酒類販売管理者の氏名、研修の受講事績等を記載した標識の販売場ごとの掲示の義務化

酒類の公正な取引環境の整備

- 酒類業者の自主的な取組を促進するため、平成18年8月に「酒類に関する公正な取引のための指針」を公表
- 平成28年6月に公布された酒税法等の一部改正法に基づき、平成29年3月に「酒類の公正な取引に関する基準」を制定
- これらを踏まえ、酒類の公正な取引環境の整備を確保するため、取引状況等実態調査を実施

【平成29年3月国税庁告示第2号】 酒類の公正な取引に関する基準 (平成29年3月)

【公正な取引の基準】

酒類業者は、次のいずれにも該当する行為を行ってはけません。

- ① 正当な理由なく、酒類を総販売原価（売上原価＋販管費）を下回る価格で継続して販売すること
- ② 自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること

※ 基準の対象は、平成29年6月1日以降に酒類業者（製造・卸・小売）が行う酒類の取引となります。

【事務運営指針】 酒類に関する公正な取引のための指針 (平成18年8月)

- 1 合理的な価格の設定
価格は「仕入価格＋販管費＋利潤」となる設定が合理的
- 2 取引先等の公正な取扱い
合理的な理由がなく取引価格や取引条件について差別的な取扱いをすることは、価格形成を歪める大きな一因
- 3 公正な取引条件の設定
取引上優越した地位にある者が、自己に有利な要求や不利益な取扱いをする場合、納入業者の経営悪化及び製造業者の代金回収に影響
- 4 透明かつ合理的なリベート類
透明性及び合理性を欠くりベート類は、廃止していくべき

協会ホームページについて

- 国税庁からの周知依頼に関して(消費税増税時の対応について) (2019.08.02)
国税庁より10月の消費税引上げに関する周知依頼がありましたのご案内しています。
- 10月6日は「登録販売者の日」です (2019.08.01)
登録販売者の認知度向上のため、一般社団法人日本記念日協会に登録しました。
周知広報用のデータを掲載しました。Web広告や折り込み広告などにご活用下さい

事務局だより

- ・7月21日に第25回参議院議員選挙が投開票されました。結果は周知のとおりです。そして、JACDS並びにJACDS政治連盟の推薦した18名の候補者は全て当選されました。皆さまの応援のおかげと心から御礼申し上げます。当選された議員の皆さまの今後のご活躍を祈念するとともに、ドラッグストアの地域の有用性を大いに活用いただけるよう、お願いしたいと思います。
- ・7月と違い、8月は暑い夏となっています。7月の飲料メーカーも軒並み前年比ダウンの状況だそうです。夏は「夏らしく暑く」、冬は「冬らしく寒く」が小売業には一番ですが、天候を左右することはできません。この8月の品揃えでチャンスロスのないようにしたいと思います。
- ・一般財団法人日本ヘルスケア協会の第3回日本ヘルスケア学会年次大会 & 日本ヘルスケア産業協議会活動発表会が、9月6日(金)7日(土)に迫ってまいりました。エントリーあるいは参加申し込みはもうお済みでしょうか。
6日の13時～15時には、後援団体企画セミナー「ヘルスケアにおけるドラッグストアの役割」が開催決定です。100名限定企画で、さまざまな講演者そして、司会進行を池野JACDS会長他が行います。ヘルスケア全般の広い分野からの発表と合わせて、ドラッグストアに関連する内容も講演されるイベントとなりました。
さらに、7日の14時半～15時半には元横綱・稀勢の里(現荒磯親方)の特別講演があります。ぜひ、ご参加下さい。※ご案内は8月16日(既にお送りしてあります)
- ・レジ袋削減に向けた動きが活発になっています。経産省の説明会、団体へのヒアリングも行われました。しかしながら、まだ、決まっていない部分も多々、ある状態です。来年4月の施行を目指していることは説明されましたが、スムーズな導入に向けての意見を言っていきますので、よろしくお願いいたします。

発行日	2019年8月16日 発行	発行所住所
発行人	池野 隆光	〒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
	日本チェンドラッグストア協会	TEL:045(474)1311 FAX:045(474)2569
	HP: http://www.jacds.gr.jp	e-mail: sec@jacds.gr.jp