

厚生労働科学研究費補助金研究報告書

医薬品・医療機器等レギュラトリーサイエンス総合研究事業

「医療機器の販売等に係わる効果的なリスクマネジメント手法に関する研究」

(H19 - 医薬 - 一般 - 018)

抜粋版

「コンタクトレンズのインターネット販売（通信販売を含む）」

平成 19 年度 総括研究報告書

主任研究者 小野 哲章

平成 20 (2008) 年 3 月

2. 2 コンタクトレンズについて

2. 2. 1 はじめに

本報告におけるコンタクトレンズとは、薬事法上では、機械器具72 視力補正用レンズ中の「単回使用視力補正用コンタクトレンズ」「再使用可能な視力補正用コンタクトレンズ」「単回使用視力補正用色付きコンタクトレンズ」「再使用可能な視力補正用色付きコンタクトレンズ」に分類される医家向け医療機器をさす。また、当該医療機器は、高度管理医療機器（クラス3）に指定され、販売のためには、高度管理医療機器販売業の許可取得が必要である。また、当該医療機器にはその素材、使用方法により、RGP（ハードコンタクトレンズ）、コンベンショナルソフトコンタクトレンズ、使い捨てコンタクトレンズなどの種類がある。今回、本報告書で述べるインターネットにて販売されているコンタクトレンズは、それらのうち、使い捨てと称される1日、2週間或いは1ヶ月で新しいレンズと交換するタイプのコンタクトレンズが主であると考えられる。

一方、度なしカラーコンタクトレンズと称される、おしゃれ目的の度のついていないカラーコンタクトレンズについては、厚生労働省、経済産業省からの事務連絡（「おしゃれ用カラーコンタクトレンズによる健康被害の防止について（注意喚起）」厚生労働省医薬品食品局審査管理課 経済産業省商務情報政策局製品安全課 平成19年5月17日）によると、人の疾患の治療等の目的を有するものでないことから「医療機器」に該当せず、薬事法の規制の適応を受けておらず、消費生活用製品安全法における「消費生活用製品」に該当するとされている。

コンタクトレンズは、通常、医療機関における検査を経た適切なレンズの選択は、処方行為とされているが、処方せんの発行は法制化されていない。ただし、実際には、店舗での販売においては、対面販売にて、医師の処方を確認した上で、販売されるのが一般的である。

インターネットを通じてのコンタクトレンズの販売は、大きく分けると、国内通販と個人輸入代行の2つに分類され、国内通販は、さらに国内に販売店を持っている事業主がネット販売を行っているケースと、国内に販売店を持たずネットのみでコンタクトレンズを販売しているケースに分類される。

2. 2. 2 インターネットにおけるコンタクトレンズ販売概況

経済産業省の発表（「平成18年度 電子商取引に関する市場調査 報告書」経済産業省 平成19年3月）によると、2006年度の装用者（消費者）向け電子商取引の市場規模は4.4兆円であり、対前年比27.1%の増加を示しているといわれている。

インターネットを通じたコンタクトレンズの販売額を示す公表データはないが、日流 e コマース新聞（平成19年6月25日）によると、ネットショップ250社の2006年の売上は、8,473億円であり、その内、上位80社目に2つのコンタクトレンズ販売会社が載っており、共に年間売上10億円と書かれている。

2. 2. 3 インターネットを通じたコンタクトレンズ販売の懸念・問題点

2. 2. 3. 1 国内通販業者

1) 薬事法では、適正使用情報の伝達は販売店の努力義務となっているが、対面販売ではないため、

適切に情報が伝達されない恐れがある

- 2) 処方を確認しないで販売しているケースもあり、そのような場合には装用者（消費者）は、医師の定期的な検査を受診せずに購入することが可能であり。眼障害の発生に気が付かず購入しているケースもあることが予想される

そのため、装用者（消費者）の眼の安全が十分に確保されないまま販売がなされている危険性が懸念される。

2. 2. 3. 2 個人輸入代行業者

- 1) 処方を確認しなくても購入できることを売り物にしているため、装用者（消費者）は、医師の定期的な検査を受診せずに購入することが可能であり。眼障害の発生に気が付かず購入しているケースもあることが予想される
- 2) 適正使用情報の伝達がなされないだけでなく、日本で承認を受けていない使用方法を薦めているケースもある
- 3) 日本の正規輸入販売業者が品質を保証しておらず、製品自体に不具合があった場合でも、現物交換などの対応をしていない。そのため、不具合のある製品でも、場合によっては、装用を続けていることも考えられる。
- 4) 中には、海外での横流し先を特定されることを防ぐため、製品外箱のロット番号等の情報を削り取り販売しているケースがある。
- 5) 度なしカラーコンタクトレンズも販売されているが、厚生労働省の見解では、度なしカラーコンタクトレンズは視力補正を目的とした医療機器には該当せず、雑貨扱いであるため、視力補正用コンタクトレンズと比較すると、より粗悪な製品が販売されているケースがある

そのため、国内通販業者以上に装用者（消費者）の眼の安全が十分に確保されないまま販売がなされている危険性が懸念される。

2. 2. 4 インターネットを通じたコンタクトレンズ販売の懸念・問題点の検証

ハザードを特定していくため、定性的な面からの検討を行った。つまり、前項で懸念としてあげている装用者（消費者）の眼の安全保護が充分になされているかどうかを示す指標として、定期的な医師の検査を受診しているかどうかの目安として処方の確認がなされているかどうか、コンタクトレンズ装用に関する安全性情報が伝達されているかどうかを推し量るための目安として適正使用情報伝達の2点に焦点を当て、調査を行った。

調査は次の2つの調査を実施した。

- 1) インターネットにおけるWeb広告の実態調査報告書・・・資料2-1-6
- 2) コンタクトレンズのインターネット販売の実態調査報告書・・・資料2-1-7
(製造販売業者及び販売業者のアンケート調査)

2. 2. 5 インターネットにおけるWeb広告の実態調査

2. 2. 5. 1 調査の概要

調査期間：平成19年11月～12月

調査対象：Yahoo Japan 検索画面にて「コンタクトレンズ 通販」のキーワードにて検索されたURLの中から、その時点で、アクセス可能なインターネット販売業者と考えられる国内通販業者 49 URL、個人輸入業者 26 URLを調査対象として選択した。

調査項目：1) 特定商取引法に基づく表示の有無、2) 処方の確認、3) 購入に際して処方箋提出を求めるシステムの有無、4) 適正使用情報の伝達、5) 度なしカラーコンタクトレンズの取扱い

2. 2. 5. 2 調査結果概要と考察

コンタクトレンズのインターネットでのWeb広告について、特定商取引法に基づく表示の有無、処方の確認、処方確認システムの有無、適正使用情報の伝達の有無とその内容、購入に際しての伝達の確認システムの有無、度なしカラーコンタクトレンズ取扱いの有無について、国内通販業者、個人輸入販売業者に分けて調査、集計した。

特定商取引法に定めている表示自体は、コンタクトレンズ販売においては、必ずしも求められるものではないが、国内通販業者では90%以上、個人輸入代行業者においても73%以上の業者は、何らかの法的要求を満たす表示をしている。この点からは、消費者の保護は充分に行われていると考えられた。

コンタクトレンズを購入する際の処方指示の確認自体は、薬事法など関係法規での要求事項ではないが、日本コンタクトレンズ協会内で自主的に、処方指示を確認することを求めていることなどから、国内通販業者では70%程度の業者は、処方指示の確認を求めて入り、かつそのほとんどが購入に際して処方箋の提出を求めるシステムを有していることから、ほとんどのケースでは処方指示に基づいた販売がなされていると考えられる。しかしながら、40%程度の国内通販業者は、特定のメーカーの製品についてのみ処方指示の確認を求めていると言うことは、購入する製品によっては、処方指示の確認なしに購入できることを意味しており、この部分を処方指示を確認しないで販売していると考えれば、60%程度の業者は、処方指示の確認を求めないで販売（いわゆる箱売り）をしているとも考えることができ、装用者（消費者）の目の安全を守る観点からは懸念が残る。一方、個人輸入代行業者においては、1業者を除き全ての業者は処方指示の確認を求めておらず、装用者（消費者）は、処方指示の確認なしに購入していると考えられる。処方指示の確認を求めない場合、装用者（消費者）は、定期検査も受診していないことが容易に推察され、装用者（消費者）の目の安全を守るという観点からは、大いに懸念がある。

適正使用情報伝達は、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに、概ね伝達されていると考えられるが、添付文書を読むこと、装用時間、装用サイクル遵守、取扱い方法の遵守の伝達はさほど高い集計結果ではなく、装用者（消費者）の目の安全を守るという観点からは、懸念が残る。

度なしカラーコンタクトレンズは、医療機器には指定されておらず、一般雑貨として輸入・販売されている。今回の調査でも、国内通販業者の20%、個人輸入代行業者に至っては62%の業者が、度なしカラーコンタクトレンズを取り扱っていた。

総合的に見てみると、国内通販業者、個人輸入代行業者共に、装用者（消費者）の目の安全は充

分に守られているとはいえない。さらに、個人輸入代行業者においては、処方指示の確認がほとんど実施されていないことから、装用者（消費者）の目の安全を守るといえる点では大いに懸念が残った。また、同じ通販といえども、国内通販業者と個人輸入代行業者の間には、装用者（消費者）の目の安全保護の観点では、差異が見られると考えられる

2. 2. 5. 3 集計結果

2. 2. 5. 3. 1 特定商取引法に基づく表示の有無

国内通販業者49URLにおいて、47業者（96%）は、特定商取引法に基づく表示がなされていた。個人輸入代行業者26URLにおいては、19業者（73%）は、特定商取引法に基づく表示がなされていた。

2. 2. 5. 3. 2 処方の確認

国内通販業者は、「全ての製品に対して求める」（15業者 31%）と「特定のメーカーの製品のみを求める」（19業者 39%）を合わせると70%の業者は、何らかの形で処方の確認をおこなっている。ただし、14業者 29%においては、処方の確認を求めている。一方、個人輸入代行業者は、25業者（96%）は、処方の確認を求めている。1業者（4%）は、同一URLにて国内通販も行っており、国内通販においても処方の確認を求めている。

2. 2. 5. 3. 3 購入に際して処方箋提出を求めるシステムの有無

国内通販業者の内33業者（67%）は、処方箋の提出を求めるためのシステムを有している。逆に個人輸入代行業者では、同様のシステムを有しているのは1業者（4%）であり。この業者は国内通販も同一URLにて行っている。

2. 2. 5. 3. 4 適正使用情報の伝達

次の5つ「製品に添付されている添付文書を読むこと」「装用時間、装用サイクルを守ること」「取扱い方法を守り正しく使用すること」「定期検査は必ず受けること」「少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること」についてのWeb広告上での記載について集計したところ、定期検査の推奨は国内通販業者（23業者 47%）、個人輸入代行業者（15業者 58%）と一番高く伝達されている。次に多かったのが、異常時の眼科受診の推奨であり。国内通販業者では23業者（47%）、個人輸入代行業者では8業者（31%）である。逆に、添付文書を読むことを推奨していたのは、国内通販業者では4業者（8%）、個人輸入代行業者では0業者である。「装用時間、装用サイクル遵守」と「取扱い方法遵守」については、若干のバラツキはあるもの10%から20%程度の伝達である。

なお、適正使用情報の伝達を確認してからでないで購入できないようなシステムを有している業者は、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに存在しない。

2. 2. 5. 3. 5 度なしカラーコンタクトレンズの取扱い

度なしカラーコンタクトレンズについては、国内通販業者の20%（10業者）、個人輸入代行業

者の62%（16業者）が、取り扱っている。

2. 2. 6 製造販売業及び販売業向けアンケート調査

2. 2. 6. 1 目的

コンタクトレンズの販売において、処方指示書の確認に基づいた販売がなされているか、適正使用情報の伝達が行われているかを、それぞれ製造販売業者、販売業者の立場から調査し、販売店での対面販売と国内通販あるいは個人輸入代行における差異の有無を明らかにする目的で、アンケート調査を行った。またその結果について、別途実施したインターネット広告調査の結果と比較する。

2. 2. 6. 2 調査方法

調査期間： 平成20年2月

調査対象： 日本コンタクトレンズ協会の協力により加盟各社を対象とした。アンケートは製造販売業者向け、販売業者向けの2種類を用意し、製造販売業者として加盟している正会員29社に対しては、一部では直接販売店を持ち、販売を行っているため、製造販売業者向け、販売業者向けの2種類を電子メールにて送付した。販売業者として加盟している賛助会員B40社に対しては、販売業者向けのアンケートを電子メール（一部は郵送）にて送付した。

2. 2. 6. 3 調査結果の概要

今回のアンケート調査では、対面販売されるコンタクトレンズ販売店に対して、製造販売業者の60%は何らかの形で処方確認を要請しており、対面販売している販売店（販売業者）は、ほぼ100%が処方の確認を求めていると回答している。また、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで処方を確認すること（いわゆる箱売り）は製造販売業者、国内通販ともに、容認していないことも明らかとなった。

薬事法では努力義務となっている適正使用情報の伝達に関しては、製造販売業者の80%は何らかの形で適正使用情報伝達を要請しており、販売業者も対面販売においては、適正使用情報伝達はほぼ100%なされていることが明らかとなった。

2. 2. 6. 4 集計結果について

期間中に、製造販売業者向けアンケートについては、26社（90%）の回答があり、製造業者向けアンケートについては、日本コンタクトレンズ協会正会員からは8社、賛助会員Bからは26社、合計34社から回答があった。

主たる項目のアンケート結果については、以下の通りであった。

2. 2. 6. 4. 1 集計結果（製造販売業者向け）

2. 2. 6. 4. 1. 1 販売店における処方の確認

処方の確認を契約書あるいは要請書、口頭も含めて求めているのは、直接取引をしているCL販売店に対しては11社（63%）、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては12社（57%）、

その両方を合計すると61%であった。逆に処方の確認を求めているのは、直接取引しているCL販売店に対しては7社(37%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては9社(43%)であった。

また、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター(個装)、外箱を提示することで、処方を確認すること(いわゆる箱売り)をもって処方の確認が行われていると判断しているのは1社(9%)であり、残りの10社(91%)は、箱売りでは処方は適切に確認されているとはいえないとしている。

