

一般用医薬品販売における 安全性確保のための方策について

2013年4月26日

一般社団法人 新経済連盟

■一般用医薬品のインターネット販売等の新たなルールに関する論点(案)

2. (2)で挙げられている事項

- ①安心・信頼できる店舗において販売されること
- ②使用者の状態や状況、問題意識、困っている点などが正確に専門家に伝わり、それらに基づき使用者の状態等を適切に確認できること
- ③必要な資質・知識を持った専門家が確保されていること
- ④医薬品の必要な情報を、専門家が積極的に、分かりやすく、かつ確実に購入者側に伝わるようにし、購入者側がそれを適切に理解できること
- ⑤購入者側の相談に専門家が適切に応じられること
- ⑥医療が必要な人に、適切な医療にアクセスさせられること
- ⑦多量購入、頻回購入等を防止可能なこと
- ⑧医薬品の陳列、表示等が適切に行われること
- ⑨販売後も必要な相談に応じるための体制が整備されていること
- ⑩保管や搬送に当たり、専門家の管理・監督の下、適正に医薬品の品質管理等が行われること
- ⑪医薬品の選定から情報提供、受渡し、販売後のフォローにわたる全ての流れにおいて、専門家が関与、管理・監督し、購入者側からもそれが明確に分かること
- ⑫医薬品の適正使用を促すこと

■第6回検討会で懸念が寄せられた事項

- ⑬個人情報の漏洩
- ⑭なりすまし
- ⑮ウェブサイトの改ざん
- ⑯問題が起こった場合の否認

①安心・信頼できる店舗において販売されること

⑭なりすましの懸念

安心・信頼 ≠ 安全 安心・信頼は安全が前提となっている。

何に安心感や信頼の根拠とするかは、人によって変化することに注意が必要

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品の販売許可を取得している店舗・事業者が販売すること ・利用に必要な事項を掲示すること ・薬剤師や登録販売者等専門家によって販売されること <p>(※省令では、専門家の「管理・指導の下」となっている)</p>			
対応方法	サイト上で以下の情報を掲載	店頭で以下の情報を掲示	電話で以下の情報を説明	訪問時に、以下の情報を説明
	1) 許可証情報 2) 従事する薬剤師または登録販売者の情報 3) その他省令で掲示が求められている事項			
わかりやすさや信頼性を高めるための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・いろいろな場所にリンク ・必須記載場所を決める(例:TOPページ、会社概要ページ、購入ステップ) ・(専門家や実店舗)写真も載せる ・ロゴマーク等による認証を行う ・行政DBでサイトURLや従事する専門家情報を確認できるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・必須掲示場所を決める ・文字を大きくする ・紙で配布する ・名札を大きくする ・専門家の顔写真も掲示 ・行政DBで実店舗の住所や従事する専門家情報を確認できるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・復唱する ・行政DBで電話番号や従事する専門家情報を確認できるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報を記載した紙を配布する ・身分証明書を提示する ・行政DBで住所や配置エリア、従事する専門家情報を確認できるようにする

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

①使用者の状態や状況、問題意識、困っている点などが正確に専門家に伝わり、それらに基づき使用者の状態等を適切に確認できること

前提①: 使用者 ≠ 購入者の場合がある。その場合は、いかなる販売方法においても、使用者の状況を直接確認することはできない。

前提②: 常備薬として買う場合など、使用者が誰になるか購入時には明確でない場合もある。

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	なし(※省令では、専門家に医薬品を「購入し、又は譲り受けようとする者における当該医薬品の使用が適正なものであること又は不適正なものとならないことを確認するための質問又は説明を行わせること」となっている。第1類は義務、第2類は努力義務)			
対応方法	使用者の状況を確認する質問を実施する			
正確性や情報量を最大化するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・他に聞きたいことや困っていることがないか確認する、申告を促す ・使用者の名前や連絡先を確認する ・使用者の購入履歴を作成し確認する ・チェックリスト等を活用し誰にでも必ず確認する項目を設ける ・販売時の使用者の状態・状況等を記録する(テキスト保存、録音、写真撮影、ビデオ撮影含む) ・現に症状が出ている使用者本人による購入以外認めない(常備薬という概念をなくす) 			
	<ul style="list-style-type: none"> ・患部の写真画像を確認する 	<ul style="list-style-type: none"> ・患部を視認する ・使用者のにおいをかぐ ・患部を触る 		<ul style="list-style-type: none"> ・患部を視認する ・使用者のにおいをかぐ ・患部を触る

