

# セルフメディケーション 推進ビジョン



2024年5月

OTC 医薬品卸協議会

## 『セルフメディケーション推進ビジョン』の策定にあたって

2017年4月に『セルフケア卸将来ビジョン』を策定して以降、少子高齢化は着実に進行し、社会保障制度は危機的とも言える状況となる一方、セルフケア卸は、新型コロナウイルス感染症や2024年問題に象徴される慢性的な人材不足に直面することとなりました。

かかる状況下、政府が策定した「健康日本21（第三次）」における「全ての国民が健やかで心豊かに生活できる持続可能な社会の実現」に必要なセルフメディケーションの推進と、それによる健康寿命の延伸と新産業の創出について、セルフケア卸の目指すべき方向性、アクションプラン、そして課題を示すことを目的に『セルフメディケーション推進ビジョン』を策定しました。

ビジョンは、「セルフケア卸の連携による社会実装」がキーワードとなっています。政府による健康寿命延伸に向けた法制度や施策が実行され、地域包括ケアシステムは実行段階に入り、民間企業においてもSDGsの一つである健康な生活とウェルビーイングに則った健康経営が強く意識される等、生活者の健康志向とヘルスリテラシーは高まっております。公助のみならず、生活者による自助と共助への取組みが活発化するなか、セルフケア卸が存在価値を高め、使命を果たすために必要な連携と社会実装すべき内容について、「セルフケア卸の指針」「卸機能の向上」「持続可能な流通体制」の3つの視点から、協議会で議論を重ねて取りまとめました。

「セルフケア卸の指針」では、健康寿命延伸産業として、生活者の「美しく」「健康に」「快適に」という基本的な欲求を満たし、あらゆるマイナス要素の解消や軽減に貢献する商品やサービス、そして正しい情報を提供すると共に、「セルフメディケーション」「健康生活支援」「介護」の3つの領域において、既存市場の拡大と新市場の創出による国富の増大への貢献を目指します。

「卸機能の向上」では、メーカーニーズを実現する川上起点流通と小売業ニーズを実現する生活者起点流通を推進することに加え、ロジスティクス機能を更に高度化し、災害対策・パンデミック対策機能を兼ね備え、製配販すべての業態が成長・発展できるよう、貢献してまいります。

「持続可能な流通体制」では、デジタル技術も活用し、流通のあらゆるムリ・ムダ・ムラを削減する効率的な流通システムの構築にチャレンジし、サプライ・チェーン・マネジメントの観点から、全ての流通活動において最適化を図ります。また、セルフケア卸の企業活動を持続可能なものとするために、センターフィーの透明化と適正化、返品削減、人材の確保と人権の尊重、そしてデジタル技術を活用した医療連携等にも幅広く言及しております。

このビジョンは、生活者の健康寿命延伸と市場の拡大と創出を実現するために、セルフケア卸が連携して社会実装する各種取組みを示すものであり、実現に向けて協議会において進捗状況を検証すると共に、会員企業各社のビジョン策定の一助となることを切に望みます。

2024年5月

OTC医薬品卸協議会  
会長 松井秀正

# セルフメディケーション推進ビジョン

## 目 次

### 『セルフメディケーション推進ビジョン』の策定にあたって

#### 第1章 市場環境の変化 ..... 1

- ◇少子高齢化の影響により医療費は膨張。社会保障制度は危機的状況
  - ①人口減少と高齢化／②医療費の増大と健康寿命延伸へ向けた取組み
- ◇政府方針においてセルフケア及びセルフメディケーション推進は重要なテーマ
  - ①経済財政運営と改革の基本方針（骨太方針）／②セルフケア・セルフメディケーション推進室（訓令室）の設置／③セルフメディケーション推進のための一般用医薬品等に関する所得控除制度の延長及び拡充／④地域包括ケアシステム／⑤健康日本21（第三次：2024年～2035年）／⑥OTC市場の拡大スキーム／⑦一般用医薬品のインターネット販売の規制緩和／⑧インターネット販売できる具体的条件／⑨機能性表示食品制度／⑩スマイルケア食／⑪エイジングケア化粧品&健康食品／⑫インバウンド、アジア圏等の海外需要への対応
- ◇地域において期待される薬局・ドラッグストアの専門性機能
  - ①かかりつけ薬局・薬剤師／②ドラッグストア

#### 第2章 セルフケア卸の指針 ..... 24

- ◇健康寿命延伸産業として「セルフメディケーション」「健康生活支援」「介護」領域の市場拡大と新市場の創出に貢献
  - ①“セルフメディケーションの推進”“健康寿命の延伸”に向けた卸としての取組み／
  - ②快適な環境でアクティブな日常生活を送る“健康生活支援”卸の取組み／③地域包括ケアシステム構築における“介護”の実態に即した卸の取組み／④“健康寿命”の定義（2000年WHO／世界保健機関）に基づいた卸の対応領域

#### 第3章 卸機能の向上 ..... 32

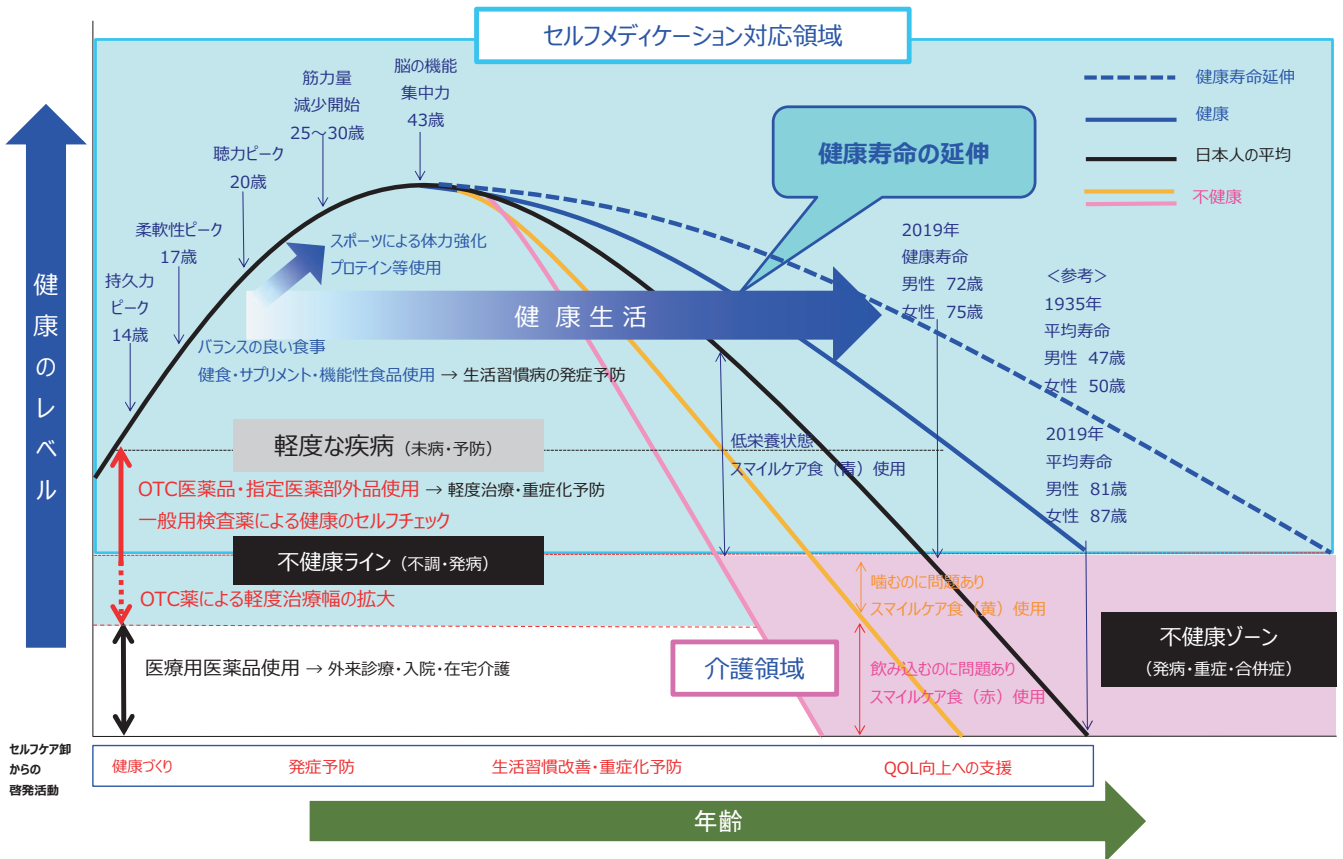
- ◇個々の卸が持つ機能の発揮により発展し続ける中間流通業を目指す。
  - ①小売業ニーズの実現機能／②メーカーニーズの実現機能／③ロジスティックス機能／
  - ④災害対策・パンデミック対策機能

#### 第4章 持続可能な流通体制 ..... 36

- ◇製配販の連携により流通のあらゆるムリ・ムダ・ムラの削減を目指す。
  - ①物流体制の効率化／②返品削減への取組み／③流通在庫の最適化／④人材の確保と育成、及び人権の尊重／⑤環境変化に伴う効率的な流通システムの構築

# セルフメディケーション推進ビジョンの前提となる「セルフメディケーション対応領域」と「介護領域」

健康寿命延伸産業として「セルフメディケーション」「健康生活支援」「介護」領域の市場拡大と新市場の創出に貢献します

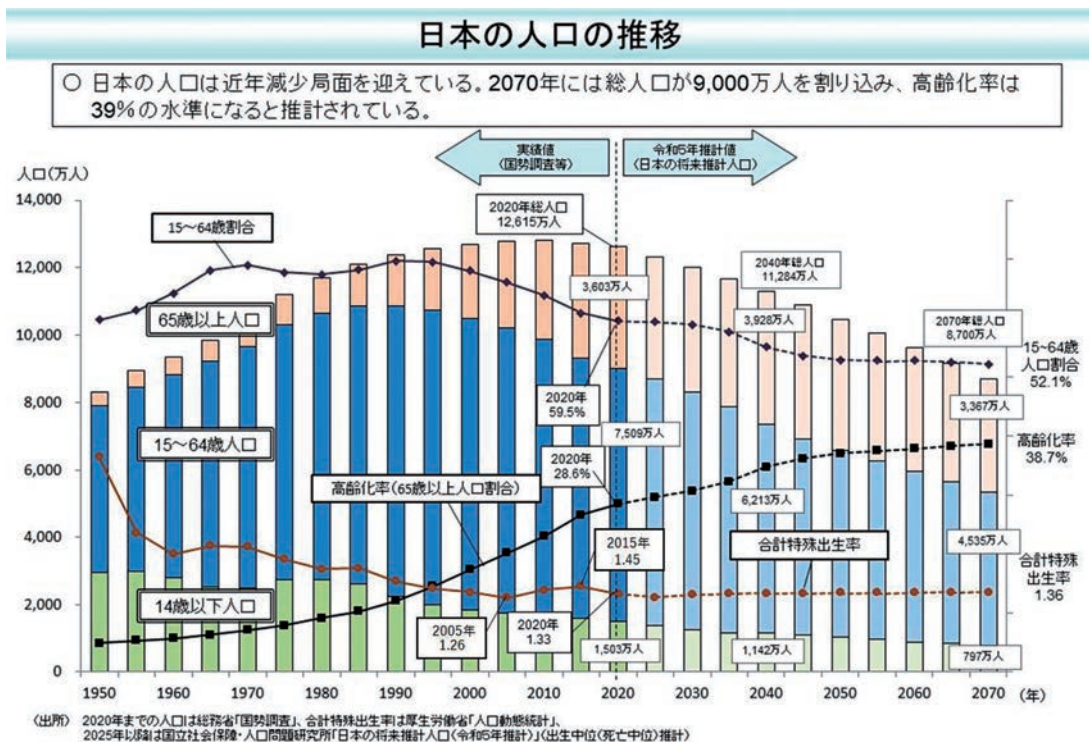


# 第1章 市場環境の変化

## ◇少子高齢化の影響により医療費は膨張。社会保障制度は危機的状況

### ①人口減少と高齢化

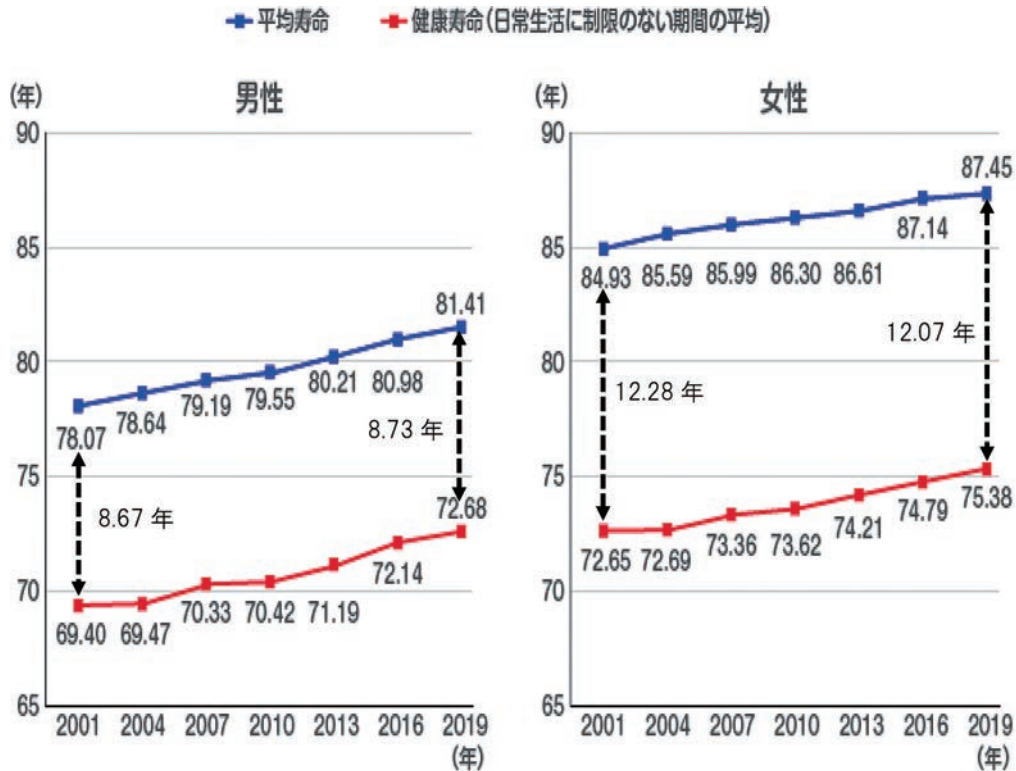
- ・日本の人口は、戦後のベビーブームと高度経済成長を背景に急激に増え続け、1950年に8,411万人だったものが、1985年には12,000万人を突破した。
- ・2008年の12,808万人をピークに減少に転じ、2020年の国勢調査では12,615万人、2050年代には1億人を割り込み、2070年には8,700万人になると推計されている。
- ・年齢階級別には、2020年の国勢調査によると、14歳以下の年少人口が1,503万人（総人口の11.9%）、15～64歳の生産年齢人口が7,509万人（同59.5%）、65歳以上の高齢者人口が3,603万人（同28.6%）となっている。
- ・高齢化率（総人口に占める65歳以上人口の割合）は団塊の世代が後期高齢者（75歳以上）となる2025年には30.0%、2070年には38.7%になると推計されている。
- ・かつて4.0を超えていた合計特殊出生率（一人の女性が生涯に何人子供を産むかを表す数値）は減少を続け2005年に1.26の過去最低を更新した。その後、徐々に回復したが2015年の1.45をピークに近年は再び減少に転じ、新型コロナウイルス感染症の影響もあり2022年は1.26と再び過去最低水準となった。日本の人口置換水準（人口を維持できる水準）の2.07とは大きくかけ離れている。



出典：厚生労働省 我が国の人口についてを基に作成

- 平均寿命と健康寿命との差は、男性では2001年の8.67年から2019年の8.73年と0.06歳広がり、女性は2001年の12.28年から2019年の12.07年と、0.21歳縮まったものの、男女ともに平均寿命の伸びに健康寿命の伸びが追いついていない。これは日常生活に制限のある期間、いわゆる不健康な期間が増加していることを示している。

### 平均寿命と健康寿命の推移



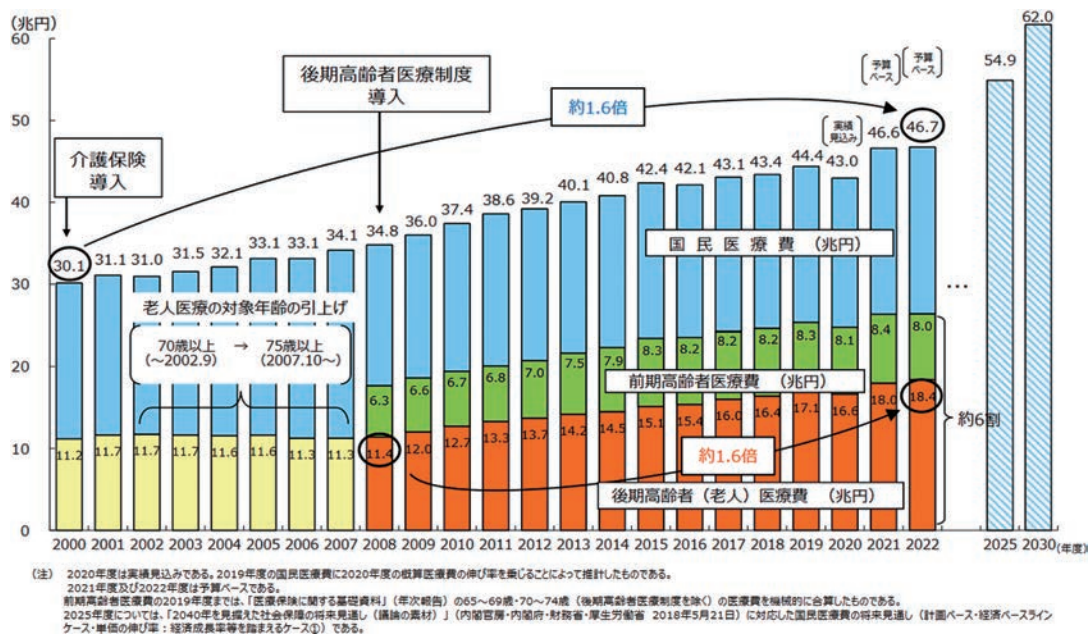
平均寿命：2001・2004・2007・2013・2016・2019年は、厚生労働省「簡易生命表」  
2010年は「完全生命表」  
出典：厚生労働省「e-ヘルスネット」

- 国連の「持続可能な開発目標 (SDGs)」の中で、健康な生活とウェルビーイング (well-being) のためのグローバル・アクション・プラン (SDG 3：あらゆる年齢の人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する) が掲げられている。
- 厚生労働省が2021年に発表した「主な国の平均寿命の年次推移」によると、日本の平均寿命は男性が81.47歳、女性が87.57歳で、国別順位では女性が世界1位、男性は世界3位となっている。
- 一方で厚生労働省が掲げる21世紀の健康指針を表した「健康日本21」では、がんや循環器病などの「生活習慣病」の増加、また高齢に伴う「寝たきり」や「認知症」の増加が問題視されている。
- 加齢が最大要因と考えられる認知症。平均寿命の伸長、高齢者数の増加に伴い、認知症患者数は増加傾向にある。2025年には高齢者の5人に1人が、2040年には高齢者の4人に1人が認知症を発症し、953万人に上ると推計される。