2. 2. 6. 4. 1. 2 販売店における適正使用情報の伝達

適正使用情報の伝達を契約書あるいは要請書ないしは口頭で求めているのは、直接取引をしているCL販売店に対しては16社(80%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては17社(77%)、その両方を合計すると79%であった。逆に適正使用情報の伝達を求めているのは、直接取引しているCL販売店に対しては2社(10%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては3社(14%)であった。図5 販売店における適正使用情報の伝達(直接取引している販売業者)

2. 2. 6. 4. 1. 3 インターネット販売(国内通販)における処方の確認

処方を確認を契約書あるいは要請書、口頭も含めて求めているのは、直接取引をしているインターネット販売店に対しては8社(66%)、代理店を通じて取引しているインターネット販売店に対しては9社(69%)、その両方を合計すると68%であった。逆に処方を確認を求めているのは、直接取引しているインターネット販売店に対しては4社(33%)、代理店を通じて取引しているインターネット販売店に対しては4社(31%)であった。

また、インターネット販売における処方確認方法については、医師からの処方指示書(いわゆる処方せん)を装用者(消費者)から入手することで確認しているとしていたのが8社(89%)であり、1社(11%)は、装用者(消費者)から入手した処方指示書(いわゆる処方せん)を、発行した医師に確認することを求めていると回答していた。その場合に、処方確認として、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター(個装)、外箱を提示することで、処方を確認すること(いわゆる箱売り)をもって処方確認が行われていると判断しているのは1社(11%)であり、残りの8社(89%)は、箱売りでは処方は適切に確認されているとはいえないとしている。

次に、直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売店で、処方確認なしに販売されていた場合には、処方確認を要請するが3社(38%)、特に何もしないが3社(38%)、その他(販売中止を要請、転売先の特定と転売の中止要請)が2社(25%)であった。

2. 2. 6. 4. 1. 4 インターネット販売(国内通販)における適正使用情報の伝達

適正使用情報の伝達を契約書あるいは要請書ないしは口頭で求めているのは、直接取引をしているインターネット販売店に対しては11社(84%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては12社(86%)、その両方を合計すると85%であった。逆に適正使用情報の伝達を求めているのは、直接取引しているインターネット販売店に対しては2社(15%)、代理店を通じ

て取引しているCL販売店に対しては2社（14%）であった。

また、直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売店で、適正使用情報の伝達なしに販売されていた場合には、適正使用情報の伝達を行うよう要請するが3社（38%）、特に何もしないが3社（38%）、その他（販売中止を要請、転売先の特定と転売の中止要請）が2社（25%）であった。インターネット販売店における、適正使用情報の伝達方法については、インターネット広告の中に適正使用情報を記載することを求めているのが2社（33%）、製品を送付する際に適正使用情報を文書で伝達することを求めているのが1社（17%）、その他（販売中止を要請、転売先の特定と転売の中止要請、対応を決めていない）が3社（50%）であった。

2. 2. 6. 4. 1. 5

インターネット販売（個人輸入代行）における処方の確認と適正使用情報の伝達

インターネット販売（個人輸入代行）にて、自社製品が販売されていると回答したのが4社（21%）、販売されていないと回答したのが12社（63%）、わからないと回答したのが3社（16%）であった。

また、インターネット販売（個人輸入代行）を通じて販売されている製品については、外箱も含めて日本で販売されている製品と同一と回答したのが2社（29%）、外箱は違うが日本で承認されている製品と回答したのが2社（29%）、日本で承認されていない製品と回答したのが3社（43%）であった。

次に、インターネット販売（個人輸入代行）において処方の確認が求められていないこと、適正使用情報の伝達が不十分であることに対して、何も対策をとっていないのが1社（17%）、処方の確認を要請しているのが2社（33%）、適正使用情報の伝達を要請しているのが2社（33%）であった。また1社は、「明らかな未承認品、及び、承認品でもパッケージ（外箱）相違品は未承認と看做すとの厚労省の見解に従い、このような製品のネット上での告知は未承認品の広告に当り違法であると旨の警告を行い、ネット掲載を中止するよう働きかけている。また、再三の警告にも関わらず、是正が行われない場合は、弁護士名での警告文を送付することも行なっている」と回答している。

更に、インターネット販売（個人輸入代行）を通じて購入した製品で品質上のクレームがあった場合の対応としては、個人輸入業者あるいは海外販売者に対して対応をもとめるよう返答しているが4社（100%）であり、国内流通品と同様の対応をしているとの回答はなかった。

インターネット販売（個人輸入代行）全般に対する対策としては、不適切な広告を是正するよう要請しているのが2社（50%）、その他（監督官庁に対して規制製品の流入を規制するように依頼をしている。横流し先の特定と転売の禁止を横流し先の国で行っている）が2社（50%）であった。

2. 2. 6. 4. 2 集計結果（販売業者向け）

2. 2. 6. 4. 2. 1 対面販売における処方の確認

対面販売において処方の確認をおこなっているのは32社（100%）であった。その場合に、

既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）をもって処方は適切に確認されていると回答したのは5社（16%）であり、残りの26社（84%）は、箱売りでは処方は適切に確認されているとはいえないとしている。

また、販売業者の内、インターネット販売（国内通販）を行っていたのは2社あり、2社（100%）とも医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を装用者（消費者）から入手することで処方の確認を行っていた。2社とも箱売りについては、処方は適切に確認されているとはいえないと回答した。適正使用情報の伝達についても2社ともに伝達していると回答している。販売業者のうち、インターネット販売（個人輸入代行）を行っている会社はなかった。

2. 2. 6. 4. 2. 2 対面販売における適正使用情報の伝達

対面販売において、適正使用情報の伝達を行っているのは30社（97%）、行っていないと回答したのは1社（3%）であった。

2. 2. 7 インターネットを通じたコンタクトレンズ販売の検証結果と考察

コンタクトレンズの販売において、処方指示書の確認に基づいた販売がなされているか、適正使用情報の伝達が行われているかを、それぞれ製造販売業者、販売業者の立場から調査し、販売店での対面販売と国内通販あるいは個人輸入代行におけるの差異の有無を明らかにする目的で、日本コンタクトレンズ協会様のご協力によりアンケート調査を行い、その結果とインターネットにおけるWeb広告の実態調査と比較した。

処方を確認して販売するということは、必然的に装用者（消費者）は、医師の検査を受診し購入することに繋がると考えられる。そのため、処方の確認を求めることは、医師の定期的な検査を受診することを求めることと同一であると考えられ、装用者（消費者）の眼の安全を考えた場合に、必須の行為であると考えられる。

今回のアンケート調査では、対面販売されるコンタクトレンズ販売店に対して、製造販売業者の60%は何らかの形で処方確認を要請しており、対面販売している販売店（販売業者）は、ほぼ100%が処方の確認を求めていると回答している。一方、国内通販業者に対しても、製造販売業者の70%は何らかの形で処方確認を求めているが、インターネットにおけるWeb広告の実態調査の結果では、国内通販業者では、全ての製品で処方確認しているのが30%、一部製品で処方確認しているのが40%との結果であり、個人輸入代行業者では、ほとんど処方確認がなされていないとの実態が明らかになった。また、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）は製造販売業者、国内通販ともに、「箱売り」は容認していないことも明らかとなった。これらのことから、国内通販業者、個人輸入代行ともに、対面販売と比較すると、処方確認は充分とはいえないと考えられる。

また、処方確認の強制力については、製造販売業者の60%は何らかの形で処方確認を国内通販業者について求めているのに対し、国内通販業者の30%しか全ての製品に対して処方確認を求めている実態を照らし合わせると、製造販売業者からの要請だけで、処方確認を徹底することは難しい現状も明らかになった。

薬事法では努力義務となっている、適正使用情報の伝達に関しては、製造販売業者の80%は何らかの形で適正使用情報伝達を要請しており、販売業者も対面販売においては、適正使用情報伝達はほぼ100%なされていることが明らかとなった。一方、国内通販では、一番多く伝達されている「定期検査の受診」「異常時の受診」でも50%しか伝達しておらず、着用時間・着用サイクル遵守、正しい取扱い方の遵守については20%前後しか伝達しておらず、添付文書参照の推奨に至っては、国内通販業者では8%、個人輸入代行業者は0%という、ほとんど伝達されていない実態が明らかになった。これらのことから、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに、対面販売と比較すると、適正使用情報の伝達は充分とはいえないと考えられた。

以上の結果から、国内通販業者及び個人輸入代行業者によるコンタクトレンズの販売を、対面販売と比べると、国内通販業者、個人輸入代行ともに「処方確認」は不十分であり、製造販売業者からの要請だけでは、「処方確認」は徹底されていない事が明らかとなった。更に、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに「適正使用情報の伝達」は不十分である実態も明らかとなった。

資料 2-1-6

インターネットにおけるWeb広告の実態調査報告書

要旨

コンタクトレンズのインターネット販売について、処方指示書の確認に基づいた販売がなされているか、適正使用情報の伝達が行われているかを調査し、国内通販と個人輸入代行における差異の有無を明らかにする目的で、インターネット上のWeb広告の調査を行った。また、参考情報として、特定商取引法に基づく表示の有無および度数シカラコンタクトレンズ取扱の有無についても調査を行った。

調査期間は、平成19年11月～12月にて実施した。調査対象は、Yahoo Japan 検索画面にて「コンタクトレンズ 通販」のキーワードにて検索されたURLの中から、その時点で、アクセス可能なインターネット販売業者と考えられる国内通販業者 49URL、個人輸入業者 26URLを調査対象として選択した。

調査項目としては、「特定商取引法に基づく表示の有無」「処方の確認」「購入に際して処方箋提出を求めるシステムの有無」「適正使用情報の伝達」「度数シカラコンタクトレンズの取扱い」についてそれぞれ調査した。

特定商取引法に定めている表示自体は、コンタクトレンズ販売においては、必ずしも求められるものではないが、国内通販業者では90%以上、個人輸入代行業者においても73%以上の業者は、何らかの法的要求を満たす表示をしている。この点からは、消費者の保護は充分に行われていると考えられた。

コンタクトレンズを購入する際の処方指示の確認自体は、国内通販業者では、70%程度の業者は、処方指示の確認を求めて入り、かつそのほとんどが購入に際して処方箋の提出を求めるシステムを有していることから、ほとんどのケースでは処方指示に基づいた販売がなされていると考えられる。しかしながら、40%程度の国内通販業者は、特定のメーカーの製品についてのみ処方指示の確認を求めていると言うことは、購入する製品によっては、処方指示の確認なしに購入できることを意味しており、この部分を処方指示を確認しないで販売していると考えれば、60%程度の業者は、処方指示の確認を求めないで販売（いわゆる箱売り）をしているとも考えることができ、消費者の目の安全を守る観点からは懸念が残る。一方、個人輸入代行業者においては、1業者を除き全ての業者は処方指示の確認を求めておらず、消費者は、処方指示の確認なしに購入していると考えられる。処方指示の確認を求めない場合、消費者は、定期検査も受診していないことが容易に推察され、消費者の目の安全を守るという観点からは、大いに懸念がある。

適正使用情報伝達は、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに、概ね伝達されていると考えられるが、添付文書を読むこと、装用時間、装用サイクル遵守、取扱い方法の遵守の伝達はさほど高い集計結果ではなく、消費者の目の安全を守るという観点からは、懸念が残る。

度数シカラコンタクトレンズは、医療機器には指定されておらず、一般雑貨として輸入・販売されている。今回の調査でも、国内通販業者の20%、個人輸入代行業者に至っては62%の業者が、度数シカラコンタクトレンズを取り扱っていた。

総合的に見てみると、国内通販業者、個人輸入代行業者共に、装用者（消費者）の目の安全は十分に守られているとはいえない。さらに、個人輸入代行業者においては、処方指示の確認がほとんど実施されていないことから、消費者の目の安全を守るという点では大いに懸念が残った。また、同じ通販といえども、国内通販業者と個人輸入代行業者の間には、消費者の目の安全保護の観点では、差異が見られると考えられる。

目的

コンタクトレンズのインターネット販売について、処方指示書の確認に基づいた販売がなされているか、適正使用情報の伝達が行われているかを調査し、国内通販と個人輸入代行における差異の有無を明らかにする目的で、インターネット上のWeb広告の調査を行った。また、参考情報として、特定商取引法に基づく表示の有無および度なしカラーコンタクトレンズ取扱の有無についても調査を行った

方法

調査期間：平成19年11月～12月

調査対象：Yahoo Japan 検索画面にて「コンタクトレンズ 通販」のキーワードにて検索されたURLの中から、その時点で、アクセス可能なインターネット販売業者と考えられる国内通販業者 49 URL、個人輸入業者 26 URLを調査対象として選択した。なお、一つの業者が複数の屋号（URL）にて販売広告が確認された場合には、代表的なURLを選び調査対象とした。更に、一つの業者が国内通販、個人輸入代行の両方を行っている場合には、国内通販、個人輸入代行としての、それぞれ集計した。調査対象とした業者の屋号及びURLは別紙1、別紙2の通りである。

調査項目及び判断基準：

1) 特定商取引法に基づく表示の有無

経済産業省ホームページ Q&A (<http://www.meti.go.jp/policy/consumer/contents4.html>) より判断した。

表示あり、なしの基準は以下の通り。

「あり」と判断： 住所（省略なし）、電話番号、責任者/代表者名の全てが記載されている

「なし」と判断： 住所欄に番地が記載されていないもの（〇丁目まで、など）、責任者の氏名がないもの（法人名のみなど）、たとえ、「訪取法に基づく表示」「特定商取引に基づく表示」とあっても、経済産業省HPでの要求を満たしていないと判断した場合

2) 処方の確認

次の4つに分けて分類した

- ① 全ての製品の購入に際して処方の提出を求めている
- ② 特定のメーカーの製品に限定して処方の提出を求めている
- ③ Web上で処方の提出を推奨している
- ④ 処方の確認を求めている

なお、「処方箋（検査データ）に基づき注文して下さい」「購入前に検査/処方を受けて下さい」「処方箋を手元に準備下さい」「処方箋が必要です」との記載がWeb広告上にあっても、処方の提出を購入者に要請していない場合は、処方の確認を求めていると判断した

