



## 医薬品のインターネット販売に係る規制について

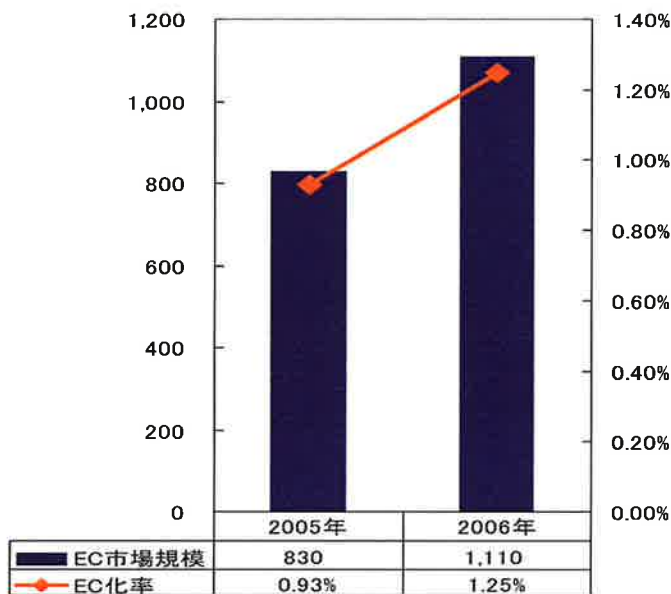
楽天株式会社 | 2008年8月14日

■ 経済産業省の調査によれば、「医薬化粧品小売業」のネット販売の状況は下記のとおり。

- ① 市場規模は、2006年で1,110億円。
- ② BtoC EC市場全体の対前年比伸び率をはるかに上回っている(全体の伸び率が27.1%に対して、33.7%)
- ③ EC化率(全ての商取引に占める電子商取引の市場規模割合)は、衣料、食料品、スポーツ用品・本等と比べて高く、増加傾向にある。

医薬品化粧品小売業EC市場の推移(年度)

2005年 - 2006年(億円、%)



業種別の2006年EC化率

業 種	EC市場規模(億円)	EC化率(%)
総合小売業	9,860	2.23
衣料・アクセサリ小売業	440	0.34
食料品小売業	2,040	0.34
医薬化粧品小売業	1,110	1.25
スポーツ・本・音楽・玩具小売業	1,950	1.06
宿泊・旅行業+飲食業	5,080	2.18

(出典: 経済産業省「平成18年度電子商取引に関する市場調査」)

■購入動機としては、①時間的な制約に関わるもの、②地理的制約に関わるもの、③実店舗との差に関わるものがある。

⇒例えば、下記の者がニーズのある代表的な者と言える。

- ・共働き夫婦 961万世帯
- ・長時間労働者 725万人
- ・高齢者 2,660万人
- ・過疎地域住民 1,068万人

※長時間労働者: 週間就業時間60時間以上の労働者  
高齢者: 65歳以上の生活者

(出所)総務省「労働力調査(平成18年平均、年報)」 「人口統計」  
総務省自治行政局過疎対策室HP(平成19年10月1日時点の過疎地域の状況)

■多くの医薬品につき、約6割がネットで購入できなくなると、大変不便(不都合)又は不便(不都合)。40代男性では、この割合が非常に高くなり、約7~8割になる。

■約4分の3の消費者が、ネット販売における情報提供につき、「ほぼ十分」「十分」としている。

# 今回の改正により予想される重大かつ深刻な影響

現状で特段の問題なく行われているネットでの医薬品の購入が否定され、利用者の利便性を著しく阻害するおそれ(市場規模比率で67%と推定される第1類及び第2類医薬品が全て購入できなくなるおそれ)。⇒明らかな「規制強化」

