

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

医薬品価格調査（販売業者用調査票）

（2年ごとに行う本調査（以下「本調査」という。）及びその中間年に必要に応じて行う調査（以下「中間年調査」という。）から構成される。）

2 調査の目的

市場実勢価格調査に基づき決定することとされている医療用医薬品の「使用薬剤の薬価（薬価基準）」（厚生労働省告示）の改定の基礎資料等を得ることを目的とする。

3 調査対象の範囲

（1）地域的範囲（☒全国 ☐その他）

（2）属性的範囲（☐個人 ☐世帯 ☒事業所 ☐企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☐その他）

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号。以下「薬機法」という。）第34条第1項の規定に基づく医薬品の卸売販売業の許可を受けている事業所のうち、実際に病院、診療所（歯科診療所を含む。）及び保険薬局に医療用医薬品を販売している医薬品卸売販売業の許可を受けている事業所

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

（1）報告者数

ア 本調査

約6,500

イ 中間年調査

約4,400（母集団の大きさ：約6,500）

（2）報告者の選定方法

ア 本調査（☒全数 ☐無作為抽出（☐全数階層あり）☐有意抽出）

前記3（2）に記載した事業所の名簿を作成するための調査（客体精密化調査^{（注）}）を都道府県に依頼し、当該調査において精査された名簿を使用し、当該名簿に登載された全ての事業所を対象にする。

（注）客体精密化調査とは、都道府県等が把握している薬機法に基づく許可又は届出がなされた販売業者の名簿（客体名、住所等）と前回調査で使用した名簿を突合させ、開設・廃止等を反映することや、医療用医薬品を取り扱っている事業者であるか、医薬品の取引が帳

簿上だけの卸売販売業としての実態がない事業者ではないか等を反映する調査である。

イ 中間年調査（☐全数 ☒無作為抽出（☐全数階層あり） ☒有意抽出）

前記アと同様の方法で作成した名簿を使用し、大手の卸売販売業者が加盟する（一社）日本医薬品卸業連合会の加盟各社の事業所とその他の事業所を区別した上で、都道府県別に層化し、それぞれの層について、母集団の2／3になるように事業所を無作為に抽出する。

ただし、生薬や放射性医薬品等の品目については、特定の事業所のみが扱っている場合があるため、報告者を有意抽出する。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（1） 報告を求める事項

薬価基準に収載されている全医薬品（経過措置品目は除く。）のうち、後記（2）の期間に実際に販売した医薬品の価格、数量及び販売先等（未妥結の場合は数量及び販売先等）

〔集計しない事項の有無〕 無☐ 有☒

法人番号は、事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

（2） 基準となる期日又は期間

ア 本調査

令和5年9月1か月間

イ 中間年調査

令和6年9月1か月間

6 報告を求めるために用いる方法

（1） 調査系統

調査票の配布：厚生労働省－民間事業者－報告者

調査票の収集：（郵送・電子メール）報告者－民間事業者－厚生労働省
（政府統計共同利用システム）報告者－厚生労働省

（2） 調査方法

☒郵送調査 ☒オンライン調査（☒政府統計共同利用システム ☐独自のシステム ☒電子メール）

☐調査員調査 ☐その他（ ）

〔調査方法の概要〕

厚生労働省から業務を受託した民間事業者を介して報告者に対し調査票（紙媒体及び電子媒体

(CD-R等)) を郵送で配布する。

取集は、報告者から民間事業者を介して厚生労働省に郵送や電子メールにより提出する方法、又は、政府統計共同利用システムで回答する方法による。

(企業の本社等で複数の事業所のデータを集中して管理している場合など、本社等において複数の報告者分を一括して郵送してもよい。)

民間事業者については、調査票等の配布・取集・督促・審査業務等を行う。

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

ア 本調査

☐ 1 回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☐ 1 年 ☒ 2 年 ☐ 3 年 ☐ 5 年 ☐ 不定期 ☐ その他 ()

(1 年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：令和 3 年)

イ 中間年調査

☒ 1 回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☐ 1 年 ☐ 2 年 ☐ 3 年 ☐ 5 年 ☐ 不定期 ☐ その他 ()

(1 年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

ア 本調査

令和 5 年 9 月中旬～10 月下旬

イ 中間年調査

令和 6 年 9 月中旬～10 月下旬

8 集計事項

別添集計事項一覧のとおり

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別 (☐ 全部公表 ☒ 一部非公表 ☐ 全部非公表)

一部非公表の理由は以下のとおり。

当該調査の回答に含まれる情報は、報告者にとって機密性の高い情報であるため、内部資料として使用し、公表しない(ただし、調査結果に基づいて算出した投与形態別及び薬効別の平均乖離率の一部について調査実施年の 12 月までに、投与形態別及び薬効別の金額割合、数量割合及び後発品使用割合等の一部について調査実施年の翌年 3 月までに厚生労働省 HP 及び e-Stat において公表する。)。

