

# 樂天

## 医薬品の通信販売規制の問題

2009年4月16日 / 楽天株式会社 / 三木谷 浩史

三木谷委員提出資料

- 2006年以降、対前年比5割前後の伸びで推移。
- 仕事・育児で多忙な30代が、約4割を占める。
- 65歳以上の消費者も約1.4%存在し、ネット署名のコメントでも例えば82歳の方から切実な声が寄せられている。
- 会員登録上の住所は、都会・地方の別なく、全国に満遍なく広がっている。（次頁参照）

# 楽天市場における医薬品の購入者数の分布

## ■「楽天市場」での医薬品購入者数の都道府県別分布(2008年)

1. 東京都、神奈川県、大阪府、埼玉県、千葉県  
の5府県で約5割を占める。

⇒人数としては大都市圏の消費者が多い。

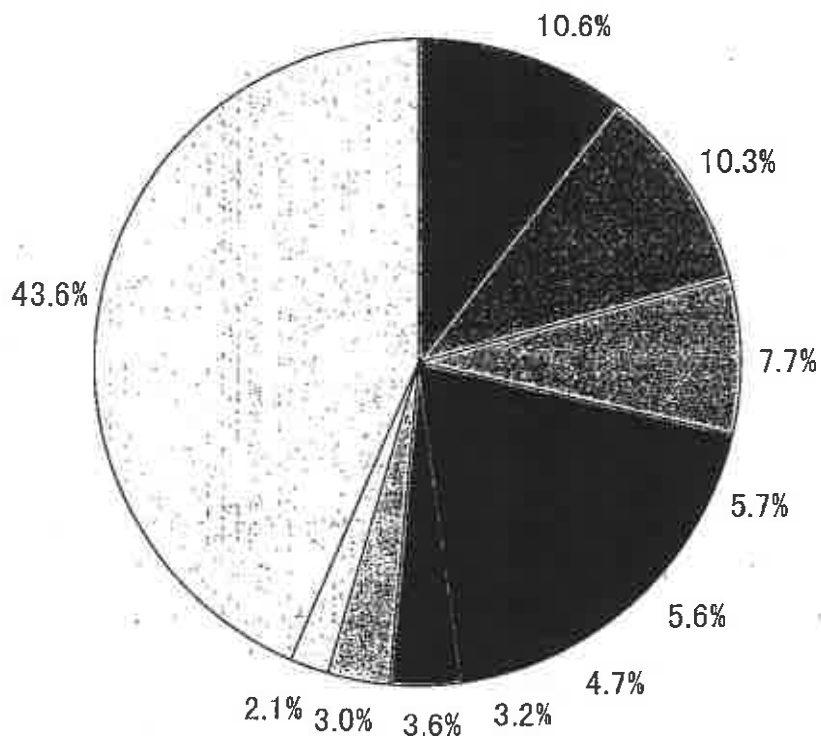
2. 他は、全国満遍なく遍在。

⇒地方住民もネットを利用。

順位	都道府県名	構成比
1位	東京都	19.5
2位	神奈川県	10.3
3位	大阪府	8.0
4位	埼玉県	5.8
5位	千葉県	5.6
6位	愛知県	4.9
7位	兵庫県	4.8
8位	北海道	3.2
9位	福岡県	3.1
10位	静岡県	2.7
11位	京都府	2.4
12位	広島県	1.8
13位	茨城県	1.7
14位	宮城県	1.5
15位	長野県	1.3
16位	岡山県	1.2
17位	栃木県	1.1
18位	新潟県	1.1
19位	岐阜県	1.1
20位	群馬県	1.1
21位	三重県	1.1
22位	奈良県	1.0
23位	福島県	1.0