3) 購入に際して処方箋提出を求めるシステムの有無

次の2つに分けて分類した

- ① システムがある
- ② システムがない

なお、「処方箋を撮影したデータを電子メールで送付し、販売業者が確認」「処方箋をFAXにて送付し、販売業者が確認」「処方箋（場合によっては原本）を郵送し、販売業者が確認」「店舗に隣接する眼科で受信した者が会員登録し、登録患者のみを対象に販売している」との記載がWeb広告上にある場合には、システム有りと判断した

4) 適正使用情報の伝達

次の5つについてのWeb広告上での記載について集計した

- ① 製品に添付されている添付文書を読むこと
- ② 装用時間、装用サイクルを守ること
- ③ 取扱い方法を守り正しく使用すること
- ④ 定期検査は必ず受けること
- ⑤ 少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること

また、購入に際して、適正使用情報の確認を求めるシステムの有無について、次の2つに分類した。

- ① システムがある
- ② システムがない

5) 度なしカラーコンタクトレンズの取扱い

次の2つに分けて分類した

- ① 度なしカラーコンタクトレンズを取扱っている
- ② 度なしカラーコンタクトレンズを取扱っていない

結果

集計結果について、以下の表にまとめた

	業者の総数	特定商取引法に基づく表示(1)ありの合計)	処方確認				購入に際して処方箋提出を要求するシステム(1)ありの合計)	購入に際して適正使用情報確認を求めているシステム(1)ありの合計)	適正使用情報					度なしカラーレンズの取扱い(1)ありの合計)
			a	b	c	d			1)	2)	3)	4)	5)	
国内通販	49	47	15	19	1	14	33	0	4	11	10	23	23	10
(合計/業者の総数)		96%	31%	39%	2%	29%	67%	0%	8%	22%	20%	47%	47%	20%
個人輸入代行	26	19	0	1	0	25	1	0	0	5	3	15	8	16
(合計/業者の総数)		73%	0%	4%	0%	96%	4%	0%	0%	19%	12%	58%	31%	62%

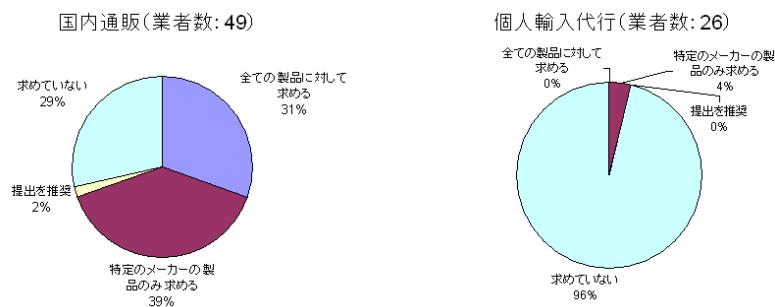
記号の説明は以下のとおり。
a:全ての製品の購入に際して処方の提出を求めている、 b:特定のメーカーの製品に限定して処方の提出を求めている、 c:Web上で処方の提出を推奨している、 d:処方の確認を求めている
1)製品に添付されている添付文書を読むこと、 2)装用時間、装用サイクルを守ること、 3)取扱い方法を守り正しく使用すること、 4)定期検査は必ず受けること、 5)少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること

表1 インターネット販売、国内通販、個人輸入代行業者別 全体集計結果

1) 特定商取引法に基づく表示の有無

国内通販業者49URLにおいて、47業者(96%)は、特定商取引法に基づく表示がなされていた。個人輸入代行業者26URLにおいては、19業者(73%)は、特定商取引法に基づく表示がなされていた。

2) 処方の確認

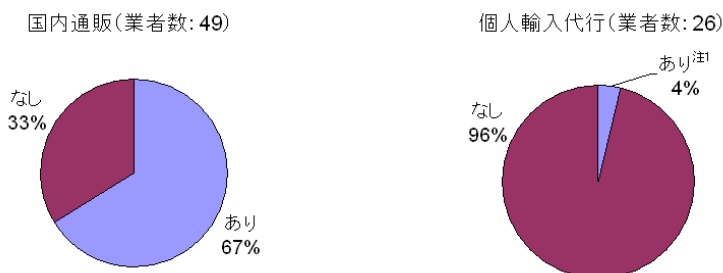


グラフ 1 (左側) 国内通販業者における処方の確認

グラフ 2 (右側) 個人輸入代行業者における処方の確認

国内通販業者は、「全ての製品に対して求める」(15業者 31%)と「特定のメーカーの製品のみ求める」(19業者 39%)を合わせると70%の業者は、何らかの形で処方の確認をおこなっている。ただし、14業者 29%においては、処方の確認を求めている。一方、個人輸入代行業者は、25業者(96%)は、処方の確認を求めている。1業者(4%)は、同一URLにて国内通販も行っており、国内通販においても処方の確認を求めている。

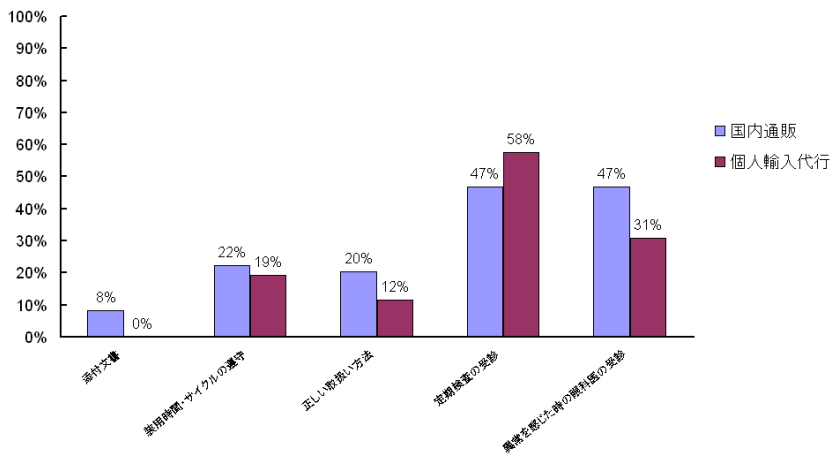
3) 購入に際して処方箋提出を求めるシステムの有無



グラフ 3 (左側) 国内通販業者における処方箋提出システムの有無

グラフ 4 (右側) 個人輸入代行業者における処方箋提出システムの有無

国内通販業者の内33業者(67%)は、処方箋の提出を求めるためのシステムを有している。逆に個人輸入代行業者では、同様のシステムを有しているのは1業者(4%)であり、この業者は国内通販も同一URLにて行っている。



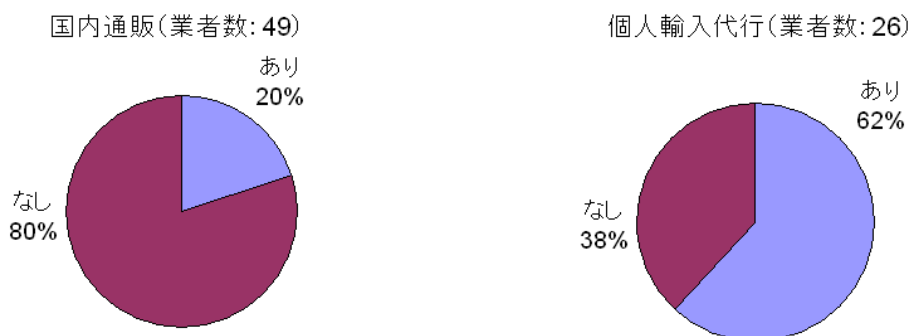
4) 適正使用情報の伝達

グラフ5 適正使用情報の伝達

次の5つ「製品に添付されている添付文書を読むこと」「装用時間、装用サイクルを守ること」「取扱い方法を守り正しく使用すること」「定期検査は必ず受けること」「少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること」についてのWeb広告上での記載について集計したところ、定期検査の推奨は国内通販業者（23業者 47%）、個人輸入代行業者（15業者 58%）と一番高く伝達されている。次に多かったのが、異常時の眼科受診の推奨であり。国内通販業者では23業者（47%）、個人輸入代行業者では8業者（31%）である。逆に、添付文書を読むことを推奨していたのは、国内通販業者では4業者（8%）、個人輸入代行業者では0業者である。「装用時間、装用サイクル遵守」と「取扱い方法遵守」については、若干のバラツキはあるもの10%から20%程度の伝達である。

なお、適正使用情報の伝達を確認してから出ないと購入できないようなシステムを有している業者は、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに存在しない。

5) 度なしカラーコンタクトレンズの取扱い



グラフ6 (左側) 国内通販業者における度なしカラーコンタクトレンズの取扱いの有無

グラフ7 (右側) 個人輸入代行業者における度なしカラーコンタクトレンズの取扱いの有無

度なしカラーコンタクトレンズについては、国内通販業者の20%（10業者）、個人輸入代行業者の62%（16業者）が、取り扱っている

別紙1

調査対象 国内通販業者

屋号

URL

(株)21 (21 コンタクト)	http://www2.two-one.co.jp/cl/pageo.nsf/ptop
アイビジョンカンパニー(有) (MegaNetStores (メガネットストアズ) ⇒WaveMart(ウェイブマート))	http://meganet.co.jp/
(株)中央コンタクト (Mylens (マイレンズ))	http://www.mylens.jp/index.php
アイネットコンタクト (アイネットコンタクト)	http://www.eyenet.ne.jp/
(有)ビジョンケア (アイライフコンタクト)	http://www.eyelifecontact.com/index.html
(有)エドナ・スタッフ・ジャパン (アクアコンタクト)	http://www.rakuten.co.jp/aquacontact/
コンタクトのabc (コンタクトのabc)	http://www.abc-contact.com/
(有)アイマスター (さくらコンタクト)	http://www.rakuten.ne.jp/gold/sakuracl/
(有)佐藤補聴器コンタクト (佐藤コンタクトレンズ)	http://www.satou-eye.com/satou/topeye.html
(株)インターオブチカル (ドリームコンタクト)	http://www.rakuten.ne.jp/gold/dreamcl/
高松南新町商店街振興組合 (メガネのタナカヤ)	http://item.rakuten.co.jp/ms-machi/c/0000000490/
(有)シャロームコンタクト (めめコンタクト)	http://www.rakuten.co.jp/meme-cl/
合資会社エグザイルス (レンズデリ)	http://www.rakuten.co.jp/lens-deli/index.html
(有)小此木オブティカル (猫の目コンタクト)	http://www.nekonome.co.jp/
(有)ツーウィル (WillWill)	http://www.willwill.co.jp/index.html
(有)サバイバル (J コンタクトネット販売店)	http://www.jcontact.co.jp/tukaisuterenzuken4.html
アークスメディコ(株) (アークスコンタクト)	http://www.arkscontact.com/default.php
(有)暉 (インターネットコンタクト)	http://www.rakuten.ne.jp/gold/contact/index.html
浅草コンタクト (浅草コンタクト)	http://asakusa-cl.com/
(有)ワンエイティイー (ワンエイティイー)	http://www.rakuten.co.jp/dive180/index.html
(有)アリスコンタクト (アリスコンタクト)	http://store.yahoo.co.jp/alicecontact/index.html
ひとみコンタクト (ひとみコンタクト)	http://hitomi.ocnk.net/
(株)ネットランドジャパン (007 速配コンタクト)	http://www.007s-contact.com/

(有)プライムインターナショナル (コンタクト急便 楽天店)	http://www.rakuten.co.jp/conta9/index.html
(有)Aqua (AQUA 楽天店)	http://www.rakuten.ne.jp/gold/aqua-lens/index_flash.htm
(株)アイデア (トゥインクル・ヴィジョン)	http://www.twinkl.com/index.html
(有)アリス (コンタクトレンズ屋)	http://www.rakuten.co.jp/eyeshop/
(株)協和コンタクト (協和コンタクト⇒神保町コンタクト)	http://contact.ocnk.net/
(有)アリス (三宮コンタクト)	http://www.sancon-shop.jp/
(株)イメージマジック (サングラスマジック)	http://store.yahoo.co.jp/imagemagic/index.html
(株)カズマ (アットマークドットネット)	http://store.yahoo.co.jp/atnet/index.html
(有)ケイツーコンタクト (あんしんコンタクトYahoo!店)	http://store.yahoo.co.jp/ansincl/index.html
(有)カスタム ((e-opt) P1 コンタクト)	http://www.e-opt.jp/index.htm
(有)山下眼鏡店 (3Glass・e-shop)	http://www.rakuten.ne.jp/gold/3glass/
(株)リバティートレーディング (アイ リバティー ショップ)	http://store.yahoo.co.jp/i-liberty-shop/a5b3a5f3a51.html
(株)アルトレード (アルト・Eショップ)	http://www.rakuten.co.jp/altrade/432149/
イーレンズスタイル (イーレンズスタイル⇒イーレンズスタイル・ストアー)	http://www.e-lensstyle.co.jp
エスパーコンタクト (エスパーコンタクト)	http://www.contactlens.jp/index.html
(株)ビューフロンティア (オンライ)	http://www.bidders.co.jp/user/2662906/contact
(有)高恭 (クール@コンタクト)	http://www.rakuten.co.jp/cool-contact/index.html
コンタクトナビ (コンタクトナビ)	http://www.contactnavi.co.jp/index.html
(有)白鳳堂こん太村 (コン太村)	http://www.rakuten.co.jp/kontamura/
(有)アイルック (スピードコンタクト)	http://www.rakuten.co.jp/speed-contact/
(有)ファルコン (ファルコンコンタクト)	http://farcon.net/index.html
(株)コスメディカ・ドットコム (マックスコンタクト)	http://www.rakuten.co.jp/max-contact/index.html
(株)ユタカヤ (ゆたかや (プロコンタクト))	http://www.rakuten.co.jp/procontact/
レンズアドバンス (レンズアドバンス)	http://www.lens-advance.jp/index.htm
レンズメイト (レンズメイト)	http://www.lensmate.net/
アイココンタクト (アイココンタクト)	http://www12.ocn.ne.jp/~aikol/index.html

別紙2

調査対象 個人輸入業者

代行業者（代表的な屋号）

Web-Lens.com/YYContact (LensOrder4u)

LENS MODE PTE,LTD (001lens.jp)

Mark's GROUP (Mark's Contact lens)

エクスプレス・コンタクト (株) (www.X contacts.com)

COSMOWEB PTE,LTD. (Hitomi2.com (ヒトミにどっどこむ))

リーチフェイス株式会社 (イーレンズスタイル・ストアー)

MS CONTACT PTE. LTD. (MS コンタクトレンズ)