(2) 公表の方法 (■e-Stat □インターネット (e-Stat 以外) □印刷物 □閲覧)

(3) 公表の期日

上記(1)のとおり。

10 使用する統計基準等

□使用する→□日本標準産業分類 □日本標準職業分類 □その他 ()

■使用しない

本調査は、病院、診療所（歯科診療所を含む。）及び保険薬局に医療用医薬品を販売している医薬品卸売販売業の許可を受けている事業所を対象とした調査であり、調査対象の範囲の画定及び集計結果の表示に、統計基準を用いる余地が小さいことから、いずれの統計基準も使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

(1) 調査票情報の保存期間

- ・記入済み調査票 1年
- ・調査票情報の内容を記録した電磁的記録媒体 常用

(2) 保存責任者

厚生労働省医政局医薬産業振興・医療情報企画課長

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

医薬品価格調査（医療機関用調査票）

（2年ごとに行う本調査（以下「本調査」という。）及びその中間年に必要に応じて行う調査（以下「中間年調査」という。）から構成される。）

2 調査の目的

市場実勢価格調査に基づき決定することとされている医療用医薬品の「使用薬剤の薬価（薬価基準）」（厚生労働省告示）の改定の基礎資料等を得ることを目的とする。

3 調査対象の範囲

（1）地域的範囲（☒全国 ☐その他）

（2）属性的範囲（☐個人 ☐世帯 ☒事業所 ☐企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☐その他）

病院、診療所（歯科診療所を除く。）

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

（1）報告者数

ア 本調査

病院 約400（母集団の大きさ 約8,100）

診療所 約530（母集団の大きさ 約105,300）

イ 中間年調査

病院 約200（母集団の大きさ 約8,100）

診療所 約260（母集団の大きさ 約105,300）

（2）報告者の選定方法

ア 本調査（☐全数 ☒無作為抽出（☐全数階層あり） ☐有意抽出）

医療施設基本ファイル^{（注）}を基に、都道府県別、病院・診療所の別に層化し、報告者数については、病院については母集団の1/20、診療所については母集団の1/200になるように医療機関を無作為に抽出する。

（注）医療施設基本ファイルとは、医療施設調査（静態調査）の調査結果名簿を基に、同調査の動態調査により把握した医療施設の開設・廃止等の状況を反映させた医療施設に係る名簿である。

イ 中間年調査（☐全数 ☒無作為抽出（☐全数階層あり） ☐有意抽出）

医療施設基本ファイルを基に、都道府県別、病院・診療所の別に層化し、病院については母集団の1/40、診療所については母集団の1/400になるように医療機関を無作為に抽出する。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（1） 報告を求める事項

薬価基準に収載されている全医薬品（経過措置品目は除く。）のうち、後記（2）の期間に実際に購入した医薬品の金額、数量及び購入先の卸売販売業者名等（なお、紙媒体の調査票においては、医薬品の品名、規格、容量も調査する。ただし医薬品コード等を記載した場合を除く。）

[集計しない事項の有無] 無☐ 有☒

法人番号は、事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

購入先の卸売販売業者情報は、販売業者用調査票により得られたデータとの照合に当たってキー情報として用いるものであり、集計は行わない。

（2） 基準となる期日又は期間

ア 本調査

令和5年9月1か月間

イ 中間年調査

令和6年9月1か月間

6 報告を求めるために用いる方法

（1） 調査系統

調査票の配布：厚生労働省－民間事業者－報告者

調査票の収集：（郵送・電子メール）報告者－民間事業者－厚生労働省

（政府統計共同利用システム）報告者－厚生労働省

（2） 調査方法

☒郵送調査 ☒オンライン調査（☒政府統計共同利用システム ☐独自のシステム ☒電子メール）

☐調査員調査 ☐その他（ ）

[調査方法の概要]

厚生労働省から業務を受託した民間事業者を介して報告者に対し調査票（紙媒体及び電子媒体

(CD-R)) を郵送で配布する。

取集は、報告者から民間事業者を介して厚生労働省に郵送や電子メールにより提出する方法、又は、政府統計共同利用システムで回答する方法による。

民間事業者については、調査票等の配布・取集・督促・審査業務等を行う。

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

ア 本調査

☐ 1回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☐ 1年 ☒ 2年 ☐ 3年 ☐ 5年 ☐ 不定期 ☐ その他 ()

(1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：令和3年)

イ 中間年調査

☒ 1回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☐ 1年 ☐ 2年 ☐ 3年 ☐ 5年 ☐ 不定期 ☐ その他 ()

(1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

ア 本調査

令和5年9月中旬～10月下旬

イ 中間年調査

令和6年9月中旬～10月下旬

8 集計事項 別添集計事項一覧のとおり

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別 (☐ 全部公表 ☐ 一部非公表 ☒ 全部非公表)