順位	都道府県名	構成比
24位	滋賀県	0.9
25位	山口県	0.8
26位	鹿児島県	0.8
27位	熊本県	0.8
28位	長崎県	0.8
29位	愛媛県	0.8
30位	青森県	0.7
31位	岩手県	0.7
32位	石川県	0.7
33位	和歌山県	0.7
34位	富山県	0.7
35位	香川県	0.6
36位	秋田県	0.6
37位	大分県	0.6
38位	沖縄県	0.6
39位	山形県	0.6
40位	宮崎県	0.5
41位	山梨県	0.5
42位	徳島県	0.5
43位	福井県	0.5
44位	高知県	0.5
45位	島根県	0.4
46位	鳥取県	0.4
47位	佐賀県	0.3

医薬品ジャンル毎の購入者の人数比率(2009年2月)



- 便秘薬・浣腸薬
- ▣ 滋養強壮・肉体疲労(錠剤等)
- ▤ 皮膚の薬
- 胃腸薬
- 肩こり・腰痛・筋肉痛の薬
- 肌荒れ・にきびの薬
- 水虫薬
- 滋養強壮・肉体疲労(ドリンク)
- きず薬・消毒薬
- 痔の薬
- その他

## 健康維持のための多様な薬

- ・総合感冒薬
  - ・妊娠検査薬・排卵検査薬
  - ・鼻炎薬、花粉症の薬
  - ・婦人薬
  - ・生活習慣病対策の薬
  - ・歯肉炎の薬
  - ・禁煙補助剤
  - ・その他漢方薬
- 等

通販での医薬品の売れ筋商品に、実店舗では購入がはばかれる商品が占める割合が多い。このような消費者の意向は、「困難」には当たらないとして無視してもよいとするのは、消費者不在の議論。

■ある企業における、2008年1月～12月の年間医薬品順位(第2回検討会でJODAが提出した資料を解析)