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

③必要な資質・知識を持った専門家が確保されていること

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・薬剤師や登録販売者等専門家によって販売されること (※省令では、薬剤師または登録販売者の「管理・指導の下で(登録販売者若しくは)一般従事者をして」となっている) ・薬剤師や登録販売者等専門家によって情報提供がなされること 			
確認方法	<ul style="list-style-type: none"> ・サイト上で以下の情報を掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・名札を着用する ・店頭で以下の情報を掲示 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話で以下の情報を説明 	<ul style="list-style-type: none"> ・身分証明書を提示する ・訪問時に、以下の情報を説明
	<p>従事する薬剤師または登録販売者の情報</p>			
わかりやすさや確実性を高めるための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・引渡し前に必ず専門家が確認する(一般従事者だけで完結させない) ・いろいろな場所にリンク ・必須記載場所を決める(例:TOPページ、会社概要ページ、購入ステップ) ・専門家の写真も載せる ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・引渡し前に必ず専門家が確認する(一般従事者だけで完結させない) ・必須掲示場所を決める ・文字を大きくする ・紙で配布する ・名札を大きくする ・専門家の顔写真も掲示する ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・復唱する ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般従事者のみでは訪問させない(必ず専門家が同行する) ・名札を大きくする ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

④医薬品の必要な情報を、専門家が積極的に、分かりやすく、
かつ確実に購入者側に伝わるようにし、購入者側がそれを適切に理解できること

前提: 使用者 ≠ 購入者の場合がある。その場合は、いかなる販売方法においても、
使用者に直接情報提供することはできない。※購入者「側」とは何か？に注意が必要

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<p>・薬剤師や登録販売者によって医薬品の適正な使用のために必要な情報提供がなされること(第1類は書面を用いての提供義務、第2類は努力義務) ※第1類の情報提供義務は、購入者から説明を要しない旨の意思の表明があった場合には免除される</p>			
提供方法	<p>サイト上で以下の情報を提供(文字情報中心) ※提供する情報は薬剤師または登録販売者が監修する ※第1類については電磁的書面を用いる</p>	<p>口頭で以下の情報を提供(音声情報中心) ※第1類については書面または電磁的書面を用いる(文字情報を追加)</p>	<p>電話で以下の情報を提供(音声情報中心)</p>	<p>口頭で以下の情報を提供(音声情報中心) ※第1類については書面または電磁的書面を用いる(文字情報を追加)</p>
	添付文書の内容その他の薬剤師または登録販売者が必要と考える情報			
伝わりやすさを高めるための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・文字の大きさや配置を工夫したり、チェックボックスやボタンを活用して、一つ一つ理解しやすいようにする ・特に重要な事項は文字の大きさや色を変えるなどして目立たせる ・イラストや音声ファイルも併用 ・発送前にメールや電話で追加の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・一項目ずつ理解しているか聞くなどして、聞き流されないように工夫 ・チェックシートやイラストも併用 ・タブレット端末で文字を拡大しながら提示 ・確認した旨の署名 	<ul style="list-style-type: none"> ・一項目ずつ理解しているか聞くなどして、聞き流されないように工夫 ・チェックシートやイラストも併用 ・タブレット端末で文字を拡大しながら提示 ・確認した旨の署名 	<ul style="list-style-type: none"> ・一項目ずつ理解しているか聞くなどして、聞き流されないように工夫 ・チェックシートやイラストも併用 ・タブレット端末で文字を拡大しながら提示 ・確認した旨の署名

