

コンタクトレンズ販売の実態調査に基づく販売規制のあり方に関する研究

研究代表者 田倉智之 国立大学法人大阪大学大学院医学系研究科医療経済産業政策学寄附講座 教授

研究要旨

コンタクトレンズ（CL）は高度管理医療機器に分類され、適正な使用が行われないと重篤な眼障害が発生するリスクがある。最近、CL とケア用品の不適正な使用による重症角膜感染症の実態が報告され、その安全確保対策が急がれる中、従来は雑品であったおしゃれ用度なしカラーCL についてもその健康被害が社会問題となり、非視力補正用コンタクトレンズとして高度管理医療機器に指定された。また CL 製品や社会生活の変遷を背景に、近年、ドラッグストアや雑貨店、インターネット・通信販売などからの購入者が増加し、販売チャネルの多様化が一層進行している。

以上のような状況を踏まえ、CL の適正販売を進め眼障害の低減を促すことを目的に、CL の販売規制のあり方について研究を行った。本研究では、「世界の CL 規制調査」、「CL 販売店の実態調査」、「コンプライアンスと CL 眼障害調査」の3つから構成した。CL 規制調査は、制度関連の文献レビューなどを実施した。CL 販売店調査は、アンケート調査、実地調査、インターネット販売調査にて推進した。CL 眼障害調査は、先行研究データを活用した簡易的なモデル分析などで対応した。

CL 規制調査の結果、我が国の CL 規制は、販売業許可制を基本として構成されているが、海外では販売者の資格や処方せん提示義務など異なる規制方式を有することが明らかになった。また CL 販売店調査からは、国内販売業者が高い薬事法遵守の姿勢を維持していることが伺えた。一方、眼科医の処方に基づく販売や購入者への情報提供において、検討の余地があることも判明した。さらに CL 眼障害調査の結果、眼障害のリスク要因として装用者のコンプライアンス（指示遵守、定期検査など）が大きいことや、重症化群において販売チャネルと眼障害に一定の関係があるのが示唆された。

以上から、CL の適正販売を進め眼障害の低減をさらに促すためには、必要に応じて、次のような検討も意義があると推察される。まず、眼科医の処方（診断）に基づいた販売の推進が挙げられる。また、適正使用に必要な販売業者の情報提供力を強化することも重要である。さらに、購入者への眼障害リスク開示の促進と安全性情報の蓄積を積極的に推進すべきと考えられる。CL 販売の適正化を促し眼障害の予防に努めるには、良好な医販連携システムを構築することが求められており、CL に関わる全ての利害関係者が協力してその責務を果たすことが望まれる。

研究分担者

木村 和子

国立大学法人金沢大学医薬保健研究域薬学系国際保健薬学 教授

上塚 芳郎

学校法人東京女子医科大学医学部医療・病院管理学 教授

研究協力者

宇津見義一

公益社団法人日本眼科医会 常任理事

植田 喜一

日本コンタクトレンズ学会 常任理事

村上 晶

日本コンタクトレンズ学会 理事

田中 英成

一般社団法人日本コンタクトレンズ協会 会長

浦壁 昌広

一般社団法人日本コンタクトレンズ協会 副会長

早川 豪一

一般社団法人日本コンタクトレンズ協会 副会長

山田 義治

一般社団法人日本コンタクトレンズ協会 薬事規制委員長

A . 研究目的

コンタクトレンズ(以下 CL)は、使い捨て CL の発売と共に日本においては急速に普及し、現在、約 1,700 万人以上の使用者がいると言われている。近年、CL においては、その適正な使用が行われず重篤な健康被害が多数報告されている。このような状況を踏まえ、CL の適正販売を進め眼障害の低減を促すことを目的に、CL の販売規制のあり方について研究を行った。

B . 研究方法

本研究では、CL の販売規制のあり方を検討するため、以下の 3 つの調査を実施した。まず、世界の販売規制の概況の把握を目的に、「世界の CL 規制調査」を実施し、各国の諸制度や CL 市場を背景に販売規制の現状と将来動向を整理した。続いて、全国の CL 販売店の薬事法遵守状況や販売動向などを確認し、現在の販売規制の課題などを

明らかにすることを目的に、「CL 販売店の実態調査」を行った。さらに、医療機関における眼障害の実態を踏まえつつ、着用者コンプライアンスや販売チャネルと眼障害の関係を明らかにすることを目的に、「コンプライアンスと CL 眼障害調査」を推進した。最後に、これらの調査により得られた知見などに基づき、CL による健康被害の防止に向けた販売規制のあり方などについて考察を行った。