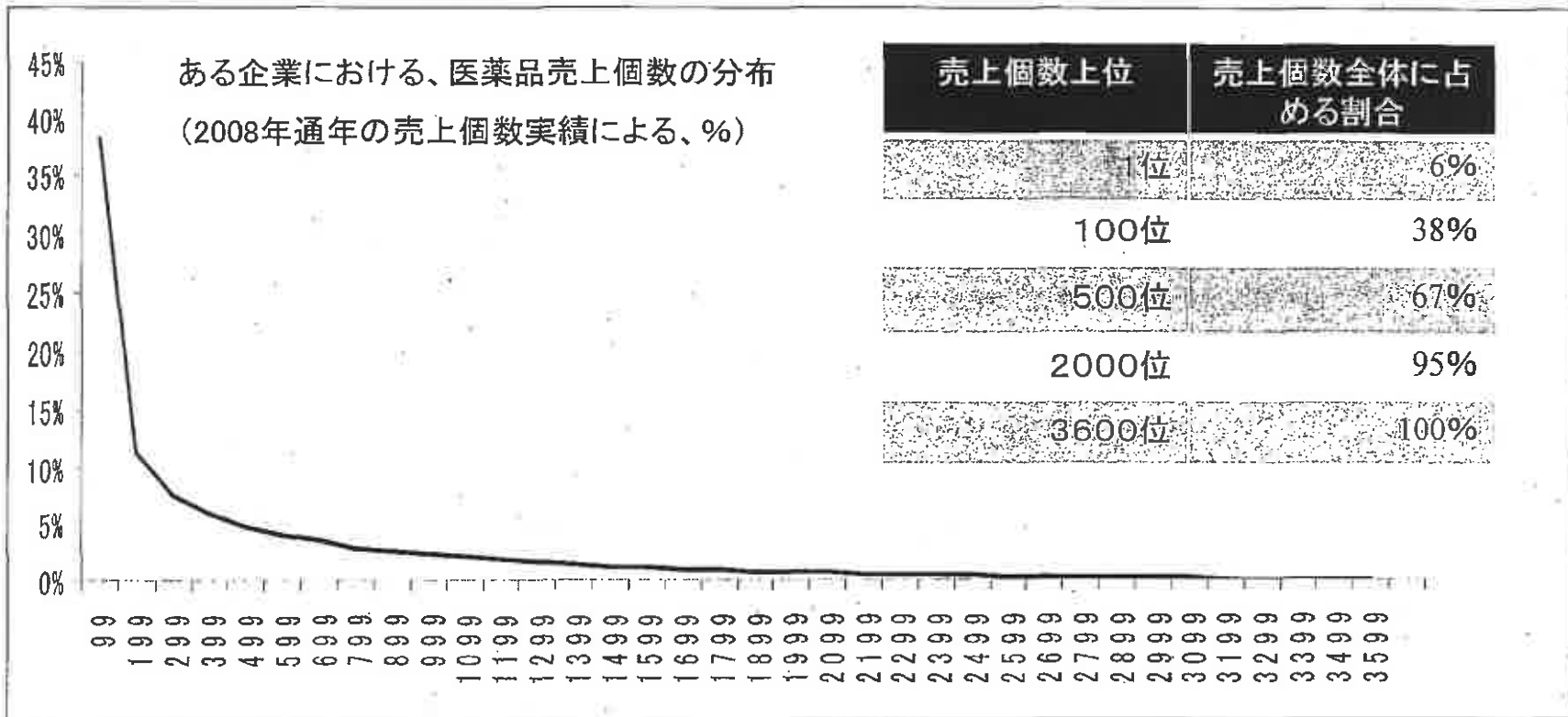
売上げ商品ベスト10の医薬品種類

売上順位	医薬品種類
1位	排卵検査薬
2位	漢方便秘薬
3位	排卵検査薬
4位	漢方以外の便秘薬
5位	ビタミン剤
6位	漢方便秘薬
7位	漢方便秘薬
8位	皮膚の薬(モシラミ)
9位	漢方以外の便秘薬
10位	滋養強壮剤

売上げ商品ベスト100のうちの該当商品数が多い医薬品分類

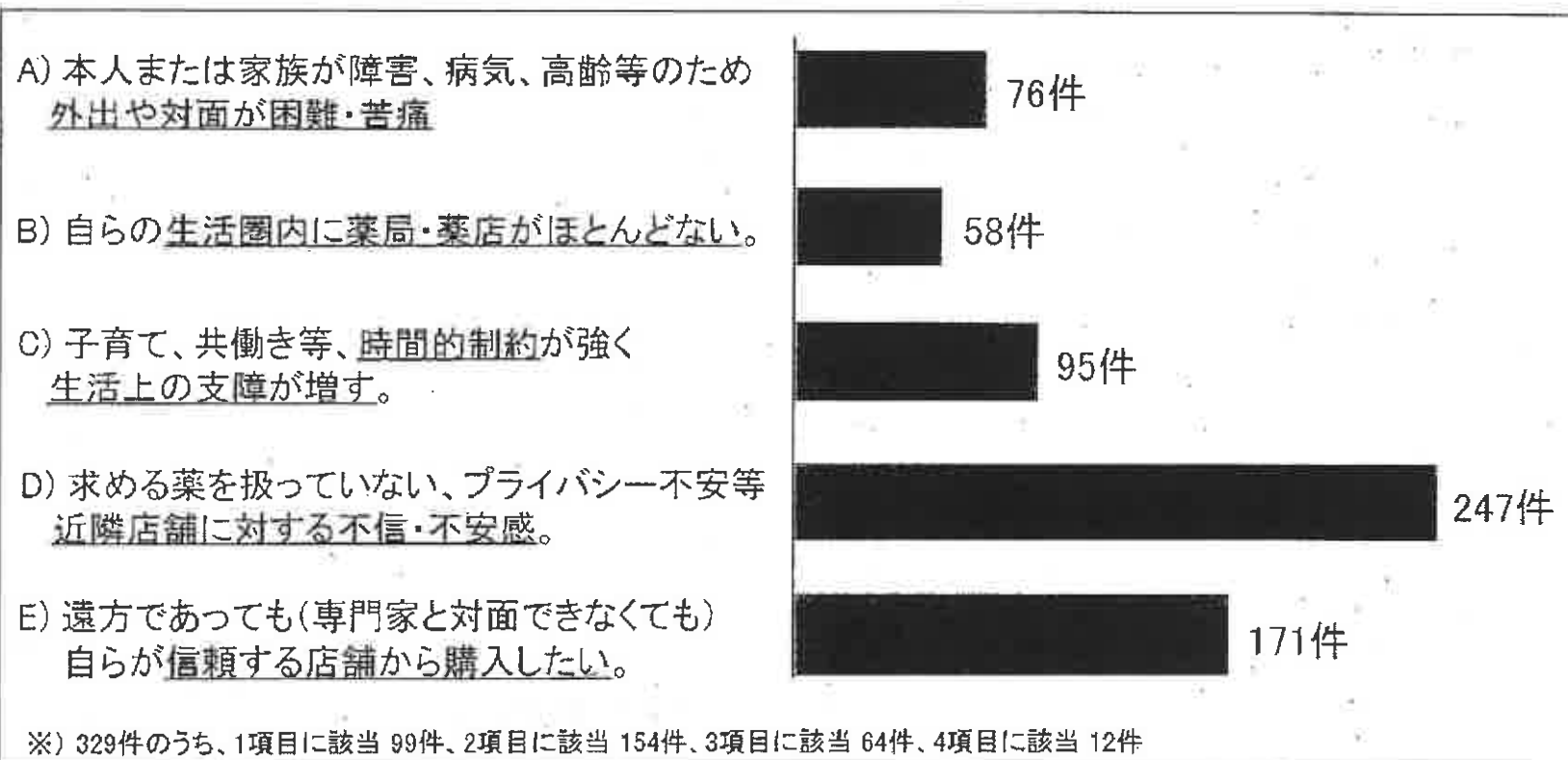
医薬品分類	商品数
皮膚の薬	18商品
便秘薬・浣腸	15商品
ビタミン剤	11商品
痔の薬	9商品
殺菌・消毒	8商品
水虫の薬	5商品
抜け毛・フケ等(発毛促進剤)	3商品
整腸剤	3商品
口中薬	3商品