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑤購入者側の相談に専門家が適切に応じられること

前提: 使用者 ≠ 購入者の場合がある。※購入者「側」とは何か? に注意が必要

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品を購入しようとする(または購入した)者又は使用する者から相談があった場合に、薬剤師や登録販売者によって医薬品の適正な使用のために必要な情報提供がなされること 			
提供方法	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗に常駐する薬剤師又は登録販売者がメールや電話その他の手段によって相談に応じる ・注文前あるいは注文時に質問があった場合には、確認・回答してからでないとならない 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗に常駐する薬剤師又は登録販売者がその場で相談に応じる ・薬剤師又は登録販売者が常駐していないときに質問があった場合には、常駐時間を伝えて改めて相談するように促す 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗に常駐する薬剤師又は登録販売者が電話で相談に応じる 	<ul style="list-style-type: none"> ・配置販売に従事する薬剤師又は登録販売者が訪問してまたは電話等で相談に応じる ・配置前あるいは配置時に質問があった場合には、確認・回答してからでないとならない
適切に応じるための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・注文数等に応じて、十分な人数の専門家を常駐させる ・専門家が常駐する販売時間帯と、注文のみ受け付ける時間帯が区別できるように表示する ・相談できる手段を複数用意する ・手段や連絡先を明確にわかりやすく表示する 	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数等に応じて、十分な人数の専門家を常駐させる ・専門家の常駐する時間と不在の時間が区別できるように表示する 	<ul style="list-style-type: none"> ・注文数等に応じて、十分な人数の専門家を常駐させる ・注文受付時に、専門家の常駐時間帯を伝える 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般従事者だけで訪問させない ・配置時に相談応需の連絡先を伝える

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑥医療が必要な人に、適切な医療にアクセスさせられること

前提: 使用者 ≠ 購入者の場合がある。

※医師の診断の要否の判断方法について、個々人のばらつきをなくすには、登録販売者についても試験や研修等の体制を整える必要がある

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	なし			
実施方法	・使用者の状況を把握するための質問等や、相談応需を通じて、必要と思われる人には受診勧奨を行う			
適切に実施するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・引渡し前に必ず専門家が確認する(一般従事者だけで完結させない) ・医薬品ごとに、特に注意が必要な症状を掲載し、当てはまる場合には医師に相談するよう勧める ・購入履歴を確認し、必要と思われる人には医師に相談するよう勧める 	<ul style="list-style-type: none"> ・引渡し前に必ず専門家が確認する(一般従事者だけで完結させない) 	<ul style="list-style-type: none"> ・購入履歴を確認し、必要と思われる人には医師に相談するよう勧める 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般従事者だけで訪問させない

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑦多量購入、頻回購入等を防止可能なこと

前提:使用者≠購入者の場合がある。

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	なし			
実施方法	<ul style="list-style-type: none"> ・一度に販売する数量を制限する ・一定期間使用しても効果が見られない場合は医師、薬剤師または登録販売者に相談するよう伝える ・乱用が懸念される医薬品については、使用目的を確認する 			
適切に実施するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品ごとに、注文可能な数量を制限する ・購入履歴をもとに、不適切な頻度でないか確認する 	<ul style="list-style-type: none"> ・購入者の情報を収集して購入履歴を作成し、販売時に履歴をもとに不適切な頻度でないか確認する 	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品ごとに、注文可能な数量を制限する ・購入履歴をもとに、不適切な頻度でないか確認する 	<ul style="list-style-type: none"> ・配置履歴を作成し、補充時や配置時に履歴をもとに不適切な頻度でないか確認する