有限会社オレンジドラッグ (ORANGE DRUG)

Synergy Commerce Pte Ltd. (CONTACTLENZ SHOP)

株式会社 World TSA (EYE TSA CONTACT (TAS; Trade Assist Shop))

Barefoot Lenses (Barefoot Lenses)

アジアンザッカ PTE,LTD (コンタクトさん)

コンタクトショップ24 (コンタクトショップ24)

牧野友祐 (0(ゼロ)ーレンズデポ)

有限会社 エヌサンセイコーポレーション (アトム・コンタクト)

株式会社オズインターナショナル (アイドラッグストアー)

合資会社コンタクトアイ (コンタクトアイ)

有限会社クレスト (Blue Lagoon)

TAN SZE SHAN (e コンタクト)

コンタクトのレンズサポート (Lens Support)

ContaxONLINE

有限会社アドプラン (eshop365)

オフィス・V (Lens-parfait.co (レンズパルフェ))

URL

<http://www.lensorder4u.com/>

http://www.001lens.jp/index_pc.html

<http://www.marks-contactlens.com/index.html>

<http://www.x-contacts.com/japan/>

<http://www.hitomi2.com/>

<https://www.e-lensstyle.co.jp/>

<http://www.mscontact.net/>

<http://www.orangedrug.co.jp/shop2/>

<http://www.contactlensshop.com/index.html>

<http://www.tascontactlens.com>

<http://www.bfootlens.com/>

<http://www.contactsan.com/>

<http://www.color-imp.com/index.html>

<http://www.0-lensdepot.com/index.htm>

<http://www.atom-import.jp/>

http://www.idrugstore.com/drug_search.asp?dm=drug

<http://www.contact-eye.com/syuhin/overseas.html>

<http://www.blue-lagooncontact.com/index.html>

http://www.e-contact.jp/index_pc.html

<http://www.above-beyond.jp/lens/index.htm>

<http://contaxonline.com/>

http://www.bidders.co.jp/user/4842151/import_contact/

<http://www.lens-parfait.com/>

EightOnePlanning (オンラインコンタクト)

<http://www.online-contact.cc/index.html>

メガネのサトウ (メガネのサトウ)

<http://www.megane-satou.com/index.htm>

ワンエイティーン (dive & snow180)

<http://www.rakuten.co.jp/dive180/index.html>

Contact Lens Express

<http://www.d1.dion.ne.jp/~jr9ffm/contact/sofcon.html>

資料 2-1-7

コンタクトレンズのインターネット販売の実態調査報告書

(製造販売業者及び販売業者のアンケート集計状況含む)

要旨

コンタクトレンズの販売において、処方指示書の確認に基づいた販売がなされているか、適正使用情報の伝達が行われているかを、それぞれ製造販売業者、販売業者の立場から調査し、販売店での対面販売と国内通販あるいは個人輸入代行における差異の有無を明らかにする目的で、日本コンタクトレンズ協会を通じたアンケート調査を行った。

調査期間は、平成 20 年 2 月、調査対象は、日本コンタクトレンズ協会加盟各社を対象とした。調査項目及び判断基準については、製造販売業者向けアンケート、販売業者向けアンケートに従い調査を行った。

今回のアンケート調査では、対面販売されるコンタクトレンズ販売店に対して、製造販売業者の 60%は何らかの形で処方確認を要請しており、対面販売している販売店（販売業者）は、ほぼ 100%が処方の確認を求めていると回答している。また、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで処方を確認すること（いわゆる箱売り）は製造販売業者、販売業者ともに容認していないことも明らかとなった。

薬事法では努力義務となっている、適正使用情報の伝達に関しては、製造販売業者の 80%は何らかの形で適正使用情報伝達を要請しており、販売業者も対面販売においては、適正使用情報伝達はほぼ 100%なされていることが明らかとなった。

一方、別途実施したインターネットにおける Web 広告調査の結果と比較すると、対面販売されるコンタクトレンズ販売店に対して、製造販売業者の 60%は何らかの形で処方確認を要請しており、対面販売している販売店（販売業者）は、ほぼ 100%が処方の確認を求めていると回答している。一方、国内通販業者に対しても、製造販売業者の 70%は何らかの形で処方確認を求めているが、別途実施したインターネット Web 広告調査¹⁾の結果では、国内通販業者では、全ての製品で処方確認しているのが 30%、一部製品で処方確認しているのが 40%との結果であり、個人輸入代行業者では、ほとんど処方確認がなされていないとの実態が明らかになった。これらのことから、国内通販業者、個人輸入代行ともに、対面販売と比較すると、処方確認は充分とはいえないと考えられる。

また、処方の確認の強制力については、製造販売業者の 60%は何らかの形で処方の確認を国内通販業者について求めているのに対し、国内通販業者の 30%しか全ての製品に対して処方の確認を求めている実態を照らし合わせると、製造販売業者からの要請だけで、処方の確認を徹底することは難しい現状も明らかになった。

薬事法では努力義務となっている、適正使用情報の伝達に関しては、製造販売業者の 80%は何らかの形で適正使用情報伝達を要請しており、販売業者も対面販売においては、適正使用情報伝達はほぼ 100%なされていることが明らかとなった。一方、国内通販では、一番多く伝達されている「定期検査の受診」「異常時の受診」でも 50%しか伝達しておらず、装用時間・装用サイクル遵守、正しい取扱い方の遵守については 20%前後しか伝達しておらず、添付文書参照の推奨に至っては、国内通販業者では 8%、個人輸入代行業者は 0%という、ほとんど伝達されていない実態が明らかになった。これら

のことから、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに、対面販売と比較すると、適正使用情報の伝達は充分とはいえないと考えられた。

以上の結果から、国内通販業者及び個人輸入代行業者によるコンタクトレンズの販売を、対面販売と比べると、国内通販業者、個人輸入代行ともに「処方の確認」は不十分であり、製造販売業からの要請だけでは、「処方の確認」は徹底されていない事が明らかとなった。更に、国内通販業者、個人輸入代行業者ともに「適正使用情報の伝達」は不十分である実態も明らかとなった。

目的

コンタクトレンズの販売において、処方指示書の確認に基づいた販売がなされているか、適正使用情報の伝達が行われているかを、それぞれ製造販売業者、販売業者の立場から調査し、販売店での対面販売と国内通販あるいは個人輸入代行における差異の有無を明らかにする目的で、日本コンタクトレンズ協会を通じたアンケート調査を行った。またその結果について、別途実施した、インターネット広告調査から結果と比較した。

方法

調査期間： 平成 20 年 2 月

調査対象： 日本コンタクトレンズ協会加盟各社を対象とした。アンケートは製造販売業者向け、販売業者向けの 2 種類を用意し、製造販売業者として加盟している正会員 29 社に対しては、一部では直接販売店を持ち、販売を行っているため、製造販売業者向け、販売業者向けの 2 種類を電子メールにて送付した。販売業者として加盟している賛助会員 B40 社に対しては、販売業者向けのアンケートを電子メール（一部は郵送）にて送付した。

調査項目及び判断基準： 製造販売業者向けアンケートと販売業者向けアンケートに従い調査を行った。その他の項（自由記入欄）の記載内容については、内容を吟味し、趣旨に当てはまる場合には、該当する選択肢を選択したものと読み替えて集計した。

なお、今回のアンケートにおいては、いくつかの用語については、以下の通り定義した。

処方の確認： 処方指示書（いわゆる処方せん）などの文書による処方内容の確認だけでなく、電子的な方法など、その他の方法による処方内容の確認も含む

箱売り： 既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること

適正使用情報の伝達： 薬事法 77 条の 3 の 4（医療機器の販売業者は、医療機器を一般に購入し、又は使用する者に対し、医療機器の適正な使用のために必要な情報を提供するよう努めなければならない）にて規定されていることを指す。具体的には、コンタクトレンズの販売においては、次に掲げることを伝達することとした。

- 1) 製品に添付されている添付文書を読むこと
- 2) 装用時間、装用サイクルを守ること
- 3) 取扱い方法を守り正しく使用すること
- 4) 定期検査は必ず受けること

5) 少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること

インターネット販売：装用者（消費者）が初回対面販売にて購入した後に、処方された期間内のコンタクトレンズをインターネットを通じて分割購入する場合は除き、初回の購入から対面販売を行わないで販売する場合

個人輸入代行業：個人からの注文、支払いを国内の代行業者が取りまとめ、海外から製品を直接個人宛てに送付すること

結果

期間中に、製造販売業者向けアンケートについては、26社（90%）の回答があり、製造業者向けアンケートについては、日本コンタクトレンズ協会正会員からは8社、賛助会員Bからは26社、合計34社から回答があった。なお、正会員からの販売業者向けアンケート回答のうち、同一法人が賛助会員Bにもあることが理由と思われるが、回答内容が全て同一の回答が賛助会員Bからも寄せられた回答が1社あったため、集計では、1社として集計に供した。アンケート集計結果については、製造販売業者向けアンケート結果（別紙3）販売業者向けアンケート結果（別紙4）として全項目について集計を行った。

主たる項目のアンケート結果については、以下の通りであった。

1. 製造販売業者向けアンケート

① 販売店における処方の確認

処方の確認を契約書あるいは要請書、口頭も含めて求めているのは、直接取引をしているCL販売店に対しては11社（63%）、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては12社（57%）、その両方を合計すると61%であった。逆に処方の確認を求めていないのは、直接取引しているCL販売店に対しては7社（37%）、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては9社（43%）であった。（図1、図2、図3）

Q2-① 直接取引CL販売店に対し「処方の確認」を求めているか
- 製造販売業者向けアンケートより -
(全回答数: 19)

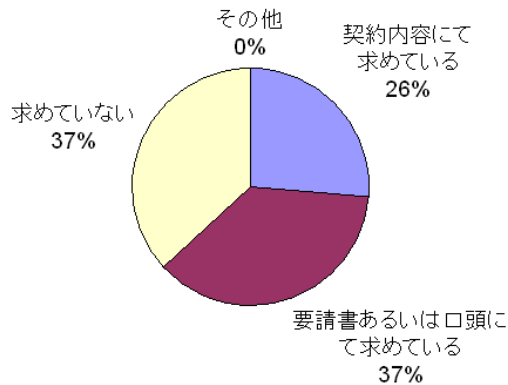


図1 販売店における処方の確認（直接取引している販売業者）

Q2-② 代理店を通じたCL販売店に対し「処方の確認」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 21)

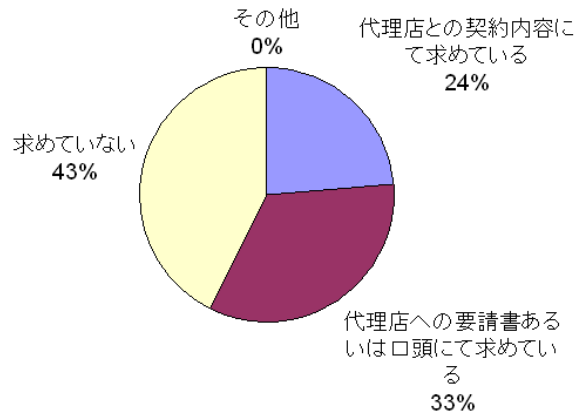


図2 販売店における処方の確認 (代理店を通じ取引している販売業者)

Q2-①+② CL販売店に対し「処方の確認」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 21+19)

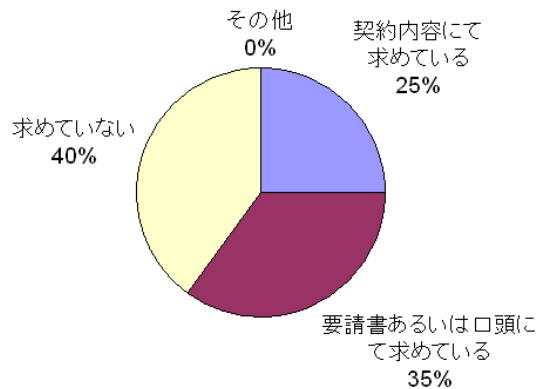


図3 販売店における処方の確認 (直接取引している販売業者+代理店を通じ取引している販売業者)

また、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター (個装)、外箱を提示することで、処方を確認すること (いわゆる箱売り) をもって処方の確認が行われていると判断しているのは1社 (9%) であり、残りの10社 (91%) は、箱売りでは処方は適切に確認されているとはいえないとしている。(図4)

Q2-③ 口頭あるいは製品のブリスター、外箱提示を「処方の確認」として取り扱うか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 11)

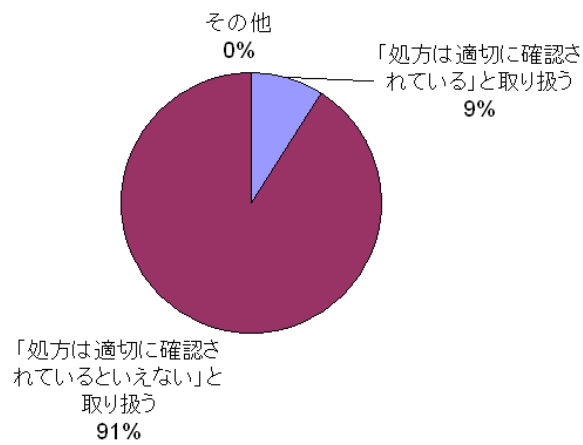


図4 販売店における処方の確認 (箱売りの容認)

② 販売店における適正使用情報の伝達

適正使用情報の伝達を契約書あるいは要請書ないしは口頭で求めているのは、直接取引をしているCL販売店に対しては16社(80%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては17社(77%)、その両方を合計すると79%であった。逆に適正使用情報の伝達を求めていないのは、直接取引しているCL販売店に対しては2社(10%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては3社(14%)であった。(図5、図6、図7)

Q3-① 直接取引CL販売店に対し「適正使用情報の伝達」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 20)

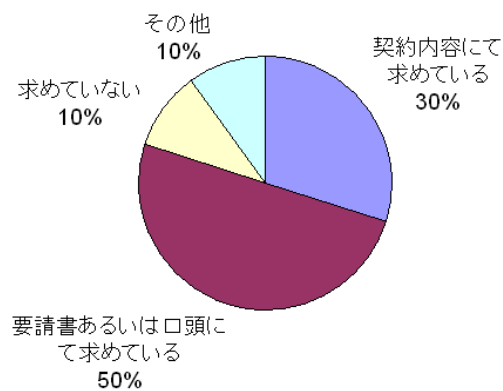


図5 販売店における適正使用情報の伝達 (直接取引している販売業者)