## ②医療費の増大と健康寿命延伸へ向けた取組み

- ・国民医療費は2000年の30.1兆円から2019年の44.4兆円へ増加したが、2020年は新型コロナウイルス感染症による受診控えが影響し、43.0兆円と一時的な減少を示したが、2021年は45兆円と再び増加した。
- ・将来の医療費の見通しでは、2025年に54.9兆円、2030年には62兆円と推計されている。
- ・後期高齢者医療費は急速に増加しており、2019年は17.1兆円（国民医療費に占める構成比は38.5%）と過去最高を更新し、2022年は18.4兆円（予算ベース）と2008年から1.6倍と推計される。
- ・医療費が増え続ける要因としては、医療技術の進歩、高齢者人口の増加、縮まらない平均寿命と健康寿命の差、疾病の構造変化等が考えられるが、国民皆保険制度により何時でも誰でも何処でも手軽に医療が受けられるフリーアクセスも一つの要因といえる。

医療費の推移



出典：財務省 財政制度分科会（社会保障参考資料）

- ・疾患別医療費の推移では、医科診療医療費の内、生活習慣病医療費（悪性新生物、糖尿病、高血圧性疾患、虚血性心疾患、脳血管疾患の合計）は2003年に7.95兆円であったものが、2020年に9.48兆円（2003年比119%）と増加した。
- ・2003年から2020年にかけて特に構成比が増加した疾患は、「神経系の疾患」が8,801億円（構成比+2.2%）増加、「筋骨格系及び結合組織の疾患」が8,138億円増加（同+1.2%）、「損傷、中毒及びその他の外因の影響」が8,689億円（同+1.4%）増加した。

## 疾患別医療費の推移

単位：億円

疾患	2003年		2008年		2013年		2018年		2019年		2020年	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
医科診療医療費	240,931	100.0%	259,595	100.0%	287,447	100.0%	313,251	100.0%	319,583	100.0%	307,813	100.0%
生活習慣病5疾患	79,528	33.0%	82,034	31.6%	89,991	31.3%	94,270	30.1%	96,348	30.1%	94,837	30.8%
悪性新生物	24,813	10.3%	28,572	11.0%	33,792	11.8%	39,546	12.6%	41,534	13.0%	41,252	13.4%
糖尿病	11,465	4.8%	11,893	4.6%	12,076	4.2%	12,059	3.8%	12,154	3.8%	11,833	3.8%
高血圧性疾患	19,114	7.9%	18,518	7.1%	18,890	6.6%	17,481	5.6%	17,427	5.5%	16,919	5.5%
虚血性心疾患	6,954	2.9%	7,538	2.9%	7,503	2.6%	7,165	2.3%	6,983	2.2%	6,735	2.2%
脳血管疾患	17,182	7.1%	15,513	6.0%	17,730	6.2%	18,019	5.8%	18,250	5.7%	18,098	5.9%
神経系の疾患	6,729	2.8%	10,031	3.9%	12,768	4.4%	14,989	4.8%	15,529	4.9%	15,530	5.0%
筋骨格系及び結合組織の疾患	16,662	6.9%	19,223	7.4%	22,422	7.8%	25,184	8.0%	25,839	8.1%	24,800	8.1%
損傷、中毒及びその他の外因の影響	15,585	6.5%	17,207	6.6%	20,466	7.1%	24,421	7.8%	24,897	7.8%	24,274	7.9%

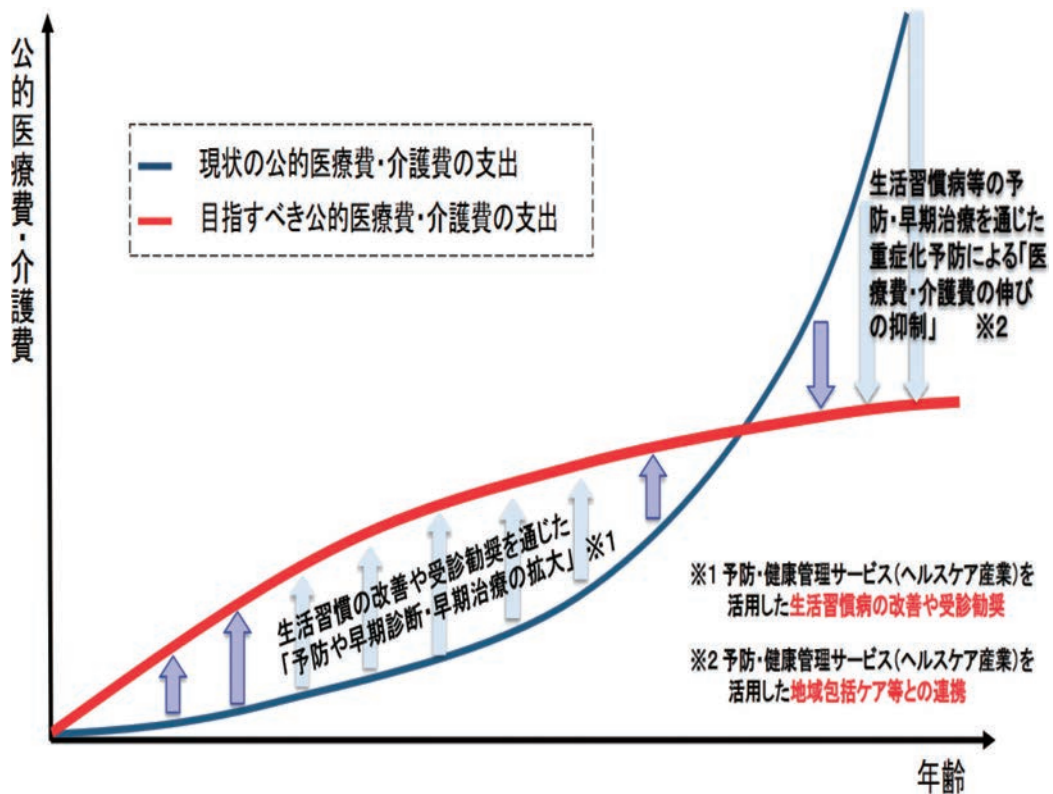
出展：厚生労働省 国民医療費の概要

- ・生活習慣病は、不適切な生活習慣（肥満，塩分過多，運動不足，喫煙，過剰飲酒，ストレスなど）により進み、生活習慣の改善により予防できるが、そのリスクは生まれつきの体質（遺伝子）が関係している。



- ・我が国は、人口減少と高齢化が急速に進展する中、公的保険外の予防・健康管理サービスの活用（セルフメディケーションの推進）を通じて、生活習慣の改善や受診勧奨等を促すことにより、「健康寿命の延伸」と「新産業の創出」を同時に達成し、「あるべき医療費・介護費の実現」を達成することが必要不可欠である。
- ・生活習慣病等に関して、「重症化した後の治療」から「予防や早期診断・早期治療」に重点化するとともに、地域包括ケアシステムと連携した事業（介護予防・生活支援等）に取り組むことが求められる。

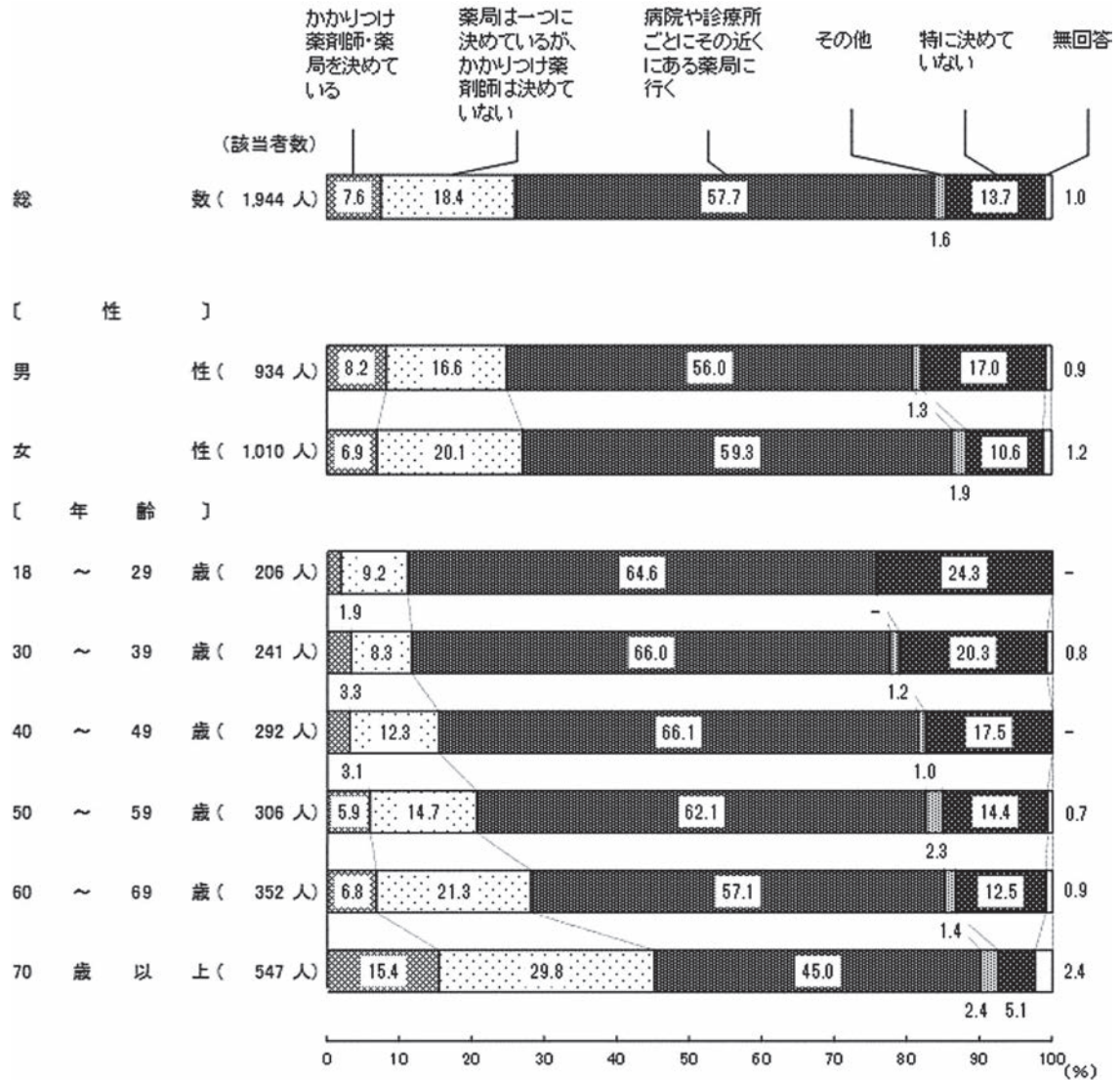
### 目指すべき医療費の支出「予防・健康管理への重点化」



出典：経済産業省ヘルスケア課 健康経営の推進について（2022年4月）

- ・内閣府の薬局の利用に関する世論調査（2020年10月調査）によると、「かかりつけ薬剤師・薬局を決めている」または「薬局は一つに決めているがかかりつけ薬剤師は決めていない」方は、年代が上がるに連れ増加傾向にあり、60代では28.1%、70歳以上では45.2%となる。

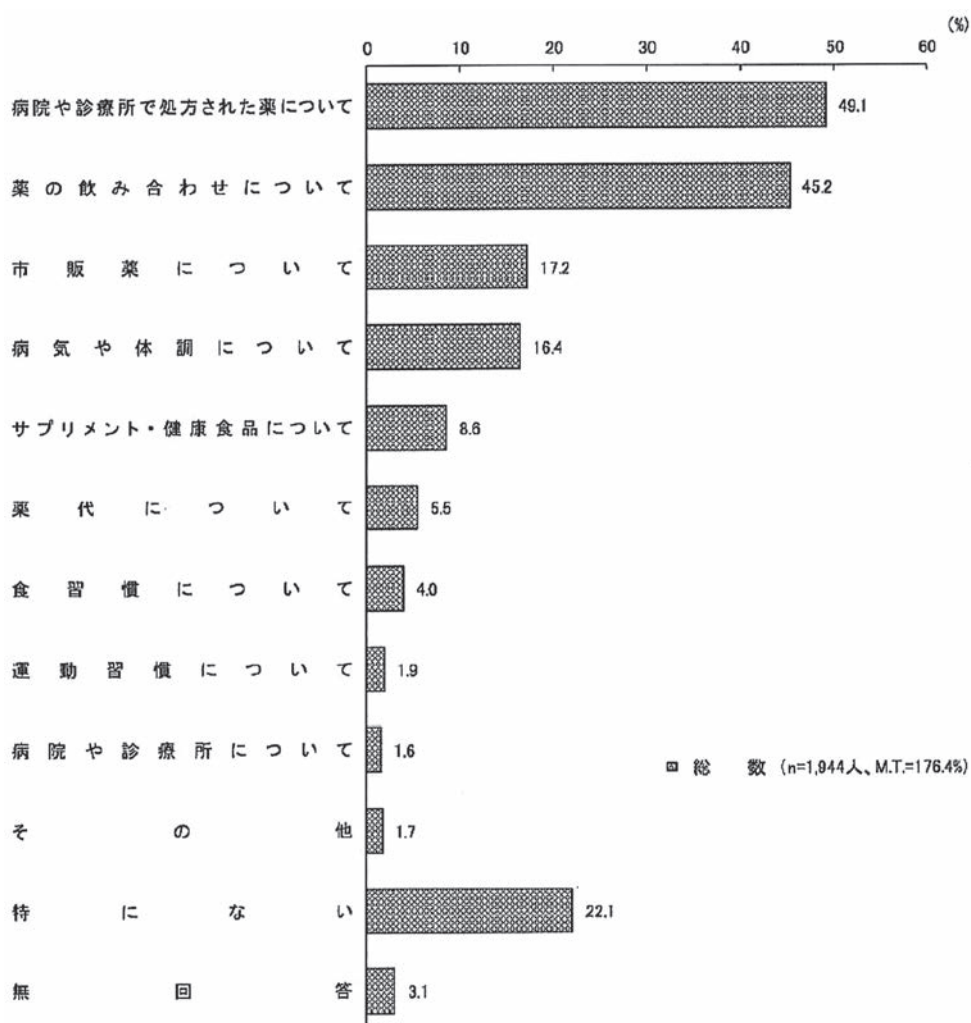
### 薬局を一つに、薬剤師を一人に決めているか



出典：内閣府 薬局の利用に関する世論調査（2020年10月調査）

- ・ 薬局を利用した際に相談したい内容は、「病院や診療所で処方された薬について」が49.1%と最も多いものの、「市販薬について (17.2%)」、「病気や体調について (16.4%)」、「サプリメント・健康食品について (8.6%)」といったセルフメディケーションに直結する内容の相談を求める方が相当数存在する。
- ・ 後期高齢者医療費が増大する中、高齢者はもちろんのこと若年層から幅広い世代に対して、薬局・薬剤師によるカウンセリング機能の発揮が期待される。

### 薬局を利用した際に薬剤師に相談したい内容



出典：内閣府 薬局の利用に関する世論調査（2020年10月調査）

- ・「健康寿命をのばしましょう。」をスローガンに、国民全体が人生の最後まで元気に健康で楽しく毎日が送れることを目標とした厚生労働省の国民運動「スマート・ライフ・プロジェクト」は、2023年5月末の段階で8,578団体が参画している。

**スマート・ライフ・プロジェクトの取組**  **Smart Life Project**で  
健康寿命をのばしましょう。

「健康寿命をのばしましょう。」をスローガンに、国民全体が人生の最後まで元気に健康で楽しく毎日が送れることを目標とした国民運動。



出典：現在の健康づくりの取組と今後の施策について 厚生労働省健康局健康課（2021年3月）

- ・「健康経営」とは、従業員等の健康保持・増進の取組みが、将来的に収益性等を高める投資であるとの考えの下、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践することを指す。従業員の健康保持・増進に取組むことは、生産性の向上等の組織の活性化をもたらす、結果的に業績向上や組織としての価値向上へ繋がることを期待され、健康経営優良法人の申請数は、申請が開始された2016年は397企業だったのに対し、2022年は14,436企業と急速に増加した。
- ・社会や企業による一般消費者、従業員への健康づくりを支援する取組みの進展とともに、ヘルスリテラシーの向上につながる活動や提案が求められており、生活者の健康志向が高まる中、健康に関わるビジネス領域は今後ますます成長・発展する可能性を秘めている。

## ◇政府方針においてセルフケア及びセルフメディケーション推進は重要なテーマ

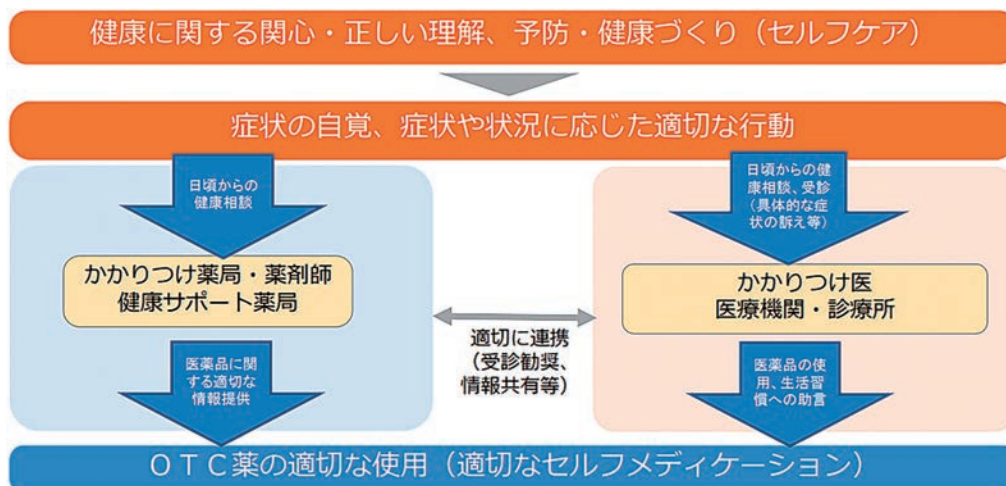
### ①経済財政運営と改革の基本方針（骨太方針）

- ・新しい資本主義に向けた計画的な重点投資として、「科学技術・イノベーションへの重点的投資」の中で、再生・細胞医療・遺伝子治療等（医療・医薬品）と共に、セルフケア・セルフメディケーションの推進のため、2022年度中に工程表を策定すると共に、薬局で市販されるOTC検査薬等の拡大に向けて、医療用検査薬等の個別品目ごとに課題整理を行うことが示された。（骨太方針2022）
- ・持続可能な社会保障制度の構築（社会保障分野における経済・財政一体改革の強化・推進）に向け、「OTC医薬品（注1）・OTC検査薬の拡大に向けた検討等によるセルフメディケーションの推進を図る」と明記（骨太方針2023）。

（注1） OTC医薬品：医師による処方せんを必要とせずに購入できる医薬品。Over the counterの略で、一般用医薬品、大衆薬などと呼ばれる。

### ②セルフケア・セルフメディケーション推進室（訓令室）の設置

- ・今後、新しい生活様式に移行する中で、持続可能な医療制度を構築していく上で、セルフケア・セルフメディケーションの推進は益々重要。このため、厚生労働省において一体的かつ継続的に推進する司令塔機能を持つ室として、2021年4月に「セルフケア・セルフメディケーション推進室」が医政局経済課（現：医薬産業振興・医療情報企画課）に新設された。
- ・セルフメディケーションを適切に進めるために、①セルフケアの推進、②OTC薬の適切な選択・使用に関する助言を含む国民からの相談体制の構築、③メーカーによるOTC医薬品の分かりやすい情報提供が重要であり、その上で、OTC薬の選択肢の幅を広げるためのスイッチOTCの推進、セルフメディケーション税制の普及が必要。