1 . 世界の CL 販売規制調査

(1) 調査対象地域・国

調査対象は、以下の日本を含む 10 ケ国(地域)とした。

・アジア

日本、中国、韓国、台湾

・北米、オセアニア

カナダ、豪、米国

・ヨーロッパ

ドイツ、英国、欧州連合 (EU)

(2) 調査方法

各国法令・解説、その他関連文献の収集、および一般社団法人日本コンタクトレンズ協会(以下 CL 協会)会員及び協力会社の現地法務担当者への質問紙調査により実施した。

2 . CL 販売店の実態調査

本調査は、アンケート調査、実地調査、インターネット販売調査の 3 種別から構成した。

(1) アンケート調査

全国の販売店 (CL 販売店、眼科隣接販売店、眼鏡店、ドラッグストア、雑貨店、その他、インターネット・通信販売) を対象に、無記名 WEB アンケート方式を採った。設問は、対面販売、非対面販売、その両方

の販売方式ごとに、薬事法遵守事項、局長通知(平成24年7月18日付け薬食発0718第15号厚生労働省医薬食品局長通知)などに関する質問を計111問設定した。

(2) 実地調査

アンケート調査対象のCL販売店のうち、眼科隣接販売店、インターネット・通信販売とその他を除く、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県に所在するCL販売店を対象として、調査員訪問方式により実際にCLを購入し、処方せんの必要性などの9項目について調査を行った。

(3) インターネット販売調査

インターネット画面調査

WEB上でCL販売店サイトを検索し、個人輸入代行業者・宅配サービス専用サイトを除く190サイトを対象とし、薬事法遵守事項、処方せん、情報提供などについて情報収集を行った。

インターネット実地調査

画面調査したサイトから無作為に61サイトを選定し、実際にCLを購入し、処方せん、情報提供などの状況について調査を行った。

3. コンプライアンスとCL眼障害調査

最初に、コンプライアンスの低下は眼障害の発症(リスク)を増加させるのかどうか精査を行った。さらに、定期検査と指示遵守のコンプライアンス指標が相互にどのような位置づけにあるかの整理も進めた。

続いて、販売チャネルと眼障害の実態の間に関係は認められるかの精査を行った。さらに、購入方法(処方など)は眼障害のオッズ比とどのような関係にあるのか、定期検査と指示遵守のコンプライアンスと併せて統計学的な分析を行った。

(1) データ

本研究は、先行研究である「インターネットを利用したコンタクトレンズ装用者のコンプライアンスに関するアンケート調査」(日本コンタクトレンズ協議会)¹⁾および「コンタクトレンズ関連角膜感染症全国調査患者アンケート最終報告」(日本コンタクトレンズ学会、日本眼感染症学会-コンタクトレンズ関連角膜感染症全国調査委員会)²⁾の統計データ、または「インターネットによるコンタクトレンズ眼障害アンケート調査の集計結果報告」(日本コンタクトレンズ協議会)³⁾などの調査データを利用した。

(2) 手法

多変量解析やモデリング手法(モンテカルロシミュレーション)を応用し、「装用者のコンプライアンスと眼障害の疫学」および「販売チャネル・処方ルートと眼障害の実態」の2点について分析を行った。

4. CLの販売規制のあり方検討

最後に、前述の3つの調査研究の結果から、CL装用に伴う健康被害を防止することを主旨に、効果的なCLの販売規制のあり方について精査した。

C. 結果

1. 世界のCL規制調査

世界の規制調査の結果から、日本のCL販売規制は、販売業許可制を基本に品質確保と適正使用を図っているが、今回調査したアジアや欧米諸国では、販売者資格と処方せんまたは販売者資格と業許可との組合せで2重に規制していた。また、適正使用のために顧客への情報提供を義務付けており、各国ともかなり厳格にCLの小売販売を規制していた(表1)。さらに、インター

ネット販売については、日本では、店舗販売と同等の規制だが、韓国および台湾では全面禁止し、中国では特別許可が必要であった。EUでも規制が検討されている。

2. CL 販売店の実態調査

(1) アンケート調査

アンケートの有効回収件数は、1,538 件（全国の CL 販売店数の約 13%と推定）であった。厚労省局長通知の周知・履行状況は 80.7%に、CL 協会販売自主基準の周知状況は 72.8%であった。