全部非公表の理由は以下のとおり。

本調査の回答に含まれる情報は、報告者にとって機密性の高い情報であるため、内部資料として使用し、公表しない。

(2) 公表の方法 (☐ e-Stat ☐ インターネット (e-Stat以外) ☐ 印刷物 ☐ 閲覧)

(3) 公表の期日

10 使用する統計基準等

☐ 使用する→☐ 日本標準産業分類 ☐ 日本標準職業分類 ☐ その他 ()

☒ 使用しない

本調査は、医療機関を対象とした調査であり、調査対象の範囲の画定及び集計結果の表示に、統計基準を用いる余地が小さいことから、いずれの統計基準も使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

(1) 調査票情報の保存期間

- ・記入済み調査票 1年
- ・調査票情報の内容を記録した電磁的記録媒体 常用

(2) 保存責任者

厚生労働省医政局医薬産業振興・医療情報企画課長

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

医薬品価格調査（保険薬局用調査票）

（2年ごとに行う本調査（以下「本調査」という。）及びその中間年に必要に応じて行う調査（以下「中間年調査」という。）から構成される。）

2 調査の目的

市場実勢価格調査に基づき決定することとされている医療用医薬品の「使用薬剤の薬価（薬価基準）」（厚生労働省告示）の改定の基礎資料等を得ることを目的とする。

3 調査対象の範囲

（1）地域的範囲（☒全国 ☐その他）

（2）属性的範囲（☐個人 ☐世帯 ☒事業所 ☐企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☐その他）

保険薬局

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

（1）報告者数

ア 本調査

約1,030（母集団の大きさ 約62,000）

イ 中間年調査

約520（母集団の大きさ 約62,000）

（2）報告者の選定方法（☐全数 ☒無作為抽出（☐全数階層あり） ☐有意抽出）

ア 本調査

医療費の動向調査ファイルを基に都道府県別に層化し、1／60の保険薬局を無作為に抽出する。

イ 中間年調査

医療費の動向調査ファイルを基に都道府県別に層化し、1／120の保険薬局を無作為に抽出する。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（1）報告を求める事項

薬価基準に収載されている全医薬品（経過措置品目は除く。）のうち、後記（2）の期間に実

際に購入した医薬品の金額、数量及び購入先の卸売販売業者名等（なお、紙媒体の調査票においては、医薬品の品名、規格、容量も調査する。ただし医薬品コード等を記載した場合を除く。）

〔集計しない事項の有無〕 無 ☐ 有 ☒

法人番号は、事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

購入先の卸売販売業者情報は、販売業者用調査票により得られたデータとの照合に当たってキー情報として用いるものであり、集計は行わない。

（２）基準となる期日又は期間

ア 本調査

令和５年９月１か月間

イ 中間年調査

令和６年９月１か月間

６ 報告を求めるために用いる方法

（１）調査系統

調査票の配布：厚生労働省－民間事業者－報告者

調査票の取集：（郵送・電子メール）報告者－民間事業者－厚生労働省

（政府統計共同利用システム）報告者－厚生労働省

（２）調査方法

☒ 郵送調査 ☒ オンライン調査（☒ 政府統計共同利用システム ☐ 独自のシステム ☒ 電子メール）

☐ 調査員調査 ☐ その他（ ）

〔調査方法の概要〕

厚生労働省から業務を受託した民間事業者を介して報告者に対し調査票（紙媒体及び電子媒体（CD-R））を郵送で配布する。

取集は、報告者から民間事業者を介して厚生労働省に郵送や電子メールにより提出する方法、又は、政府統計共同利用システムで回答する方法による。

民間事業者については、調査票等の配布・取集・督促・審査業務等を行う。

７ 報告を求める期間

（１）調査の周期

ア 本調査

☐ 1回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☐ 1年 ☒ 2年 ☐ 3年 ☐ 5年 ☐ 不定期 ☐ その他 ()

(1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：令和3年)

イ 中間年調査

☒ 1回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☐ 1年 ☐ 2年 ☐ 3年 ☐ 5年 ☐ 不定期 ☐ その他 ()

(1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

ア 本調査

令和5年9月中旬～10月下旬

イ 中間年調査

令和6年9月中旬～10月下旬

8 集計事項 別添集計事項のとおり

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別 (☐ 全部公表 ☐ 一部非公表 ☒ 全部非公表)

全部非公表の理由は以下のとおり。

本調査の回答に含まれる情報は、報告者にとって機密性の高い情報であるため、内部資料として使用し、公表しない。

(2) 公表の方法 (☐ e-Stat ☐ インターネット (e-Stat 以外) ☐ 印刷物 ☐ 閲覧)

(3) 公表の期日

10 使用する統計基準等

☐ 使用する→☐ 日本標準産業分類 ☐ 日本標準職業分類 ☐ その他 ()