Q3-② 代理店を通じたCL販売店に対し「適正使用情報の伝達」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 22)

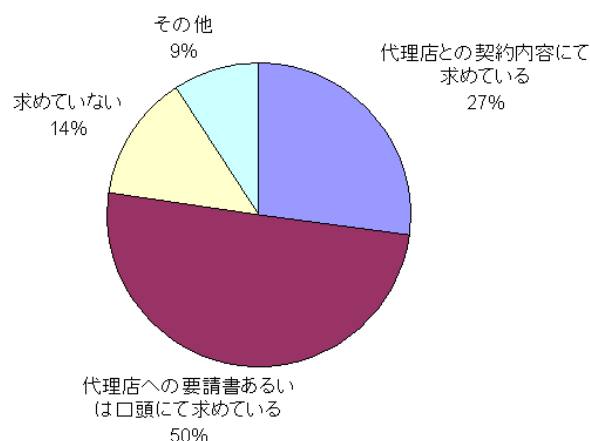


図6 販売店における適正使用情報の伝達（代理店を通じ取引している販売業者）

Q3-①+② CL販売店に対し「適正使用情報の伝達」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 20+22)

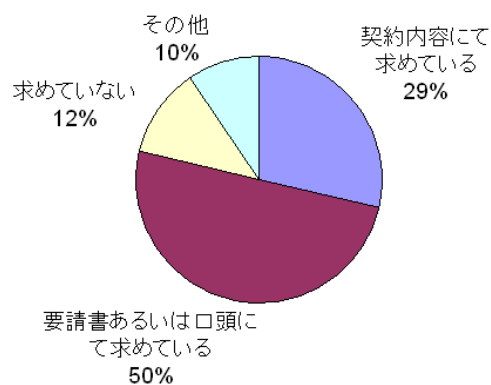


図7 販売店における適正使用情報の伝達（直接取引している販売業者+代理店を通じ取引している販売業者）

③ インターネット販売（国内通販）における処方の確認

処方の確認を契約書あるいは要請書、口頭も含めて求めているのは、直接取引をしているインターネット販売店に対しては8社（66%）、代理店を通じて取引しているインターネット販売店に対しては9社（69%）、その両方を合計すると68%であった。逆に処方の確認を求めていないのは、直接取引しているインターネット販売店に対しては4社（33%）、代理店を通じて取引しているインターネット販売店に対しては4社（31%）であった。（図8、図9、図10）

Q4-① インターネット販売(国内通販)に対し「処方の確認」を求めているか
- 製造販売業者向けアンケートより -
(全回答数: 12)

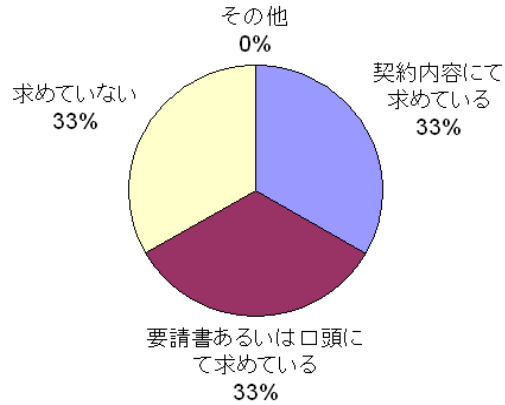


図8 インターネット販売（国内通販）における処方の確認（直接取引している販売業者）

Q4-② 代理店を通じたインターネット販売(国内通販)に対し「処方の確認」を求めているか
- 製造販売業者向けアンケートより -
(全回答数: 13)

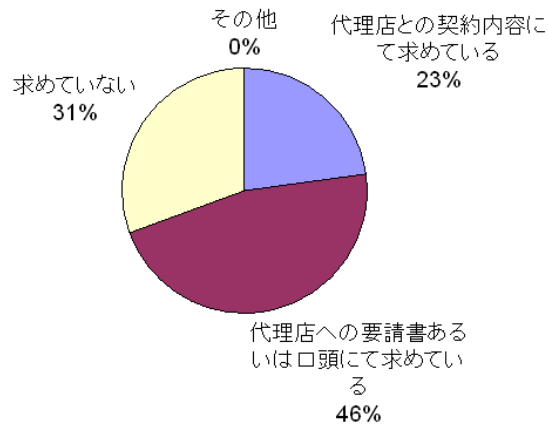


図9 インターネット販売（国内通販）における処方の確認（代理店を通じ取引している販売業者）

Q4-①+② インターネット販売(国内通販)に対し「処方の確認」を求めているか
- 製造販売業者向けアンケートより -
(全回答数: 12+13)

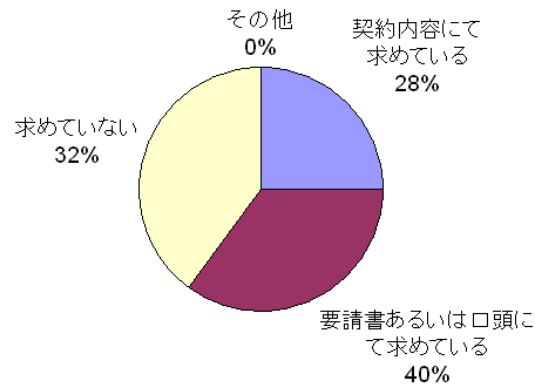


図10 インターネット販売(国内通販)における処方の確認(直接取引している販売業者+代理店を通じ取引している販売業者)

また、インターネット販売における処方の確認方法については、医師からの処方指示書(いわゆる処方せん)を装用者(消費者)から入手することで確認しているとしていたのが8社(89%)であり、1社(11%)は、装用者(消費者)から入手した処方指示書(いわゆる処方せん)を、発行した医師に確認することを求めていると回答していた。その場合に、処方の確認として、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター(個装)、外箱を提示することで、処方を確認すること(いわゆる箱売り)をもって処方の確認が行われていると判断しているのは1社(11%)であり、残りの8社(89%)は、箱売りでは処方適切に確認されているとはいえないとしている。(図11、図12)

Q4-③ インターネット販売(国内通販)する場合の処方確認方法
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数:9)

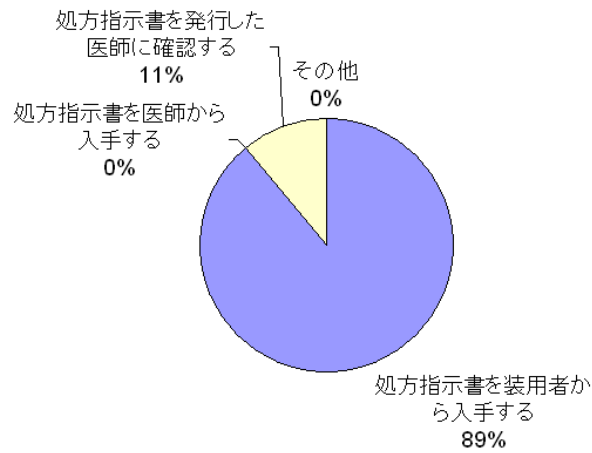


図 1 1 インターネット販売 (国内通販) における処方の確認方法

Q4-④ 口頭あるいは製品のブリスター、外箱提示を「処方の確認」として取り扱うか(インターネット販売(国内通販)の場合)
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数:9)

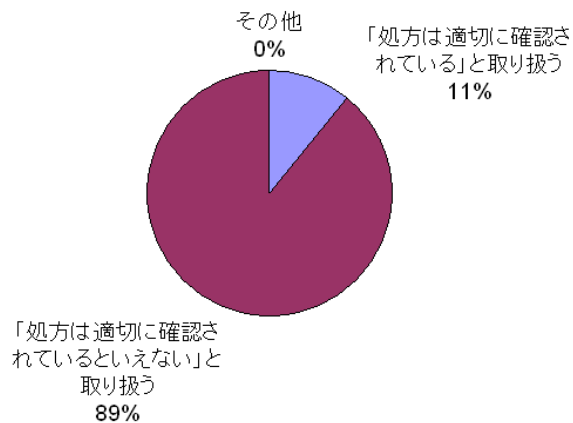


図 1 2 インターネット販売 (国内通販) における処方の確認 (箱売りの容認)

次に、直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売店で、処方の確認なしに販売されていた場合には、処方の確認を要請するが3社(38%)、特に何もしないが3社(38%)、その他(販売中止を要請、転売先の特定と転売の中止要請)が2社(25%)であった。(図13)

Q6-② 管理できないインターネット販売(国内通販)で処方の確認なしに販売されている場合の対応
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 8)

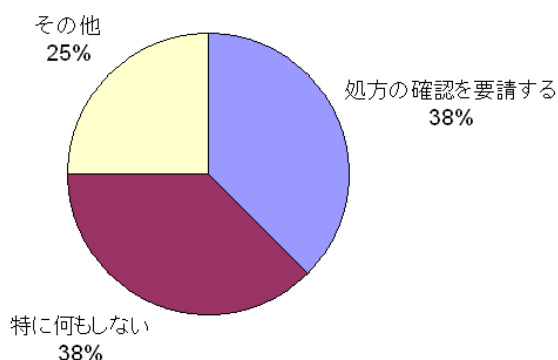


図13 管理できないインターネット販売(国内通販)での処方の確認

④ インターネット販売(国内通販)における適正使用情報の伝達

適正使用情報の伝達を契約書あるいは要請書ないしは口頭で求めているのは、直接取引をしているインターネット販売店に対しては11社(84%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては12社(86%)、その両方を合計すると85%であった。逆に適正使用情報の伝達を求めていないのは、直接取引をしているインターネット販売店に対しては2社(15%)、代理店を通じて取引しているCL販売店に対しては2社(14%)であった。(図14、図15、図16)

Q5-① インターネット販売(国内通販)に対し「適正使用情報の伝達」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 13)

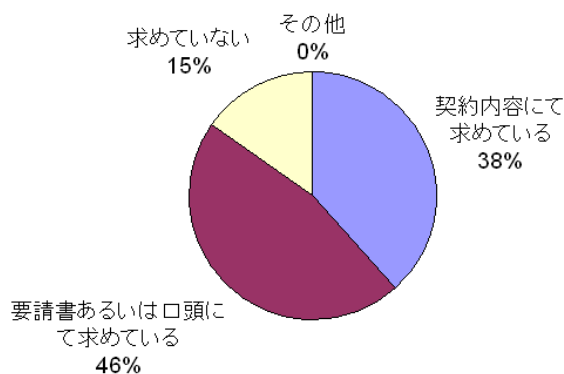


図14 インターネット販売(国内通販)での適正使用情報の伝達(直接取引している販売業者)

Q5-② 代理店を通じたインターネット販売(国内通販)に対し「適正使用情報の伝達」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 14)

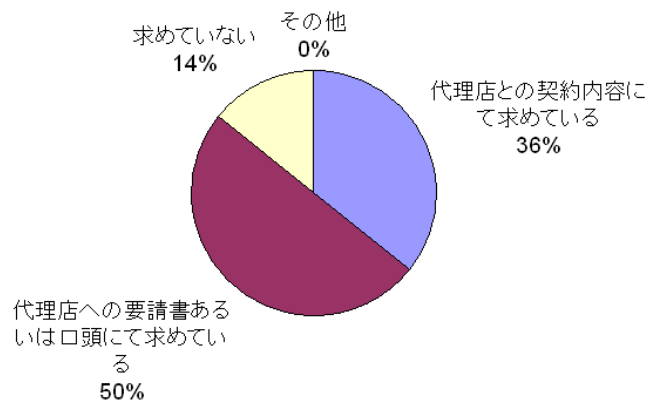


図 1 5 インターネット販売 (国内通販) での適正使用情報の伝達 (代理店を通じ取引している販売業者)

Q5-①+② インターネット販売(国内通販)に対し「適正使用情報の伝達」を求めているか
 - 製造販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 13+14)

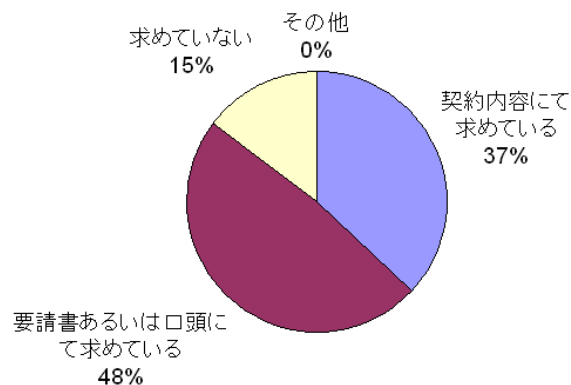


図 1 6 インターネット販売 (国内通販) での適正使用情報の伝達 (直接取引している販売業者+代理店を通じ取引している販売業者)

また、直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売店で、適正使用情報の伝達なしに販売されていた場合には、適正使用情報の伝達を行うよう要請するが3社(38%)、特に何もしないが3社(38%)、その他(販売中止を要請、転売先の特定と転売の中止要請)が2社(25%)であった。インターネット販売店における、適正使用情報の伝達方法については、インターネット広告の中に適正使用情報を記載することを求めているのが2社(33%)、製品を送付する際に適正使用情報を文書で伝

達することを求めているのが1社（17%）、その他（販売中止を要請、転売先の特定と転売の中止要請、対応を決めていない）が3社（50%）であった。（図17）

Q6-④ 管理できないインターネット販売(国内通販)で適正使用情報の伝達なしに販売されている
場合の対応
- 製造販売業者向けアンケートより -
(全回答数:8)

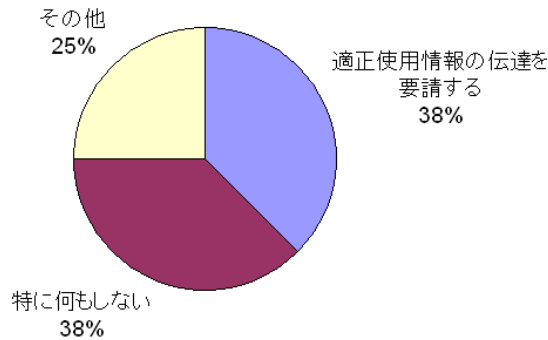


図17 管理できないインターネット販売（国内通販）での適正使用情報の伝達

⑤ インターネット販売（個人輸入代行）における処方の確認と適正使用情報の伝達

インターネット販売（個人輸入代行）にて、自社製品が販売されていると回答したのが4社（21%）、販売されていないと回答したのが12社（63%）、わからないと回答したのが3社（16%）であった。