出典：厚生労働省医政局 2021年4月1日

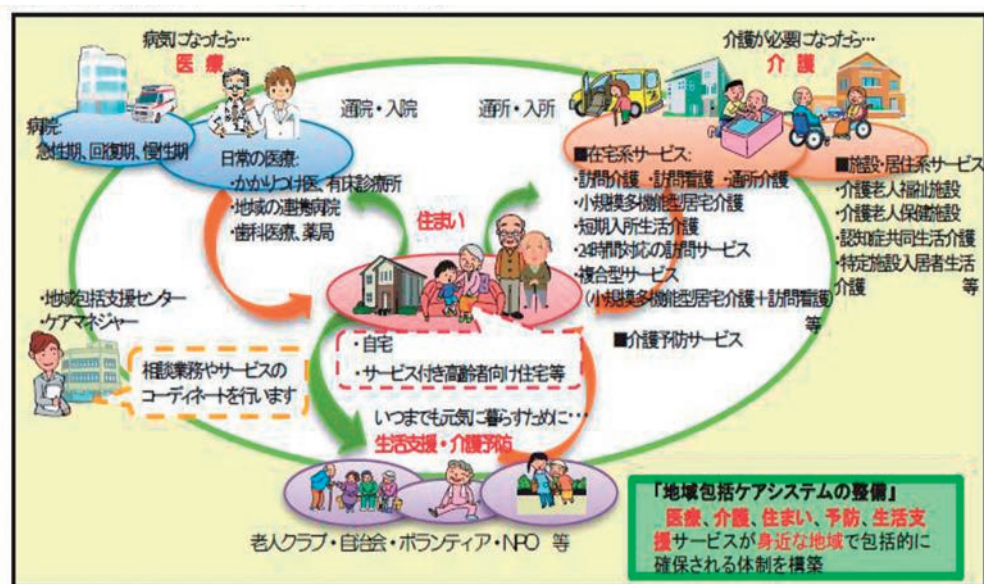
### ③セルフメディケーション推進のための一般用医薬品等に関する所得控除制度の延長及び拡充

- ・2017年1月施行の「セルフメディケーション税制」（医療費控除の特例）によりスイッチOTC医薬品が所得控除対象となり生活者の選択肢が広がる。
- ・少子高齢化社会の中で限りある医療資源を有効活用するとともに、国民の健康づくりを促進するため、セルフメディケーション税制の対象をより効果的なものに重点化した上で、2026年12月まで5年の延長が行われ、適用範囲の拡大や手続きの簡素化が図られた。
- ・認知度は一定程度（約7割）以上とならず、利用意向はここ数年で上昇したものの、施行時点とほぼ変わらない状態（約2割）にある。

### ④地域包括ケアシステム

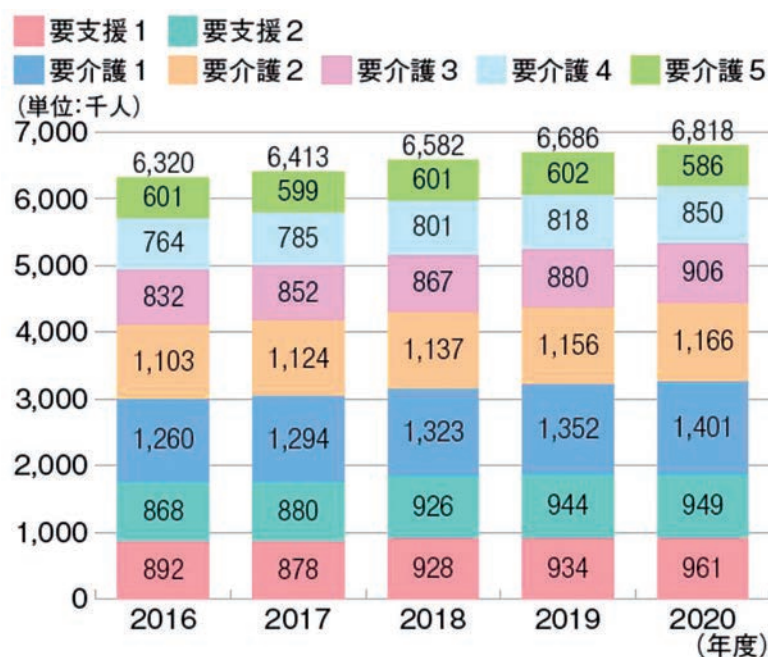
- ・「地域包括ケアシステム」の目的は、団塊の世代が75歳以上となる2025年を目途に、重度な要介護状態になっても、住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最期まで続けることができるよう、地域が包括的な支援・サービス提供ができる体制を構築すること。
- ・「住まい」「医療」「介護」「予防」「生活支援」の5要素で構成されている。
- ・要介護（要支援）認定者数は増え続け、682万人（2020年度）となった。
- ・高齢化の進行に伴い認知症患者が増加しており、対策が急がれる。
- ・セルフケア卸は、地域包括ケアシステムの構築に関して、特に予防・生活支援・介護の3つの観点で貢献できる。

【地域包括ケアシステムの姿】



出典：2016年版 厚生労働白書

## 【要介護（要支援）認定者数の推移】

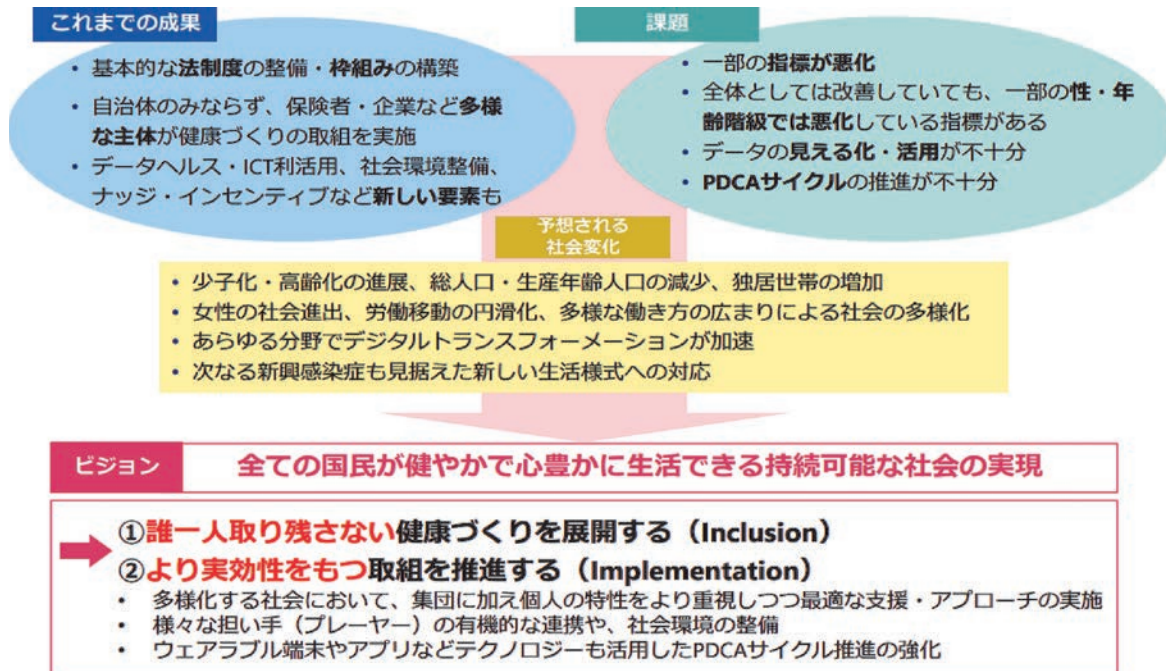


出典：2020年版 厚生労働白書

## ⑤健康日本21（第三次：2024年～2035年）

- ・国民の健康づくり対策を総合的・計画的に推進するための国の基本的な方針。
- ・「全ての国民が健やかで心豊かに生活できる持続可能な社会の実現」というビジョン実現のため、基本的な方向を①健康寿命の延伸・健康格差の縮小、②個人の行動と健康状態の改善、③社会環境の質の向上、④ライフコースアプローチを踏まえた健康づくりの4つとする。
- ・誰一人取り残さない健康づくりの展開（inclusion）とより実効性をもつ取組みを推進（implementation）。
- ・都道府県及び市区町村で地域に応じた独自の計画策定を行い、これに基づいた行動計画を実行。自治体との連携による健康増進に関する取組みが考えられる。
- ・「第三次健康日本21（2024年～2035年）」では、新たな視点として、「女性の健康を明記」、「事前に健康になれる環境作り」、「他計画や施策との連携も含む目標設定」、「アクションプランの指示」、「個人の健康の見える化・利活用について記載を具現化」が挙げられている。
- ・主な目標のうち新しい目標としては、「睡眠時間が十分に確保できている者の増加」、「COPD（慢性閉塞性肺疾患）の死亡率の減少」、「『健康的で持続可能な食環境づくりのための戦略的イニシアチブ』の推進」、「健康経営の推進」、「骨粗鬆症検診受診率の向上」が示されている。
- ・多様化する社会において、集団に加え個人の特性をより重視しつつ最適な支援・アプローチの実施。
- ・様々な担い手（プレーヤー）の有機的な連携や社会環境の整備。
- ・ウェアラブル端末やアプリなどテクノロジーも活用したPDCAサイクル推進の強化。こうした取組みを行うことで、well-beingの向上にも資することとなる。

## 【健康日本21（第三次）のビジョン】

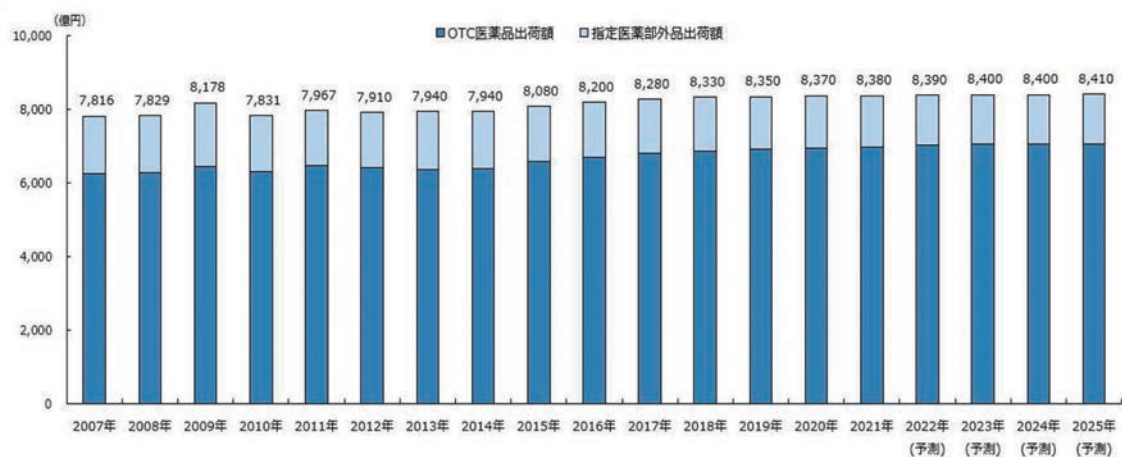


出典：厚生労働省 健康日本21（第三次）2023年5月



## ⑥OTC市場の拡大スキーム

- ・(株)矢野経済研究所によると、国内OTC市場（OTC医薬品および指定医薬部外品）の出荷金額は2018年8,330億円、2022年8,390億円（予測）と、横ばい状態が続いている。
- ・OTC医薬品および指定医薬部外品と共に、コロナ禍における需要の変動等はあるものの総じてほぼ横ばい状態にある。
- ・医療用医薬品のオンライン服薬指導が可能とされていることを踏まえ、規制改革実施計画（2022年6月7日閣議決定）において、要指導医薬品（現在は薬剤師による対面販売が必要）についてオンライン服薬指導の実施に向けた課題を整理することとされた。
- ・2023年6月16日付「経済財政運営と改革の基本方針2023」において、OTC医薬品・OTC検査薬の拡大に向けた検討等によるセルフメディケーションの推進が盛り込まれた。
- ・スイッチOTC医薬品の拡大、デジタル化により更なる市場拡大が可能。



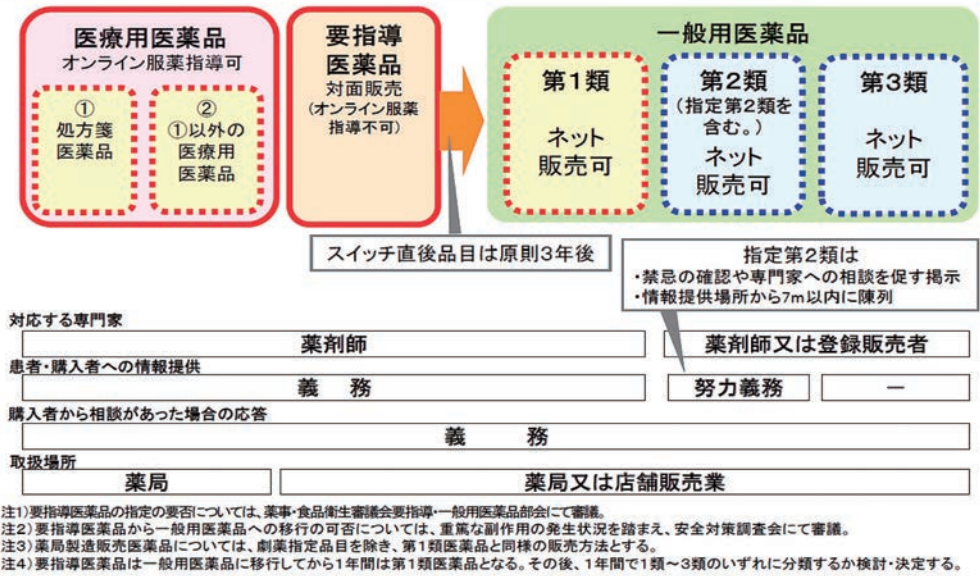
	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年(予測)	2023年(予測)	2024年(予測)	2025年(予測)	
OTC医薬品出荷額	6,267	6,295	6,439	6,301	6,486	6,410	6,370	6,390	6,600	6,700	6,800	6,870	6,920	6,960	6,990	7,020	7,050	7,060	7,070	
前年比		98.4	100.4	102.3	97.9	102.9	98.8	99.4	100.3	103.3	101.5	101.5	101.0	100.7	100.6	100.4	100.4	100.4	100.1	100.1
指定医薬部外品出荷額	1,549	1,534	1,739	1,530	1,481	1,500	1,570	1,550	1,480	1,500	1,480	1,460	1,430	1,410	1,390	1,370	1,350	1,340	1,340	
前年比		109.6	99.0	113.4	88.0	96.8	101.3	104.7	98.7	95.5	101.4	98.7	98.6	97.9	98.6	98.6	98.6	98.5	99.3	100.0
出荷額(合計)	7,816	7,829	8,178	7,831	7,967	7,910	7,940	7,940	8,080	8,200	8,280	8,330	8,350	8,370	8,380	8,390	8,400	8,400	8,410	
前年比		100.4	100.2	104.5	95.8	101.7	99.3	100.4	100.0	101.8	101.5	101.0	100.6	100.2	100.2	100.1	100.1	100.1	100.0	100.1

注1：2011年までは厚生労働省「薬事工業生産動態統計」より引用、2012年以降は矢野経済研究所の推計・予測値  
注2：2022年以降は予測値

矢野経済研究所調べ

出典：(株)矢野経済研究所 国内OTC市場規模推移と予測（2022年）

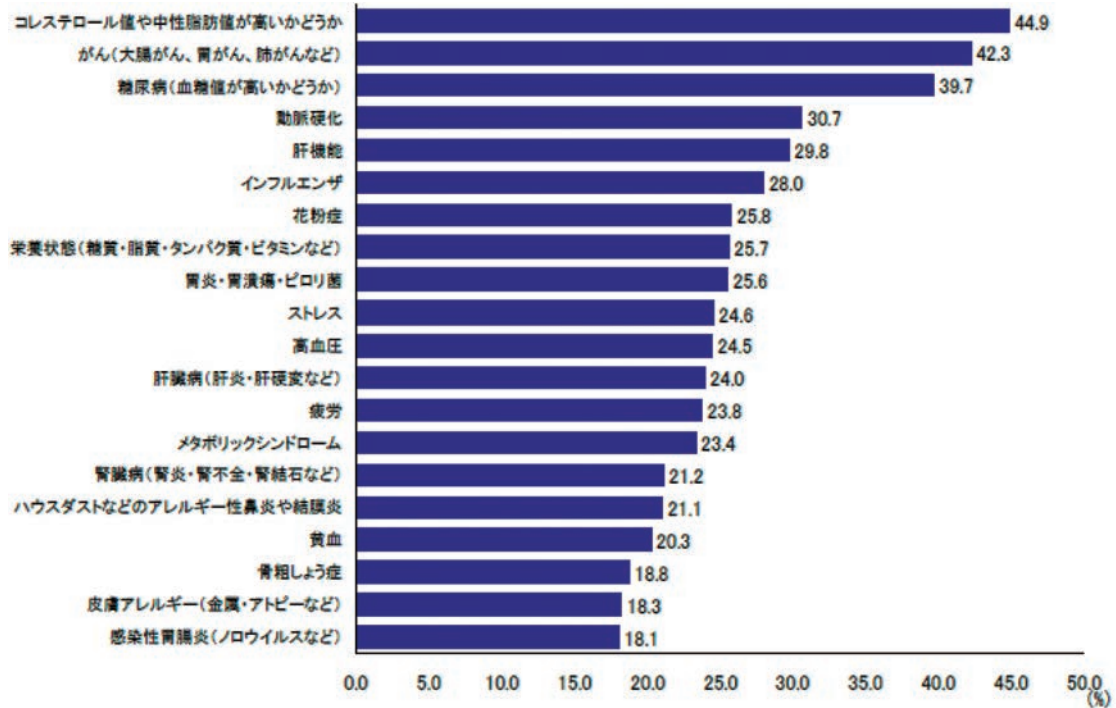
## (参考) 医薬品の分類と販売方法について



出典：厚生労働省 第24回 医療用から要指導医薬品への転用に関する評価検討会議

- ・ 検査薬のスイッチOTC化も、自ら日常的に健康チェックを行えるような環境作りの一手となる。
- ・ 厚生労働省は2014年医療用検査薬を一般用検査薬として利用できるようにするための検討を行った結果、これまで認められていた尿、糞便に加え、鼻汁、唾液、涙液が追加となった。穿刺血、咽頭拭い液、口腔内擦過検体など検体採取に採血や穿刺等を伴う行為は「侵襲がある」として除外された。
- ・ 2016年9月に黄体形成ホルモンキット（排卵日予測検査薬）が第1類医薬品として告示された。
- ・ 2022年、新型コロナウイルス感染症の抗原検査キットが一般用として承認された。
- ・ 一般用検査薬の幅広い普及により、疾病の早期発見と医療機関受診へのきっかけとなり早期治療につながる。また、国民の健康リテラシーの向上につながり、ひいては国民の健康寿命延伸に資することとなる。

## 検査薬を使って知りたいこと (n=1029)



出典：インテージ OTC検査薬の受容性調査 (2011年6月)

- ・購入者にとって、第二類・第三類医薬品の区分の意義が分かりにくい状況にあることから、安全性や適正使用の確保に向け、厚生労働省において、より分かりやすく実効性のある販売区分への見直しが検討されている。
- ・要指導医薬品については、薬剤師の判断に基づき、オンライン服薬指導により、必要な情報提供等を行った上で販売することを可能とする方策が検討されている。(2024年度国会にて審議予定)

## 【医薬品の分類と販売方法について (改正案)】



出典：厚生労働省 医薬品の販売制度に関する検討会 とりまとめ資料より抜粋 (2024年1月)

