

No.	該当箇所		質問・意見
1		【店舗の開店時間とネットの販売時間等】	<p>④インターネット販売を行う店舗は、午前8時から午後6時までの実店舗の開店時間を週40時間以上とすることとする。</p> <p>・なぜ午前8時から午後6時なのか？この時間に縛る必要はないのではないか。 ・週40時間とすると、実店舗の営業時間だけで法定労働時間になる。実体を担保するという観点では厳しすぎるのではないか。 ・電話販売の場合も含まれることを明確に記載すべき</p>
2	1(1)安心・信頼できる店舗において販売されること	【店舗の正式名称の表示】	<p>⑧複数サイトへの出店自体は制限しないが、正式名称と異なる名称を掲げた出店を行う場合は、店舗の正規の名称に通称の名称も併せて表示することとする。 ※イメージ・・・ケンコーコム(通称:ケンコーコム楽天市場支店)</p> <p>・許可証の内容(正式名称が書いてある)の掲載では足りない理由は何か。 ・以下の記載方法も意味するところは同じと考える。モールを利用するユーザにとってはこちらのほうがわかりやすい ケンコーコム楽天市場支店 (薬局開設証における店舗の名称:ケンコーコム)</p>
3		【専門家数の基準】	<p>②(中略)薬事監視のためのテレビ電話の設置を義務付けることとする。</p> <p>・テレビ電話にも様々な種類があると思うが、種類を指定するのか。 ・電話販売の場合もテレビ電話で監視するのか</p>
4		【専門家の氏名等の掲示・表示】	<p>③(中略)インターネット販売については、勤務する専門家の氏名等を販売サイトに表示するとともに、現在の勤務状況をリアルタイムで販売サイトに表示することとする</p> <p>・いつ誰がいるのかを予め確認できることが目的であるから、必ずしもリアルタイムである必要はなく、「いつどの専門家が勤務しているのかがわかるように勤務状況を販売サイトに表示することとする」に修正すべき。</p>
5	2(1)専門家による的確な確認・情報提供等が行われること	【第1類の販売の流れ】	<p>①ア 使用者の状況等の確認</p> <p>・使用者の状況等の確認は、「その医薬品の適正使用のために必要な」使用者の状況等の確認とすべき ・項目ごとに設けたチェックボックスでの確認も可とすべき。(例:妊婦ではない にチェックを入れてもらう) ・対面の場合は、外形的にどのように担保するのか決めるべき。医薬品ごとに確認すべき事項のチェックリストを作成するなどの対応を義務化すべき</p>
6			<p>①イ 使用者の状況等に応じた個別の情報提供等</p> <p>・注意すべき事項や禁忌事項に該当しないことがわかった人について、用法・用量、服用上の留意点、服用後注意すべき事項を伝えるのであれば、その内容は個別に異なるものではないのではないか。</p>
7			<p>①ウ 提供された情報を理解した旨等の連絡</p> <p>・注意すべき事項や禁忌事項に該当しないことがわかり、再質問の必要がない人について、ウェブ上で用法・用量、服用上の留意点、服用後注意すべき事項をわかりやすく伝えていれば、そこからさらにメールを送信して、返信をもらう必要はないのではないか。</p>