また、インターネット販売（個人輸入代行）を通じて販売されている製品については、外箱も含めて日本で販売されている製品と同一と回答したのが2社（29%）、外箱は違うが日本で承認されている製品と回答したのが2社（29%）、日本で承認されていない製品と回答したのが3社（43%）であった。

次に、インターネット販売（個人輸入代行）において処方の確認が求められていないこと、適正使用情報の伝達が不十分であることに対して、何も対策をとっていないのが1社（17%）、処方の確認を要請しているのが2社（33%）、適正使用情報の伝達を要請しているのが2社（33%）であった。また1社は、「明らかな未承認品、及び、承認品でもパッケージ（外箱）相違品は未承認と看做すとの厚労省の見解に従い、このような製品のネット上での告知は未承認品の広告に当り違法であると旨の警告を行い、ネット掲載を中止するよう働きかけている。また、再三の警告にも関わらず、是正が行われない場合は、弁護士名での警告文を送付することも行なっている」と回答している。

更に、インターネット販売（個人輸入代行）を通じて購入した製品で品質上のクレームがあった場合の対応としては、個人輸入業者あるいは海外販売者に対して対応をもとめるよう返答しているが4社（100%）であり、国内流通品と同様の対応をしているとの回答はなかった。

インターネット販売（個人輸入代行）全般に対する対策としては、不適切な広告を是正するよう要請しているのが2社（50%）、その他（監督官庁に対して規制製品の流入を規制するように依頼をしている。横流し先の特定と転売の禁止を横流し先の国で行っている）が2社（50%）であった。

2. 販売業者向けアンケート

① 対面販売における処方の確認

対面販売において処方の確認をおこなっているのは32社（100%）であった。そのばあいには、既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）をもって処方は適切に確認されていると回答したのは5社（16%）であり、残りの26社（84%）は、箱売りでは処方適切に確認されているとはいえないとしている。（図18、図19）

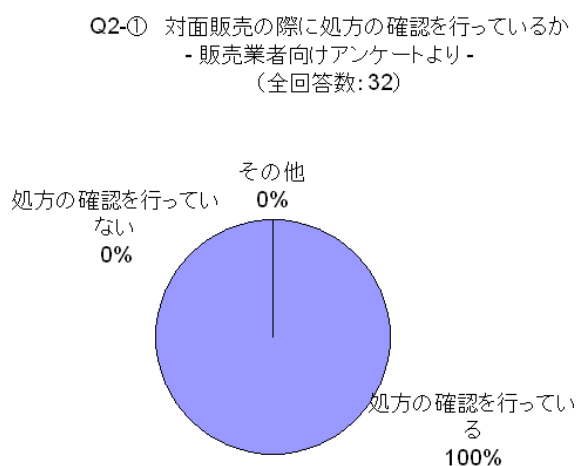


図18 対面販売での処方の確認

Q2-② 口頭あるいは製品のブリスター、外箱提示を「処方の確認」として取り扱うか
- 販売業者向けアンケートより -
(全回答数: 31)

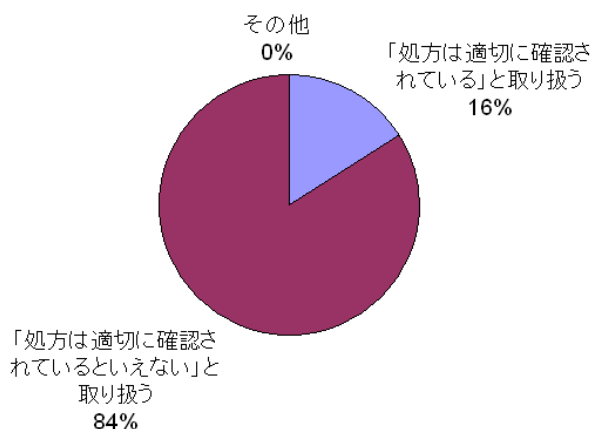


図19 対面販売での処方の確認（箱売りの容認）

また、販売業者の内、インターネット販売（国内通販）を行っていたのは2社あり、2社（100%）とも医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を装用者（消費者）から入手することで処方の確認を行っていた。2社とも箱売りについては、処方適切に確認されているとはいえないと回答した。適正使用情報の伝達についても2社ともに伝達していると回答している。販売業者のうち、インターネット販売（個人輸入代行）を行っている会社はなかった。

② 対面販売における適正使用情報の伝達

対面販売において、適正使用情報の伝達を行っているのは30社（97%）、行っていないと回答したのは1社（3%）であった。（図20）

Q3-① 対面販売の際に適正使用情報の伝達を行っているか
 - 販売業者向けアンケートより -
 (全回答数: 31)

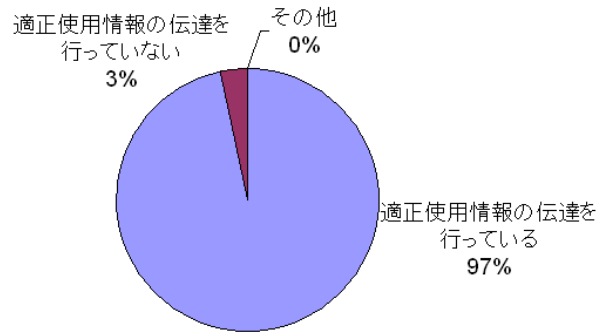


図 2 0 対面販売での適正使用情報の伝達

インターネット販売に対するご意見、その他の情報

*インターネット販売（国内通販）に対して

●貴社の製品の国内販売の内、どの程度の量がインターネット販売（国内通販）で販売されていると推察しますか。

- インターネット販売（国内通販）されていない : 3 社 15%
- インターネット販売（国内通販）されているが、流通量はわからない : 14 社 70%
- 具体的に、全販売量に対する割合あるいは金額についてお答えください（推計で結構です） : 3 社 15%
- 当社製品の販売数量ベースで約 1 割程度
- およそ 5-7%と推測。
- 1%~2%程度と推定。

●インターネット販売（国内通販）に対し、何らかの法規制の強化、緩和を行うとしたら、具体的にどのような点が考えられるかの意見。

【法規制を強化すべき点】

内容を分類・整理した。複数の分類にまたがる回答は、それぞれに記載した（*印）。

販売業者に関するもの

- 指示書の提出義務化。販売管理者の設置。年 1 回の立ち入り調査（*）

対面販売に関するもの

- 処方箋(指示書)の原本確認を行うことおよび適正使用情報を確実に伝えるため、初回は、対面販売を義務付けることが望ましい。
- 対面販売を義務付ける
- 対面販売のみを許可とする。
- インターネットに限らずコンタクトレンズの販売時の処方確認(処方箋受領)を法制化すべきと考える。そして特にインターネットでの販売時の処方の確認を徹底するための何らかの確実な認証方法を考えるべきである。その際、FAXでは処方箋の再使用、偽造などが起きることが考えられるので他の方法、例えば郵送、眼科施設への確認などを義務付け、それができないインターネット販売は規制すべきであると考え。そうすることにより対面販売が原則となり、インターネット販売は減ると考える。(＊)
- インターネット販売(国内通販)に対し、対面販売を義務付けるべきである。
- コンタクトレンズは対面販売を原則とし、インターネット販売は禁止すべき。(＊)

処方の確認に関するもの

- 処方箋の法制化
- 処方箋または、CL装用指示書(医師、又は眼科発行)無き場合のCL対面販売の規制。
- インターネットに限らずコンタクトレンズの販売時の処方確認(処方箋受領)を法制化すべきと考える。そして特にインターネットでの販売時の処方の確認を徹底するための何らかの確実な認証方法を考えるべきである。その際、FAXでは処方箋の再使用、偽造などが起きることが考えられるので他の方法、例えば郵送、眼科施設への確認などを義務付け、それができないインターネット販売は規制すべきであると考え。そうすることにより対面販売が原則となり、インターネット販売は減ると考える。(＊)
- 安易な処方による、眼疾患を防ぐ意味で、ドクターの処方による全国統一的な処方箋の提示を義務付ける。
- 指示書の提出義務化。販売管理者の設置。年1回の立ち入り調査(＊)
- 現状のインターネット販売(国内通販)は、高度管理医療機器であるコンタクトレンズの安全性の確保がなされていない。これが拡大した場合、眼障害が多発する可能性が高い。ユーザーの利便性を考えて、インターネット販売(国内通販)という販売チャンネルがあってもいいと思うが、最低限安全性の確保を法的に義務付ける必要があると考える。具体的には処方指示書の提示と発行医療機関への確認は義務付けるべきと考える。

適正使用情報の伝達に関するもの

- 適正な使用必要な情報を提供する事
- コンタクトレンズが高度管理医療機器に認定されている以上は、適正使用されているのかを確認する義務が物販には発生すると認識しています。従って、確実に購入者本人が使用しているのかも判断できない、インターネット販売には法規制の強化が必要。

禁止の要望に関するもの

- 重篤な眼障害の原因となる可能性が非常に大きいので、全面禁止すべきである。
- コンタクトレンズは対面販売を原則とし、インターネット販売は禁止すべき。(＊)
- コンタクトレンズのインターネット販売は止めた方がよい。

度数なしカラーコンタクトレンズに関するもの

- カラーCL (±0.00D) の CL 規制化。

その他

- うつ手はないのではないのでしょうか。
- 販売許可制度（申請制あるいは免許制）の導入
- 高度管理医療責任者の義務付け
- 譲受譲渡記録の整備（確認）
- ネット通販の規制を検討する前に、現在の眼科の処方箋の発行が患者の求めに対して適切に行われているかを検討すべきである。隣接する販売店で買わないのなら処方箋を発行しないとされ消費者（患者）は購入先も選べない事が大きな問題だ。

【法規制を緩和すべき点】

- 医師が介在すれば進歩、発展、向上がない
- 指示書の有効期間の設定により、医と販売を分離する。（指示書があれば販売は可能）
- 眼の健康や安全がネット通販だから保てないと考えるのは可笑しい。管理手帳でも本人が了解のもとであれば販売すべきであり、本人の自己管理を尊重すべきである。正しい使用方法についての啓蒙については規制を強化すべきだ（眼科・メーカー・販売店）。

●インターネット販売（個人輸入代行）に対する意見

インターネット販売（国内通販）に対し、何らかの法規制の強化、緩和を行うとしたら、具体的にどのような点が考えられるか。

【法規制を強化すべき点】

内容を分類・整理した。複数の分類にまたがる回答は、それぞれに記載した（*印）。

対面販売に関するもの

- 海外から個人が個人的に使用するために輸入することは個人の責任において自由であるが、その個人輸入を代行することは、未承認の高度管理医療機器の輸入を生業として助長することになり、大変危険である。国民の安全が担保されていない。禁止とすべきと考える。国内での承認済みのコンタクトレンズインターネット販売に関しては、現状に加え、初回対面販売を義務付けることが望ましい。
- インターネットに限らずコンタクトレンズの販売時の処方確認（処方箋受領）を法制化すべきと考える。そして特にインターネットでの販売時の処方の確認を徹底するための何らかの確実な認証方法を考えるべきである。その際、FAXでは処方箋の再使用、偽造などが起きることが考えられるので他の方法、例えば郵送、眼科施設への確認などを義務付け、それができないインターネット販売は規制すべきであると考え。そうすることにより対面販売が原則となり、インターネット販売は減ると考える。（*）
- 対面販売のみを許可とする。
- 対面販売を義務付ける

処方箋に関するもの

- インターネットに限らずコンタクトレンズの販売時の処方確認（処方箋受領）を法制化すべきと考える。そして特にインターネットでの販売時の処方の確認を徹底するための何らかの確実な認証方法を考えるべきである。その際、FAXでは処方箋の再使用、偽造などが起きることが考えられるので他の方法、例えば郵送、眼科施設への確認などを義務付け、それができないインターネット販売は規制すべきであると考え。そうすることにより対面販売が原則となり、インターネット販売は減ると考える。（*）
- 同様にインターネット販売（輸入代行）も安全性の確保がなされていない。最低限安全性の確保を法的に義務付ける必要があると考える。具体的には処方指示書の提示と発行医療機関への確認は義務付けるべきと考える。また本来個人輸入の主旨からすれば、購入数量が制約されるべきものが野放しになっているのが実態である。購入数量が制限されていることを明示することを義務付けるべきと考える。
- 国内販売はもとより個人輸入に対しても、医師の処方箋を義務付けるべきである。
- 度数〇のようなカラーコンタクトの通販を行わず、屈折異常のレンズのみ、処方箋に基づき販売可能となるよう法制化する。

適正使用情報の伝達に関するもの

- 適正な使用に必要な情報を提供する事
- 基本的に国内販売と同じ。取説、添付文書は輸入国の言語に訳し提供する。

禁止の要望に関するもの

- 全面禁止
- コンタクトレンズのインターネット販売は止めた方がよい。
- 個人輸入代行の禁止
- CL、つまり医療用具は、個人輸入代行に規制をかけるべき！
- 重篤な眼障害の原因となる可能性が非常に大きいので、全面禁止すべきである。
- 医師以外のコンタクトレンズ個人輸入は禁止すべき。

その他

- 関税を課すなど、個人輸入のコストが大きくなる仕組みの構築
- 高度管理医療責任者の義務付け
- ネット通販の規制を検討する前に、現在の眼科の処方箋の発行が患者の求めに対して適切に行われているかを検討すべきである。隣接する販売店で買わないのなら処方箋を発行しないと云われ消費者（患者）は購入先も選べない事が大きな問題だ。

【法規制を緩和すべき点】

- 医師が介在すれば進歩、発展、向上がない
- 眼の健康や安全がネット通販だから保てないと考えるのは可笑しい。管理手帳でも本人が了解のもとであれば販売すべきであり、本人の自己管理を尊重すべきである。正しい使用方法についての啓蒙については規制を強化すべきだ（眼科・メーカー・販売店）。