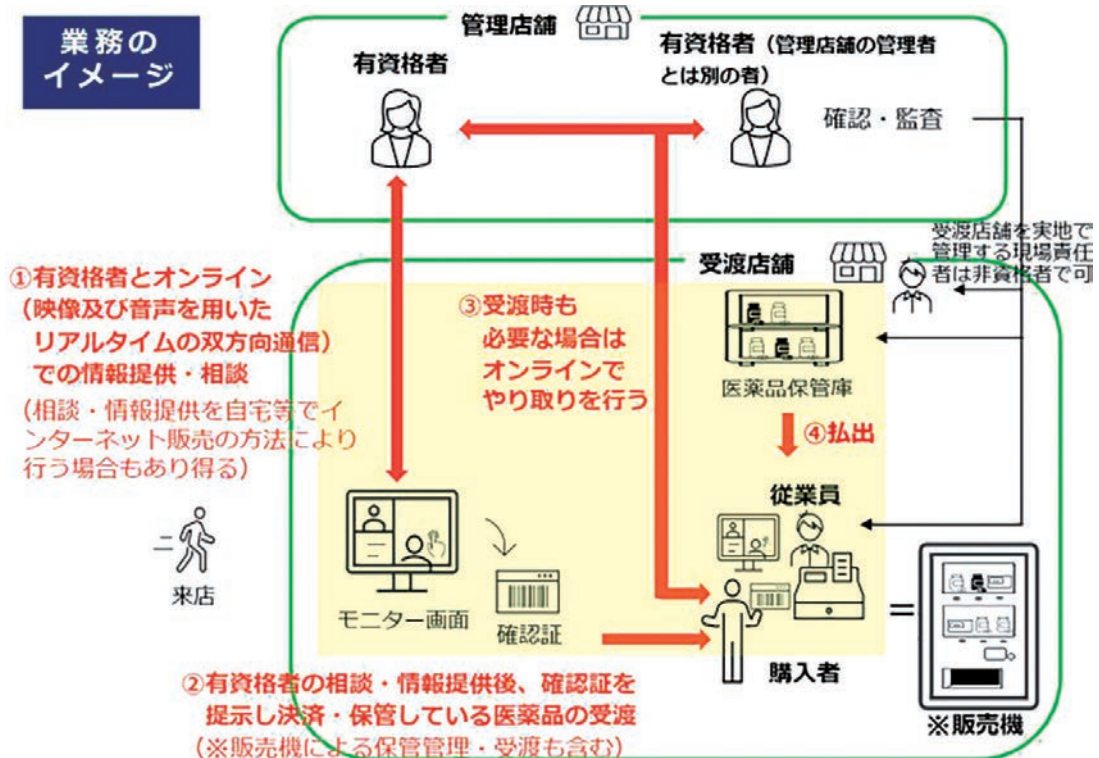
## ⑦一般用医薬品のインターネット販売の規制緩和

- ・2013年12月に薬事法が改正され、2014年6月12日から新しいルールが適用。
- ・これまで一般用医薬品について、第3類以外はインターネットでの販売は認められていなかったが、医薬品の区分を見直し、使用に特に注意が必要な一部医薬品を「要指導医薬品」という新たな区分に位置づけて対面販売に限る一方、第1類、第2類、第3類のすべての一般用医薬品は一定の条件の下、インターネットや電話などで販売できるようになった。
- ・「要指導医薬品」には「スイッチ直後品目」（注2）と「劇薬」が含まれ、薬剤師が対面で情報提供や指導を行うこととされ、インターネットなどでの販売はできない。
- ・医療用医薬品については、人体に対する作用が著しく、重篤な副作用を生じるおそれがあるため、これまでどおり、薬剤師が対面で情報提供・指導を行って販売することが義務づけられ、インターネットなどでの販売はできない。

（注2）スイッチ直後品目：「医療用医薬品」から移行したが、まだ一般用医薬品としての使用実績が少ないために、一般用医薬品としてのリスクが確定していないものや医療用としての使用経験がない医薬品。新たな制度では、「要指導医薬品」として薬剤師による対面販売が必要となるが、原則3年の安全性調査を行い、安全性が確認されれば一般用医薬品に移行する。

- ・現行制度では薬剤師等の店舗での常駐を求めているが、デジタル技術の利用によって、販売店舗と設備及び薬剤師等がそれぞれ異なる場所に所在することを可能とする制度設計の検討が進められている。

### 【デジタル技術を活用した医薬品の販売について（イメージ案）】



出典：厚生労働省 医薬品の販売制度に関する検討会 とりまとめ資料より抜粋（2024年1月）

- ・若年者を中心に一般用医薬品の濫用が拡大しつつあり、現状の販売規制では不十分として、「原則として小容量1個の販売とし、20歳未満の者に対しては複数個・大容量の製品は販売しない」など、慎重な販売方法について検討が進められている。

### 【濫用のおそれのある医薬品の販売（改正案）】

○：義務 △：努力義務 －：規定なし	現状		→	改正案		
	若年者	若年者以外		20歳未満	20歳以上	
	(包装サイズ区別なし)			小容量 (注1)	小容量	複数・大容量
確認・情報提供の方法	－		対面orオンライン	対面、オンラインor通常のインターネット販売等	対面orオンライン	
購入者の状況確認	△		○	○		
複数購入理由の確認	○		－	－	○	
氏名等の確認、記録の作成、保存	○ (氏名年齢の確認のみ)	－	○	必要な場合 (注2) ○	○	
他店での購入状況	○		○	○		
濫用等に関する情報提供	△		○	○		
陳列場所	(情報提供場所から7m以内)		購入者の手の届かない場所			

注1 20歳未満の者には複数・大容量は販売しない。

注2 頻回購入の防止のため、次の場合に氏名等の確認・記録の作成及び記録を参照した販売を行う。

- ・対面又はオンライン等により、購入者が未成年ではないことが確実に確認でき、また、購入者の状況も踏まえ資格者が必要と判断する場合。
- ・インターネット販売等非対面での販売の場合。

出典：厚生労働省 医薬品の販売制度に関する検討会 とりまとめ資料より抜粋（2024年1月）

## ⑧インターネット販売できる具体的条件

- ・実際の店舗を有する薬局や店舗販売業の許可を持った販売業者が、一般用医薬品のインターネット販売を行うことができる。

### 〈インターネット販売ができる具体的条件〉

1. 薬機法により、薬局または店舗販売業の許可を受けている実店舗を持つ薬局・薬店であること
2. 実店舗は週30時間以上開店していること
3. 実店舗は、購入者の見やすい場所に店舗名などの標識があること、購入者が容易に出入りできる構造であることなど、薬機法の基準を満たしていること
4. 薬剤師または登録販売者が常時、配置されていること
5. インターネットで販売できる医薬品は、実店舗に貯蔵・陳列している医薬品であること
6. インターネットのほかに、対面や電話での相談体制を整備していること など

- ・一般用医薬品をインターネットで販売する場合、薬局にはウェブサイトには次の事項を表示・掲載することが義務づけられている。

### 〈ウェブサイトへの表示・掲載必須事項〉

1. トップページに店舗の名称を表示
2. 実店舗の写真を掲載
3. 現在勤務中の薬剤師・登録販売者の氏名などを掲載
4. 許可証の内容（開設者名、所在地、所管自治体など）を掲載
5. 営業時間外を含めた連絡先（電話番号、メールアドレスなど）を掲載

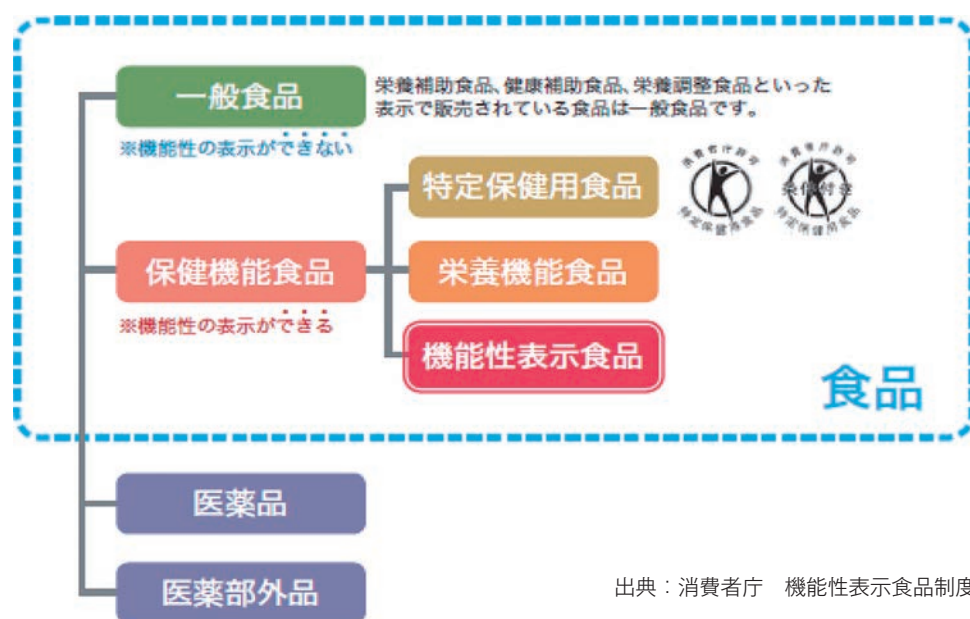
- ・一般用医薬品は、医療用医薬品に比べて安全性が高いとはいえ、適切に使用しないと効き目がないどころか、副作用などのリスクが高まる。そのため、実際の店舗ではもちろん、インターネット販売でも、薬剤師・登録販売者によって適切な情報提供・販売がされるよう、次のようなルールが定められている。

### 〈薬剤師・登録販売者によって適切な情報提供・販売がされるためのルール〉

1. 購入者が情報提供内容を理解した旨を確認すること
2. 購入者に再質問がない旨を確認すること
3. 妊娠中など薬の服用に注意が必要な場合を掲示・表示すること
4. 乱用などのおそれのある医薬品（かぜ薬や咳止めなど）は販売個数を制限すること
5. 使用期限を表示すること、使用期限切れの医薬品の販売は禁止
6. オークション形式での販売は禁止
7. 購入者によるレビューやクチコミ、レコメンド（推薦）は禁止  
※実店舗での販売も同様のルールが適用

## ⑨機能性表示食品制度

- ・2015年4月施行の「機能性表示食品制度」において、富士経済研究所調査では2022年の市場規模は5,462億円となっている。
- ・同制度は、経済政策の側面も強く、健康寿命延伸の観点からは多くの課題が指摘されている。
- ・表示にあたっては国の審査はなく、事業者の責任において届出をし、機能性を表示している。
- ・申請にあたっての機能性と安全性の根拠は、必ずしも当該製品を用いた臨床試験に基づいているとは限らない。
- ・現状では機能性表示の意味が消費者に正しく理解されているとは言い難く、市場規模も拡大しているからこそ、各種食品、医薬品等の国民への更なる理解、浸透が必要。



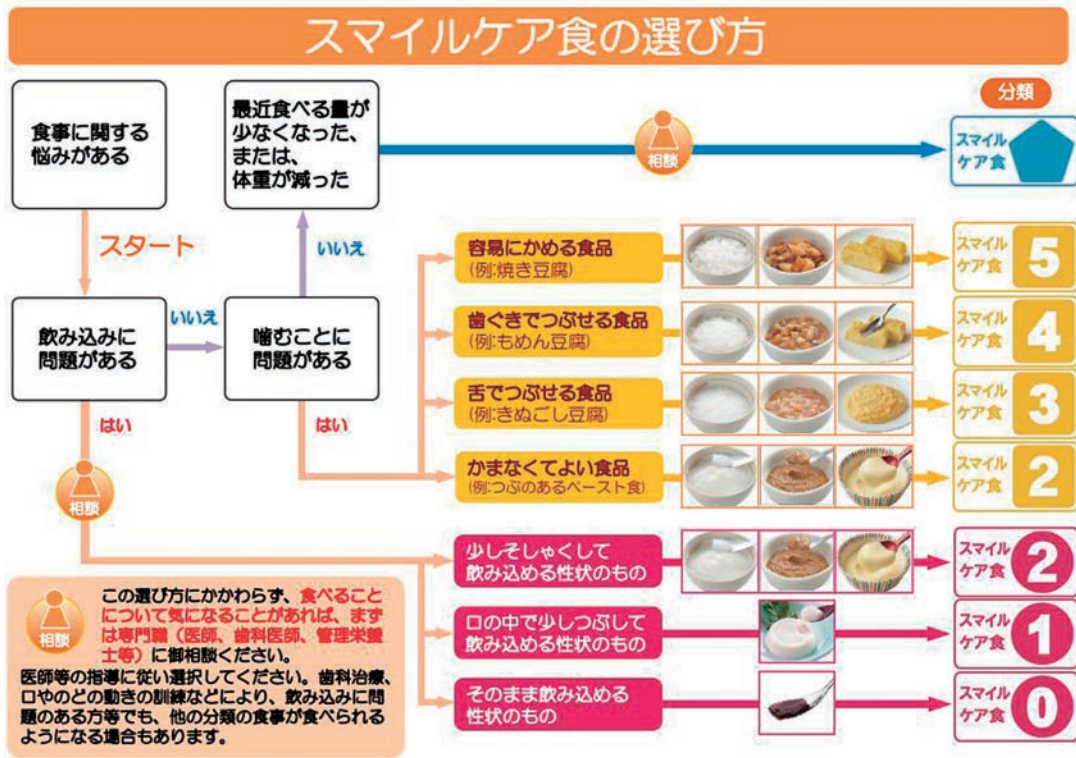
※特定保健用食品：国の許可を得た後、摂取により、特定の保健の目的が期待できる旨の表示をする食品  
 ※栄養機能食品：特定の栄養成分の補給のため、栄養成分の機能を表示した一般用加工食品および一般用生鮮食品  
 ※機能性表示食品：事業者の責任で、科学的根拠を基に機能性を表示するものとして、消費者庁に届けられた食品

## ⑩スマイルケア食

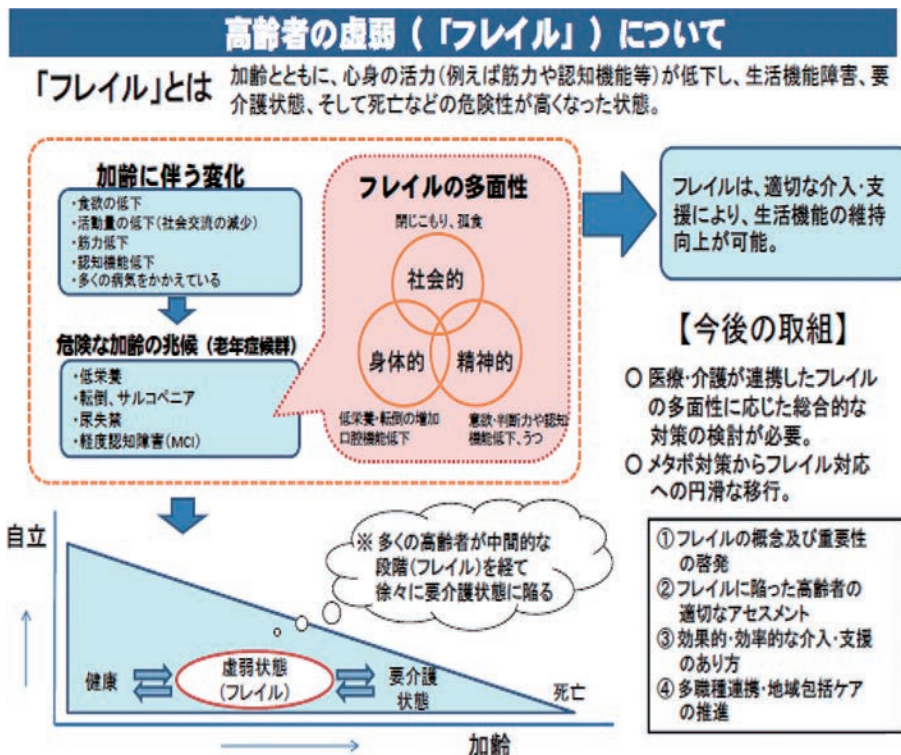
- ・独立行政法人東京都健康長寿医療センターによると65歳以上の高齢者のうち8.7%がフレイルに該当し、40.8%がプレフレイルとの調査結果が示されている。
- ・低栄養はフレイル（注3）の主たる原因であるため食機能や栄養に関して問題がある生活者向けに農林水産省は2014年11月新しい枠組み「スマイルケア食」を提唱。
- ・国民健康・栄養調査（2019年）によると、高齢者の16.8%が低栄養傾向。
- ・国立長寿医療研究センターによると在宅療養高齢者の約7割が低栄養状態、咀嚼機能に問題あるものは約3割、嚥下機能に問題あるものは約5割と報告されている（2012年）。
- ・スマイルケア食は、健康維持上栄養補給が必要な人向けの食品に「青」マーク、噛むことが難しい人向けの食品に「黄」マーク、飲み込むことが難しい人向けの食品に「赤」マークを表示し、それぞれの状態に応じた介護食品が選択できる。

- ・スマイルケア食のマーケット拡大に向けた取組みが身体機能の維持、介護予防に繋がる。

(注3) フレイル：日本においては2014年日本老年医学会が提唱。要介護状態に陥る過程において、筋力の低下、活動性の低下、認知機能の低下など健康障害を起こしやすい脆弱な状態をいう。



出典：農林水産省 スマイルケア食（新しい介護食品）



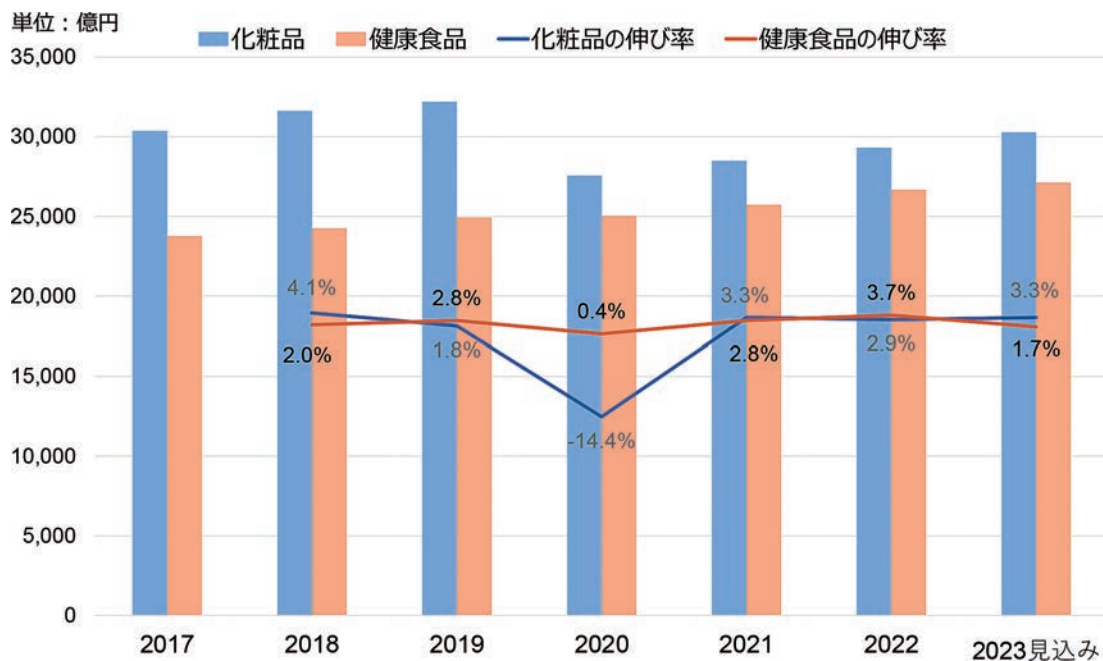
出典：厚生労働省 社会保障審議会医療保険部会（2015年10月）



## ⑪エイジングケア化粧品&健康食品

- ・国内の高齢化社会の進行に伴い、シミやしわ、たるみ等加齢に伴う肌の悩みや紫外線によるダメージを軽減する「エイジングケア」の化粧品やサプリメントに対するニーズが拡大しており、少子高齢化で消費者人口が減少しているにもかかわらず、コロナ禍の一時的な影響を除けば、化粧品と健康食品の市場は堅調に成長している。
- ・疾病や症状に対応するOTC医薬品に加えて、未病や予防対策となりうる健康食品、機能性表示食品、特定保健用食品、スマイルケア食、化粧品等が数多く開発、上市されており、需要の拡大と共に市場が拡大している。