薬事法遵守状況（品質確保、苦情処理、教育訓練・記録、販売時記録、管理者の意見具申、情報提供の 7 点）に関する一例として、「品質：製品の損傷、瑕疵を確認し記録」を挙げると、対応していない販売店は 6.6%であり、多くが高い遵守率を示した（図 1）。

また、「眼科医の処方・指示に基づく販売」については、84.1%が実施していると回答した。実施していないと回答したのは、15.9%であった（図 2）。なお、対面のみ販売では 83.6%の販売店で実施されており、非対面のみ販売では 63.2%となった。販売チャンネル別では、CL 販売店、眼科隣接販売店、眼鏡店ではいずれもほぼ 100%であるのに比べ、インターネット販売 63.2%、ドラッグストア 32.0%、雑貨店 14.3%と低下する傾向にあった。

その他、「適正使用情報の提供」については、対面・非対面販売何れでも概ね全体で 97%程度は実施しており、CL 協会販売自主基準の制定に基づくとしたのが 5.1%であった（図 3）。

(2) 実地調査

計 315 店を調査し、全数を回収したが CL

の取扱いが無かったなどの理由で 8 件を無効とし、有効回収件数は 307 件（軒）であった。

結果の一部を示すと、「処方せんの要求状況」については、購入時、処方せんの提出を要求されたのは 52.8%、要求が無かったのが 47.2%と概ね半数の販売店で処方せんの提出を求められていた（図 4）。

また、「医療機関の受診勧奨」については、局長通知で求められている、購入時における医療機関への受診勧奨があったのは全体で 51.1%であり、48.9%では無かった（図 5）。なお、販売店別の回答比率は、処方せんの要求比率に近似し、CL 販売店で 89.2%と高く、眼鏡店で 54.8%、ドラッグストアや雑貨店では 12%程度と低い結果となった。

さらに、「情報提供の有無」は、CL が購入できた 89 件（軒）のうち、適正使用に関する情報提供があったのは全体で 61 件（68.5%）、無かったのは 31.5%であった（図 6）。

(3) インターネット販売調査

インターネット画面調査

最終的に調査の対象とした CL 販売サイトは、190 サイトであった。

主な調査結果について、「処方せんの必要性」は、処方せん（指示書）の送付が必要と記載されていたのは 27.5%のサイトで、必要でないまたは処方せんに関する記載がないサイトが 72.1%、逆に 18.4%のサイトは「処方せん不要」を明示していた。

その他、「適正使用情報の提供」は、何らかの適正使用情報が掲載されていたサイトが 54.7%（104 サイト）、購入ライン上か、または独立した項目としてわかりやすく記

載されていたものは、34.2%（65 サイト）となっていた。

インターネット実地調査

主な調査結果について、「処方せんの必要性」は、全ての製品について処方せんを必要とするサイトは6.6%（4サイト）であり、80.3%（49サイト）と多くのサイトが処方せんは不要であった。

その他、「医療機関受診推奨」は、35.6%においてその旨の記載が確認できたが、64.4%では記載がなかった。また、「適正使用情報の提供」は、何らかの適正使用情報が記載されていたのは47.5%であった。一方、重篤な眼障害のリスクについての記載は、わずか1サイトしかなかった。

3. コンプライアンスとCL眼障害調査

（1）装用者のコンプライアンスと眼障害の疫学

分析の結果、「指示遵守」が“良い群（全て遵守）”を基準（100.0%）とすると、“悪い群（遵守せず）”は、健常（無自覚）が66.3（%）、有自覚（中止含）が111.8（%）、入院加療が128.6（%）となった。つまり、比率の傾向から眼障害の発症（リスク）は「指示遵守」と一定の関係にあると推察された（図7）。

なお、「指示遵守」と「定期検査」のサンプル間の関係も整理したところ、「指示遵守」の良い群は「定期検査」も良好な傾向にあるため、コンプライアンスの指示遵守/定期検査の間に相互関係があると推察された。

（2）販売チャネル・処方ルートと眼障害の実態

分析の結果、“眼科隣接販売店”を基準（100.0%）とすると、“CL量販店”は、健常（無自覚）が98.4（%）、有自覚（中止含）

が99.1（%）、入院加療が111.2（%）となった。つまり、装用者の状態構成（比率）の傾向から眼障害の発症（リスク）は、重症化群においてのみ「販売チャネル」と一定の関係にあると推察された（図8）。

購入チャネル、および定期検査と指示遵守に関するオッズ比の分析については、個人輸入以外で、購入チャネル間に有意な傾向を認めなかった。一方、装用者のコンプライアンス（指示遵守と定期検査）において、その高低がオッズ比に影響を与えていた。特に、定期検査については、眼科隣接販売店とCL量販店の間でオッズ比に統計学的な有意差が認められた（表2）。