☒ 使用しない

本調査は、保険薬局を対象とした調査であり、調査対象の範囲の画定及び集計結果の表示に、統計基準を用いる余地が小さいことから、いずれの統計基準も使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

(1) 調査票情報の保存期間

- ・記入済み調査票 1年
- ・調査票情報の内容を記録した電磁的記録媒体 常用

(2) 保存責任者

厚生労働省医政局医薬産業振興・医療情報企画課長

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

医薬品価格調査（経時変動調査票）

2 調査の目的

市場実勢価格調査に基づき決定することとされている医療用医薬品の「使用薬剤の薬価（薬価基準）」（厚生労働省告示）の改定のための直接の基礎資料となる本調査を補完することを目的とする。

3 調査対象の範囲

（1）地域的範囲（☒全国 ☐その他）

（2）属性的範囲（☐個人 ☐世帯 ☒事業所 ☐企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☐その他）

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号。以下「薬機法」という。）第34条第1項の規定に基づく医薬品の卸売販売業の許可を受けている事業所のうち、実際に病院、診療所（歯科診療所を含む。）及び保険薬局に医療用医薬品を販売している医薬品卸売販売業の許可を受けている事業所

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

（1）報告者数 約1, 450（母集団の大きさ 約6, 500）

（2）報告者の選定方法（☐全数 ☐無作為抽出（☐全数階層あり） ☒有意抽出）

（一社）日本医薬品卸売業連合会加盟各社、日本ジェネリック医薬品販社協会加盟各社、生薬販売メーカーその他の後発医薬品の取扱いの多い上位50社までの卸売販売業者を対象とする。これらの卸売販売業者の支店等の総数が約1, 450である。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（1）報告を求める事項

薬価基準に記載されている全医薬品（経過措置品目は除く）のうち、後記（2）の期間に実際に販売した医薬品の価格、数量及び販売先等（未妥結の場合は数量及び販売先等）

〔集計しない事項の有無〕 無☒ 有☐

(2) 基準となる期日又は期間

毎年度6月、7月、10月及び1月のそれぞれ1か月間とする。

6 報告を求めるために用いる方法

(1) 調査系統 厚生労働省 一報告者

(2) 調査方法

☒郵送調査 ☒オンライン調査 (☒政府統計共同利用システム ☐独自のシステム ☒電子メール)

☐調査員調査 ☐その他 ()

[調査方法の概要]

厚生労働省から報告者に対し調査票(紙媒体及び電子媒体(CD-R))を郵送で配布する。

取集は、報告者から厚生労働省に郵送や電子メールにより提出する方法、又は、政府統計共同利用システムで回答する方法による。

(企業の本社等で複数の事業所のデータを集中して管理している場合など、本社等において複数の報告者分を一括して郵送してもよい。)

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

☐1回限り ☐毎月 ☐四半期 ☐1年 ☐2年 ☐3年 ☐5年 ☐不定期 ☒その他(年4回(6月、7月、10月、1月))

(1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年: 年)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

調査票の提出期限は7月下旬、8月下旬、11月下旬、2月下旬とする。

8 集計事項 別添集計事項一覧のとおり

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別(☐全部公表 ☐一部非公表 ☒全部非公表)

全部非公表の理由は以下のとおり。

本調査の回答に含まれる情報は、報告者にとって機密性の高い情報であるため、内部資料として使用し、公表しない。

(2) 公表の方法(☐e-Stat ☐インターネット(e-Stat以外) ☐印刷物 ☐閲覧)

(3) 公表の期日

10 使用する統計基準等

☐使用する→☐日本標準産業分類 ☐日本標準職業分類 ☐その他（ ）

■使用しない

本調査は、病院、診療所（歯科診療所を含む。）及び保険薬局に医療用医薬品を販売している医薬品卸売販売業の許可を受けている事業所を対象とした調査であり、調査対象の範囲の画定及び集計結果の表示に、統計基準を用いる余地が小さいことから、いずれの統計基準も使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

（１）調査票情報の保存期間

- ・記入済み調査票 １年
- ・調査票情報の内容を記録した電磁的記録媒体 常用

（２）保存責任者

厚生労働省医政局医薬産業振興・医療情報企画課長

(別添)

医薬品価格調査 集計事項一覧

<販売業者側明細表>※全て販売側調査票に基づく

医薬品区分、医薬品コード、品名、規格、メーカー名、現行薬価、現行薬価ベース金額、販売ベース金額、数量、報告件数、乖離率、後発フラグ、最低薬価フラグ、後発品あり先発品フラグ、未妥結報告件数、未妥結分現行薬価ベース金額、未妥結分数量、現行薬価ベース金額合計、数量合計、販売先の数

<医療機関・保険薬局側明細表>※全て医療機関又は保険薬局側調査票に基づく

医薬品区分、医薬品コード、品名、規格、メーカー名、現行薬価、現行薬価ベース金額、購入ベース金額、数量、報告件数、乖離率、後発フラグ、最低薬価フラグ、後発品あり先発品フラグ