通信販売は、多様な商品がまんべんなく購入されていて、いわゆるロングテールの売上分布となっており、消費者が個別具体的な事情により自分に合った医薬品を購入していることが分かる。



# 省令案へのパブリックコメントから分かる消費者の動向 **楽天**

分析対象とした329件の意見の詳細は以下のとおり。



出所)日本オンラインドラッグ協会

(出典:第3回検討会でJODAが提出した資料2)

## 1 必要記載事項の周知指導

- 出店店舗に必要記載事項をあらためて周知指導中(許可番号、薬局等の管理者名、問い合わせ対応連絡先などの記載)。

## 2 劇薬の販売自粛

- 一般用医薬品で劇薬に指定されているもの約30商品につき、販売禁止にする自主規制を実施。

## 3 個数制限のルールの確認と実効化

- 厚生労働省と日本OTC医薬品協会にJODAが個数制限のルールを確認。
- 厚生労働省の昭和62年通達で、一定成分を含む鎮咳去痰薬の内用液剤の販売量は原則1人1本にする留意事項を示していることが判明。
- ブロン、トニン等該当商品については、昭和62年通達に基づく個数制限を導入するよう徹底を開始。
- 今後、メーカーからの自主規制等のルールが確認される場合は、速やかにそれに基づく対応を実施する。
- 個数制限に関する情報共有をリアル/ネット全体を通じて今後図るべき。



- 使用上の注意の確認等を注意喚起する画面の導入
- 年齢認証機能の導入(18歳未満は医薬品の販売を禁止する予定)
- 各店舗が問診表の記載を行う

## (1) インターネット販売等における責任の所在

### 責任の所在・過失の有無の検証

・販売継続を求めている通信販売は、許可を受けた店舗において、専門家が対応しており、販売経路が異なるのみ。その意味で実店舗における店頭での対面販売と同様。

### 場の提供者の責務

・場の提供者は、販売当事者ではないので契約当事者の責任は有しないが、消費者が安全安心に通信販売を利用する環境を整備するための所要の対応を実施。

(注) 経済産業省が既存の法律の電子商取引分野への適用の解釈を明らかにした「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」において、モール運営者の責任は整理されている。それによれば、契約当事者ではないので個別の店舗との取引によって生じた損害について、モール運営者は、特段の事情がある場合を除いて原則として責任を負わないとされており、責任を負う場合があり得る特段の事情の事例も記述されている。