4. CLの販売規制のあり方検討

前述の3つの調査研究の結果を俯瞰すると、CLの適正販売を進め、ひいては眼障害の低減をさらに促すには、次の点に着目した議論が望まれる。

まず、「コンプライアンスとCL眼障害調査」などで得られた示唆から、眼科医の処方（診断）に基づいた販売の推進が挙げられる。また、「CL販売店の実態調査」などの結果より、適正使用に必要な販売業者の情報提供力を強化することも重要と思われる。さらに、装用者側の行動変容を促すためにも、またそれらに資する情報の精度向上のためにも、購入者への眼障害リスク開示の促進と安全性情報の蓄積を積極的に推進すべきと考えられる。

以上の点について、論点や課題を簡潔にまとめると、下段の内容となる。いずれにせよ、CLを適正に販売する良好な医販連携システムを構築することが求められており、関係する全ての利害関係者が協力してその役割を果たす努力が不可欠と言える。

- CL は高度管理医療機器でありながら、一般消費者に対し直接販売できる唯一の一般向けの高度管理医療機器であるという特殊性から、CL の販売のあり方（医師の処方に基づくなど）や情報提供の規定について、必要に応じて見直すことも意義がある。
- 例えば、CL は医師の処方に基づいて販売されるべきであり、諸外国の制度を参考にしながら CL に関わる処方せんの在り方の検討が望まれる。なお、その条件として、医師は CL 購入希望者に対して処方せんを発行することが必要と考えられる。
- また、CL 協会などは販売自主基準を改定し、「受診勧奨」を明記のうえ販売店へ周知することも検討に値する。さらに、インターネット販売や通信販売などの非対面販売の適正化に関する指針の作成も望まれる。なお、「受診医療機関名の記録」の徹底に関する施策も効果が期待される。
- 上記に加え、販売店に対して適正使用の情報提供に関する指針の作成も効果的と推察される。特に、営業管理者に対しては継続的研修を通じて理解を求め、営業管理者は従業員に対して教育訓練を行うべきと思われる。
- また、営業管理者は購入者に対して重篤な眼障害が発生するリスクなどを説明すべきであり、一方、製造販売メーカーは使用者に対して添付文書だけでなく、もっと分かりやすく情報を提供する努力が不可欠である。そのような重層的な枠組みで、国民に対する啓発を促すべきと考えられる。
- その他、以下に係る議論も有意義と思われる。医師は CL による不具合を認めた場合には、現在の医薬品・医療機器等安全性情報報告制度に基づいて行政などに報告し、関連する機関は市販後の不具合報告を受けたデータから安全性などの評価を適切に進め、その結果を医療関係者、販売業者、および国民に公開する。

D . 考察

雑品であったおしゃれ用度なしカラー CL が平成 21 年に高度管理医療機器に指定され、承認を受けた製品が市場に流通し始めると、インターネット・通信販売やドラッグストア、雑貨店での販売が急速に拡大していき、最近では度なしカラー CL だけでなく視力補正を目的とした度ありカラー CL の承認品が増えつつある。

このように、主力製品の特性や主な装用目的、販売方式が多様性を増し大きく変遷する中、本研究を実施した結果、CL の販売規制の今後の検討に資する基礎データを整備し、多くの知見を得ることができた。

日本の CL 小売販売業における規制は強化改善されているが、それにも関わらず CL による健康被害が続いていることから、今後、CL の販売実態、被害実態に則しつつ、相応しい規制の在り方を検討していくことが望まれる。また、我が国では、CL が個人輸入の医療機器の約 80% を占める状況にあり、インターネットでの購入にも注意を向ける必要がある。

我が国において、初めて全国レベルの CL 販売店実態調査を実施した結果、現薬事法下における CL 販売店のコンプライアンス

は、比較的、良好な姿勢にあることが確認された。一方で、眼科医の処方や診断に基づく販売や購入者への情報提供、および重篤な眼障害発生のリスク開示などについては、販売チャンネル(業態別)や製品特性(例えばカラーCL)に濃淡が散見され、さらに検討が望まれることが明らかとなった。

また、装用者のコンプライアンスと眼障害の関係、および販売チャンネルと眼障害の関係についても一定の示唆が得られたことより、上記の諸課題については、販売規制の見直しをも含め、引き続き、多面的な検討が必要と考えられた。