<マイナス乖離率表>※全調査票に基づく

医薬品区分、医薬品コード、品名、規格、メーカー名、現行薬価ベース金額、販売ベース金額、乖離率

<会社別乖離率表>※全調査票に基づく

メーカー名、品目数、現行金額、販売金額、乖離率

<上位 1000 品目乖離率表>※全調査票に基づく

医薬品区分、医薬品コード、品名、規格、メーカー名、現行薬価ベース金額、販売ベース金額、乖離率

<薬効別乖離率表>※全調査票に基づく

医薬品区分、薬効、報告件数、現行薬価ベース金額、販売ベース金額、乖離率、医療機関別現行薬価ベース金額(病院・診療所・薬局)、医療機関別販売ベース金額(病院・診療所・薬局)、医療機関別乖離率(病院・診療所・薬局)

(参考)

医薬品価格調査（令和6年調査）（販売業者用調査票） の標本設計について

1 母集団

医薬品の卸売販売業の許可を受けている事業所のうち、実際に医療用医薬品を病院、診療所又は保険薬局に販売している事業所の名簿を作成するための調査（客体精密化調査）を都道府県に依頼し、当該調査において精査された名簿を母集団とする。

2 抽出方法

大手の卸業販売者が加盟する（一社）日本医薬品卸業連合会の加盟各社の事業所とその他の事業所を区別・都道府県別に層化し、母集団の2／3（67％）になるように事業所を無作為に抽出する。ただし、生薬や放射性医薬品等の品目については、特定の事業所のみが扱っている場合があるため、そのような事業所については、標本として有意抽出する。

3 抽出率の考え方

抽出率の検討に当たっては、令和元年9月の本調査結果を用いて、（一社）日本医薬品卸業連合会加盟各社の事業所とその他の事業所を区別・都道府県別に層化した上で、抽出率30％・40％・50％・67％で事業所を無作為抽出し、各品目の市場実勢価格・把握できない品目数について全数調査結果との比較を行った（別紙参照）。

その結果、抽出率を50％以下とした場合、全数調査と比較して、2％以上誤差が生じる品目の割合は全体の1割を超えるとともに、抽出率の低下に応じて、把握できない品目数も増加する傾向となった。

抽出率の設定に当たっては、中医協において検討を行い、販売側の負担軽減を考慮する一方で、薬価改定を実施するために一定の調査精度を確保する必要があることから、シミュレーションを行った中で最も高い抽出率である2／3（67％）を採用することとした。

医薬品価格調査（令和 6 年調査）（医療機関用調査票・ 保険薬局用調査票）の標本設計について

1 母集団

病院及び診療所は「医療施設動態調査」で把握している医療施設名簿を母集団とする。保険薬局は「医療費の動向」調査の基本データとして、社会保険診療報酬支払基金及び国民健康保険中央会より入手した、医療機関マスターデータを母集団とする。

2 抽出方法

- ①病院 : 病院の全数から 40 分の 1 の抽出率で無作為抽出
 - ②診療所 : 診療所の全数から 400 分の 1 で無作為抽出
 - ③保険薬局 : 保険薬局の全数から 120 分の 1 で無作為抽出
- ※①～③は全て都道府県別に層化

3 抽出率の考え方

購入側調査は、主に販売側調査で報告された取引データの確認を目的として実施している。具体的には、各医療機関等より、販売業者の各営業所からの購入単価等を報告いただき、販売側調査で異常値が出た場合などにおいて、必要に応じて、購入側調査の報告を確認し、販売側調査のデータが誤報告でないかなどの精査に活用している。

令和 6 年調査においては、販売側が抽出調査（抽出率 67%）で実施することを踏まえ、これまでの中間年調査実施時と同様に本調査の 1 / 2 の抽出率で実施することとした。

従来の本調査においても、販売側は全数調査で実施しているのに対して、購入側は抽出調査で実施しており、販売側の全てのデータを捕捉できているわけではなく、購入側調査の実施は販売側に対する牽制としての役割が強いものである。

今回の調査においても、販売側調査で異常値が出た場合においては、購入側調査結果を検証材料にするとともに、購入側から報告がなかった品目等については、過去の本調査や経時変動調査の結果等を参照し、誤報告でないかなどを精査するなどの対応を行う予定である。

医薬品価格調査（経時変動調査）の標本設計について

経時変動調査については、実勢価格を的確に把握するとともに、医薬品価格調査（薬価本調査及びその間の年に実施する調査）のデータを補強することを目的として、主に大手医薬品卸を中心に抽出した卸売販売業者に対し、年4回実施する調査である。