【化粧品と健康食品の市場推移】



出典：富士経済研究所

## ⑫インバウンド、アジア圏等の海外需要への対応

- ・国内の少子高齢化、人口減少とは対照的に、高い経済成長を背景に購買力が高まっているアジア圏の生活者の需要や、訪日外国人旅行者によるインバウンド需要（注4）が増加しており、それらの需要に対して価値提供する必要がある。
- ・一方で、海外需要に対応するためには、異なる言語への対応を始めとして、食のハラール対応（注5）に代表される宗教上の配慮やヴィーガン食（注6）等の信念や文化上の配慮、或いは、食物アレルギーへの配慮が必要であり、「食の多様性」への対応が不可欠となっている。

（注4） インバウンド需要：訪日外国人による需要

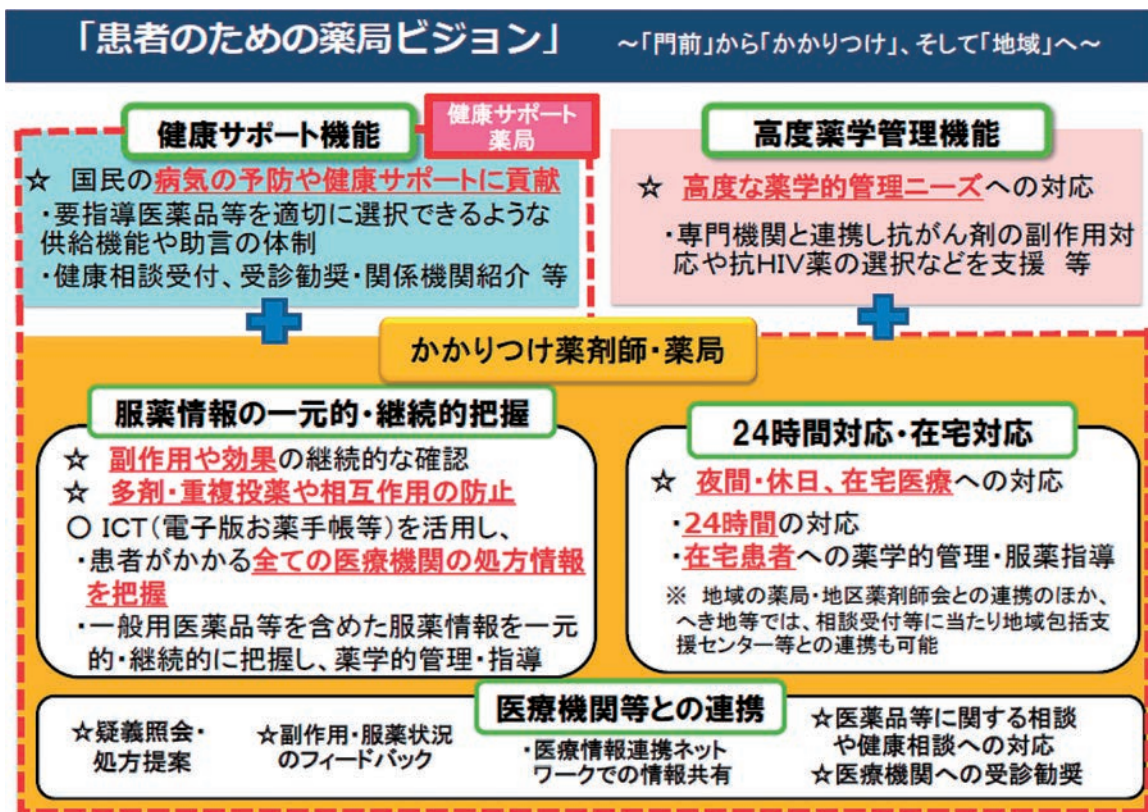
（注5） 食のハラール対応：イスラムの教義に則って食べることが許可されたものを指し、アルコールや豚由来のものを口にすることが禁じられている。

（注6） ヴィーガン食：卵や乳製品を含む、動物性食品をいっさい口にしない完全菜食主義

## ◇地域において期待される薬局・ドラッグストアの専門性機能

### ①かかりつけ薬局・薬剤師

- ・厚生労働省は2015年10月に『患者のための薬局ビジョン』を公表し、「服薬情報の一元的・継続的把握」「24時間対応・在宅対応」「医療機関等との連携」が「かかりつけ薬局」が持つべき3つの機能とされた。
- ・政府は2025年までにすべての薬局を「かかりつけ薬局」にすることを目標としており、モデル事業の実施、2019年の薬機法改正（認定薬局制度、調剤後の継続的な服薬指導や服薬状況等の把握の義務化）、診療報酬改定等における対応等、目標達成のために様々な施策が推進されてきた。
- ・一方で、受診する医療機関に応じて異なる薬局を利用する患者の存在や、対人業務の一環である医師への情報提供や在宅業務が十分になされていない等の調査結果もあり、全体として、目標を達成しているとは言い難い状況となっており、地域住民の健康づくりに関して、更なる積極的な情報発信や具体的な取組みが必要となっている。



出典：厚生労働省 患者のための薬局ビジョン

## ②ドラッグストア

- ・2015年3月に公表された「セルフメディケーション推進に向けたドラッグストアのあり方に関する研究会報告書」に基づき、ドラッグストアには医薬品や健康食品、介護用品等の豊富な品揃えと専門的な知見を活用した消費者ニーズへの対応等が求められている。
- ・セルフケア卸は、2017年7月に「セルフケア卸将来ビジョン」を策定し、地方公共団体とドラッグストアとの間で締結された地域連携協定（注7）のパートナー企業として参画する等、取組みを継続している。

（注7）ドラッグストア各社は、都道府県や市区町村等との間で、平常時の健康増進や高齢者等への支援に関する「地域活性化包括連携協定」、大規模災害発生時に対応する「災害時における物資調達に関する協定書」、或いはそれらを包含する「地域包括連携協定」を締結しており、セルフケア卸はパートナー企業として参画している。

### <ドラッグストア業界に向けた10の提言>

1. 消費者のセルフメディケーションに関する理解の醸成
2. 専門人材の更なる育成
3. 消費者が相談しやすい環境の整備
4. 消費者への情報提供を支えるデータベースの整備
5. 提供する情報の充実
6. 情報提供の前提となる検査等のサービスの充実
7. 他の機関との連携
8. 医薬品等を活用した買物弱者対策等の取組の強化
9. 外国人旅行者等の利便性向上のための環境整備
10. 製・配・販連携による返品削減

出典：経済産業省 セルフメディケーション推進に向けた  
ドラッグストアのあり方に関する研究会報告書（2015年3月）

## 第2章 セルフケア卸の指針

### ◇健康寿命延伸産業として「セルフメディケーション」「健康生活支援」「介護」領域の市場拡大と新市場の創出に貢献

- ・人々が「美しく」「健康に」「快適に」という基本的な欲求を満たしながら、日常生活を営めるようセルフケア卸として貢献していく。
- ・健康生活を送る上で「ちょっとした身体の不調」「慢性的な運動不足」「栄養状態の不均衡」「ストレスからくる不眠」「身体の衰えや認知症への不安」「日常動作が困難になってきた時の不便」「介護状態になった時の不快」「生活環境の不衛生」など、あらゆるマイナス要素の解消や軽減に向けて、商品やサービスを提供し、市場の活性化を目指す。
- ・セルフケア卸は、今般ビジョンを見直し、あらためて策定することにより、引き続き「健康寿命の延伸」、「高齢者のQOL（注8）向上」、「介護環境の改善」に貢献する安心・安全な商品とサービスを、正しい情報と共にお届けする。

（注8）QOL：Quality of life /生活の質

### ①“セルフメディケーションの推進”“健康寿命の延伸”に向けた卸としての取組み

#### OTC医薬品、指定医薬部外品を活用した軽度疾病の治療、重症化予防が実践できる買場提案

- ・「セルフメディケーション税制」を生活者に認識していただき、普及推進することは、医療用医薬品との代替性が高いスイッチOTC医薬品（要指導医薬品および一般用医薬品）の使用促進と市場拡大にも繋がる。
- ・軽度の身体の不調や疾病の自己治療の習慣化により重症化が予防できれば、入院や高額な医療費を要する処置が減少し、結果として医療費が抑制される。
- ・自分自身の健康に責任を持ち、軽度な身体の不調や疾病は自分で手当てをすることが日常生活の中で習慣化されなければならない。
- ・慢性疾患の重症化や合併症、再発予防のためにも、自己管理の方法をわかりやすく説明して商品を提供していく必要がある。
- ・OTC医薬品、指定医薬部外品は使用者の疾病や怪我の部位、症状、既往症、使用シーン（在宅時、外出時等）などにより、適切な商品が選択されることが重要であるため、セルフケア卸として薬効群ごとに消費者が選択できる品揃えを行う。
- ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、抗原検査などの簡易な検査キットが普及し、検査キットの多様化に繋がっている。検査薬については、健康状態をセルフチェックできる有効な手段であるため、健康不安を持つ生活者に積極的に推奨できる提案を行う。
- ・セルフケア卸としては、生活者にこれらの習慣が根付くよう、店頭を通じて気づきを与え、商品を活用していただけるような買場提案を実践していく。

## 生活習慣病対策としてバランスの良い食事、サプリメント、機能性食品の品揃えと使用シーンの提案

- ・健康寿命の延伸を図る上で、主要な死亡要因であるがん及び循環器疾患への対策、患者数が増加傾向にあり重大な合併症を引き起こすおそれのある糖尿病や死亡要因として急速に増加すると予測されるCOPD（慢性閉塞性肺疾患）対策など、主要な生活習慣病の発症予防・重症化予防を図ることが必要である。
- ・機能性表示食品については、科学的根拠に基づき健康の維持・増進に役立つ表示ができる食品として、近年市場が成長している。
- ・コロナ禍においても免疫対策や生活習慣病対策、ストレス・睡眠対策など、コロナ禍における健康問題への対策需要の中で、健康機能が表示可能な食品として活発な展開が見られた。
- ・機能性表示食品を活用しながら、食と健康の新たな市場創造への取組みを積極的に進める。
- ・生活習慣病の発症予防という観点では、日常生活におけるバランスの良い食生活と合わせて、サプリメントや機能性食品の活用によって、不足している栄養をバランスよく補う提案を行う。
- ・バランスの良い食事と組み合わせて、機能性表示食品を日常の生活シーンの中で、どのように使用していくかがイメージできるような「コト提案」（注9）を実践する。

（注9）コト提案：その製品・サービスによって「何が達成されるか」という、その人の達成感に訴求する考え方、及びそれを用いて価値の伝達を行う手法のこと。

## スポーツによる体力強化、健康的な身体づくり関連の幅広い商品で新規顧客を取り込む

- ・健康生活を維持、向上させるために必要不可欠なのは、運動による健康的な身体作りと栄養補給にある。
- ・運動に対する食事、栄養の重要性は、テレビや雑誌、SNS、インターネットなど、各種メディアに取り上げられ、毎日厳しい練習を行っているトップアスリートだけでなく、一般のスポーツ愛好家においても、食事、栄養に対する意識が高まっている。
- ・ジムやフィットネスセンターの増加、慢性疾患予防のためのフィットネスの利点に対する認識、また、食事を補完する健康的なものとしてプロテインバーやエネルギーバーの採用が増加している。
- ・健康的なライフスタイルに向けて、新しい運動習慣に取組み始めた人の増加はスポーツニュートリション（スポーツに適した栄養摂取）市場の拡大に寄与している。
- ・生活習慣病やメタボリックシンドローム予防、体質改善プログラムなど日常生活の中で自己管理ができるように、簡易なスポーツ器具、効果測定キット、プロテイン・アミノ酸・EPA等のスポーツニュートリション商品、サプリメント、バランス栄養食、カロリーコントロール食品等を品揃えして、活用方法をわかりやすく説明することは、セルフケア卸の使命といえる。

## ②快適な環境でアクティブな日常生活を送る“健康生活支援”卸の取組み

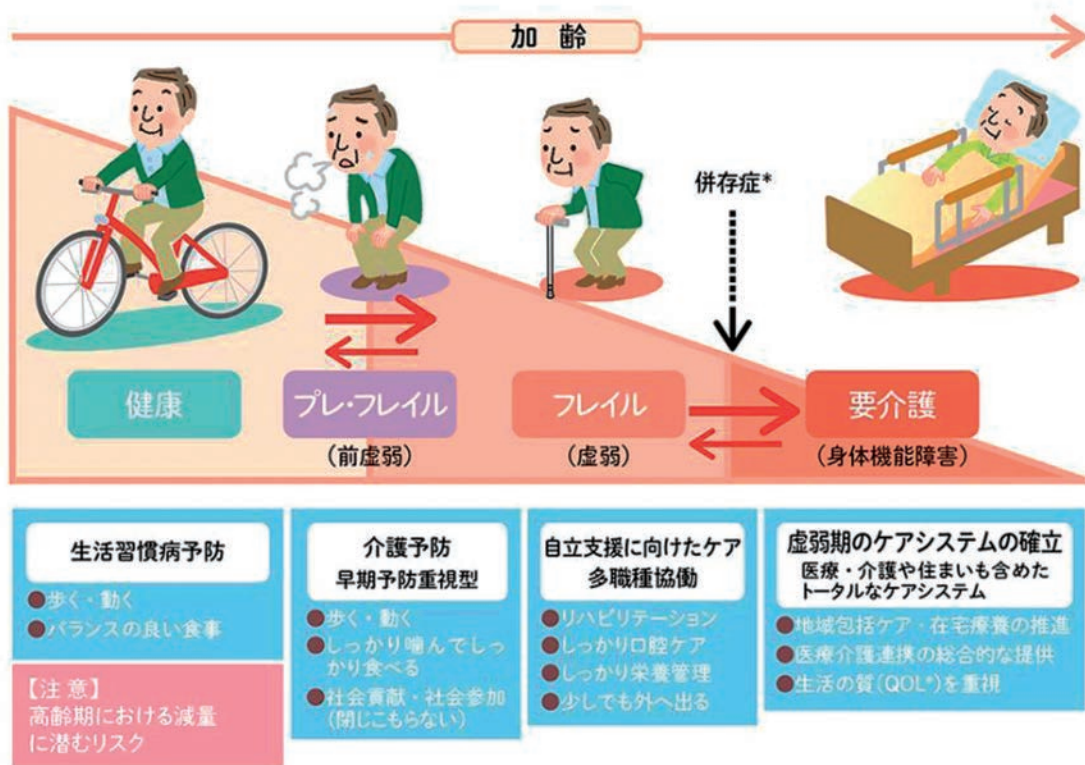
### 「美しく」「健康に」「快適に」という人びとの基本的な欲求と生活の質を高める健康生活補助商品の提案

- ・これまで大衆薬卸は、OTC医薬品を中心として「健康に」を主眼において成長してきたが、今後は様々な環境変化にも対応すべく、“セルフケア卸”として「美しく」や「快適に」の領域にも大きく関わりながら市場拡大に貢献していく。
- ・一人一人が、いつでも生き生きと自分らしく快適に過ごすには、何よりもまず心身ともに美しく元気であることが重要である。
- ・日本人はますます長生きになり、社会の中で女性の活躍の場も増え、生き方も多様になってきている。自分の体や心と向き合って、さまざまなリスクから自分を守ることを習慣化すると同時に、美しく快適に生きていくための幅広い提案を行っていく。
- ・例えば、加齢や紫外線による肌の悩みを改善する場合には、医薬部外品や化粧品、サプリメント等を利用してエイジングケアの提案を行い、それをサポートする商品とその使用シーンを提案する。

### 生活習慣病等を患っていても、日常生活に支障なく健康生活を送っている生活者に対する、より一層のADL（Activities of daily living / 日常生活動作）の維持支援とQOL（Quality of life / 生活の質）維持・向上への支援

- ・ADLとは、食事・更衣・移動・排泄・整容・入浴など生活を営む上で不可欠な基本行動である。また、QOLとは、一般に、ある人がどれだけ人間らしい生活や自分らしい生活を送り、人生に幸福を見出しているか、ということをも尺度としてとらえる概念である。
- ・食事や排泄、移動や入浴等日常生活に必要な動作（ADL）が維持できるように、グルコサミンやコンドロイチン等、習慣的にサプリメントを飲むことの提案や、杖・歩行器、補聴器など身体機能の維持や補助する商品の品揃えを行う。
- ・QOL維持・向上のためには、まずフレイル（虚弱状態）にならないような啓蒙活動と対応策を講じていく必要がある。
- ・対策としては、低栄養状態の高齢者向けの品揃えと市場拡大に向けた提案を行っていく。
- ・具体的なQOL維持・向上に向けた提案内容として、下記のような提案が考えられる。
  - ・筋肉量維持のためのプロテイン活用によるたんぱく質の効率的な補給方法訴求
  - ・口腔内トラブル等の口腔ケア
  - ・日本骨粗鬆症学会と日本骨代謝学会、骨粗鬆症財団によると、2015年時点で約1,300万人と推測される骨粗鬆症患者へのケアと事前予防の提案
  - ・認知症、脂質異常症、糖尿病等の早期発見のための啓蒙活動とセルフチェック
  - ・記憶障害や認知症、うつ症状、睡眠障害など脳の健康サポート
- ・QOL維持・向上のための機能性表示食品等の提案もセルフケア卸の重要な機能として、より具体的な買場提案を進めていく。

<フレイルの位置づけと流れ>



(東京大学 高齢社会総合研究機構・飯島勝矢：作図改編)

## 感染症対策において、通常の社会生活を維持するための品揃えやパンデミック時における商品の安定供給

- ・感染症とはウイルスや細菌などの病原体が体内に侵入して増殖し、発熱や下痢、咳等の症状が出ることをいい、人から人にうつる伝染性の感染症のほかに、動物や昆虫から、あるいは傷口から感染する非伝染性の感染症もある。
- ・今後も新型コロナウイルス感染症のように、社会機能にも大きな影響をおよぼすものが発生する可能性は否定できない。
- ・地域ごとに感染症の発生に関する情報をメーカーと連携していち早く入手し、マスクや手指消毒等必要となる商品と数量を確保してタイムリーまた安定的に提供することは、セルフケア卸の大切な役割である。

## 不快害虫対策における、快適な生活環境を維持する商品の品揃えと季節変動に応じたタイムリーな提案

- ・不快害虫は、心理的な不快感までを含めて呼ばれることがあるため、場合によってはあらゆる昆虫を含むこともある。ここでは衛生害虫に限定する。
- ・衛生害虫とは、人間の衛生環境を悪化させる害虫のことである。人の血を吸うもの、咬んだり刺したりする害虫、人や食品などに触れることで不潔にし、場合によっては感染症の病原体を運び、人々や食品加工業などに多大な影響を与える害虫のことをいう。虫体がアレルギーとなる場合もある。

## 年齢と共に必要となる身体機能を補う商品の提案と、スマイルケア食の普及拡大

- ・健康寿命の延伸を実現するには、社会生活を営むための機能を高齢になっても可能な限り維持することが重要であり、高齢化に伴う機能の低下を遅らせるために、高齢者の健康に焦点を当てた取組みを強化する必要がある。
- ・ロコモティブシンドローム（運動器症候群）や認知機能低下を予防することが重要であり、身体機能を補うための商品を生活者にわかりやすく説明をして販売する必要がある。そして実際に活用していただくことで、高齢者の就業等の社会参加の促進にも貢献できるよう進めていく。
- ・超高齢化社会が今後進展していく中で、農林水産省は2013年2月から介護食品の今後のあり方について検討してきた。
- ・これまで「介護食品」と呼ばれてきたものの範囲を、噛むこと・飲み込むことが難しい人の食品だけでなく、その前段階の人への働きかけも重要であるため、健康な身体を維持し活動するために栄養補給を必要とする人向けに「スマイルケア食」という名称を定めた。（第1章⑩「スマイルケア食」参照）
- ・健康維持上栄養補給が必要な人向けの食品に「青」マークを、噛むことが難しい人向けの食品に「黄」マークを、飲み込むことが難しい人向けの食品に「赤」マークを表示し、状況に応じたスマイルケア食の普及拡大を進めていく。
- ・特に「青」マークは、健康維持上栄養補給が必要な人向けの食品として、今後健康寿命の延伸にも大きく関わりを持つ食品となるため、店頭で買場を創造していかなければならない。