8	2(1) 専門家による的確な確認・情報提供等が行われること	【第1類の販売の流れ】	①エ 販売(商品の発送) ※販売可と判断した薬剤師の氏名等を購入者に伝達	・実店舗では、シールを張るとか、名前を書いた紙を渡すという方法を取るのか
9			② インターネット販売の場合は、上記のやりとりをメールで行うことを認めるが、購入者の希望に応じて、メール以外に、店頭での対面や電話等で対応できるよう環境整備を義務付ける(ネット)	・メール以外にウェブサイト上でのやりとりやチャットを利用したやりとりも考えられる。メールに限定しない文章に修正すべき
10		【第2類・第3類の販売の流れ】	②ア 使用者の状況等の確認(購入者→専門家) ※具体的な確認方法・確認内容は、各店舗の判断による	・2類3類についても、新たに「使用者の情報収集」について義務を設けるということか
11	②イ 販売の可否の判断(専門家) ※ 販売可ではないと判断した場合は、購入者に連絡して、更なる情報収集を行う		・2類3類について、必ず専門家の判断が必要なので、例えば実店舗では、医薬品を買い求める人は一般従事者だけのレジには並べないということでもいいか。	
12	2(3) 多量・頻回購入等が防止できること	【販売個数制限等】	②個々の医薬品の販売制限に加えて、インターネットモール内やチェーン展開している店舗間での販売制限を行うことについては、自主的な取組みを求めるとするほか、厚生労働省においても多量・頻回購入を防止するための措置の検討を行うこととする	・自主的取組みは検討するが、「求めることとする」と法令に書くのは不適切。 ・自主的取組みを検討するにあたって、具体的にどの医薬品をどの期間でどのくらい買おうとしたら制限すべきなのか、厚生労働省から具体的な指針を出してほしい。 ・モールとしての自主的取組みの案は別添資料で説明
13		【使用期限切れの医薬品の販売の禁止、オークション形式での販売の禁止】	④オークション形式での販売は、不必要な医薬品の購入を促す恐れがあるほか、オークションサイトでは販売後に違反業者を特定することが困難であることから、これを禁止することとする。	・オークションだと不必要な商品の購入を促すという理由はおかしい。 ・ネットで医薬品を販売するには、許可を取得した店舗が必要事項を表示しなければいけないとなっているので、それが出来ていない時点で薬事法違反となる。オークションサイトだから禁止なのではなく、必要な許可を持っていないとか表示をしていないから禁止ということで十分ではないか。 ・むしろ、薬事法違反している出品者の情報をどうしたらプロバイダやオークション事業者から取得できるのかについて関係事業者と協議すべきではないか。
14	2(4) 販売記録の作成等	【販売記録の作成】	①(中略) ア 店舗での販売については、販売を行った相手方の連絡先の作成・保存に努めることとする イ インターネット販売については、匿名性の高い環境下での情報提供・販売となるため、その透明性を確保する観点もあり、専門家が情報提供・販売を行った時刻、情報提供・販売を行った相手の連絡先、対応した専門家の氏名等の記録の作成・保存を義務付けることとする。	・実店舗では努力義務、ネットでは義務というのはバランスを失する。ネットを義務付けするのであれば、実店舗も義務付けすべき。 ・実店舗では人の目があるから販売記録が不要という理屈にはならない。人の目があっても、きちんと情報提供がされていない例が多いということは、「人の目がある」だけでは実効性が担保できないことを示している。

15		【販売記録の作成】	②薬事監視の実効性を高める観点から、行政はインターネットモール運営事業者に協力を求めることとし、インターネットモール運営事業者はこの要請に協力することとする	<ul style="list-style-type: none"> ・できる範囲で協力はするが、モール以外の出店方法がある中でモールの協力を法令で義務化するのをおかしい。他省庁とも協力事例はあるし、同じ枠組みでできるのではないか。(例:製品安全四法に関する経済産業省との協力など)
16		【リスク区分の表示】	①基本画面はリスク区分ごとの製品表示を義務付けるが、検索結果については、リスク区分をわかりやすく表示するとともに、それぞれのリスクの内容を表示することで構わないこととする	<ul style="list-style-type: none"> ・「基本画面」とは、注文申込みボタンがある商品ページということではないか。 ・リスク区分についての説明は、現在も揭示事項となっているとの認識 ・河野構成員からの意見(写真の色分け等)は、ぜひ前向きに検討したい
17	2(5)医薬品の陳列、表示等が適切に行われていること(対応)	【誇大広告等の制限】	③販売サイトにおける購入者によるレビューや口コミは、虚偽広告や誇大広告に該当する恐れもあり、禁止する	<ul style="list-style-type: none"> ・「虚偽広告や誇大広告に該当する恐れもあり」ということではなく、「使用者の感想が必ずしも別の購入者の参考にはなるわけではなく、かえって適正使用を妨げる可能性もあるから、販売サイトにおける医薬品についてのレビューや口コミは禁止すべき」という意見であれば賛同できる ・医薬品に対するものではなく、販売サイト自体への口コミやレビューは、販売サイトを選ぶにあたって有用な情報であるし、また、監視にも役立つと思われることから、継続すべきと考える
18			④過去の購入履歴等から医薬品を勧めることについては、不適切な医薬品の購入を促す恐れがあることから禁止する。	<ul style="list-style-type: none"> ・過去の購入履歴等から医薬品の購入を勧めることについて禁止をすることは賛同できる。
19	一般用医薬品のインターネットでの販売ルール(概要)			<ul style="list-style-type: none"> ・店頭販売での具体的な流れを示した図も用意すべきでは ・左側の図だが、メール以外の手段もありうるので、メールに限定した書き方にすべきでない
20	全体			<ul style="list-style-type: none"> ・電話販売、カタログ販売、TV販売等別の形態の郵便等販売における販売条件も明確にすべき