中央社会保険医療協議会の昭和62年建議により、「経時変動調査の充実、強化等により、常時実勢価格の的確な把握に努めること」とされたことから、卸の協力を得て実施されるに至り、その後の中医協でも「季節等により使用量が大きく変動する既収載医薬品についても、その価格及び数量を的確に把握できるよう、医薬品価格調査を充実することとする。」

（平成18年度薬価制度改革の骨子）、「今後、後発品の流通量が増大すると想定されることから、その価格及び数量を適確に把握できるよう、医薬品価格調査を充実させることとする。」（平成20年度薬価制度改革の骨子）等、調査の充実・強化を指摘され、医療用医薬品の流通実態を把握することが強く求められている。

前記目的を達成するため、日本医薬品卸売業連合会及び日本ジェネリック医薬品販社協会会員の企業、生薬直販メーカー及びジェネリック医薬品の取り扱いの多い販社を有意抽出し調査を行っているものである。

報告者の抽出の考え方については、次の通りであり、これらにより抽出された約140社の本店・支店の約1,450客体について、調査を行う。

- ① 全国規模で活動し、取扱品目及び販売金額が多い企業が加盟する（一社）日本医薬品卸売業連合会傘下の各社（グループ企業の場合はまとめて報告をしてもらっているため報告対象としては約30社）及びジェネリック医薬品を専門に扱う販社が加盟する日本ジェネリック医薬品販社協会傘下で医療用医薬品の取り扱いのある各社（約50社）を選定する。
- ② 生薬の最終製品を直販で販売するメーカーは、卸を経由しないことから、日本漢方生薬製剤協会に加盟する生薬直販メーカー全4社を選定する。
- ③ ジェネリック医薬品協会の加盟率が低いため、医薬品価格本調査で特に後発品の取り扱いが多い販社約50社までを選定する。

販売側調査対象の抽出率の検討（全数調査と抽出調査の比較）

 中医協 薬－1
2. 6. 17

 中医協 薬－1
2. 5. 27

- ・抜本改革の骨子では「全ての医薬品卸から、大手事業者等を含め調査対象を抽出」としている。
- ・令和元年9月の調査結果を用いて、大手卸である日本医薬品卸売業連合会とその他の小規模卸を分けて抽出※し、全数調査の結果と比較した。その結果は以下のとおり。
- ・なお、令和元年度本調査における平均乖離率 約8.0%に対して、抽出率30%の場合は約8.2%、抽出率40%及び50%の場合は約8.1%、抽出率2/3（67%）の場合は約8.0%となり、抽出率が低い場合には全数調査の結果と乖離が生じる。

※ 営業所ベースで、無作為に30%、40%、50%又は2/3（67%）で抽出。ただし、生薬などは特定業者しか取り扱っていないため、当該特定業者が必ず調査対象となるよう調整。

○全数調査と抽出調査の市場実勢価の誤差

抽出率30%とした場合

全数調査と抽出調査の市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占める割合	累積
0.25%未満	5,139	28.8%	28.8%
0.25%-0.5%未満	2,864	16.1%	44.9%
0.5%-1%未満	3,228	18.1%	63.0%
1%-2%未満	2,869	16.1%	79.1%
2%-5%未満	2,328	13.1%	92.1%
5%以上	1,035	5.8%	97.9%
把握できない品目	369	2.1%	100%
合計品目	17,832	100%	

抽出率40%とした場合

全数調査と抽出調査の市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占める割合	累積
0.25%未満	5,964	33.4%	33.4%
0.25%-0.5%未満	3,244	18.2%	51.6%
0.5%-1%未満	3,164	17.7%	69.4%
1%-2%未満	2,587	14.5%	83.9%
2%-5%未満	1,873	10.5%	94.4%
5%以上	751	4.2%	98.6%
把握できない品目	249	1.4%	100%
合計品目	17,832	100%	

抽出率50%とした場合

全数調査と抽出調査の市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占める割合	累積
0.25%未満	6,920	38.8%	38.8%
0.25%-0.5%未満	3,307	18.5%	57.4%
0.5%-1%未満	3,045	17.1%	74.4%
1%-2%未満	2,240	12.6%	87.0%
2%-5%未満	1,512	8.5%	95.5%
5%以上	622	3.5%	99.0%
把握できない品目	186	1.0%	100%
合計品目	17,832	100%	

抽出率2/3（67%）とした場合

全数調査と抽出調査の市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占める割合	累積
0.25%未満	9,572	53.7%	53.7%
0.25%-0.5%未満	3,070	17.2%	70.9%
0.5%-1%未満	2,384	13.4%	84.3%
1%-2%未満	1,465	8.2%	92.5%
2%-5%未満	908	5.1%	97.6%
5%以上	361	2.0%	99.6%
把握できない品目	72	0.4%	100%
合計品目	17,832	100%	