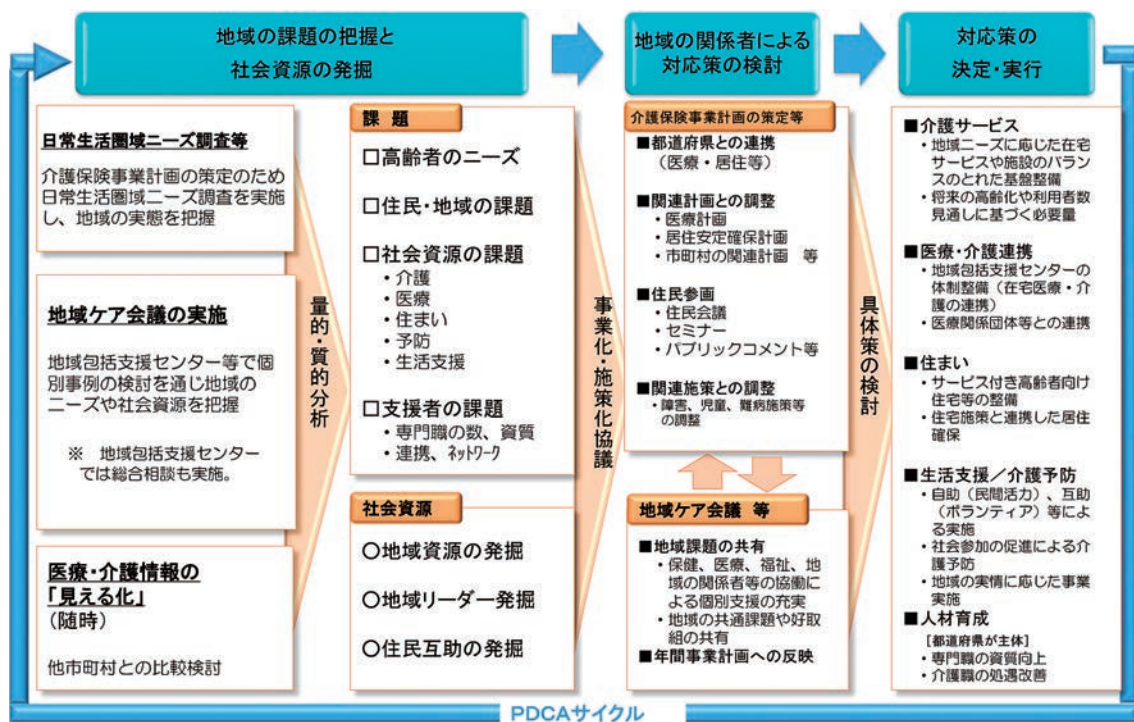


### ③地域包括ケアシステム構築における“介護”の実態に即した卸の取組み

地域包括ケアシステム構築の進捗に合わせて民間企業として積極的にサポート

- ・セルフケア卸が役割を担う「介護」、「予防」、「生活支援」に対する需要は、高齢化の進展と共に増加しており、地域差を踏まえ、保険者である市町村では、3年毎の介護保険事業計画の策定と実施を通じて、自らの地域の自主性や主体性に基づき、地域特性に応じた「地域包括ケアシステム」の構築が進展している。
- ・セルフケア卸としては、各地域の地域包括ケアシステムを踏まえ、小売店頭において、どのような需要やニーズに対応できるのか、具体的に提供できるサービスや品揃えを地域特性や地域実態に合わせて提案することが求められる。

#### 市町村における地域包括ケアシステム構築プロセス（概念図）



出典：厚生労働省

地域包括支援センターとの連携や地域ケア会議への参加を含めて、地域包括ケアシステムの具体的な実行をサポート

- ・市町村が主体となって設置している地域包括支援センターにおいて、地域ケア会議等を通じて、地域の課題把握と、それを解決しうるリソースの発掘や、対応策の検討、決定、実行等を行っている。大都市圏及びその周辺においては、地域住民による「互助」が難しいものの、民間サービスの活用による「自助」が可能である一方、町村部等の地方においては、民間サービスが限定的である中、「互助」の果たす役割が大きくなると見込まれる等、地域による違いが見られる。

- ・セルフケア卸としては、地域包括ケアシステムの運用主体と積極的に連携することにより、地域の事情を熟知した小売店と共に、地域特性に合わせて、持続可能かつ実現可能な提案を行っていくことが求められる。

#### 高齢者のみならず、家族介護者の需要やニーズに応える提案と品揃え

- ・地域包括ケアシステムが前提とする、重度な介護状態でも住み慣れた地域で安心な暮らしを続けていくためには、介護を必要とする高齢者のみならず、家族介護者まで、社会全体で支えていくことが求められる。
- ・そのため、小売店頭においては、家族介護者の様々な需要やニーズに応える役割が必要となる。例えば、初めて在宅介護をすることになった場合、家族介護者のために、必要な介護用品などが、わかりやすく選べるような店頭の提案を行う、或いは、現在の症状や、生活環境、生活機能（何ができて、何ができないのか）、治療方針、リハビリの最終目標などは、個々人によって異なることから、それぞれに応じた品揃えが必要となる。
- ・また、介護離職やヤングケアラー（本来は大人が担う、家事や家族の世話、介護、感情面のサポートなどを行っている子ども）が社会問題となる中、家族介護者の体力面、精神面、衛生面、不規則な生活など悩みの実態が少しでも軽減できるような対応策として、コミュニケーションの場や情報共有の場を設営することも考えられる。
- ・家族介護者は、不規則な時間帯の介護による睡眠不足や、排便処理やおむつ交換など、様々なストレスを抱えるため、このようなストレスが少しでも軽減できるように、利便性を工夫した商品の活用方法など、使用シーンがイメージできるような「コト提案」も必要となる。
- ・これらのサービスや品揃えが、小売、セルフケア卸の双方にとって、ビジネスとしても成り立つように、持続可能かつ、総合的、長期的なコーディネートが必要となる。

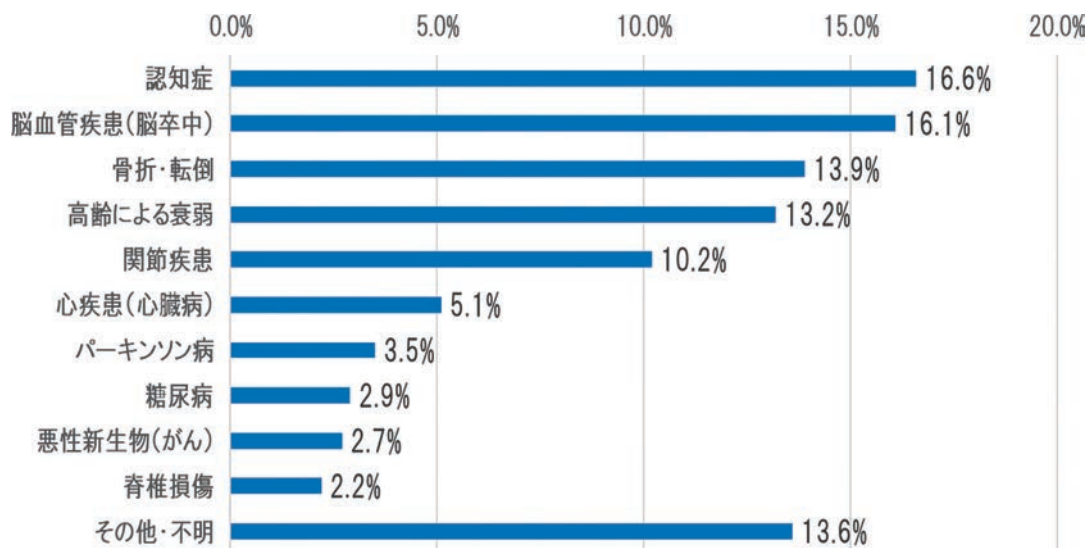
#### 生活支援サービスの充実と高齢者の社会参加に向けたサービスと品揃えの提案

- ・高齢者が住み慣れた地域で暮らしていくためには、生活支援サービスが不可欠である。生活支援サービスは、市町村単位のみならず、小学校区単位、更には自治会単位ときめ細かい圏域ごとに提供され、それぞれ提供されるサービスの内容に違いがある。また、事業主体も、民間企業に加えて、社会福祉法人、協同組合、NPO法人或いはボランティアと多様である。
- ・生活支援サービスは、ビジネスとしても成立しやすいことから、既に多くの取組みも行われている。例えば、小売店舗による安否確認を兼ねた移動販売の実施、富山の置き薬に着想を得た配食の実施、デリバリー事業の増加に伴う生活必需品の配達などである。
- ・セルフケア卸としては、生活支援サービスに必要な商品やサービスの情報を事業主体に提供すると共に、各地域の事情を踏まえた商品やサービスを提案する等、ニーズと解決策のマッチングに積極的に関与することが求められる。
- ・また、健康寿命の延伸によりアクティブシニアも増え、現役時代の能力を活かした活動や、介護・福祉等の担い手となるボランティア活動を通じた社会参加が可能となっており、元気な高齢者が生活支援サービスの担い手として活躍することも期待される。高齢者が社会的役割をもつことが、高齢者自身の生きがいとなり、引いては、介護予防ともなり得る。
- ・セルフケア卸として、小売店頭を活用した健康寿命延伸のための提案にとどまることなく、生活支援サービスへ的高齢者自身の参加まで含めた、様々な介護予防の提案が求められる。

#### ④“健康寿命”の定義（2000年WHO / 世界保健機関）に基づいた卸の対応領域

- ・健康寿命の定義＝「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間」
- ・平均寿命と健康寿命の差は、日常生活に制限のある「健康ではない期間」を意味する。
- ・平均寿命が延び、健康寿命との差が今後拡大しないような備えを商品とサービスの両面から提案。
- ・発病して不健康な状態にあっても日常生活に制限のない生活者への提案は対応領域とする。
- ・日常生活に制限のある「健康ではない期間」と推測される介護・支援状態は、認知症や生活習慣病、骨折・転倒など運動機能の低下が主な原因である。

介護・支援が必要となった主な原因



出典：厚生労働省2022年国民生活基礎調査より抜粋

- ・健康寿命の延伸に向けて、生活習慣病の予防や運動機能の維持につながる品揃えの強化、買場の提案を実践する。
- ・今後、高齢化、人口減少が進んでも“健康寿命の延伸”に関わる市場のポテンシャルは大きい。

※健康に関わる新しい商品とサービスを提案し、健康生活に寄与することがセルフケア卸の使命です。

## 第3章 卸機能の向上

◇個々の卸が持つ機能の発揮により発展し続ける中間流通業を目指す。

- ・健康寿命延伸産業として、セルフケア卸は従来の川上起点流通と同時に、消費者起点流通を更に推進して、個々の卸機能（特徴）を発揮しながら発展していく。
- ・卸は中間流通業として、小売業、メーカーと共に相互発展・成長していくことが基本機能である。
- ・価格や取引条件面においては、各社が適切な判断をしながら、業界発展・成長を重視した活動をしていく。
- ・DX（注10）化への取組みがビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、小売店の顧客ニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立する。

（注10）DX：Digital Transformation | デジタルトランスフォーメーション

企業がAI、IoT、ビッグデータなどのデジタル技術を用いて、業務フローの改善や新たなビジネスモデルの創出だけでなく、レガシーシステムからの脱却や企業風土の変革を実現させること。

### ①小売業ニーズの実現機能

小売業との取引においてより最適な損益管理のもと、流通コストを明確にした形でサービス提供を行っていく

- ・流通の基本原理のもと、その取引における損益管理の実践により、売上拡大によって得た利益と、流通コスト（C/F含む）を下げたサービス原資をもって、小売業の発展・成長に寄与できる取引を実践する。

小売業の店頭消化が卸の売上であるとの基本認識のもと販売促進、流通在庫の削減に努める

- ・メーカー、卸、小売業との協働関係を通じて能力向上とサプライチェーンの強化を図る。
- ・生活者に分かりやすい商品の紹介や陳列による店頭販促提案により、小売業の店頭で商品を回転させ、滞留在庫が発生しないように小売店消化を念頭ににおいた取引を実践する。

かかりつけ薬局（ドラッグストアー含む）の実現に向けた商品提案とサービス面でのサポートを行う

- ・かかりつけ薬局（ドラッグストアー含む）には患者のための薬局ビジョンとして「服薬情報の一元的・継続的把握」「24時間対応・在宅対応」「医療機関等との連携」が求められ、健康サポート薬局には、加えて「OTC医薬品や健康食品、衛生材料、介護用品の供給と相談の体制など」が求められているが、卸機能が及ぶ範囲で、それぞれの商品提案、サービス面でのサポートを実践していく。

小売業への情報提供、商品・棚割提案、販売促進、店頭管理、取引プロセス改善提案等の機能を果たす

- ・小売業の成長・発展に寄与できるよう、小売業に求められる情報提供、商品・棚割提案、販売促進、店頭管理、取引プロセス改善提案等を実践し、それを卸の基本機能としながら更なる機能の充実を図る。
- ・メーカーとも連携して、マスメディア等の計画を常に把握しながら、タイムリーな関連商品の提案と、商品確保・提供を行う。

#### OEM企画・立案

- ・小売業・OEMメーカーと連携して、消費者ニーズに適した商品開発支援などを行う。

#### 安定供給と品質管理

- ・「医薬品の適正流通（GDP）ガイドライン」に対応し、OTC医薬品の安定供給と品質管理を実現する。
- ・BtoB（注11）での価値共創とさらにその先の顧客BtoBtoC（注12）への価値創造を目的としたサービスを進めていく。
- ・先進的な技術によって、卸の機能や活動が吸収されてしまうことのないよう、常に将来を見据えて中間流通のあり方を考え、卸機能の革新を進めていく。

（注11） BtoB（Business to Business）

企業間取引のことである。企業が企業に対して商売すること。

（注12） BtoBtoC（Business to Business to Consumer）

企業（business）と一般消費者（Consumer）の間に流通業者など（business）が介在するビジネス形態のこと。

## ② メーカーニーズの実現機能

製配販の取引におけるジョイントビジネスプランをメーカーと組み立て、コスト削減、人手不足解消、需要の把握、環境負荷の削減等に向けた行動管理を実践する

- ・常にサプライチェーン全体に目を向け、製配販の連携した取引の中でメーカーとジョイントビジネスプランを組み立て、目指すべき取引の目標を設定しながら行動管理を共有する。
- ・メーカーとの流通における人的な重複に対し、役割分担をしながらメーカーが期待する成果をあげる。
- ・製配販の流通において、人的な重複業務は多数存在している。商談や作業等も含めメーカーとの人的重複を整理しながら、メーカーが期待した成果をあげられるよう活動を進める。
- ・メーカーから求められる機能を発揮して、メーカーからの報酬を得る。
- ・メーカーが求める機能に対して、その機能を行わせることにより期待できる効果を計画として組み立てる。その計画の達成や実現の度合いにより、メーカーから行動フィーとしての報酬を得る。
- ・メーカー営業代行として情報提供、商品導入、販売促進、売上拡大、店頭管理等の機能を果たす。

- ・取引メーカーの成長・発展に寄与できるよう、メーカーから求められる情報提供、商品導入、棚割提案、販売促進、売上拡大、店頭管理等を実践して、それを卸のメーカー代行機能としながら更なる機能の充実を図る。
- ・薬局など小売店からの副作用等の安全管理情報を収集し、速やかにメーカーに伝達する。
- ・メーカー等のDX化に向け、販売効率および付加価値向上につながる情報ネットワークのハブあるいはポータルとしての役割を担う。
- ・各地域で構築される地域包括ケアシステムに向け、健康に繋がるサービス、情報を卸のみならずメーカーと共に届けるなど自治体・支援機関のヘルスケアプラットフォームに参画し連携体制の強化を図る。

### ③ロジスティックス機能

消費者の手元に商品が届くまでのサプライチェーン全体の最適化・効率化を目指し、流通プロセスのムダを排除することにより、小売業、メーカー、配送業者の生産性向上を図る

- ・ロジスティックスとは、顧客のニーズに合わせて商品の効率的な流れを、計画・実行・管理することをいう。
- ・物流における輸送、保管、荷役、包装、流通加工、輸送情報、それぞれの工程の最適化を図り、生産性を高める。

小売業、メーカーの流通コストの低減に貢献できるようにロジスティックス機能を最大限活用する

- ・小売業とは需要予測、商品導入計画、特売計画、店頭在庫の把握、メーカーとは商品発売計画、終売計画、生産計画、マスコミ計画等、相互に情報連携を図りながら、ロジスティックス機能を実践して流通コストの低減に努める。

### ④災害対策・パンデミック対策機能

大規模災害発生時に、中間流通業として商品供給における役割と責任を果たす

- ・異常気象に伴って大規模自然災害の発生件数が増加する中、災害発生時に事業への影響を最小限にとどめつつ、事業継続や早期復旧を可能とするために実施する施策や行動指針を定めたBCP（ビジネス・コンティニューイティ・プラン：事業継続計画）の策定が必要不可欠となっている。
- ・特に、製配販のサプライチェーンの要を担うセルフケア卸は、多岐に亘るメーカーと小売企業をつなぐ存在であり、緊急事態であっても責任を果たさなければならない社会インフラ企業として、その策定の優先度は高い。
- ・そのためには、自然災害、パンデミック、サイバーテロ等が発生した場合のリスクや事業へのインパクト・損害額を見積り、事業の優先順位を決め、緊急事態に対応する体制構築や代替手段を確保するマニュアルが必要となる。マニュアルは、経営層が確認のうえ承認し、従業員に周知し、行動指針を確認すると共に、定期的に見直す等、改定が必要となる。

平時より、薬局・ドラッグストア、医療機関、地域薬剤師会、各自治体との連携を進める

- ・ 自社におけるBCPの策定のみならず、自社を含むサプライチェーンの関連企業群と地方公共団体が具体的な支援内容を盛り込んだ協定文書を取り交わす等、セルフケア卸による防災における積極的な地域貢献が求められる。
- ・ 協定は、災害発生直後から国や自治体等による直接的な緊急支援が開始されるまでの一定期間（通常3日間）の応急支援を担うものであり、企業実態（身の丈）に即した効果と実現性の高い内容となる。
- ・ 例えば、停電時の非常用自家発電装置による電源確保、通信手段の確保、システムダウン時の対策、代替保冷库等の準備などの物流対策や、自治体始め関係諸団体との緊急時連絡網の事前整備、緊急医薬品や感染症予防の衛生材料の在庫確保や救護所への配送対応等がある。
- ・ また、協定の締結にとどまることなく、セルフケア卸は、製配販のサプライチェーンの要を担う黒子として、災害等の緊急事態に備えた政策の企画立案にも積極的に関与し、政策当局と小売企業を全面的にバックアップすることが求められる。
- ・ 加えて、新型コロナウイルス感染症流行時の反省を踏まえつつ、今後のエピデミックやパンデミックに備えて、必要となる医薬品、衛生材料その他の商品について、規制や法律に留意の上、平時から在庫や供給体制の情報を共有できる仕組みや協力体制の構築が必要となる。

※卸の機能を存分に発揮することで、製配販すべての業態が成長・発展できるよう卸の役割を果たします。

## 第4章 持続可能な流通体制

◇製配販の連携により流通のあらゆるムリ・ムダ・ムラの削減を目指す。

- ・高齢化、人口減少が進む中で、流通においては、製配販企業が健康寿命延伸産業として生産から小売店頭にいるサプライチェーン全体の効率化に向けて取組み、環境負荷を低減させることが重要である。
- ・今後、IoT、ビッグデータ、AI等の技術革新でDXが進むと、大量のデータの取得、分析、施策実行といった循環が可能になる。そのため、これまで以上に消費者を理解し、それぞれの消費者に最適な商品を最適な手法で最適な価格で提供することが卸にも求められる。
- ・製配販で技術革新の成果を有効に活用していくことで、生産性を向上し、人口減少に伴う労働力不足を補うと共に、消費需要の喚起や新規サービスの創出にも繋げていく。