自由記入欄における意見、その他の情報

●インターネット販売（国内通販）についての意見

- 医療用具であると言う教育・認識が既になりに等しい現状。今後の改善・規制は非常にむずかしいと考える。
- インターネット販売は非常に危険です。眼科隣接の販売店であれば、眼の状態や定期検査の有無などで、販売を制限できますし、アドバイスもできますが、現在のインターネット販売の状況は、あくまでも個人の意思に基づいています。高度医療管理機器であるのに、このような野放しの状態はおかしいと思います。
- 一方でコンタクトを高度医療機器（クラス3）として位置づけながら、他方でインターネット販売を黙認するのは矛盾している。インターネット販売を緩和すると必ず眼障害が増加し、問題が大きくなりかえって消費者の不安をあおることになる。日本人の国民性に合わないと思われるので規制すべきと考える。
- 対面販売ができないのでコンタクトレンズのインターネット販売は止めた方がよい。
- 販売チャンネルがインターネットだからと言っても現行の薬事法を遵守していれば店頭対面販売に比較して消費者が著しく不利益をこうむるほどリスクが高いとは思えず問題ない。新たな規制の必要は無いと考える。
- 結論を先に言えば、現状のような医師の処方確認が不明確な販売は、中止すべきです。コンタクトレンズは、先般の薬事法改正においてクラス3になり高度医療機器の扱いになりました。この業界においては、流通上のグレーゾーンが多くあり私の予測していたことは、高度医療機器になることで安全性重視の方向で、法整備がされるものと思っていました。しかしながら流通上の課題に対しては、新たな法規制が行われませんでした。当たり前のことですが、どの業界においても明確なルールが必要で、継続的な発展のためには不可欠です。「医師の処方に基づいての販売」とは何かを明確に定めるべきです。ここが明確になれば自ずとインターネット販売などのガイドラインも出来てきます。インターネット販売の規模は、年々拡大しているとの報告があります。アメリカのように明確な法規制があればいいのですが、現状（日本）のような販売が拡大していけば、今でも問題になっているユーザーのコンプライアンスは間違いなく低下し、安全性が問題になってくるはずで、今回の調査をスタートとして、流通に関する法整備を進めてもらいたいと願っています。
- 2006年度の診療報酬改訂後、コンタクトレンズ市場ではインターネット販売や所謂箱売りが増加していると聞いているが、2008年度の診療報酬改訂の影響からコンタクトレンズ診療所の減少や自由診療による検査料金の値上げが行なわれることになると、これらの販売は更に増加すると考えられる。コンタクトレンズ等、1,500万人を超える一般需要者が頻繁に使用する医療機器の販売については裁量行政による販売指導等の曖昧な政策では、需要者・供給者共に混乱を招くのみであることを厚生労働省は認識すべきである。インターネット販売等という局所的な販売形態を捉えるのではなく、コンタクトレンズ業界全体の公正化・安全確保のためのフレームを考慮した政策を講じるべきである。特に、診療報酬改訂後の市場の変化について解釈するならば、インターネットや所謂箱売りの増加はコンタクトレンズ診療報酬改訂を要因として需要者が志向した結果であり、コンタクトレンズ診療を規制し販売を野放しにするという跛行政策の所産である。もし、このような販売方法の受容者が市場で増加し続けるならば、明確なルールを定めない限り、多くの供給側もこれに対応しなければ経営を維持することが困難になることは容易に予測される。事実として、2008年度の診療報酬改訂を要因としてインターネット販売や所謂箱売りが拡大し、既存市場を駆逐するであろうことを想定してその準備に取り掛かっている店舗及び既に実施している店舗は多数存在している。我々も例外にはなりえないであろう危機感を持っている。対策として、自主規制や裁量指導という非普遍的な基準は何ら効力をもたないし（既にそのような政策が通用する段階は終わっている）、使用者（国民）が納得できる仕組みでなければ反発を受けるのみであろうため、厚生労働省・公正取引委員会等による多面的見地からの制定が求められるのでは

ないか。そのような意味では、米国や英国のコンタクトレンズ販売システムの考え方を取り入れ、法令レベルでコンタクトレンズの診療と販売に関する機能的で合理的なシステムを導入することが、インターネット販売をも網羅した諸問題の早期解決になると考える。

- 医師、又は眼科の発行する処方箋（CL 指示書）の簡易な基本形式や、その最低限の内容を取り決めてほしい。例：CL 名、BC、P、C、AX、ADD、DIA、有効期間、発行者（印）
- 禁止すべきである。どんな些細な事でも社会的通念と責任が必要である。
- 販売実態がつかめないのがインターネット販売のひとつの特徴になると思う。まずは、実態を把握できる仕組みの構築が必要だと思われる。
- 処方確認のルール化、適正使用情報の伝達の徹底が可能であれば、販売方法の一形態として認められるべきではないか。
- アメリカでは、コンタクトレンズ処方箋に従った販売が義務付けられているが、日本では、その法律がないのは非常に矛盾している。医師の診察なしで購入を勧めているようなものです。国民の健康を守るとしながら医療費を削減するために、インターネット販売を公認する厚生労働省はいかがなものでしょうか。
- 厳しく指導すべきである。
- 高度管理医療用具として考えれば、好ましいとは思えない。
- 最近は異業種（酒販売等？）の参入も噂されており、CL がオマケとして扱われている。
- 高度管理医療機器としての安全性（というよりイメージも含め）が担保されておらず、罰則等による取締を望む。
- 高度管理医療機器として使用者の安全性を保証できない
- 未だに、全国の 80%（2007 年当社が全国の眼科に電話聞きとり調査）以上の眼科は患者からのコンタクトの処方箋だけ欲しいと言う要望を拒否し続けている。過去に公取から注意を受けているにもかかわらず、このような行為を改めようとしな。患者の権利を奪う行為を行いながら、ネット販売に法規制をかける考えなら患者（消費者）の不利益を正す事が先決問題だ。

●インターネット販売（個人輸入代行）に対する意見

- 医療用具であると言う教育・認識が既になりに等しい現状。今後の改善・規制は非常にむずかしいと考える。
- 問題が生じた場合に責任をどうとるかなどを考えると止めた方がよい。
- 輸入に際しての責任が使用者個人にあることが明確となっていれば問題ない。新たな規制の必要は無いと考える。
- 上の意見と同じ考えです。しかし、こちらの現状は非常に問題があると思います。個人輸入代行と言いながら、実態は「未承認レンズの販売」が大半ですので早急に取り締りを強化し輸入量を激減させるべきです。
- 個人輸入代行は、国内通販で取り扱えないアイテムを販売することを主な目的として未承認医療機器を販売する点において、正当な販売形態ではないと考える。また、不具合発生時に消費者が被る不利益も大きいと考えられるため全面的に禁止すべきである。
- CL は、高度医療に認定されている以上、輸入代行に関しては特別な規制を設けるべき。
- 禁止すべきである。どんな些細な事でも社会的通念と責任が必要である。
- 製品の IN と OUT を正確に把握するのが困難のため、現状が続いていくだろうと思われる。
- 国内未承認商品の流通や正規代理店以外からの流通は禁止すべき
- 箱数制限があるにもかかわらず違法に輸入されているのはおかしいと考えます。
- 厳しく指導すべきである。

- 基本的に業としての販売を禁止すべき（その方法の有無は分からないが）
- 高度管理医療機器として使用者の安全性を保証できない
- 個人輸入代行は処方箋不要がうたい文句になっている点が大きな問題だ。個人輸入代行は正体を隠したがるメーカーが言っている。消費者がトラブルにあった時に、誰が消費者の面倒をみてあげられるか疑問だ。個人輸入代行は広告の規制がある訳で、その点を指導又は規制を強化すべきではないか。

厚生労働科学研究
「コンタクトレンズのインターネット販売のあり方」調査アンケート
【製造販売業者向け】

I. コンタクトレンズの取扱について

Q1. 貴社について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

① 貴社はコンタクトレンズ（機械器具 72 視力補正用レンズ）の取扱がありますでしょうか。

- ある
- ない ⇒ 「Q10 インターネット販売に対するご意見（自由記入）」にお進み下さい
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社では、同一法人内に、装用者にコンタクトレンズを直接販売する高度管理医療機器販売業（以下 小売業）がありますでしょうか？

- ある ⇒ 別途「コンタクトレンズのインターネット販売のあり方」（販売業向けアンケート）についてもお答え下さい。
- ない
- その他（具体的にお答え下さい）

II. CL 販売店との契約等について

本項では、販売店での対面販売でのコンタクトレンズの販売に関して、製造販売業者としての処方の確認、適正使用情報伝達などに関する各種契約内容・要請事項についてお聞きします。回答いただきました内容は、Ⅲ項以降でのインターネット販売の実態と比較する目的で使用いたします。

Q2. CL 販売店に対する処方の確認について、該当するものに印又は回答の記入をお願いします。なお、ここで言う「処方の確認」とは、処方指示書（いわゆる処方せん）などの文書による処方内容の確認だけでなく、電子的な方法など、その他の方法による処方内容の確認も含まれます。

① 貴社は直接取引をしている CL 販売店に対して、処方の確認が適切に行われることを求めていますでしょうか。

- 契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、処方を確認することを求めている
- 要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、処方を確認することを求めている
- 処方を確認することは求めている
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社は代理店（卸業者）を通じて CL 販売店と取引をしている場合、処方の確認が適切に行われることを、代理店（卸業者）を通じて CL 販売店に対して求めていますでしょうか。

- 代理店（卸業者）との契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、CL 販売店が処方を確認することを求めている
- 代理店（卸業者）への要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、CL 販売店が処方を確認することを求めている
- 処方を確認することは求めている
- その他（具体的にお答えください）

③ 貴社が処方の確認を求めている場合、「既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のプリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）」を、文書などによる処方の確認と同様に取り扱っておりますでしょうか。（処方の確認を求めている場合には、回答不要です）

- 「処方適切に確認されている」として取り扱っている
- 「処方適切に確認されていない」として取り扱っている
- その他（具体的にお答え下さい）

Q3. CL 販売店に対する適正使用情報の伝達要請について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

なお、ここで言う「適正使用情報の伝達」とは、薬事法 77 条の 3 の 4（医療機器の販売業者は、医療機器を一般に購入し、又は使用する者に対し、医療機器の適正な使用のために必要な情報を提供するよう努めなければならない）にて規定されていることを指します。具体的には、コンタクトレンズの販売においては、次に掲げることを伝達することとして回答の記入をお願いします。

コンタクトレンズ販売における適正使用情報

- 1) 製品に添付されている添付文書を読むこと
- 2) 装用時間、装用サイクルを守ること
- 3) 取扱い方法を守り正しく使用すること
- 4) 定期検査は必ず受けること
- 5) 少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること

① 貴社は直接取引をしている CL 販売店に対して、適正使用情報の伝達が適切に行われることを求めていますでしょうか。

- 契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 適正使用情報の伝達が行われることは求めている
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社は代理店（卸業者）を通じて CL 販売店と取引をしている場合、適正使用情報の伝達が行われることを、代理店（卸業者）を通じて CL 販売店に対して求めていますでしょうか。

- 代理店（卸業者）との契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、CL 販売店が適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 代理店（卸業者）への要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、CL 販売店が適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 適正使用情報の伝達が行われることは求めている
- その他（具体的にお答えください）

IV. インターネット販売（国内通販）

本項では、インターネット販売の内、国内流通品を販売している国内通販について、お答えください。販売店（対面販売を行う CL 販売店）を持っている販売業者が同時にインターネット販売を行っている場合と販売店を持たないでインターネット販売を行っている場合がありますが、どちらも、インターネット販売に関する部分についてお答えください。但し、装用者が初回対面販売にて購入した後に、処方された期間内のコンタクトレンズをインターネットを通じて分割購入する場合は除き、初回の購入から対面販売を行わないで販売する場合についてお答え下さい。

Q4. インターネット販売（国内通販）している場合における処方の確認について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

① 貴社はインターネット販売（国内通販）においても、処方の確認が適切に行われることを求めていますでしょうか。

- 契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、実店舗と同様に処方を確認することを求めている
- 要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、実店舗と同様に処方を確認することを求めている
- 処方を確認することは求めている
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社は代理店（卸業者）を通じて CL 販売店と取引をしている場合、インターネット販売（国内通販）においても、処方の確認が適切に行われることを、代理店（卸業者）を通じてインターネット販売業者に対して求めていますでしょうか。

- 代理店（卸業者）との契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、CL 販売店が実店舗と同様に処方を確認することを求めている
- 代理店（卸業者）への要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、CL 販売店が実店舗と同様に処方を確認することを求めている
- 処方を確認することは求めている
- その他（具体的にお答えください）

③ インターネット販売（国内通販）する場合の処方の確認方法について、お答え下さい。

- 医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を装用者から入手することで確認している
- 医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を医師から入手することで確認している
- 装用者から入手した処方指示書（いわゆる処方せん）を、発行した医師に確認することを求めている
- その他（具体的にお答え下さい）

④ 貴社が処方の確認を求めている場合、「既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のブリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）」を、文書などによる処方内容の確認と同様に取り扱っておりますでしょうか。（処方の確認を求めている場合には、回答不要です）

- 「処方は適切に確認されている」として取り扱っている
- 「処方は適切に確認されているとはいえない」として取り扱っている
- その他（具体的にお答え下さい）

Q5. インターネット販売（国内通販）における適正使用情報の伝達について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

① インターネット販売（国内通販）においても適正使用情報の伝達が適切に行われることを求めていますでしょうか。

- 契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 適正使用情報の伝達が行われることは求めている
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社は代理店（卸業者）を通じて CL 販売店と取引をしている場合、インターネット販売（国内通販）においても適正使用情報の伝達が行われることを、代理店（卸業者）を通じて CL 販売店に対して求めていますでしょうか。

- 代理店（卸業者）との契約内容（契約書本文あるいはその別紙、覚書等）にて、CL 販売店が適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 代理店（卸業者）への要請書（お願い文書）あるいは口頭にて、CL 販売店が適正使用情報の伝達が行われることを求めている
- 適正使用情報の伝達が行われることは求めている
- その他（具体的にお答えください）

