

広告審査会レポート

日本一般用医薬品連合会・広告審査会 編集／発行

〒101-0032

東京都千代田区岩本町1-8-15（イトーピア岩本町一丁目ビル4階） TEL. 03 (3865) 4911

発行 平成29.6.6

第256回 広告審査会

日 時 平成29年4月17日(月) 14:00～17:00

場 所 日本OTC医薬品協会 第一会議室

審 査 委 員 (第三者委員) 亀井昭宏、古澤康秀、堀美智子、小山千穂
(委員) 栗田宏一、武田一樹、大村忠仁、川庄尚、加室信、
脇本貴司、宮城弓乃、小関雅裕、江川和子、望月克彦、
上村浩

傍 聴 者 15名

審 査 対 象 テレビ広告 61素材 } 合計88素材
新聞・雑誌広告 27素材 }

審査対象期間 テレビ広告 平成29年1月17日～平成29年3月13日

新聞・雑誌広告 平成29年1月28日～平成29年3月24日

今回のテレビCMの審査対象は1月中旬から3月中旬の放映分でしたので、時期的に花粉症対策に関する医薬品広告が中心を占めていました。4品目だけで30件にのぼる一社の生CMを除けば審査件数としても少なめで、これとって取り上げるべき新たな論点もなかったような印象を受けました。

我田引水になりますが、3月に仙台で開催された日本薬学会第137年会において、「市販薬購入と病院受診、費用が少ないのは？」というテーマの研究成果を発表しました。この研究は、OTC医薬品(医療用医薬品と比較可能な単味剤に限定)をメーカー希望小売価格で購入して添付文書記載の適正使用期間内で使用した場合の費用と、医療機関でOTC医薬品と同成分の医療用医薬品を処方され保険薬局で調剤を受けて同じ期間使用する場合に医療機関と保険薬局で支払う自己負担額(3割負担)の合計を、比較可能な148成分について調査し、適応ごとに両者の費用を比較したものです。その結果、市販薬購入の方が費用面で有利な適応と医療機関受診の方が有利な適応とが、ほぼ拮抗していることがわかりました。その一方で、市販薬の購入費用は同じ適応の中でも品目によって大きな差があり、この差には製品の包装単位が大きな影響を及ぼしていることも示されました。

生活者が市販薬購入か医療機関受診かを選択するに当たっては、いろいろなファクターがその判断に影響することはご承知のとおりです。すなわち、受診に要する手間や時間、受診をためらいがちな疾患の存在、医師による検査と診察の必要性、医療機関で処方を受けなければ使用できない新薬の存在などです。その中であって、費用負担の大小もこの選択に影響を及ぼすファクターのひとつにはなると考えられます。

そこで、セルフメディケーション推進という観点からいえば、セルフメディケーション税制の拡充など政策上の優遇策に加え、メーカーサイドとしても包装単位や価格設定を適時適切に見直して、市販薬購入が費用の点でも生活者の選択肢となり得るように努めていくことが望まれますが、小売価格の値下げにつながるかどうかは別としても、製薬企業として常日頃から精一杯のコストダウンに取り組んでおられることと存じます。その経費節減の検討対象には、テレビCMなどの広告宣伝費も含まれていることでしょう。

市販薬購入という選択肢があることを生活者に認知してもらう点で、医薬品広告の意義は大きいと思います。ただ、広告の現状を見る限り、製薬会社がOTC医薬品の広告を行う狙いは、自社製品の知名度を上げ、薬局・薬店における「指名買い」を勝ち取ることにあつたのではないのでしょうか。そして、その指名を勝ち取るための企業間の競争が、しばしば過度な広告表現を招いているように思えます。

セルフメディケーションの健全なる発展を願う一薬剤師の立場から申し上げれば、OTC医薬品、とりわけ薬剤師による説明が義務づけられている要指導医薬品や第一類医薬品については、生活者自身が購入する製品を決めてから薬局・薬店を訪れる「指名買い」よりも、自分の症状に適した製品を薬剤師に相談して決める「推奨買い」の方が望ましいと考えます。薬剤師が推奨したくなる製品の開発とともに医薬品広告の目指すところも見直され、広告の適正化や効率化につながれば理想的なのですが、それは夢のような話でしょうか。