以上の内容を踏まえ、CLによる健康被害の拡大を抑制し、防止策を講じていくことは、国民福祉の向上の観点からも重要と推察される。例えば、次のような検討も一考に値すると思われる(表3)。

(1) 眼科医の処方(診断)に基づいた販売の推進について

我が国でCLに関する医行為は医師法で医師に限られているが、実際のCL診療は眼科医が中心となって視能訓練士や看護師の協力のもとに行われている。

CLが眼科医の処方と診断に基づいて販売されなければならない理由は、過去の調査や検討などより既に明白と推察される。よって、当面の取り組みとしては、業界が受診勧奨の明記を含めたCL協会販売自主基準の改定や販売店業界全体への周知を徹底することが挙げられる。さらに、諸条件の整理が前提となるが、局長通知の指導事項である「受診医療機関名の記録」を施行規則などに取り込むことの検討なども意義があると思われる。

一方で、具体的な推進にあたり、インタ

ーネット販売や通信販売のような非対面販売において、眼科医の処方に基づく販売を如何に実現するかなど、技術や方式に関わる解決すべき課題も多いと考えられる。

また、関係者による協力も不可欠と思われる。例えば、眼科医側は、処方せん発行推奨の方向を受けて、実用的な処方せん様式の作成と推奨活動の強化が望まれる。

一方、購入者である国民は、使用に伴う煩雑性や負担が増えるものの、医療機関の受診による装用と眼科医の処方に基づくCL購入が前提であることを、十分に理解する必要がある。

そのためにも、学校保健などの教育現場を有効活用することで、養育期におけるコンプライアンス習得の機会提供なども期待される(中学生や高校生のみならず養護教諭などの学校関係者が一緒になってCLの基礎知識や使用上の注意などを学ぶ機会となる)。

(2) 適正使用に必要な販売業者の情報提供について

これまで業界においては、情報提供の手段である添付文書や表示に関する自主基準を作成し整備してきている。しかし、購入者に対して詳細な添付文書の熟読を指導してきたが、必ずしも有効でなかったようである。そこで、当面の施策として、如何に情報提供をしやすくするかその条件整備を行うため、購入者に必要な適正使用情報とは何か、誰が何時どのような場合に購入者へ説明すべきかなどについて、その情報提供の内容と手順を新たに検討することは意義があると考えられる。

なお、上記の点は、CLの初心者と経験者では背景が異なり、また医療機関の受診者

と非受診者でも異なっていると推察される。すなわち、眼科医側の協力を得ながら、情報提供における販売店と医療機関の役割を明確化し、分かりやすく具体的に記述した「適正使用情報の提供に関する指針」などを整備し、CL販売店だけではなく、ドラッグストア、雑貨店、インターネット販売などにおいて実践的に有効な情報提供を行っていくべきと思われる。

それにより、CLの情報量が少ない販売業者や使用者の安全意識の向上を図るだけでなく、継続的研修などを通じ、営業管理者や販売店従業員の教育訓練に役立てることが期待される。

E . 結論

我が国のCL規制は、販売業許可制を基本に構成されているが、今後、CL販売や眼障害の実態に則して、諸外国の規制も参考に、効果的な販売規制が望まれた。またCL販売店調査からは、国内販売業者が高い薬事法遵守の姿勢を維持していることが伺えた。一方、眼科医の処方に基づく販売や購入者への情報提供において、さらなる検討の余地があることも判明した。さらに、CL眼障害調査の結果、眼障害のリスク要因として装用者のコンプライアンス(指示遵守、定期検査など)が大きいことや、重症化群において販売チャンネルと眼障害は一定の関係にあることも示唆された。

以上から、CLの適正販売を進め眼障害の低減をさらに促すためには、必要に応じて、次のような検討も意義があると推察される。まず、眼科医の処方(診断)に基づいた販売の推進が挙げられる。また、適正使用に必要な販売業者の情報提供力を強化するこ

とも重要である。さらに、購入者への眼障害リスク開示の促進と安全性情報の蓄積を積極的に推進すべきと考えられる。

F . 健康危険情報

なし

G . 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

なし

H . 知的財産権の出願・登録状況

(予定を含む。)

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3.その他

なし

「参考資料」

- 1) 植田喜一, 上川眞已, 田倉智之, 宇津見義一, 金井淳. インターネットを利用したコンタクトレンズ装用者のコンプライアンスに関するアンケート調査. 日本の眼科 81 (3) : 394-407, 2010.
- 2) 宇野敏彦, 他. コンタクトレンズ関連角膜感染症全国調査. 日本眼科学会誌 115 (2) : 107-115, 2011.
- 3) 植田喜一, 他. インターネットによるコンタクトレンズ眼障害アンケート調査の集計結果報告. 日本の眼科 81 (11) : 1457-1462, 2010.