(参考) 抽出率30%の場合の内訳

中医協 薬-1
2. 6. 17

中医協 薬-1
2. 5. 27

新薬、長期収載品、後発品別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数		うち 新薬 品目数		うち 長期収載品 品目数		うち 後発品 品目数		うち その他品目 品目数	
0.25%未満	5,139	100%	1,101	21.4%	616	12.0%	1,857	36.1%	1,565	30.5%
0.25%-0.5%未満	2,864	100%	454	15.9%	444	15.5%	1,365	47.7%	601	21.0%
0.5%-1%未満	3,228	100%	370	11.5%	347	10.7%	1,919	59.4%	592	18.3%
1%-2%未満	2,869	100%	206	7.2%	186	6.5%	2,082	72.6%	395	13.8%
2%-5%未満	2,328	100%	92	4.0%	87	3.7%	1,831	78.7%	318	13.7%
5%以上	1,035	100%	13	1.3%	15	1.4%	829	80.1%	178	17.2%
把握できない品目	369	100%	38	10.3%	7	1.9%	183	49.6%	141	38.2%
合計品目	17,832	100%	2,274	12.8%	1,702	9.5%	10,066	56.4%	3,790	21.3%

誤差の範囲別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占 める割合	うち 新薬 品目数	新薬全品目 に占める割 合	うち 長期収載品 品目数	長期収載品 全品目に占 める割合	うち 後発品 品目数	後発品全品 目に占める 割合	うち その他品目 品目数	その他品目全 品目に占める 割合
0.25%未満	5,139	28.8%	1,101	48.4%	616	36.2%	1,857	18.4%	1,565	41.3%
0.25%-0.5%未満	2,864	16.1%	454	20.0%	444	26.1%	1,365	13.6%	601	15.9%
0.5%-1%未満	3,228	18.1%	370	16.3%	347	20.4%	1,919	19.1%	592	15.6%
1%-2%未満	2,869	16.1%	206	9.1%	186	10.9%	2,082	20.7%	395	10.4%
2%-5%未満	2,328	13.1%	92	4.0%	87	5.1%	1,831	18.2%	318	8.4%
5%以上	1,035	5.8%	13	0.6%	15	0.9%	829	8.2%	178	4.7%
把握できない品目	369	2.1%	38	1.7%	7	0.4%	183	1.8%	141	3.7%
合計品目	17,832	100%	2,274	100%	1,702	100%	10,066	100%	3,790	100%

(参考) 抽出率40%の場合の内訳

中医協 薬-1 2. 6. 17	中医協 薬-1 2. 5. 27
---------------------	---------------------

新薬、長期収載品、後発品別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数		うち 新薬 品目数		うち 長期収載品 品目数		うち 後発品 品目数		うち その他品目 品目数	
0.25%未満	5,964	100%	1,190	20.0%	653	10.9%	2,349	39.4%	1,772	29.7%
0.25%-0.5%未満	3,244	100%	505	15.6%	504	15.5%	1,587	48.9%	648	20.0%
0.5%-1%未満	3,164	100%	317	10.0%	323	10.2%	1,995	63.1%	529	16.7%
1%-2%未満	2,587	100%	160	6.2%	146	5.6%	1,941	75.0%	340	13.1%
2%-5%未満	1,873	100%	65	3.5%	65	3.5%	1,474	78.7%	269	14.4%
5%以上	751	100%	9	1.2%	7	0.9%	605	80.6%	130	17.3%
把握できない品目	249	100%	28	11.2%	4	1.6%	115	46.2%	102	41.0%
合計品目	17,832	100%	2,274	12.8%	1,702	9.5%	10,066	56.4%	3,790	21.3%

誤差の範囲別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占 める割合	うち 新薬 品目数	新薬全品目 に占める割 合	うち 長期収載品 品目数	長期収載品 全品目に占 める割合	うち 後発品 品目数	後発品全品 目に占める 割合	うち その他品目 品目数	その他品目全 品目に占める 割合
0.25%未満	5,964	33.4%	1,190	52.3%	653	38.4%	2,349	23.3%	1,772	46.8%
0.25%-0.5%未満	3,244	18.2%	505	22.2%	504	29.6%	1,587	15.8%	648	17.1%
0.5%-1%未満	3,164	17.7%	317	13.9%	323	19.0%	1,995	19.8%	529	14.0%
1%-2%未満	2,587	14.5%	160	7.0%	146	8.6%	1,941	19.3%	340	9.0%
2%-5%未満	1,873	10.5%	65	2.9%	65	3.8%	1,474	14.6%	269	7.1%
5%以上	751	4.2%	9	0.4%	7	0.4%	605	6.0%	130	3.4%
把握できない品目	249	1.4%	28	1.2%	4	0.2%	115	1.1%	102	2.7%
合計品目	17,832	100%	2,274	100%	1,702	100%	10,066	100%	3,790	100%