### ①物流体制の効率化

流通における無駄な重複作業削減に向けて、製配販で協働した取組みを進める

- ・常にメーカー・卸・小売業の連鎖の中で課題の解決策を見出し、関連業者と共に、重複作業を削減しながら効率性と収益性を高める。

小売物流センター利用の前提として流通全体の効率化、費用の透明化、適正化を求める

- ・これまでは小売物流センター（TCⅠ型、TCⅡ型、DC型（注13））利用時に支払うセンターフィー自体を問題視してきた。
- ・小売物流センターを利用する際は、そのセンターがサプライチェーン全体の効率化にどれだけ機能しているかを検証した上で、そのセンターフィーの透明化と適正化を求める。

（注13）TC（Transfer Center）Ⅰ型	個店別箱詰め納品センター通過型
TC（Transfer Center）Ⅱ型	受注総量一括納品センター通過型
DC（Distribution Center）型	センター在庫ストック型

2024年問題への対策として、積載率の向上・空車率の改善・ドライバーの拘束時間の削減等に取組む

- ・2024年問題（注14）として、トラックドライバー不足は構造的な問題となっている。製配販の荷主企業と連動した対応が求められる。
- ・1回あたりの発注数量を大きくし発注頻度を少なくすることで、積載率の向上を図り、トラック台数の削減に取り組む。
- ・配送距離の短縮、AI配送シミュレーションの活用、空きトラックの活用、共同配送など、様々な取組みを積極的に進めることにより空車率を改善する。
- ・物流センター納品時に発生するドライバーの順番待ち（待機時間）は拘束時間の大きな要因



となっている。効率化を図ることによりドライバーの労働環境の改善に繋げる。

(注14) 2024年問題：2024年4月1日より働き方改革関連法によって「自動車運転業務における時間外労働時間の上限規制」が適用される総称。トラックドライバーの時間外労働時間が年間960時間に上限設定されることで、会社の売上・利益減少やトラックドライバーの収入減少、荷主側の配送料の高騰などの問題が生じるおそれがある。

#### 波動解消を目指し作業の平準化を進める

- ・長期連休や年末年始におけるメーカーの出荷計画については、休暇直前の過剰仕入れによる卸の過剰在庫や、倉庫内作業に伴う人員配置、近隣道路の渋滞解消などが発生しないよう、作業の平準化に向けた改善を求める。

#### 緊急時に商品供給を維持するための計画出荷の実施

- ・大規模災害発生時に商品供給が不安定になった場合、必要なところに必要な数量を供給することを優先し取組む。適切な商品供給に向けて、製配販が連携し、在庫状況などの情報を共有し合い、計画出荷を実施していく。

#### 対象商品・数量を予め調整の上、発注・納品要件を明確にして「工場直送」を有効活用する

- ・メーカー工場から地域物流拠点を経由することなく、卸・小売業の物流センターに直接配送する「工場直送」は有効な手段となる。
- ・工場直送の対象とする商品・数量、リードタイム等を予め設定調整するなど発注・納品案件を明確に設定しておくこと、大型トラック満載での発注・納品を行うことが必要となるが、小売業の受入体制を踏まえた対応も必要である。

#### 個別配送では十分な配送ロットにならない場合、共同配送を検討する

- ・小売業の専用センターから店舗への納品について、一括納品カテゴリーの拡大など一層の効率化を進める。
- ・荷受拠点を集約し、それぞれ個社ごとに拠点間移動を行いながら、個別配送を統合する。

## ②返品削減への取組み

#### 返品の内り方を抜本的に見直し、流通の効率性を高めて環境負荷を低減させ、また、商品の適正価格を実現する

- ・小売業から卸、卸からメーカーへの返品が高い割合で発生し、流通コストと環境負荷の増大を招いている。
- ・SDGsの中のSDG12「つくる責任、つかう責任」にある様に、化学物質や廃棄物の大気、水、土壌への放出を大幅に削減することを意識し、返品削減に向けて、流通に関わる全ての関係者が意識・行動を変えることが必要である。
- ・返品にかかる流通コストおよび商品廃棄にかかるコストは、最終的に商品の販売価格に転嫁され、消費者にも経済的負担となっている。そのため、製配販の企業間で返品に関わる取引

条件を明確にして返品削減に努め、商品の適正価格販売に寄与する必要がある。

- ・使用期限とは、指定された保存条件下で未開封の状態の医薬品が品質を保ち続けるとされる期限のことを言う。そこで、使用期限内の商品を「品質保証期間内医薬品」と名付け、一般化させるために啓発を行い、使用期限内商品の返品抑制に努める。
- ・「品質保証期間内医薬品」の啓発にあたっては、業界関係者だけではなく、広く消費者にも認知していただき、販売促進にも繋げていく。
- ・一方、「品質保証期間内医薬品」であっても一定程度は返品が発生することを前提に、医薬品においても「フードバンク」の様な新たな使用機会の増加（商品廃棄の削減）を各関連業界団体、行政に対して働きかけを行う。

#### 生産・販売計画の事前共有と、販売・在庫・発注情報の共有により返品発生要因を低減させる

- ・返品削減に向けた取引先との取組みでは、まず製配販の取引関係者が必要な情報を共有することが重要である。
- ・情報共有により、各段階の発注・在庫の精度を高め、残在庫を抑制することが可能となる。
- ・メーカーの商品改廃情報等の事前共有、小売業の販売・発注・在庫情報の共有、卸の販売・在庫情報の共有など、製配販の販売・発注計画情報の事前共有が必要となる。
- ・返品削減を進めるには、返品実態を踏まえて対策を講ずることが不可欠となる。  
商品別・地域別・取引先別の返品額・率・前年比等の把握を行い、個々の会社においては、目標値・基準値の設定・進捗管理を実行する。

#### 公正取引を遵守し、不当な返品を出さないこと、受けないことを徹底する

- ・返品を行う場合は、双方が事前に合意しておく必要がある。取引契約書において返品に関わる取引条件を記載する文書（返品確認書）を事前に取り交わすなど、当たり前に行われている返品の商慣習の改善に向けて対策を講じる。

#### 季節品においては、初回・追加発注量の適正化、発注止め等により在庫調整と消化を行う

- ・季節品においては、棚替え・季節品の商品入れ替えに伴うものが多く、シーズン・販売期間の需要に応じて、発注・在庫数を適正にコントロールすることが重要である。
- ・陳列商品は、空箱等を効率的に活用するなど、過剰な流通在庫を抑制する。
- ・シーズン前期においては、初回発注や追加発注の数量を適正に設定する。
- ・棚替えや新商品の切替対象の商品は、直前まで発注を行うのではなく、適切なタイミングで発注抑制、発注停止を行う。
- ・棚替え前に在庫の消化促進を図り、効果的に売り切ることを実践する。

#### リニューアル品導入時には、旧品の在庫状況を事前に確認し、計画的な在庫調整を進める

- ・リニューアル品は、旧品の残在庫・返品が発生しやすいため、特に注意が必要となる。
- ・スケジュール管理、発注停止、在庫消化など一連の取組みを計画的に進める。
- ・商品改廃が決定した時点で、メーカーと情報を共有できるよう連携を図る。
- ・メーカー都合による事前情報連携がないリニューアル、突発的な返品に対する流通コストの責任を明確にする。

- ・リニューアル品の対策については、以下の運用を進める。
  - ・リニューアル案内を早期に行い、切替日まで十分な期間を確保すること。
  - ・旧品の小売店頭・物流センターの在庫量を把握すること。
  - ・切替日の一定期間前に発注停止を行うこと。
  - ・切替日までの期間、商品在庫数に応じて、効果的な売り減らしを行うこと。

### ③流通在庫の最適化

キャッシュフロー及びオペレーションロス削減に繋がる在庫の最適化に積極的に取り組む

- ・欠品防止としての在庫確保、決算期に向けた売上対策、特売による在庫確保等、メーカー、卸、小売業それぞれの個別事情で過剰在庫を有するような状況が発生している。
- ・個別事情による過剰在庫のしわ寄せは、廃棄や返品に繋がりオペレーションロスが発生する。
- ・流通在庫の最適化への取り組みは、製配販それぞれに経営的効果も大きく、キャッシュフローのみならずオペレーションロス削減による損益改善に寄与する。
- ・更なる収益性の確保を目的として、連携しながら積極的に取り組みを進めていく。

流通における問題箇所を具体的かつ、定量的に分析して流通の過剰・不働在庫を解決する

- ・商談決定事項、配荷数量、特売数量など、事前に把握して計画的に仕入れを行い、期日通りの納品、計画通りの店頭消化ができるよう、製配販で正確な情報連携を行う。
- ・季節変動やインバウンド影響等、需要が激しく変動する場合や、計画された特売の未実施等により、過剰・不働在庫が発生した場合は、問題箇所を具体的かつ定量的に分析して、製配販が協働して解決策を見出す。

### ④人材の確保と育成、及び人権の尊重

卸の企業活動を持続可能なものとするために、「人材の確保・育成」のみならず、「人権の尊重」が求められている

- ・少子高齢化の進展と生産労働人口の減少に伴い、あらゆる業界で人手不足が顕在化、慢性化しており、セルフケア卸においても、増加する需要とニーズに対応する人材の確保と育成は、企業活動を持続可能なものとするためには必要不可欠となっている。
- ・また、2015年9月に国連総会で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）において、最も重視される「人権の尊重」は、企業活動にも求められている。セルフケア卸で働く全ての人々の人権を尊重するのみならず、サプライチェーンに携わっている、あらゆる人々の人権を尊重しなければならない。
- ・かかる状況下、セルフケア卸は、企業行動として、人権尊重の方針策定やサプライチェーンの各企業に対する人権デュー・デリジェンス（人権侵害のリスクを特定、評価、防止、軽減、是正し、説明責任を果たすこと）を行う必要がある。

## ⑤環境変化に伴う効率的な流通システムの構築

### 流通BMSによる商取引効率化とシステム整備、及び事業の継続性を追求する

- ・レガシーシステムを放置することは、企業のDXが阻害され、既存の基幹システムのサポート終了によるシステムトラブルのリスクが高まる他、既存システムの維持管理費などが高額になると指摘されており、2025～2030年の間で、年間最大12兆円の経済損失が生じるとの警鐘が経産省のDXレポートにて報告されている。
- ・OTC医薬品卸協議会加盟各社においては、DX推進による効率的かつ最適な流通を進展させるべく、次世代に適應する基盤システムの整備に取り組む。
- ・NTTが長年提供してきたISDN回線サービスの終了に伴い、製配販のビジネスプロセスをシームレスに接続し、業務の効率化と高度化につながる流通BMSへの移行が進んでいる。
- ・当協議会は、流通BMSの更なる導入拡大を行う他、昨今の電子帳簿保存法、インボイス制度等への対応同様、システム整備を柔軟かつスピーディに進め、効率的な流通システムの構築を目指す。
- ・地震や台風、集中豪雨といった自然災害の多い日本において、医薬品を始めとする生活必需品を流通するセルフケア卸として災害時の通信手段の確保が求められる。インターネット回線や電話回線といった従来の回線だけでなく、BCP対策の一貫として衛星インターネット回線への利用の検討を行う。
- ・情報化社会の発展により流通システムの効率化が進む一方で、サイバーセキュリティへの対策がより一層求められている。事業の継続性の観点からも社員教育を含めたサイバーセキュリティ対策を実施し、安心した商取引が行える環境整備を目指す。

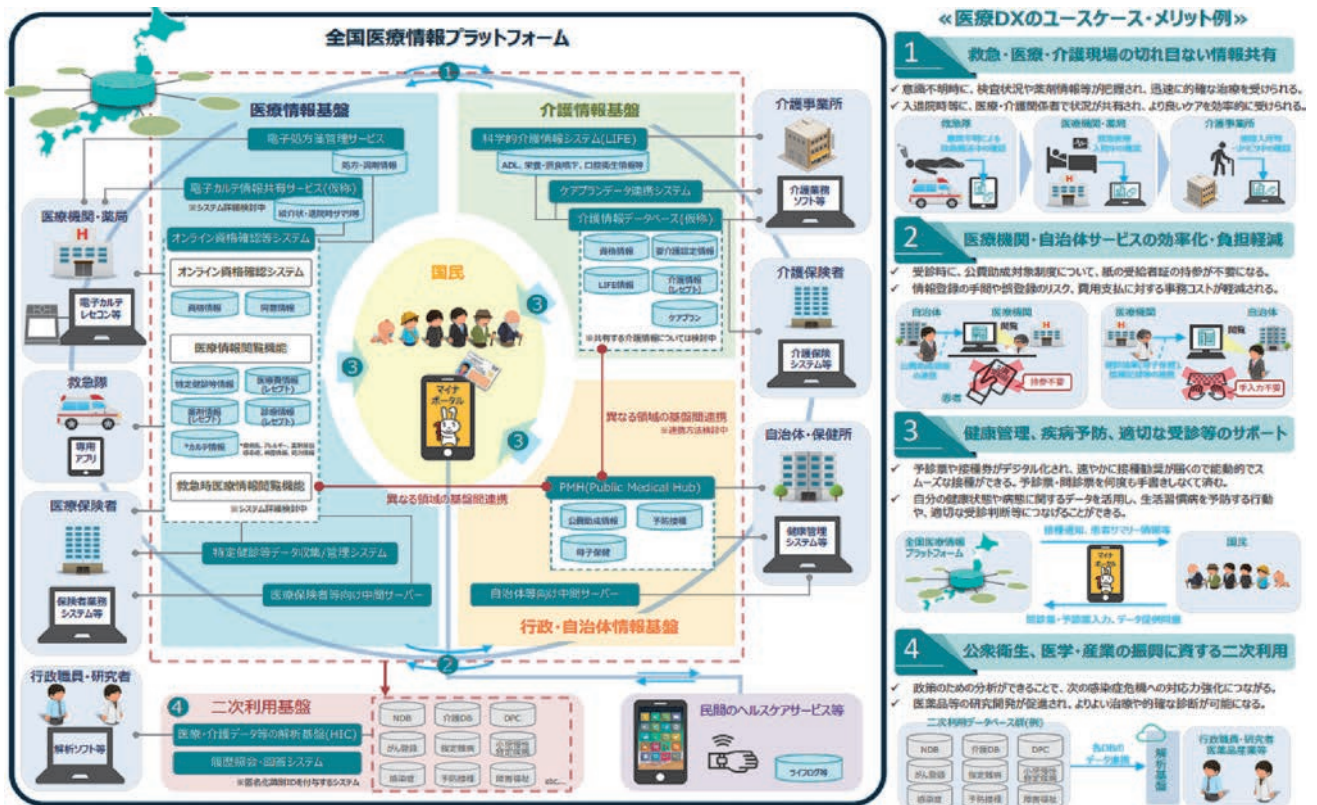
### 医療業界、物流業界との連携・効率化を求め、標準情報の整備を進める

- ・国民の健康増進や切れ目のない質の高い医療の提供に向け、医療分野のデジタル化を進め、保健・医療情報（介護含む）の利活用を積極的に推進していくため、「全国医療情報プラットフォーム」の創設を目指し、2022年9月、厚生労働省データヘルス改革推進本部の下に「医療DX令和ビジョン2030」厚生労働省推進チームが設置された。
- ・国民のマイナポータル（マイナンバーカードをもつ国民が利用できる政府運営オンラインサービス）と様々なデータベースがつながることで、国民の健康管理、疾病予防のサポート、医療機関の効率化等が実現すると推測され、流通業界の商品情報を始めとするデータベースもその一つである。
- ・流通業界における商品情報は、製配販の各社がそれぞれのデータベースとして管理しているため、業界として統一されていない状況にあり、サプライチェーン各社の業務の共通化や平準化による効率化を目指す上で、誰もが共通の情報にアクセスできるデータベースの構築が必要不可欠である。
- ・望ましいデータベースとして、OTC医薬品や健康食品の成分情報やアレルギー表示、梱包入数、サイズや重量など様々な項目が網羅され、製配販の各社のみならず、医療機関や物流業界も活用できるように、設計・運用されることを念頭に構築されるべきである。
- ・データベースは、医療機関と連携することにより、OTC医薬品と医療用医薬品との飲み合わせや薬剤服用歴の管理に加えて、社会問題となりつつあるオーバードース（過剰摂取や濫

用)を防ぐ効果も期待され、消費者にとって利便性が高まるのみならず、OTC医薬品の適切な服用による安全性を高めることができる。

- セルフメディケーション税制においては、商品情報、購入履歴などのデータベース、電子化かつ統一された場合のお薬手帳などとの連携により、「e-Tax」を活用した確定申告の効率化を図ることが可能になる。セルフメディケーションの普及を目的に、当協議会もセルフメディケーション税制の申告効率化と利用者増加に向けて行政機関との関係強化に努める。

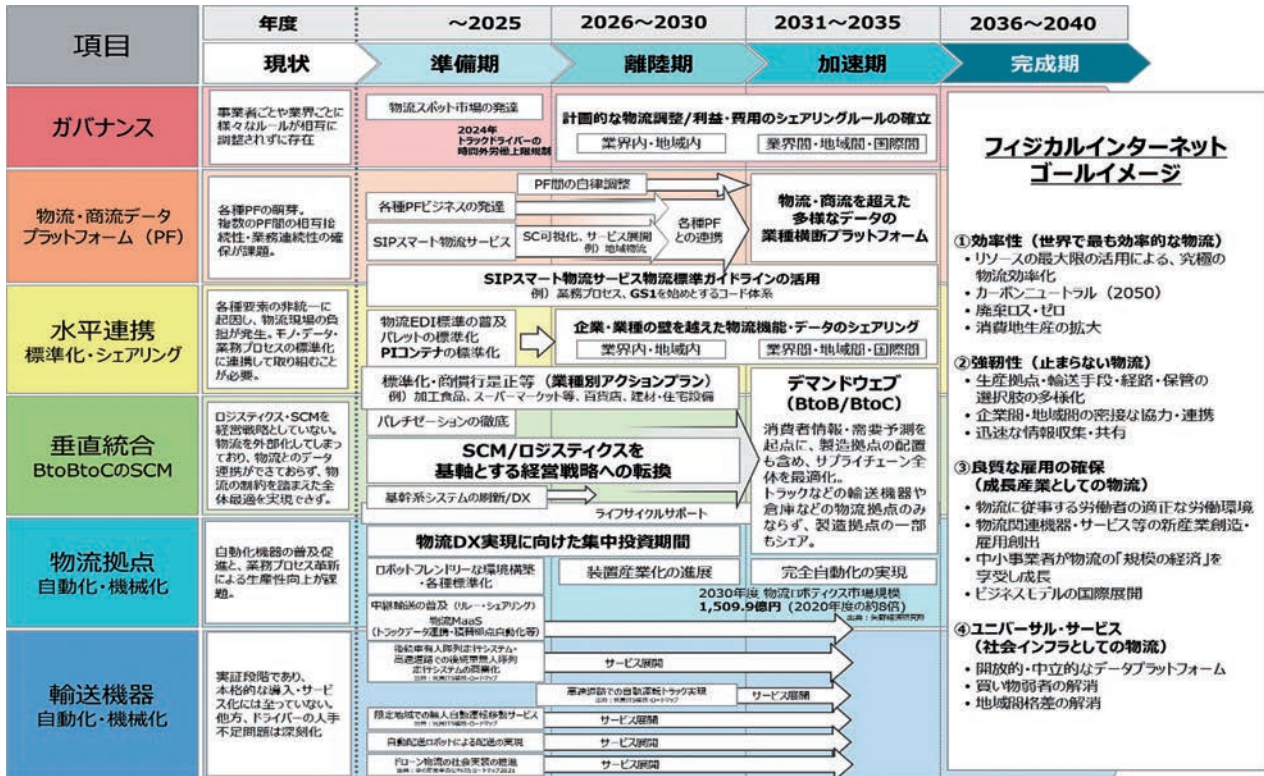
## 全国医療情報プラットフォームの全体像 (イメージ)