表 1 世界のコンタクトレンズ小売販売規制 2013 3.31 現在

地域	アジア				北米・豪			ヨーロッパ共同体		
国	日本	中国	韓国	台湾	カナダ	豪	米国	独	英	EU
業の許可・登録（登記以外）	知事	知事	知事	地方自治体	なし	なし	なし	なし	なし	
許可・登録の条件	相対的欠格事由、構造設備、基準適合の管理者	技術スタッフ、施設設備、品質管理	相対的欠格事由、品質確保、販売秩序、施設設備	資格者	なし	なし	なし	品質、安全の確保	なし	
販売者（試装なし）の資格 ^{注1）}	なし。	検眼士（北京市）	眼鏡士	なし	眼鏡士、検眼士	眼鏡士または州法で認められた者。検眼士	眼鏡士、検眼士	なし	登録医師、登録検眼士、登録販売眼鏡士	販売規制は各国
販売資格の根拠（医師以外）	なし	地方労働局が検眼士の資格付与	眼鏡士は国家資格	検眼士法を立法作業中	眼鏡士法、検眼士法（州法）	眼鏡士法（州法）	眼鏡士法、検眼士法（州法）	眼鏡士	眼鏡士法	
購入時の処方せん ^{注2）}	なし。ただし、受診確認と勧奨	なし	医療用と6歳以下のみ要求。他はなし	承認時「要処方せん」表示、購入時なし	必要	視力補正用のみ必要。徹底されていない	必要	不要	必要	
医療機器分類	高度管理医療機器	第三類	終日装用：クラスII 連続装用及び治療用：クラスIII	終日装用：クラスII 連続装用：クラスIII	終日装用：クラスII 連続装用：クラスIII	30日以下連続装用：クラスIIa、30日超：Class IIb	終日装用：クラスII 連続装用：クラスIII	EUに同じ	EUに同じ	連続装用30日以下：Class IIa 連続装用30日超：Class IIb
非視力補正CL規制	視力補正用と同じ	2012年4月1日より、第三類	視力補正用と同じ	クラスII	2012年12月14日からクラスII	非医療機器	視力補正用と同じ	非医療機器	登録医師、登録検眼士、登録販売眼鏡士による販売	非医療機器
インターネット販売（国内）	可	販売業許可+ネット販売許可	禁止	禁止	州により可（BC）	可。要処方せんと記載	可。州により処方せん、発行者名とTel要	可	可	国ごとに方針決定。現在禁止しているのはフランスのみ。

注1) 各国の医師、検眼士及び英国の登録販売眼鏡士は試装も認められている。

注2) 処方者は各国とも医師または検眼士(存在する場合)。

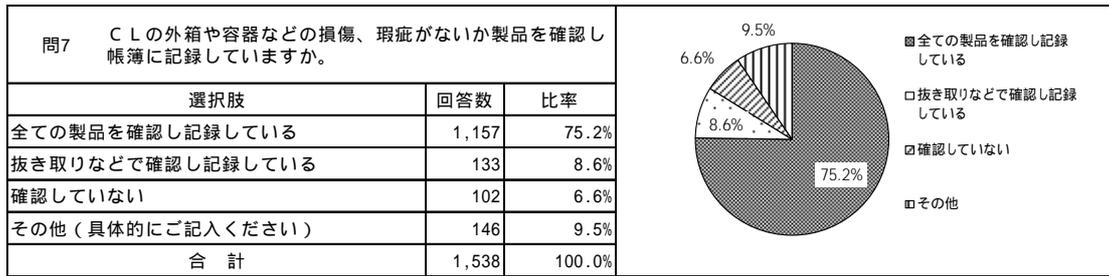


図1 薬事法遵守状況(アンケート調査)