Q6. 貴社と直接取引のない、あるいは代理店（卸店）とも取引のないインターネット販売について、該当するものに印又は回答の記入をお願いします。

<p>① 直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売（国内通販）で、貴社の製品が販売されていることがありますか？</p> <p><input type="checkbox"/> ある</p> <p><input type="checkbox"/> ない ⇒ Q7にお進み下さい</p> <p><input type="checkbox"/> わからない ⇒ Q7にお進み下さい</p> <p><input type="checkbox"/> その他（具体的にお答えください）</p>
<p>② 直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売（国内通販）で、貴社の製品が処方の確認なしに販売されていた場合、どのような対応を取りますか。</p> <p><input type="checkbox"/> 処方の確認を行うよう要請する</p> <p><input type="checkbox"/> 特に何もしない ⇒ Q7にお進み下さい</p> <p><input type="checkbox"/> その他（具体的にお答えください）</p>
<p>③ 直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売（国内通販）で、貴社の製品が処方の確認なしに販売されていた場合、処方の確認は、どのような方法を要請しますか。</p> <p><input type="checkbox"/> 医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を装用者から入手することで確認する</p> <p><input type="checkbox"/> 装用者から入手した処方指示書（いわゆる処方せん）を、発行した医師に確認することを求めている</p> <p><input type="checkbox"/> その他（具体的にお答え下さい）</p>
<p>④ 直接あるいは代理店を通じて管理できないインターネット販売（国内通販）で、適正使用情報の伝達なしに販売されていた場合、どのような対応を取りますか。</p> <p><input type="checkbox"/> 適正使用情報の伝達を行うよう要請する</p> <p><input type="checkbox"/> 特に何もしない ⇒ Q7にお進み下さい</p> <p><input type="checkbox"/> その他（具体的にお答えください）</p>

⑤ 適正使用情報の伝達は、どのような方法を要請しますか？（複数回答可）

- インターネット広告（Web 広告）の中で、適正使用情報が記載されることを求めている
- インターネット広告で、適正使用情報を合意しないと販売できない制限を付けることを求めている
- 製品を送付する際に、適正使用情報を文書で伝達することを求めている
- その他（具体的にお答えください）

V. インターネット販売（個人輸入代行）

本項では、インターネット販売の内、個人輸入代行を行っている場合について、お答えください。ここで言う個人輸入代行業とは、個人からの注文、支払いを国内の代行業者が取りまとめ、海外から製品を直接個人宛てに送付することを指します。

Q7. 貴社の製品のインターネット販売（個人輸入代行）について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

① インターネット販売（個人輸入代行）にて、貴社製品が販売されているでしょうか。

- 販売されている
- 販売されていない ⇒ Q8にお進み下さい
- わからない ⇒ Q8にお進み下さい
- その他（具体的にお答えください）

② インターネット販売（個人輸入代行）にて貴社製品が販売されている場合の販売されている製品についてお答えください。（複数回答可）

- 外箱も含めて日本で販売されている製品と同等の製品
- 外箱は違うが、日本で承認されている製品
- 日本で承認されていない製品
- その他（具体的にお答え下さい）

③ 処方の確認を求めていること、適正使用情報の伝達が不十分であることなどに対し、何か対策を取っていますか。（複数回答可）

- 何も対策を取っていない
- 処方の確認を行うよう要請している
- 適正使用情報の伝達を行うよう要請している
- その他（具体的にお答え下さい）

④ インターネット販売（個人輸入代行）を通じて購入した製品で、品質上のクレームが貴社にあった場合の対応についてお答え下さい。

- 国内流通品でのクレームと同様の対応をしている（原則、返品交換に応じている）
- 個人輸入業者あるいは海外販売者に対して対応を求めるよう返答している（原則、返品交換に応じていない）
- その他（具体的にお答え下さい）

⑥ インターネット販売（個人輸入代行）全般に対して何か対策をとっていますか。（複数回答可）

- 何も対策を取っていない
- 不適切な広告を是正するよう求めている
- 発送国から日本に製品が送品されないよう対策をとっている
- その他（具体的にお答え下さい）

VI. インターネット販売に対するご意見、その他の情報

本項では、インターネット販売（国内通販、個人輸入代行の両方）に対する、皆様のご意見、情報を自由にお聞かせください。今後の研究班での参考とさせていただきます。

Q8. インターネット販売（国内通販）に対して

① 貴社の製品の国内販売の内、どの程度の量がインターネット販売（国内通販）で販売されていると推察しますか。

- インターネット販売（国内通販）されていない
- インターネット販売（国内通販）されているが、流通量はわからない
- 具体的に、全販売量に対する割合あるいは金額についてお答えください（推計で結構です）

② インターネット販売（国内通販）に対し、何らかの法規制の強化、緩和を行うとしたら、具体的にどのような点が考えられますか。

【法規制を強化すべき点】

【法規制を緩和すべき点】

Q9. インターネット販売（個人輸入代行）に対して

① どの程度の量がインターネット販売（個人輸入代行）で販売されていると推察しますか。

- インターネット販売（個人輸入代行）されていない
- インターネット販売（個人輸入代行）されているが、流通量はわからない
- 具体的に、全販売量に対する割合あるいは金額についてお答えください（推計で結構です）

③ インターネット販売（個人輸入代行）に対し、何らかの法規制の強化、緩和を行うとしたら、具体的にどのような点が考えられますか。

【法規制を強化すべき点】

【法規制を緩和すべき点】

Q10. その他のご意見がございましたらお知らせ下さい。

① インターネット販売（国内通販）について、ご意見がありましたらお聞かせ下さい。

② インターネット販売（個人輸入代行）に対し、ご意見がありましたらお聞かせ下さい。

ご記入いただいた情報は、厚生労働科学研究「医療機器の販売等に係わる効果的なリスクマネジメント手法に関する研究」の「インターネット販売のあり方」の調査研究目的以外には使用しません。また、アンケートの集計結果については、当該研究の年次報告書にて公開されます。



ご協力ありがとうございました。

本アンケートの返信については、電子メールにて、日本コンタクトレンズ協会事務局宛にお送り下さいますようお願い申し上げます。

厚生労働科学研究
「コンタクトレンズのインターネット販売のあり方」調査アンケート
【販売業者向け】

I. コンタクトレンズのインターネット販売の有無について

本項では、インターネット販売（国内通販、個人輸入代行）の有無についてお聞きします。但し、装用者が初回実店舗において対面販売にて購入した後に、処方された期間内のコンタクトレンズをインターネットを通じて分割購入する場合は除き、初回の購入から対面販売を行わないで販売するインターネット販売と定義してお答え下さい。

Q1. 貴社について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

④ 貴社はコンタクトレンズ（機械器具72 視力補正用レンズ）のインターネット販売を行っておりますでしょうか。

行っている

行っていない ⇒ Q2, Q3, Q7, Q8, Q9についてお答えください。

その他（具体的にお答えください）

II. 販売店での対面販売について

本項では、販売業者の販売店（以下 販売店）における対面販売でのコンタクトレンズの販売に関してお聞きします。回答いただきました内容は、Ⅲ項以降でのインターネット販売の実態と比較する目的で使用いたします。

Q2. 販売店にて対面販売する場合の処方の確認について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。なお、ここで言う「処方の確認」とは、処方指示書（いわゆる処方せん）などの文書による処方内容の確認だけでなく、電子的な方法など、その他の方法による処方内容の確認も含まれます。

① 貴社是对面販売の際に、通常、処方の確認を行っておりますでしょうか。

- 処方の確認を行っている
- 処方の確認を行っていない
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社が処方の確認を行っている場合、「既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のプリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）」を、文書などによる処方の確認と同様に取り扱っておりますでしょうか。（処方の確認を求めている場合には、回答不要です）

- 「処方は適切に確認されている」として取り扱っている
- 「処方は適切に確認されているとはいえない」として取り扱っている
- その他（具体的にお答え下さい）

Q3. 販売店にて対面販売する場合の、適正使用情報の伝達要請について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

なお、ここで言う「適正使用情報の伝達」とは、薬事法77条の3の4（医療機器の販売業者は、医療機器を一般に購入し、又は使用する者に対し、医療機器の適正な使用のために必要な情報を提供するよう努めなければならない）にて規定されていることを指します。具体的には、コンタクトレンズの販売においては、次に掲げることを伝達することとして回答の記入をお願いします。

コンタクトレンズ販売における適正使用情報

- 6) 製品に添付されている添付文書を読むこと
- 7) 装用時間、装用サイクルを守ること
- 8) 取扱い方法を守り正しく使用すること
- 9) 定期検査は必ず受けること
- 10) 少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること

① 貴社是对面販売の際に、通常、適正使用情報の伝達を行っておりますでしょうか。

- 適正使用情報の伝達を行っている
- 適正使用情報の伝達を行っていない
- その他（具体的にお答えください）

- ◆ 貴社において、インターネット販売を行っていない場合には、Q 9 までお進み下さい。
- ◆ インターネット販売の内、国内通販を行っている場合には、「IV. インターネット販売（国内通販）」についてお答え下さい。
- ◆ インターネット販売の内、個人輸入代行を行っている場合には、「V. インターネット販売（個人輸入代行）」についてお答え下さい

IV. インターネット販売（国内通販）

本項では、インターネット販売の内、国内流通品を販売している国内通販について、お答えください。但し、装用者が初回販売店において対面販売にて購入した後に、処方された期間内のコンタクトレンズをインターネットを通じて分割購入する場合は除き、初回の購入から対面販売を行わないで販売するをインターネット販売と定義してお答え下さい。

Q4. インターネット販売（国内通販）する場合の処方の確認について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。なお、ここで言う「処方の確認」とは、処方指示書（いわゆる処方せん）などの文書による処方内容の確認だけでなく、電子的な方法など、その他の方法による処方内容の確認も含まれます。

① 貴社はインターネット販売（国内通販）の際に、通常、処方の確認を行っておりますでしょうか。

- 処方の確認を行っている
- 処方の確認を行っていない
- その他（具体的にお答えください）

② 貴社が処方の確認を行っている場合、処方の確認方法についてお答え下さい。

- 医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を装用者から入手することで確認している
- 医師からの処方指示書（いわゆる処方せん）を医師から入手することで確認している

- 装用者から入手した処方指示書（いわゆる処方せん）を、発行した医師に再度確認している
- その他（具体的にお答え下さい）

② 貴社が処方の確認を行っている場合、「既装用者が現在使用しているコンタクトレンズの規格を、口頭あるいは製品のプリスター（個装）、外箱を提示することで、処方を確認すること（いわゆる箱売り）」を、文書などによる処方の確認と同様に取り扱いしておりますでしょうか。（処方の確認を求めている場合には、回答不要です）

- 「処方は適切に確認されている」として取り扱っている
- 「処方は適切に確認されていない」として取り扱っている
- その他（具体的にお答え下さい）

Q5. インターネット販売（国内通販）する場合の、適正使用情報の伝達要請について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

なお、ここで言う「適正使用情報の伝達」とは、薬事法77条の3の4（医療機器の販売業者は、医療機器を一般に購入し、又は使用する者に対し、医療機器の適正な使用のために必要な情報を提供するよう努めなければならない）にて規定されていることを指します。具体的には、コンタクトレンズの販売においては、次に掲げることを伝達することとして回答の記入をお願いします。

コンタクトレンズ販売における適正使用情報

- 1 1) 製品に添付されている添付文書を読むこと
- 1 2) 装用時間、装用サイクルを守ること
- 1 3) 取扱い方法を守り正しく使用すること
- 1 4) 定期検査は必ず受けること
- 1 5) 少しでも異常を感じたら直ちに眼科医の検査を受けること

① 貴社はインターネット販売（国内通販）する際に、通常、適正使用情報の伝達を行っておりますでしょうか。

- 適正使用情報の伝達を行っている
- 適正使用情報の伝達を行っていない
- その他（具体的にお答えください）

V. インターネット販売（個人輸入代行）

本項では、インターネット販売の内、個人輸入代行を行っている場合について、お答えください。ここで言う個人輸入代行業とは、個人からの注文、支払いを国内の代行業者が取りまとめ、海外から製品を直接個人宛てに送付することを指します。

Q6. 貴社の製品のインターネット販売（個人輸入代行）について、該当するものに☑印又は回答の記入をお願いします。

<p>① 処方の確認を求めていること、適正使用情報の伝達が不十分であることなどに対し、何か対策を取っていますか。（複数回答可）</p> <p><input type="checkbox"/> 何も対策を取っていない</p> <p><input type="checkbox"/> 処方の確認を行うよう要請している</p> <p><input type="checkbox"/> 適正使用情報の伝達を行うよう要請している</p> <p><input type="checkbox"/> その他（具体的にお答え下さい）</p>
<p>② インターネット販売（個人輸入代行）を通じて販売した製品で、品質上のクレームが貴社にあった場合の対応についてお答え下さい。</p> <p><input type="checkbox"/> 国内流通品でのクレームと同様の対応をしている（原則、返品交換に依拠している）</p> <p><input type="checkbox"/> 海外販売者に対して対応を求めるよう返答している（原則、返品交換に依拠していない）</p> <p><input type="checkbox"/> その他（具体的にお答え下さい）</p>

Ⅵ. インターネット販売に対するご意見、その他の情報

本項では、インターネット販売（国内通販、個人輸入代行の両方）に対する、皆様のご意見、情報を自由にお聞かせください。今後の研究班での参考とさせていただきます。

Q7. インターネット販売（国内通販）に対して

<p>① インターネット販売（国内通販）に対し、何らかの法規制の強化、緩和を行うとしたら、具体的にどのような点が考えられますか。</p> <p>【法規制を強化すべき点】</p> <p>【法規制を緩和すべき点】</p>

Q8. インターネット販売（個人輸入代行）に対して

① インターネット販売（個人輸入代行）に対し、何らかの法規制の強化、緩和を行うとしたら、具体的にどのような点が考えられますか。

【法規制を強化すべき点】

【法規制を緩和すべき点】

Q9. その他のご意見がございましたらお知らせ下さい。

① インターネット販売（国内通販）について、ご意見がありましたらお聞かせ下さい。

② インターネット販売（個人輸入代行）に対し、ご意見がありましたらお聞かせ下さい。

ご記入いただいた情報は、厚生労働科学研究「医療機器の販売等に係わる効果的なリスクマネジメント手法に

関する研究」の「インターネット販売のあり方」の調査研究目的以外には使用しません。また、アンケートの集計結果については、当該研究の年次報告書にて公開されます。



ご協力ありがとうございました。

ご記入戴きましたアンケート結果のご返信については、
本アンケートを電子メール受取られた方は、電子メールにて、
本アンケートを郵便で受取られた方は、返信用封筒にて、
日本コンタクトレンズ協会事務局宛にご返信下さいますよう
お願い申し上げます。