以上

審査結果

◎テレビ広告

かぜ薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

「〇〇（漢方薬）と総合かぜ薬をひとつにした薬」という表現。

該当基準：医薬品等の成分及びその分量又は本質についての表現の範囲〔基準3(4)〕

参考意見：依然として、「ふたつの作用」の印象を受ける。

◎新聞広告

便秘薬（2素材2件）

見 解：＜注意＞

「高齢者の方、妊婦、お子様も飲めます」は、高齢者や妊婦については使用上の注意の記載があり、安全性を保證する表現に該当します。

該当基準：効能効果等又は安全性を保證する表現の禁止〔基準3(6)、ガイドライン7(1)〕

参考意見：第254回(2016年12月19日開催)で「注意」と判断されている「高齢者の方、妊婦、お子様も飲めます」は、注釈はついているが、高齢者や妊婦は使用上の注意の記載がある。表記と注釈の文字のバランスはどうでしょうか。

解熱鎮痛薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

ヘッドコピー「速効」が、速効性の強調表現です。

該当基準：効能効果の発現程度についての表現の範囲〔基準3(8)、ガイドライン9(2)〕

参考意見：①「速効」「痛みの原因物質をすばやく抑え、速くよく効きます」と速効性表現を重ねており、強調表現にならないでしょうか。

⇒ガイドライン9(2)①強調表現

例1:ヘッドコピー・キャッチフレーズとして使用した場合

例2:「早く」という言葉を1回の広告中原則として2回以上使用した場合

②文面では、キャッチコピーの説明とも受け取れ、TVとは異なる側面もあります。

健胃清涼剤（1素材）

見 解：＜調査＞

- ・「〇〇〇」は、商品名と同等の目立った記載から判断するに、指定医薬部外品の愛称と見なすことが出来るが、用法などが愛称にふさわしくないかどうか、判断出来ません。「〇〇〇」に関して、都道府県への確認の経緯を含めて、ご回答をお願いします。

TV CM
審査対象リスト

広告主	商品名	秒数	広告主	商品名	秒数
エーザイ	チョコラBBプラス(チョコラBB口内炎リペアショット)	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
エーザイ	ナボリンS フィラリア症制圧活動を支援	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
佐藤製薬	ユンケル黄帝液プレミアム	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠 cp	120	ライオン	スマイル40メディクリア	60
大正製薬	リポビタミンD	30	ライオン	スマイル40メディクリア	60
エスエス製薬	アレジオン20	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
グラクソミスクライン	コンタック600プラス(鼻炎Z)	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
杏林製薬	クールワン去たんソフトカプセル	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
杏林製薬	クールワンせき止めGX液	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
久光製薬	アレグラFX	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
久光製薬	アレグラFX	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
佐藤製薬	ナザルαAR0.1% 季節性アレルギー専用	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
佐藤製薬	ストナリニ{S・Z}	15	ライオン	スマイル40メディクリア	60
大正製薬	パブロン鼻炎カプセルSa	15	ライオン	スマイル40プレミアム	60
大正製薬	クラリチンEX	30	ライオン	スマイル40プレミアム	60
大正製薬	クラリチンEX	30	ライオン	スマイル40プレミアム	60
日本臓器製薬	コフト顆粒	60	ライオン	スマイル40プレミアム	60
龍角散	龍角散ダイレクトスティック(トローチ)	15	ライオン	スマイル40プレミアム	60
アサヒフードアンドヘルスケア	エビオス錠	15	ライオン	スマイル40プレミアム	30
ライオン	スクラート胃腸薬S 散剤	60	ライオン	スマイル40プレミアム	60
ライオン	スクラート胃腸薬S 散剤	60	ロート製薬	ドライエイド{コンタクト・EX}	15
ライオン	スクラート胃腸薬S 散剤	60	ロート製薬	アルガードクリアブロックZ	15
ライオン	スクラート胃腸薬S 散剤	60	武田薬品	マイティアCL{クールHi・アイスクラッシュ}	15
ライオン	スクラート胃腸薬S 散剤	60	武田薬品	マイティアアルビタット{NEXa・EXa}	15
ライオン	バファリンプレミアム	60	武田薬品	新ビオフェルミンS錠	30
ライオン	バファリンプレミアム	60	グラクソミスクライン	ボルタレンAC ローション	15
ライオン	バファリンプレミアム	60	第一三共ヘルスケア	ロキソニンSテープ(パップ・ゲル)	60
ライオン	バファリンプレミアム	60	小林製薬	ナイシトルZ	15
ライオン	バファリンプレミアム	60	浅田 飴	トラベロップQQ{S・G}(ハイドロパッド)	15
ライオン	スマイル40メディクリア	60	第一三共ヘルスケア	エージ-{アイズアレルカットC}	15
ライオン	スマイル40メディクリア	60			