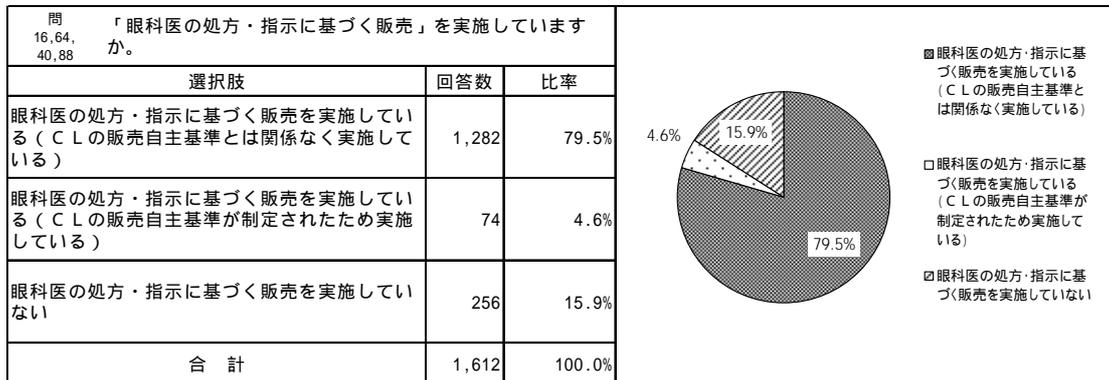


図2 眼科医の処方・指示(アンケート調査)

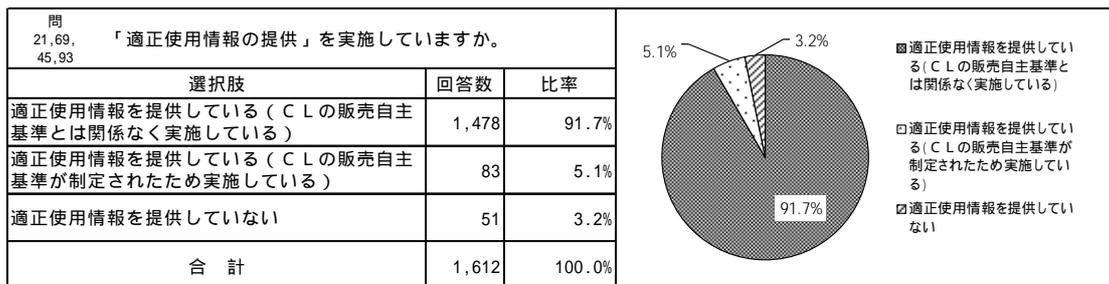


図3 適正使用情報の提供(アンケート調査)



図4 処方せんの要求状況(実地調査)