## (2) 個人認証

### 個人認証のあり方

- ・個人認証とは何を指しているのか不明確。
- ・個人を特定できる情報を把握することを言うのであれば、配送先を指定するので、匿名で購入できるわけではない。
- ・年齢確認については、業界ルール案で提案をしている。

## (3) インターネット販売等における情報提供・相談対応

### 履歴

- ・楽天市場では、各店舗が、自分の顧客について、誰が何をいついくつ購入したかを確認できる。

### 双方向のコミュニケーション

- ・電話、メール、ファックス等を使ってきめ細かく双方向で対応。
- ・ネット署名のコメントでも消費者からメール等でのきめ細かい対応に感謝しており、メールのほうじっくりと読めて判断できる等のコメントも寄せられている。
- ・使用上の注意の内容の所在を示して理解したかを確認するボタン等を購買過程において設けて確認する手法を業界ルール案として示している。

## (3) インターネット販売等における情報提供・相談対応

### 購入後の相談対応

- ・現状でも、電話、メール、ファックス等で相談を受けている。業界ルール案でも、相談先の明記も書いてあるので、相談を受けられる体制を確保する。

(参考) 3月4日開催の消費者・事業者を集めたフォーラムでの発言

#### ・事業者

ネットのほうがメール等を通じて対面よりも本音を聞けるし、詳しい症状もメールで送ってくれ、返信メールを夜にすることも多々ある。ネットの方が消費者の反応をじかに感じ取れる。

#### ・消費者

水虫薬をネットで購入している。メールで患部の写真を送って疑問点等をいろいろ聞いている。ネットはバックアップ体制がすばらしい。

## (3) インターネット販売等における情報提供・相談対応

### 副作用の報告

・ネット販売も、薬事法の許可に関わる店舗を有しており、薬剤師・登録販売者がいるので、ネット販売特有の事情があるわけではない。

### 専門家の情報提供の確認

・業界ルール案において、薬剤師・登録販売者の氏名などをウェブ上で表示することをルール化する。これにより、悪質事業者が虚偽の表示をしても、薬剤師の情報を載せた官公庁のウェブ情報との突合せ等や当局のパトロール等により虚偽の表示は発見でき、一定の抑止効果が働く。

・そのほか、業務手順書の公表等による販売業務の見える化、業界による監査等を組合せていくことにより、専門家が実在しない違法サイトの淘汰を促進していく。

## (4) 年齢・使用対象者等が限定されている医薬品の販売

### 使用対象年齢が限定されている医薬品の販売

・年齢申告を踏まえた販売可否の判断の実施、18歳未満の者には一律医薬品を販売禁止するといった措置、問診表でのチェックが考えられ、業界ルール案を提示している。

### 使用対象者が限定されている医薬品の販売

・使用者の状態を把握し、禁忌事項に該当するかどうかを確認する仕組み(チェックボックスの活用等)を導入することを業界ルール案として提示。

## (4) 年齢・使用対象者等が限定されている医薬品の販売

### 安易な購入、不適正な使用、悪用

・対面による抑止力がないというが、配送先を指定しないといけないので、匿名で買えるわけではなく、抑止効果がないとの指摘は当たらない。

### 過剰購入、大量購入対策

- ・個数制限については、厚生労働省のルールに基づき実施することを提案。
- ・昭和62年・厚生労働省通達に基づく制限を導入するよう取組みを開始。



# 資料集

2009年4月16日／楽天株式会社

## 目 次

1. 厚生労働大臣へ4月10日に提出した要望書・・・・・・・・・・ 1
  2. 「電子商取引準則」におけるモールの法的責任の記述・・・・・・・・ 33
  3. 要望書
    - ① 社団法人広島市視覚障害者福祉協会から厚生労働大臣  
への要望書・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
    - ② 広島市視覚障害者情報支援センターから厚生労働大臣  
への要望書・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 38
    - ③ NPO法人フローレンスから厚生労働大臣及び  
本検討会委員への要望書・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 41
- (注) 上記1. の要望書の別添2として、消費者からの手紙があり、  
消費者本人の名前及び住所の一部が記載されていますが、当社  
より、公開につき本人のご了解を取っております。