(参考) 抽出率50%の場合の内訳

中医協 薬-1 2. 6. 17	中医協 薬-1 2. 5. 27
---------------------	---------------------

新薬、長期収載品、後発品別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数		うち 新薬 品目数		うち 長期収載品 品目数		うち 後発品 品目数		うち その他品目 品目数	
0.25%未満	6,920	100%	1,369	19.8%	772	11.2%	2,746	39.7%	2,033	29.4%
0.25%-0.5%未満	3,307	100%	484	14.6%	490	14.8%	1,728	52.3%	605	18.3%
0.5%-1%未満	3,045	100%	243	8.0%	284	9.3%	2,051	67.4%	467	15.3%
1%-2%未満	2,240	100%	117	5.2%	107	4.8%	1,722	76.9%	294	13.1%
2%-5%未満	1,512	100%	37	2.4%	41	2.7%	1,228	81.2%	206	13.6%
5%以上	622	100%	8	1.3%	5	0.8%	507	81.5%	102	16.4%
把握できない品目	186	100%	16	8.6%	3	1.6%	84	45.2%	83	44.6%
合計品目	17,832	100%	2,274	12.8%	1,702	9.5%	10,066	56.4%	3,790	21.3%

誤差の範囲別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占 める割合	うち 新薬 品目数	新薬全品目 に占める割 合	うち 長期収載品 品目数	長期収載品 全品目に占 める割合	うち 後発品 品目数	後発品全品 目に占める 割合	うち その他品目 品目数	その他品目全 品目に占める 割合
0.25%未満	6,920	38.8%	1,369	60.2%	772	45.4%	2,746	27.3%	2,033	53.6%
0.25%-0.5%未満	3,307	18.5%	484	21.3%	490	28.8%	1,728	17.2%	605	16.0%
0.5%-1%未満	3,045	17.1%	243	10.7%	284	16.7%	2,051	20.4%	467	12.3%
1%-2%未満	2,240	12.6%	117	5.1%	107	6.3%	1,722	17.1%	294	7.8%
2%-5%未満	1,512	8.5%	37	1.6%	41	2.4%	1,228	12.2%	206	5.4%
5%以上	622	3.5%	8	0.4%	5	0.3%	507	5.0%	102	2.7%
把握できない品目	186	1.0%	16	0.7%	3	0.2%	84	0.8%	83	2.2%
合計品目	17,832	100%	2,274	100%	1,702	100%	10,066	100%	3,790	100%

(参考) 抽出率67%の場合の内訳

中医協 薬-1 2. 6. 17	中医協 薬-1 2. 5. 27
---------------------	---------------------

新薬、長期収載品、後発品別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数		うち 新薬 品目数		うち 長期収載品 品目数		うち 後発品 品目数		うち その他品目 品目数	
0.25%未満	9,572	100%	1,766	18.4%	1,194	12.5%	3,997	41.8%	2,615	27.3%
0.25%-0.5%未満	3,070	100%	293	9.5%	313	10.2%	1,984	64.6%	480	15.6%
0.5%-1%未満	2,384	100%	133	5.6%	136	5.7%	1,814	76.1%	301	12.6%
1%-2%未満	1,465	100%	48	3.3%	41	2.8%	1,182	80.7%	194	13.2%
2%-5%未満	908	100%	23	2.5%	18	2.0%	747	82.3%	120	13.2%
5%以上	361	100%	2	0.6%	0	0.0%	298	82.5%	61	16.9%
把握できない品目	72	100%	9	12.5%	0	0.0%	44	61.1%	19	26.4%
合計品目	17,832	100%	2,274	12.8%	1,702	9.5%	10,066	56.4%	3,790	21.3%

誤差の範囲別の構成比

全数調査と抽出調査の 市場実勢価の誤差	品目数	全品目に占 める割合	うち 新薬 品目数	新薬全品目 に占める割 合	うち 長期収載品 品目数	長期収載品 全品目に占 める割合	うち 後発品 品目数	後発品全品 目に占める 割合	うち その他品目 品目数	その他品目全 品目に占める 割合
0.25%未満	9,572	53.7%	1,766	77.7%	1,194	70.2%	3,997	39.7%	2,615	69.0%
0.25%-0.5%未満	3,070	17.2%	293	12.9%	313	18.4%	1,984	19.7%	480	12.7%
0.5%-1%未満	2,384	13.4%	133	5.8%	136	8.0%	1,814	18.0%	301	7.9%
1%-2%未満	1,465	8.2%	48	2.1%	41	2.4%	1,182	11.7%	194	5.1%
2%-5%未満	908	5.1%	23	1.0%	18	1.1%	747	7.4%	120	3.2%
5%以上	361	2.0%	2	0.1%	0	0.0%	298	3.0%	61	1.6%
把握できない品目	72	0.4%	9	0.4%	0	0.0%	44	0.4%	19	0.5%
合計品目	17,832	100%	2,274	100%	1,702	100%	10,066	100%	3,790	100%