出典：厚生労働省推進チーム「第4回医療DX令和ビジョン2030」資料

- ・物流リソースに関する情報を、各種インターフェイスの標準化を通じて、企業・業界の垣根を越えて共有し、保管・輸送経路等の最適化などの物流効率化を図るべく、経済産業省と国土交通省は2022年3月にフィジカルインターネットのロードマップを策定した。

## フィジカルインターネット・ロードマップ



出典：経済産業省 フィジカルインターネット実現会議「ロードマップ」（2022年3月）

- ・商品情報、出荷情報、配送先情報など物流業界との連携により、適切なトラックの手配や出荷作業の自動化など効率的な物流運用の実現につながる。
- ・物流の効率化や強靱化、輸送に伴う温室効果ガスの削減のためには、物流事業者のみならず、製造事業者や販売事業者が協力し、多様なデータの業種横断プラットフォームを構築することが求められ、当協議会もフィジカルインターネットの実現に向けて対応する。
- ・メーカー、卸、小売業、関連する医療機関や物流業界などとの連携と効率化を求め、標準情報の整備を進めていく。

※SCM（サプライチェーン・マネジメント）の観点から、製造、在庫、庫内作業、出荷、配送、店頭消化までの全ての面で最適化を図ります。

# セルフメディケーション推進ビジョン

## 第1章 市場環境の変化

◇**少子高齢化の影響により医療費は膨張。社会保障制度は危機的状況**

①**人口減少と高齢化**  
 ・2020年の国勢調査では12,615万人(高齢化率28.6%)、2070年には8,700万人(同38.7%)になると推計される。  
 ・2019年の平均寿命と健康寿命の差は男性8.79歳、女性12.07歳である。この差は過去18年ほとんど変動していない。

②**医療費の増大と健康寿命延伸への取組み**  
 ・国民医療費は2019年 44.4兆円であった。2025年には54.9兆円、2030年には62兆円へと増加すると予測されている。  
 ・治療から予防、早期治療が求められる中、薬局・薬剤師によるかかりつけ機能の発揮が高齢者を中心に期待されている。

◇**政府方針においてセルフケア及びセルフメディケーション推進は重要なテーマ**

①**経済財政運営と改革の基本方針(骨太方針)**  
 ・薬局で市販されるOTC検査薬等の拡大に向けて、医療用検査薬等の個別品目ごとに課題整理を行うことが示された。  
 ・持続可能な社会保障制度の構築に向け、OTC医薬品・検査薬の拡大に向けたセルフメディケーションの推進を図ると明記。

②**セルフケア・セルフメディケーション推進室(副令室)の設置**  
 ・持続可能な医療制度を構築するため、厚生労働省において「セルフケア・セルフメディケーション推進室」が新設された。  
 ・OTC薬の選択肢の幅を広げるためスイッチOTCの推進、セルフメディケーション税制の普及を推進。

③**セルフメディケーション推進のための一般用医薬品等に関する所得控除制度の延長及び拡充**  
 ・セルフメディケーション税制の対象をより効果的なものに重点化した上で、5年延長、適用範囲拡大、手続き簡素化が図られた。

④**地域包括ケアシステム**  
 ・2025年を目標に、重度な要介護状態になっても、住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最期まで続ける体制を作る。  
 ・地域が包括的な支援・サービス提供ができる体制を「住まい」「医療」「介護」「予防」「生活支援」の5要素で構成。

⑤**健康日本21(第三次:2024年~2035年)**  
 ・国民の健康づくり対策を総合的・計画的に推進するための国の基本的な方針。  
 ・新たな視点として「女性の健康を明記」、「事前に健康になれる環境作り」「アクションプランの指示」等が挙げられている。

⑥**OTC市場の拡大スキーム**  
 ・OTC医薬品および指定医薬部外品の出荷金額は、2018年8,330億円、2022年8,390億円(予測)と横ばい(矢野経済研究所)。  
 ・規制改革実施計画では、要指導医薬品のオンライン服薬指導実施に向けた課題を整理することとされた。  
 ・「経済財政運営と改革の基本方針2023」において、OTC医薬品、OTC検査薬の拡大に向けた検討等によるセルフメディケーションの推進が盛り込まれた。  
 ・検査薬のスイッチOTC化も、自ら日常的に健康チェックを行えるような環境作りの一手となる。

⑦**一般用医薬品のインターネット販売の規制緩和**  
 ・2013年12月に薬事法が改正され、2014年6月12日から新しいルールが適用。  
 ・医薬品の区分を見直し、第1類、第2類、第3類のすべての一般用医薬品はインターネットや電話などで販売できるようになった。  
 ・「要指導医薬品」には「スイッチ直後品目」と「劇薬」が含まれ、薬剤師が対面で情報提供や指導を行わなければならない。  
 ・医療用医薬品については、重篤な副作用を生じおそれがあるため、薬剤師が対面で情報提供・指導を行って販売することが義務づけられ、インターネットでの販売はできない。

⑧**インターネット販売できる具体的条件**  
 ・実際の店舗を有する薬局や店舗販売業の許可を持った販売業者が、一般用医薬品のインターネット販売を行うことができる。  
 ・一般用医薬品をインターネットで販売する場合、薬局にはウェブサイトが必要事項を表示・掲載することの義務付け。  
 ・一般用医薬品は適切に使用しないと副作用などのリスクが高まるため、インターネット販売でも薬剤師・登録販売者によって適切な情報提供・販売がされるよう一定のルールが定められている。

⑨**機能性表示食品制度**  
 ・機能性表示食品の市場規模は、2022年5,462億円となっている(富士経済研究所)。  
 ・現状、機能性表示の意味が消費者に正しく理解されているとはいえず、市場規模も拡大しているからこそ、各種食品、医薬品等の国民へのさらなる理解、浸透が必要。

⑩**スマイルケア食**  
 ・65歳以上の高齢者の8.7%がフレイル、40.8%がプレフレイルとされている(東京都健康長寿医療センター)。  
 ・高齢者の16.8%が低栄養傾向(国民健康・栄養調査)  
 ・在宅療養高齢者の約7割が低栄養状態、咀嚼機能に問題ある者は約3割、嚥下機能に問題ある者は約5割(国立長寿医療研究センター)。  
 ・スマイルケア食の市場拡大に向けた取組みが身体機能の維持、介護予防に繋がる。

⑪**エイジングケア化粧品と健康食品**  
 ・高齢化社会の進行に伴い、健康食品やエイジングケア化粧品に対する需要が拡大、各社による研究開発や上市により市場が拡大。

⑫**インバウンド、アジア圏等の海外需要への対応**  
 ・購買力の高まりにより、インバウンドや海外需要が増加しており、需要の多様性を考慮した価値提供が必要となっている。

◇**地域において期待される薬局・ドラッグストアの専門性機能**

①**かかりつけ薬局・薬剤師**  
 ・患者のための薬局ビジョンの骨子は、「服薬情報の一元的・継続的把握」「24時間対応・在宅対応」「医療機関等との連携」。  
 ・2025年までに全て薬局を「かかりつけ薬局」とする政府目標に沿って、更なる情報発信や具体的な取組みが必要である。

②**ドラッグストア**  
 ・「セルフメディケーション推進に向けたドラッグストアのあり方に関する研究会報告書」(2015年3月:経済産業省)の提言に沿って、セルフケア卸は、将来ビジョンを見直し、地域連携協定等を通して、求められる役割や機能を果たすべく取組みを継続。

## 第2章 セルフケア卸の指針

◇**健康寿命延伸産業としてセルフメディケーション「健康生活支援」「介護」領域の市場拡大と新市場の創出に貢献**

①**「セルフメディケーションの推進」「健康寿命の延伸」に向けた卸としての取組み**  
 ・OTC医薬品、指定医薬部外品を活用した軽度疾病の治療、重症化予防が実現できる買場提案  
 ・生活習慣病対策としてバランスの良い食事、サプリメント、機能性食品の品揃えと使用シーンの提案  
 ・スポーツによる体力強化、健康的な身体づくり関連の幅広い商品で新規顧客を取り込む

②**快適な環境でアクティブな日常生活を送る「健康生活支援」卸の取組み**  
 ・「美しく」「健康に」「快適に」という人ひとの基本的な欲求と生活の質を高める健康生活補助商品の提案  
 ・生活習慣病等を患っていても、日常生活に支障なく健康生活を送っている生活者に対する、より一層のADL(日常生活動作)の維持支援とQOL(生活の質)維持・向上への支援  
 ・感染症対策において、通常の社会生活を維持するための品揃えやパンデミック時における商品の安定供給  
 ・不fast虫対策における、快適な生活環境を維持する商品の品揃えと季節変動に応じたタイムリーな提案  
 ・年齢と共に必要となる身体機能を補う商品の提案と、スマイルケア食の普及拡大

③**地域包括ケアシステム構築における「介護」の実態に即した卸の取組み**  
 ・地域包括ケアシステム構築の進捗に合わせて民間企業として積極的サポート  
 ・地域包括支援センターとの連携や地域ケア会議への参加を含め、地域包括ケアシステムの具体的な実行をサポート  
 ・高齢者のみならず、家族介護者の需要やニーズに応える提案と品揃え  
 ・生活支援サービスの充実と高齢者の社会参加に向けたサービスと品揃えの提案

④**「健康寿命」の定義(2000年WHO/世界保健機関)に基づいた卸の対応領域**  
 ・健康寿命の定義は「健康上の問題で日常生活が制限されることがなく生活できる期間」  
 ・平均寿命と健康寿命の差は、日常生活に制限のある「健康ではない期間」を意味する  
 ・「健康ではない期間」となる主な原因は、認知症や生活習慣病、骨折・転倒など運動機能の低下である  
 ・健康寿命の延伸へ向け、生活習慣病の予防や運動機能の維持につながる品揃えの強化、買場の提案を実践する  
 ・今後、高齢化、人口減少が進んでも「健康寿命の延伸」に関わる市場のポテンシャルは大きい

※健康に関わる新しい商品とサービスを提案し、健康生活に寄与することがセルフケア卸の使命です。

## 第3章 卸機能の向上

◇**個々の卸が持つ機能の発揮により発展し続ける中間流通業を目指す。**

①**小売業ニーズの実現機能**  
 ・小売業との取引においてより最適な損益管理のもと、流通コストを明確にした形でサービス提供を行っていく  
 ・小売業の店頭消化が卸の売上であるとの基本認識のもと販売促進、流通在庫の削減に努める  
 ・かかりつけ薬局(ドラッグストア一含む)の実現に向けた商品提案とサービス面でのサポートを行う  
 ・小売業への情報提供、商品・棚割提案、販売促進、店頭管理、取引プロセス改善提案等の機能果たす  
 ・OEM企画・立案の提供  
 ・安定供給と品質管理

②**メーカーニーズの実現機能**  
 ・製配販の取引におけるジョイントビジネスプランをメーカーと組み立て、コスト削減、人手不足解消、需要の把握、環境負荷の削減等に向けた行動管理を実践する  
 ・メーカーとの流通における人的な重複を対し、役割分担しながらメーカーが期待する成果をあげる  
 ・メーカー営業代行として情報提供、商品導入、販売促進、売上拡大、店頭管理等の機能を果たす  
 ・薬局等から副作用等の安全管理情報を収集し、速やかにメーカーに伝達する  
 ・メーカー等のDX化に向け、販売効率および付加価値向上につながる情報ネットワークのハブあるいはポータルとしての役割を担う  
 ・各地域で構築される地域包括ケアシステムに向け、健康に繋がるサービス、情報を卸のみならずメーカーと共に届けるなど自治体・支援機関のヘルスケアプラットフォームに参画し連携体制の強化を図る

③**ロジスティクス機能**  
 ・消費者の手元に商品が届くまでのサプライチェーン全体の最適化・効率化を目指し、流通プロセスのムダを排除することにより、小売業、メーカー、配送業者の生産性向上を図る  
 ・小売業、メーカーの流通コストの削減に貢献できるようロジスティクス機能を最大限活用する

④**災害対策・パンデミック対策機能**  
 ・大規模災害発生時に、中間流通業として商品供給における役割と責任を果たす  
 ・平時より、薬局・ドラッグストア、医療機関、地域薬剤師会、各自治体との連携を進める

※卸の機能を存分に発揮することで、製配販すべての業態が成長・発展できるよう卸の役割を果たします。

## 第4章 持続可能な流通体制

◇**製配販の連携により流通のあらゆるムリ・ムダ・ムラの削減を目指す。**

①**物流体制の効率化**  
 ・流通における無駄な重複作業削減に向けて、製配販で協働した取組みを進める  
 ・小売物流センター利用の前提として流通全体の効率化、費用の透明化、適正化を求める  
 ・2024年問題への対策として、積載率の向上・空車率の改善・ドライバーの拘束時間の削減等に取組み  
 ・波動解消を目指し作業の標準化を進める  
 ・緊急時に商品供給を維持するための計画出荷の実施  
 ・対象商品・数量を予め調整の上、発注・納品要件を明確にして「工場直送」を有効活用する  
 ・個別配送では十分な配送ロットにならない場合、共同配送を検討する

②**返品削減への取組み**  
 ・返品の手続きを抜本的に見直し、流通の効率性を高めて環境負荷を低減させ、また、商品の適正価格を実現する  
 ・生産・販売計画の事前共有と、販売・在庫・発注情報の共有により返品発生要因を低減させる  
 ・公正取引を遵守し、不当な返品を出さないこと、受け取らないことを徹底する  
 ・季節品においては、初回・追加発注量の適正化、発注止め等により在庫調整と消化を行う  
 ・リニューアル品導入時には、旧品の在庫状況を事前に確認し、計画的な在庫調整を進める

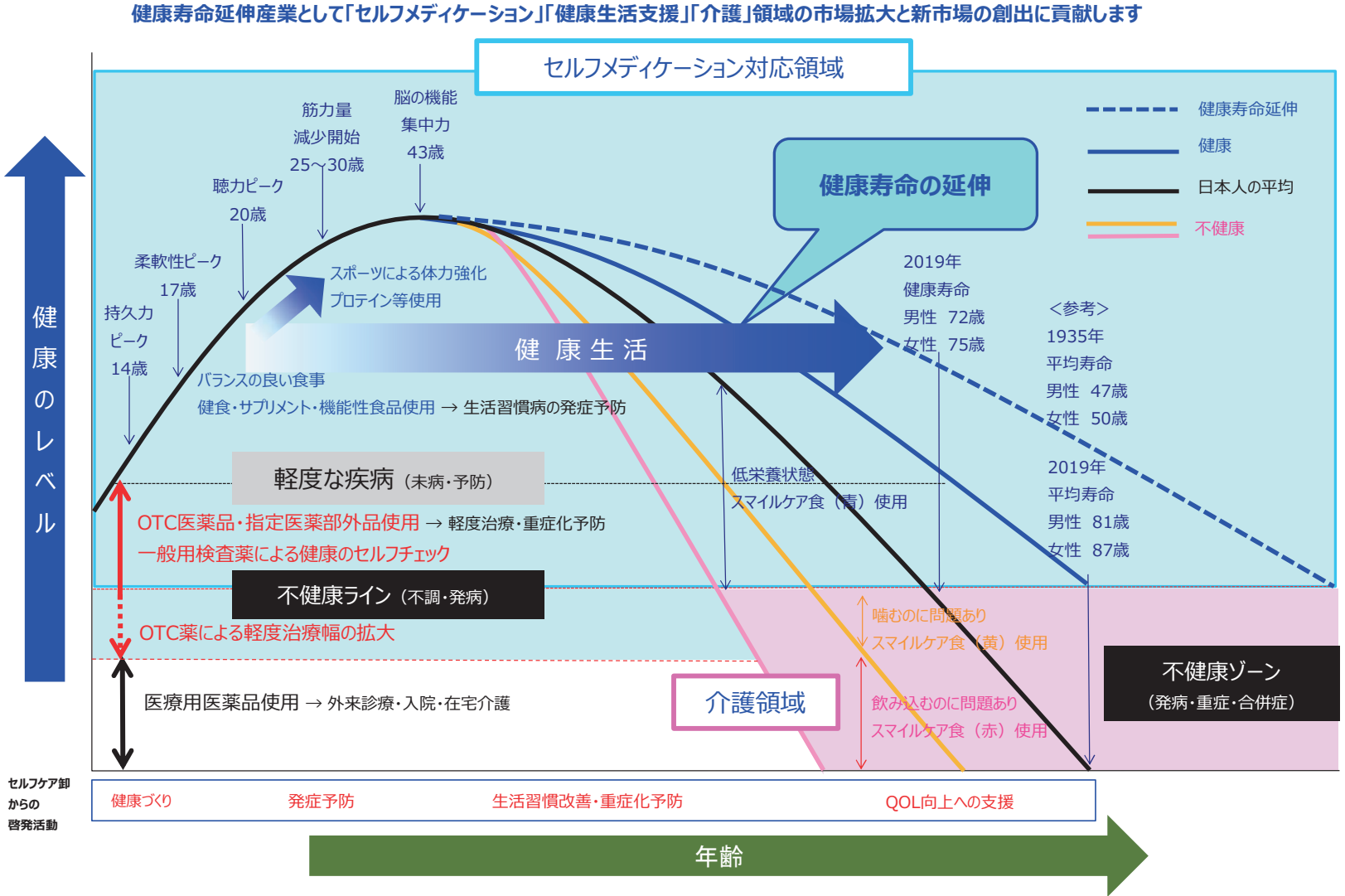
③**流通在庫の最適化**  
 ・キャッシュフロー及びオペレーションロス削減に繋がる在庫の最適化に積極的に取組み  
 ・流通における問題箇所を具体的に、定量的に分析して流通の過剰・不動作在庫を解決する

④**人材の確保と育成、及び人権の尊重**  
 ・卸の企業活動を持続可能なものとするために、「人材の確保・育成」のみならず、「人権の尊重」が求められる

⑤**環境変化に伴う効率的な流通システムの構築**  
 ・流通BMSIによる商取引効率化とシステム整備、及び事業の継続性を追求する  
 ・医療業界、物流業界との連携・効率化を求め、標準情報の整備を進める

※SCM(サプライチェーン・マネジメント)の観点から、製造、在庫、庫内作業、出荷、配送、店頭消化までの全ての中で最適化を図ります。

# セルフメディケーション推進ビジョンの前提となる「セルフメディケーション対応領域」と「介護領域」



(一社) 日本医薬品卸売業連合会 OTC医薬品卸協議会  
<ビジョン検討委員会>

担 当 幹 事	吉田 拓也 (株)PALTAC)
担当幹事代理	関 光彦 (株)PALTAC)
委 員	松井 秀正 (株)大木)
	山岡 研一 (株)大木)
	財津 靖典 (株)リードヘルスケア)
	湯上 弘信 (株)PALTAC)
	中島 博光 (株)ほくやく)
	維田 敏郎 (アルフレッサヘルスケア(株))
	小室 郁 (中北薬品(株))
	佐藤 雅昭 (株)リードヘルスケア)



古紙パルプ配合率 70%

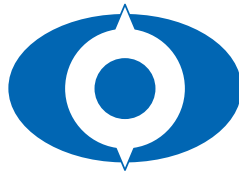


古紙パルプ配合率70%再生紙を使用

エコマーク認定番号  
第 14 107 001 号

※本文は再生紙を使用しております。





## 一般社団法人 日本医薬品卸売業連合会

〒103-0028

東京都中央区八重洲1-7-20 (八重洲口会館)

TEL 03-3275-1573(代表) FAX 03-3273-7648

ホームページ <https://www.jpwa.or.jp/>