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑧医薬品の陳列、表示等が適切に行われること

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品を他の物と区別して陳列しなければならない ・第一類医薬品、第二類医薬品又は第三類医薬品の区分ごとに、陳列しなければならない (※省令では、第一類医薬品を、購入者または使用者が直接手の触れられない陳列設備に陳列することとなっている) ・店舗を利用するために必要な情報を掲示しなければならない (※省令では、一般用医薬品の販売制度について、リスク分類の定義や陳列、副作用被害救済制度について掲示することとなっている) 			
実施方法	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品の陳列場所において、リスク分類ごとに陳列する ・第1類医薬品は、購入者の手に触れられないよう陳列する 			<ul style="list-style-type: none"> ・配置箱の中でリスク区分ごとに陳列する ・掲示事項を記載した紙を渡す
	<ul style="list-style-type: none"> ・サイト上で掲示事項を表示する 	<ul style="list-style-type: none"> ・店頭で掲示事項を掲示する 	<ul style="list-style-type: none"> ・口頭で掲示事項を伝達する 	
適切に実施するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・サイト上の広告についても、商品名や商品画像、商品説明等にリスク区分を明示し、異なるリスク区分の医薬品が混在しないように表示する ・掲示事項はわかりやすいように複数リンクを張る、必須記載場所を決めるなど 	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシや店内のPOP等広告においても、リスク区分を明示し、異なるリスク区分の医薬品が混在しないように表示する ・掲示事項はわかりやすいように文字を大きくする、必須掲載場所を決めるなど 	<ul style="list-style-type: none"> ・会話している対象商品が医薬品であることや、リスク区分を明確に伝え、リスク区分の異なる医薬品について続けて話すときは、それが明確にわかるようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・配置の際に、どれがどのリスク分類であるかをわかりやすく説明する

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑨販売後も必要な相談に応じるための体制が整備されていること

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品を購入しようとする(または購入した)者又は使用する者から相談があった場合に、薬剤師や登録販売者によって医薬品の適正な使用のために必要な情報提供がなされること 			
提供方法	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗に常駐する薬剤師又は登録販売者がメールや電話その他の手段によって相談に応じる ・販売時間外に相談対応が可能な場合は、薬剤師又は登録販売者がメールや電話その他の手段によって相談に応じる 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗に常駐する薬剤師又は登録販売者がその場で相談に応じる ・営業時間外に相談対応が可能な場合は、薬剤師又は登録販売者が電話等によって相談に応じる 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗に常駐する薬剤師又は登録販売者が電話で相談に応じる ・販売時間外に相談対応が可能な場合は、薬剤師又は登録販売者が電話で相談に応じる 	<ul style="list-style-type: none"> ・配置販売に従事する薬剤師又は登録販売者が訪問してまたは電話等で相談に応じる ・営業時間外に営業時間外に相談対応が可能な場合は、薬剤師又は登録販売者が電話等によって相談に応じる
適切に応じるための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・十分な人数の専門家を常駐させる ・相談できる手段を複数用意する ・販売時間外に相談対応が可能な場合は、その旨と対応時間、連絡先をわかりやすく明示する ・販売後にフォローメール(使用して何か問題が発生しなかったか?) 	<ul style="list-style-type: none"> ・十分な人数の専門家を常駐させる ・購入履歴を作成している場合は、次回購入時に ・営業時間外に相談対応が可能な場合は、対応時間、連絡先をわかりやすく掲示する 	<ul style="list-style-type: none"> ・十分な人数の専門家を常駐させる ・販売時間外に相談対応が可能な場合は、その旨と対応時間、連絡先を留守電メッセージで伝える 	<ul style="list-style-type: none"> ・営業時間外に営業時間外に相談対応が可能な場合は、配置時にその旨と対応時間、連絡先を記載したチラシ等を渡す

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑩保管や搬送に当たり、専門家の管理・監督の下、
適正に医薬品の品質管理等が行われること

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・薬剤師等の専門家による店舗の実地の管理 ・保健衛生上支障が生じないように、管理者による、従業員の監督や構造設備、医薬品等の管理 <p>(※省令では、指針の策定、研修の実施、従業者から店舗販売業者への事故報告の体制整備、医薬品の適正管理のための業務に関する手順書の作成とそれに基づく実施、情報収集等が義務付けられている)</p>			
実施方法	<ul style="list-style-type: none"> ・薬剤師または登録販売者等専門家が、医薬品の品質管理を行う ・指針の策定、研修の実施、報告体制の整備、手順書の作成等を行う 			
	<ul style="list-style-type: none"> ・配送に際して、医薬品の品質が損なわれることのないように、専門家の管理監督の下配送方法や梱包に十分な配慮を行う。 		<ul style="list-style-type: none"> ・配送に際して、医薬品の品質が損なわれることのないように、専門家の管理監督の下配送方法や梱包に十分な配慮を行う。 	
適切に実施するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・配送前に梱包状況を専門家自ら確認する ・保存場所や保存方法に必要な医薬品がある場合は、梱包時に注意書きも同梱する 	<ul style="list-style-type: none"> ・手渡しの前に医薬品の状況を専門家自ら確認する ・保存場所や保存方法に必要な医薬品がある場合は、手渡す際に注意喚起する 	<ul style="list-style-type: none"> ・配送前に梱包状況を専門家自ら確認する ・保存場所や保存方法に必要な医薬品がある場合は、梱包時に注意書きも同梱する 	<ul style="list-style-type: none"> ・配置前に医薬品の状況を専門家自ら確認する ・配置箱の設置場所について確認を行い、必要なアドバイスを