分類	市場規模の推定比率(注)	該当する医薬品の例(推定)	検討会報告書での整理	具体的な影響
第1類医薬品	4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・H2ブロッカー含有薬(「ガスター10」など)</li> <li>・水虫薬(「ウィンダム」など)</li> <li>・発毛薬(「リアップ」など)</li> <li>・性機能改善(「グローミン」) 等</li> </ul>	書面を用いた販売時の情報提供が求められていることなどから、 <b>情報通信技術を活用した情報提供による販売は適当ではない。</b>	ネット販売不可
第2類医薬品	63%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・風邪薬(「ルルル」など)</li> <li>・主な便秘薬(「コーラック」など)</li> <li>・水虫薬(「スכולバ」など)</li> <li>・歯痛薬(「リングル」など)</li> <li>・鎮痒・収斂・消炎薬(インドメタシンなど)</li> <li>・皮膚軟化薬(新メディナース)など</li> <li>・漢方処方製剤</li> <li>・禁煙補助(「ニコレット」など)</li> <li>・痔の薬(「ポラギノールA」など)</li> <li>・咳止め(「改源咳止め」など)</li> <li>・しもやけ・あかぎれ用薬(「紫雲膏」など)</li> <li>・寄生性皮膚病薬(「ピロエース」など)</li> <li>・胃腸薬(「ザッツ21」など)</li> <li>・浣腸薬(グリセリン含有のもの) 等</li> </ul>	販売時の情報提供を行うことが努力義務となっている第2類医薬品については、販売時の情報提供の方法について <b>対面の原則が担保できない限り、販売することを認めることは適当ではない。</b>	「対面の原則」の内容が不明でもあり、 <b>事実上ネット販売は不可</b>
第3類医薬品	33%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アスコルビン酸(ビタミン剤など)</li> <li>・整腸薬(「ガスビタン」など)</li> <li>・うがい薬(「インジジ」など)</li> <li>・口腔咽喉薬(「のどぬーる」など)</li> <li>・生薬主薬製剤(人參・紅參主薬製剤)</li> <li>・ビタミン主薬製剤</li> <li>・便秘薬(「3Aマグネシア」など)</li> <li>・消毒薬(「オキシドールA」など)</li> <li>・下剤(「酸化マグネシウム」など)</li> <li>・歯槽膿漏薬(「三宝はみがき」など)</li> <li>・殺菌・消毒薬</li> <li>・ビタミン含有保健薬 等</li> </ul>	販売時の情報提供の規定がないことから、 <b>一定の条件のもとでネット販売は可。通信販売する場合、事前届出制とする。</b>	ネット販売は可

(注)富士経済(株)が、独自に推定して分類した2007年の構成比率(2008年7月25日公表)。http://www.group.fuji-keizai.co.jp/press/pdf/080725\_08056.pdf

I. 厚生労働省検討会の報告書の規制案は、ネットのみに不当に制限を課す明らかに過度な規制であり、利用者のニーズを無視したものである。

- ① 医薬品のネット販売(薬事法によって一般用医薬品の販売について許可を受けた薬局・薬店が行うインターネットを通じた販売)においても、対面の原則の趣旨であると思われる、「医薬品の適切な選択及び購入、適正な使用のための的確な状況把握に基づく情報提供の実施」を店舗での販売の場合と同等あるいは容易に達成することができる。
- ② 厚生労働省検討会の報告書でも、ネット販売であることを起因とするトラブル(対面による相談ができないことを起因とするトラブル)事例は特段示されていない。また、配送前に薬剤師等が販売可否のチェックを行うこと等により、安全な体制を構築している。  
したがって、ネット販売を他の手段と比較して過度に制限すべき理由は存在しない。
- ③ 薬局・薬店による一般用医薬品のネット販売は生活インフラとして既に定着しており、それらが否定されることは、消費者の利便性を著しく阻害する。
- ④ アメリカ、イギリス、ドイツでは、一般用医薬品のネット販売が可能となっている。

Ⅱ. 厚生労働省検討会の報告書では、「対面の原則が担保できない限り、販売することを認めることは適当ではない」とされているが、薬事法の明文規定のない当該原則を担保するための具体的要件は示されておらず、このままでは事実上ネットでの販売が不可能になるおそれが濃厚。

「対面の原則」の内容を「リアルにおけるface to face」のみに限定することは、店舗販売等の実態を踏まえても、その必然性はない。

むしろ、消費者の多様なニーズも踏まえつつ、対面の原則を求めた趣旨に沿った十分な情報提供とは何かという実質的な議論をすべき。

Ⅲ. ネットという販路を制限されることは、技術中立的な規制とはいえず、新たな販売手段をやみくもに制限するという意味で不適切。特に、中小の薬局・薬店においては、販売手段が制約されることは死活問題。

Ⅳ. 医薬品のネット販売を認める場合でも、事前届出制にしているが、法律（薬事法）レベルでは何も規定されていないのに省令レベルで規制を課すことは問題。また、ネットにのみ届出を求めることは不当な制限である。