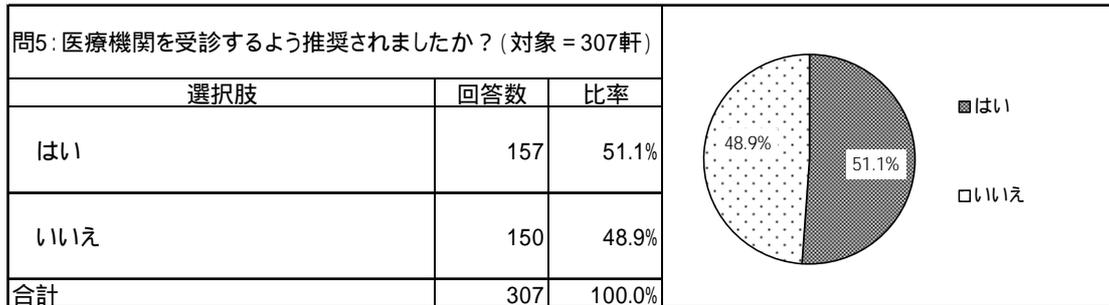


図5 医療機関の受診勧奨（実地調査）

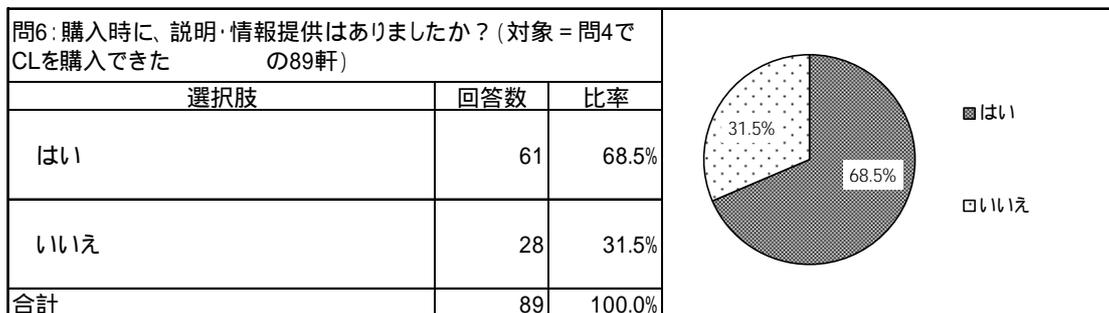


図6 情報提供の有無（実地調査）

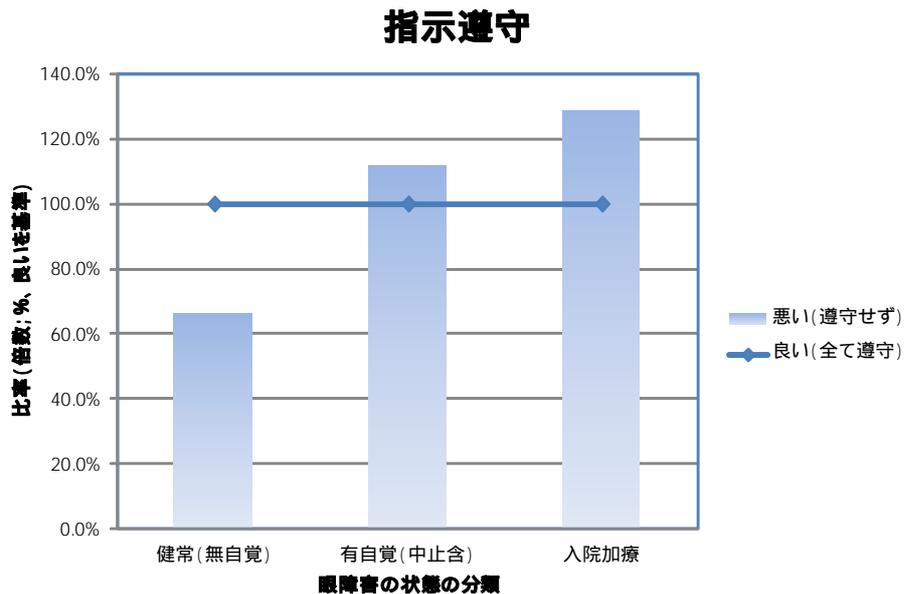


図7 装用者のコンプライアンス（指示遵守）と眼障害の疫学

販売(処方)

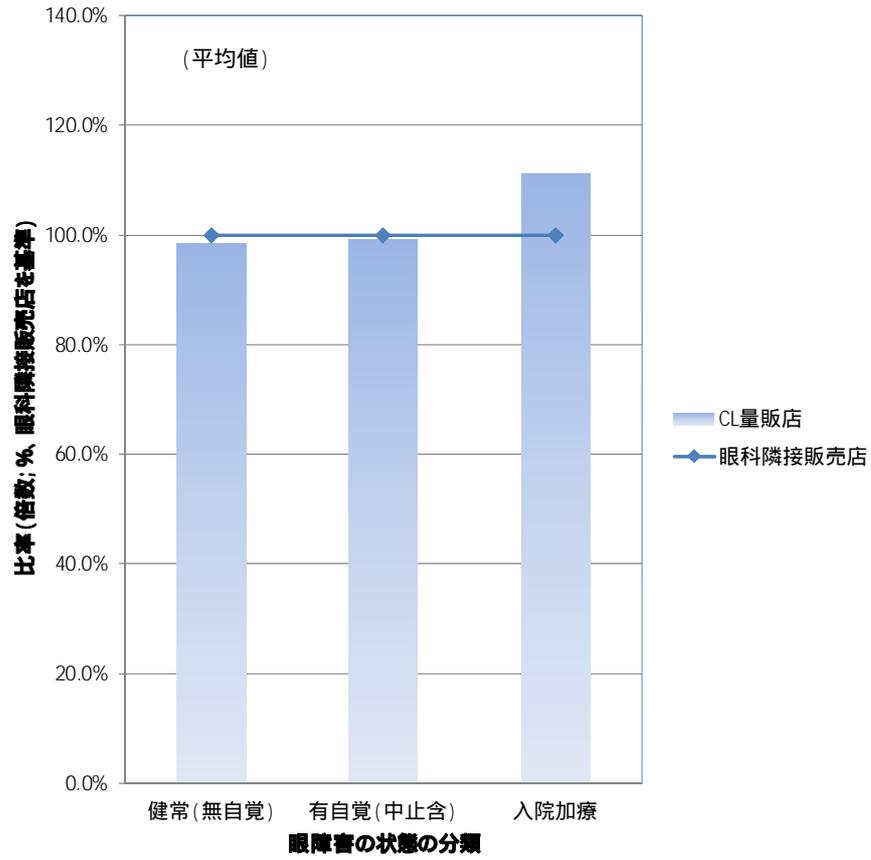


図8 販売チャネルと眼障害分布の傾向