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑪医薬品の選定から情報提供、受渡し、販売後のフォローにわたる全ての流れにおいて、
 専門家が関与、管理・監督し、購入者側からもそれが明確に分かること

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・薬剤師や登録販売者等専門家によって販売されること (※省令では、薬剤師または登録販売者の「管理・指導の下で(登録販売者若しくは)一般従事者をして」となっている) ・薬剤師や登録販売者等専門家によって情報提供がなされること 			
確認方法	サイト上で以下の情報を掲載	<ul style="list-style-type: none"> ・名札を着用する ・店頭で以下の情報を掲示 	電話で以下の情報を説明	<ul style="list-style-type: none"> ・身分証明書を提示する ・訪問時に、以下の情報を説明
	<ul style="list-style-type: none"> ・従事する薬剤師または登録販売者の情報 ・販売プロセスごとの専門家の関わり方の紹介 			
わかりやすさや確実性を高めるための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・引渡し前に必ず専門家が確認する(一般従事者だけで完結させない) ・いろいろな場所にリンク ・必須記載場所を決める(例:TOPページ、会社概要ページ、購入ステップ) ・専門家の写真も載せる ・商品ページにも記載情報を監修した専門家名を掲載する ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする ・配送時に専門家の名刺を同梱する ・相談応需の際には必ず対応した専門家情報を明記する 	<ul style="list-style-type: none"> ・引渡し前に必ず専門家が確認する(一般従事者だけで完結させない) ・必須掲示場所を決める ・文字を大きくする ・紙で配布する ・名札を大きくする ・専門家の顔写真も掲示する ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする ・引渡し時や相談応需の際に専門家の名刺を渡す 	<ul style="list-style-type: none"> ・復唱する ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする ・配送時に専門家の名刺を同梱する 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般従事者のみでは訪問させない(必ず専門家が同行する) ・名札を大きくする ・行政DBで従事する専門家情報を確認できるようにする ・配置時に専門家の名刺を渡す

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑫ 医薬品の適正使用を促すこと

前提: 使用者 ≠ 購入者の場合がある。その場合は、いかなる販売方法においても、使用者に直接情報提供することはできない。

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	<ul style="list-style-type: none"> ・薬剤師や登録販売者によって医薬品の適正な使用のために必要な情報提供がなされること(第1類は書面を用いての提供義務、第2類は努力義務) ※第1類の情報提供義務は、購入者から説明を要しない旨の意思の表明があった場合には免除される ・医薬品を購入しようとする(または購入した)者又は使用する者から相談があった場合に、薬剤師や登録販売者によって医薬品の適正な使用のために必要な情報提供がなされること 			
実施方法	サイト上で以下の情報を提供(文字情報中心)	口頭で以下の情報を提供(音声情報中心)	電話で以下の情報を提供(音声情報中心)	口頭で以下の情報を提供(音声情報中心)
	<ul style="list-style-type: none"> ・添付文書の内容その他の薬剤師または登録販売者が必要と考える情報 ・医薬品には副作用リスクがあるため、医薬品は用法用量を守って正しく使うこと ・一定期間使用しても改善が見られない場合は医師又は専門家に相談すること 			
適切に実施するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・特に重要な事項は文字の大きさや色を変えるなどして目立たせる ・連続服用が懸念される医薬品については特に強調する ・購入履歴を確認して必要に応じて販売前に確認を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・連続服用が懸念される医薬品については特に注意して声がけをする 	<ul style="list-style-type: none"> ・連続服用が懸念される医薬品については特に注意して声がけをする 	<ul style="list-style-type: none"> ・連続服用が懸念される医薬品については特に注意して声がけをする