2009年4月10日

厚生労働大臣  
舩添 要一 様

一般用医薬品の通信販売の継続を求める要望書

【販売事業者（団体）】

医薬品ネット販売推進協議会  
NPO法人日本オンラインドラッグ協会  
社団法人日本通信販売協会

【インターネットショッピングモール運営事業者】

ヤフー株式会社  
楽天株式会社

【有識者】

インターネット先進ユーザーの会

一般用医薬品の通信販売継続につきまして、消費者の方々などから、通信販売継続を求める署名 100 万筆をいただきましたので提出するとともに、改めて下記の事項を強く要望いたします。

署名の際に約4万件のコメントをいただいております、その一部を別添しております。また、大臣宛に消費者よりお手紙を頂戴しており、それも別添しております。通信販売継続を求める国民の切実な声が記載されておりますので、是非ともご一読ください。

なお、我々は、一般用医薬品の通信販売に関する安全な環境の整備と国民健康維持のための努力を引き続き続けていきます。

【要望内容】

6月1日以降、一般用医薬品の購入に困難が生じ、国民一人一人の健康維持に支障をきたす恐れがないよう、6月の制度施行前に通信販売の継続を可能とする省令の再改正を要望します。

【理由】

省令案に対するパブリックコメントや署名の結果を踏まえると、大多数の消費者が通信販売継続を強く求めていることは明らかです。6月1日以降通信販売が中止された場合には、一般用医薬品を通信販売で購入して健康を維持している方に重大な影響が生じてしまうこととなります。

大臣のご指示により現在「医薬品新販売制度の円滑施行に関する検討会」（以下「検討会」という。）が開催されており、次回以降の検討会でそのような方々に関する議論が詳細に行われることとなっておりますが、検討会に提出された配置販売等による医薬品の

購入が困難な方への代替策はコストや物流など様々な点で実現可能性が全く検討されておらず、誰も具体的な根拠を上げることができない状態です。

現在の代替策では「全ての国民に平等に安全に医薬品を届ける」ことは担保されておらず、検討会でもその指摘がなされています。

(配置販売等の代替策で解決できるとするのは不可能である主な理由)

①配置販売で対応との代替案に対する疑問

- ・配置の現状（配置従事者の状況、品目数、訪問頻度等）や医薬品の流通構造から考えると、配置でニーズをカバーすることは極めて困難。
- ・消費者からも、現状の配置の品揃え・回数への不満、その他訪問販売形式等に対する懸念（押し売りなどのトラブル）が示されている。

②親族等の購入代行との代替案に対する疑問

- ・代行してくれる方がいるとは限らない。
- ・本人の状況を正しく伝えられるか、本人の状況・感覚を踏まえ、専門家からの質問に対し正しく答えられるかという問題点があり、十分なコミュニケーションができるとは言い難い。
- ・本人が自ら購入したいという強い意思がある。

③介護事業者等の付添い対応との代替案に対する疑問

- ・日本の介護事業者の人材不足の実態などを踏まえておらず、実効性が無い。
- ・多くの要介護者は限られた資金でやりくりして生活しており、経済的負担も高まる。
- ・重度障害者の場合は、そもそも外出が困難である。

④取寄せ対応との代替案に対する疑問

- ・自分に合った特定の医薬品を探し出して健康維持をしている消費者が多数いる。現状の流通実態を踏まえると、取寄せでカバーはできない。実際、現状でも取寄せを断られたとの声が届いている。