新聞広告
審査対象リスト

広告主	商品名	媒体名	広告主	商品名	媒体名
再春館製薬所	痛散湯	朝日新聞	第一三共ヘルスケア	ロキソニンS外用薬シリーズ	日経新聞
小林製薬	ハナノアbシャワータイプ	朝日新聞	大正製薬	パブロンSゴールドW微粒	日経新聞
健栄製薬	酸化マグネシウムE便秘薬	読売新聞	武田薬品工業	医薬品総合	日経新聞
健栄製薬	酸化マグネシウムE便秘薬	朝日新聞	久光製薬	医薬品総合	日経新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	朝日新聞	龍角散	龍角散せきどめ錠	日経新聞
再春館製薬所	痛散湯	読売新聞	大鵬薬品工業	ソルマックサキノミ	読売新聞
救心製薬	救心	読売新聞	浅田飴	浅田飴	朝日新聞
興和	新キャベ2コーワ	日経新聞	太田胃散	太田胃散総合	朝日新聞
興和	キューピーコーワiプラス	日経新聞	救心製薬	救心	朝日新聞
佐藤製薬	ユンケル黄帝液	朝日新聞	キンカン	キンカン	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	朝日新聞	参天製薬	サンテメディカル12	朝日新聞
興和	キャベジンコーワa	朝日新聞	三宝製薬	トフメルA	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	朝日新聞	大幸薬品	正露丸総合	朝日新聞
大正製薬	パブロン鼻炎カプセルSa	日経新聞	丹平製薬	新今治水	朝日新聞
大正製薬	パブロン鼻炎カプセルSa	朝日新聞	龍角散	龍角散製品	朝日新聞
大正製薬	パブロン鼻炎カプセルSa	読売新聞	大木製薬	大木五臓圓銀粒	朝日新聞
再春館製薬所	痛散湯	読売新聞	太田胃散	太田胃散整腸薬	朝日新聞
再春館製薬所	痛散湯	日経新聞	救心製薬	救心錠剤	朝日新聞
アンターク本舗	ネオシーダー	読売新聞	常盤薬品工業	南天のど飴	朝日新聞
再春館製薬所	痛散湯	朝日新聞	樋屋製薬	樋屋奇応丸特撰金粒	朝日新聞
再春館製薬所	痛散湯	日経新聞	ユースキン製薬	ユースキンI(クリーム)	朝日新聞
救心製薬	救心カプセル	読売新聞	横山製薬	イボコロリ	朝日新聞
第一三共ヘルスケア	ロキソニンSプラス	朝日新聞	龍角散	龍角散ダイレクトスティック	朝日新聞
エーザイ	ナボリンS	日経新聞	ロート製薬	Vロートプレミアム	朝日新聞
キョーリン製薬	クールワンせき止めGX液	日経新聞	ワダカルシウム製薬	ワダカルシウムエース(錠剤)	朝日新聞
興和	医薬品総合	日経新聞	三宝製薬	三宝はぐきみがき	朝日新聞
佐藤製薬	ストナリニZ	日経新聞	奥田製薬	奥田脳神経薬	朝日新聞
ゼリア新薬工業	医薬品総合	日経新聞	大東製薬	グローミン	朝日新聞