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑬ 個人情報漏洩

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	薬事法には規定なし (個人情報保護法)			
実施方法	<ul style="list-style-type: none"> ・暗号化されたシステムを利用する ・厳重なセキュリティー対策を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報が記載されているものがある場合には不特定多数の人に見られないように注意する 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話を受ける際に不特定多数の人に聞かれないようにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報が記載されているものがある場合には厳重に管理する
	・個人情報の管理について指針を策定し、適切な管理を行う			
適切に実施するための工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報以外のプライバシー情報に配慮する 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報以外のプライバシー情報に配慮する ・質問実施など情報収集の際、周囲の人に聞かれないよう、個室で実施する 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報以外のプライバシー情報に配慮する 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報以外のプライバシー情報に配慮する

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

⑮ウェブサイトの改ざん

	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	なし			
対応方法	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティ対策を実施する ・システム管理のIDやパスワード等を厳重に管理する 			

⑯問題が起こった場合の否認

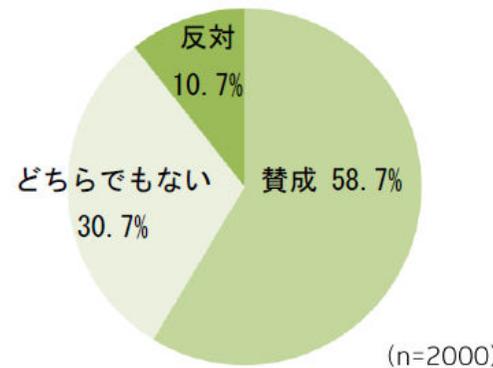
	ネット	店頭	電話※1	配置
法による要求	なし			
対応方法	<ul style="list-style-type: none"> ・やり取りのメール等を保存・録音・録画する ・ウェブ画面を保存する 	<ul style="list-style-type: none"> ・やりとりの内容を録音・録画する ・購入者の名前と連絡先を記録する ・レシートを保存する 	<ul style="list-style-type: none"> ・やり取りの内容を録音する 	<ul style="list-style-type: none"> ・やりとりの内容を録音・録画する

※1 諸事情により電話販売を希望した場合など。

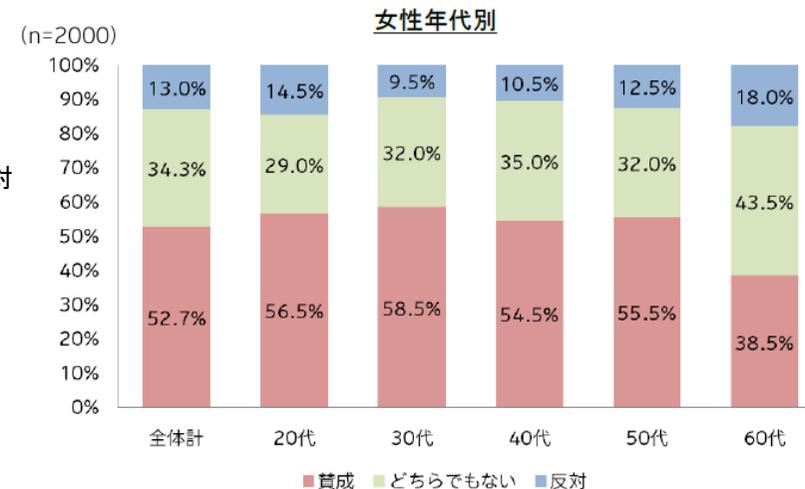
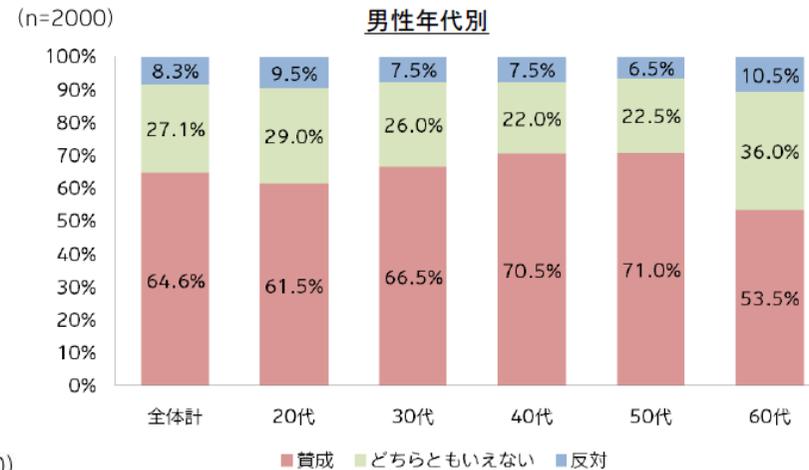
- ・一般用医薬品のネット販売・通信販売に関する調査は、これまでに複数の調査会社が行っている
- ・調査対象がネットユーザーの場合と、そうでない場合では、結果に開きがあるものと思われる