⑤消費者の中には、実店舗店頭での対面購入が困難又は強い抵抗を伴う方（聴覚・視覚障害者、対面購入がはばかれる商品を購入する者等）があり、そのような者の意向は無視されてしまう。

以上のような現状を前提としますと、現在、検討会においては、通信販売事業者から安全に医薬品を届けるための業界ルール案を提出し説明しているところですので、「全ての国民に平等に安全に医薬品を届ける」という国民の生命身体に関わる重要な利益を「現実的に」実現するためには、業界ルール案に基づく安全策を確保した上で通信販売を継続することが必要不可欠であると考えます。

以 上

【添付資料】

- 資料1 署名の際に消費者から寄せられたコメント
- 資料2 消費者から厚生労働大臣へのお手紙

## 一般用医薬品の通信販売に関する消費者の声

○一般用医薬品の通信販売の継続を求める署名欄での自由コメント記入欄への書込み(誤字等はそのまま)。

## 【育児中の方の声】

コメント
今日のニュースでみてびっくりしました。我が家は 子供が3人。下の子は2さいで、買い物へいく、見つける、帰るという動作が大変です。今まで、ネットで購入してましたので、買えなくなると、とても困るのです。家では 一大事！なんとかおおいとどまっほしいです。
子供がいる家庭では買い物になかなか出られないときがあります。そういったとき薬が買えないのは大変不便です。
育児中で買い物時間が限られている中、こういった必需品が購入できないと不便になります。こういう育児に対する障害が少しずつ積み重なることで、二人目は無理だな等の少子化への傾向を後押しすることになると思います。
仕事をされていて、子供も小さいのでネットで買い物がとても便利です。薬もネットで購入する事もあり、購入できなくなるのはたいへん困ります。
小さい子どもがいる家庭などは、直接薬局まで足を運んでゆっくり薬を選ぶ時間ありません。ネットで医薬品を購入できるメリットは多いです。もっと個々の生活状況について考えて欲しいと願います。
子供がいて自由に外に買い物に出られない時期、また、雪が降って出られないときネットショッピングで玄関先まで必要なものを届けてもらいとても助けられました。人には言うのが恥ずかしいものなど、特に薬ではあると思います。ネット販売中止は絶対に反対です！！また、販売禁止にされる商品は店頭でも買ったことがあります。薬剤師に質問したり、また、勧められたり、注意を促されたりされたことはありません。お店に出向かなくてはいけない分手間があるように思われます。質問ならメールでのやりとりで十

分ですし、電話もできるわけですから、店頭販売となにが違うのでしょうか？理解に苦しむばかりです。

自営業で長時間労働のうえ、子供が3人いて、超多忙です。常備薬がネットで買えないと、非常に不便です。よろしく願います。

乳幼児二人の子供を持つママです。子供二人を連れて買い物に行くのは本当に大変です。買い物はできるかぎりネットですませています。どうして薬だけなのでしょう？簡単に禁止するのはおかしいと思います。政治家の人は自分がネット利用なんてしないから簡単に禁止するでしょ？もっと当事者の目線で考えて欲しいですね

現在ネットで薬を買うことは大変ありがたいです。小さい子供がいて、薬局に行ってゆっくり薬剤師さんに相談したり、じっくり裏書を読んだり、価格を比較したりすることが困難です。ネットの薬屋さんでは、丁寧な説明書と、価格の表示、さらに使用した人の感想まで見ることができます。24時間好きなときにじっくり考えて購入できる利点は素晴らしいです。このシステムがなくなると本当に困ります。もちろん大量に服用すると危険であったりするお薬は面談して購入する必要はあると思いますが、一般的で副作用に危険が少ないお薬は規制しないで欲しいです。また、近所の薬局では取り寄せなくてはいけない薬もネットではすぐに購入できます。一度薬局に行って、この薬はありますか？と聞き、お取り寄せです、と言われて、また出直しになるのは街まで車で30分もかかる地域に住んでいる私には大変苦痛ですし、ガンソリン代もかかって、エコでもありません。本当にこの規制をあらゆる方面から検討しなおしていただきたいです。