① 市販薬のインターネット販売への賛否について

・市販薬のインターネット販売には賛成 6 割、反対 1 割



・女性よりも男性に賛成派が多く、特に 40 代・50 代男性では 7 割以上が賛成



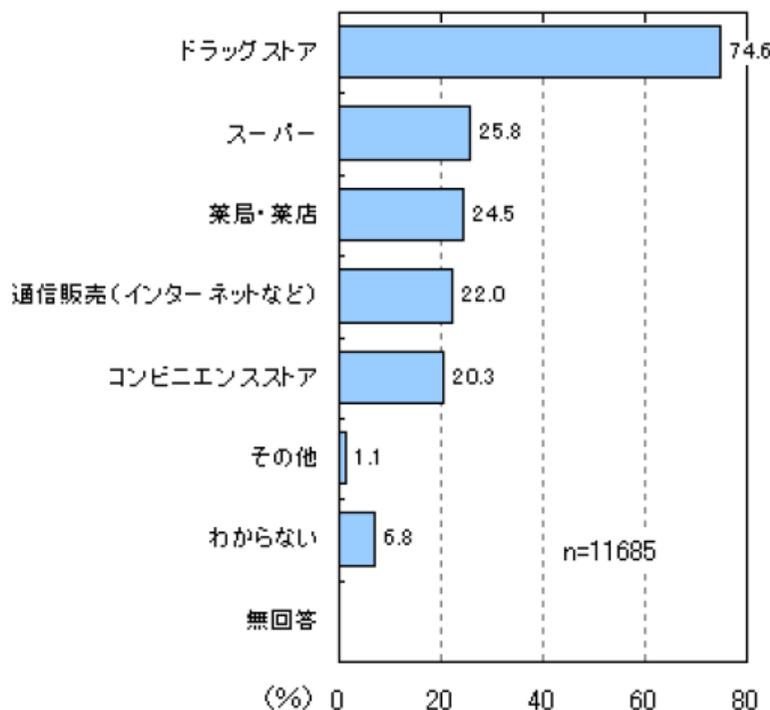
電通総研「市販薬のインターネット販売に関する意識調査」

【調査概要】

- ・調査対象者：全国 20代～60代の男女（性・年代ごとに200名ずつを対
 - ・回収サンプル数：2,000ss
 - ・調査手法：PCインターネット調査
 - ・調査時期：2013年3月
 - ・調査実施機関：電通総研、電通マーケティングインサイト
- ※調査結果の数値は、全て小数点第2位以下を四捨五入

■市販の医薬品を購入したい場所

〔(全員)もしも市販の医薬品の販売に制限がなかったとしたら、あなたはどこで医薬品を買いたいですか。買いたいと思うところをすべてお選びください(複数回答可)〕



マイボイスコム「医薬品の購入に関するアンケート調査(第4回)」

【調査対象】「MyVoice」のアンケートモニター

【調査方法】インターネット調査(ネットリサーチ)

【調査時期】2012年07月01日～07月05日

【回答者数】11,685名

【調査機関】マイボイスコム株式会社

■医薬品購入時に不便になったと思う点

〔(購入が不便になったとお答えの方)医薬品を購入する際にどのような点が不便になったと感じていますか。以下の中からあてはまるものをすべてお選びください(複数回答可)〕

