

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30.8.10

第263回 広告審査会

日 時 平成30年6月18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 14名

(第三者委員) 亀井昭宏、古澤康秀、堀美智子、小山千穂

(委員) 野端正人、栗田宏一、大村忠仁、加室信、脇本貴司、

宮城乃弓、関根敦、江川和子、望月克彦、上村浩

傍 聴 者 16名

審 査 対 象

テレビ広告	88素材	} 合計111素材
新聞・雑誌広告	23素材	

審 査 対 象 期 間

テレビ広告	平成30年 3 月12日～平成30年 5 月11日
新聞・雑誌広告	平成30年 3 月27日～平成30年 5 月22日

今回の広告審査会より、「医薬品等適正広告基準」（平成29年9月29日）の改正にともない見直しが行われ、新たに作成された「OTC医薬品等の適正広告ガイドライン」（2018）にそって審査を行うことになりました。

「複数の効能効果を有するOTC医薬品等を広告する場合は、承認された効能効果の全部を表現することが望ましいが、少なくとも広告全体の中で2つ以上の効能効果を表現すること。」とされていたものが、今回の改定において「特定の一つの効能効果等を広告することは差し支えない。」と変更されました。どのように変化したCMが現れるのか興味深いです。

効能・効果の表現は難しい。栄養ドリンク剤、「気持ちの疲れに効く？」は、効能・効果の「体力、身体抵抗力又は集中力の維持・改善」の置き換えとして表現して良いか。といった議論がなされました。その薬をいかに必要な人のところに届けられるか、効能・効果を、生活者にわかる表現に置き換えることができるか。広告での工夫が生きてところでもありますが、度が過ぎてしまわないように節度ある対応もまた必要です。

効果出現に対する表現。1日1回で差がつく。これはいったい何と比べてでしょうか。あるいは1週間で効き始めますとの表現。その根拠は。どうしてそう言い切れるのか。数字は見るものに説得力を持って迫ってきます。だからこそ審査の時には、その根拠について明確にされていないとき、企業への問い合わせを行うこともあります。これは、CMの内容が正確かどうかという視点にたったのものです。ただ何々の調査によると根拠がCM中で示されたとしても、それはきちんと生活者に届くわけではあません。薬局店頭で、これらのCMを見た人から「1週間で効き始めるのでしょ。」と、言われた時、その質問に正確に答えられるように、薬局でのCM対応データなるものがほしいと思う薬剤師は、私だけではないように思います。

審査会に出ていて、やるせなくなる場合があります。それは、審査会で問題とされた広告の変更が期待どおりなされなかったり、一度変更されたものが、またもとに戻ったりといった場合です。このような場合、企業姿勢としていかがなものかと思えます。生命関連物質を扱う製薬企業として審査結果に対して真摯に受け止めますとの言葉だけではなく、真摯に行動する。それが、企業の品格だと思えます。

審査結果

◎テレビ広告

保健薬（2素材2件）

見 解：＜注意＞

専門薬的訴求になります。

該当基準：効能効果等の表現の範囲〔基準3(1)〕

参考意見等：「痛みをとることに特化」は、他の効能があるため、専門薬的訴求となります。

栄養ドリンク（1素材1件）

見 解：＜注意＞

効能・効果外訴求になります。

該当基準：効能効果等の表現の範囲〔基準3(1)〕

参考意見等：「気持ちの疲れ」は、集中力の維持・改善の読み替えとはなりません。

その他（1素材1件）

見 解：＜注意＞

リスク区分が未記載です。

該当基準：〔ガイドライン23〕

参考意見等：リスク区分が記載されていません。

◎新聞広告

ビタミンB₁B₆B₁₂主薬製剤（3素材6件）

見 解：＜注意＞

リスク区分が未記載です。

該当基準：〔ガイドライン23〕

参考意見等：リスク区分が記載されていません。

見 解：＜注意＞

最大級表現に該当します。

該当基準：効能効果等又は安全性についての最大級の表現又はこれに類する表現の禁止〔基準3(6)〕

参考意見等：「最大量配合」は何の最大量なのかの表現がありません。

しみ・全身倦怠用薬（2素材3件）

見 解：＜注意＞

効果保障、体験談に該当します。

該当基準：効能効果等又は安全性を保障する表現の禁止〔基準3(5)〕

参考意見等：「ありがとう・もう大丈夫」は効果の保証にあたります。

根本は完治を示唆し効果保障にあたります。

見 解：＜注意＞

最大級表現に該当します。

該当基準：効能効果等又は安全性についての最大級の表現又はこれに類する表現の禁止〔基準3(6)〕

参考意見等：「なぜそんなに売れているの」は最大級表現に類するものです。

便秘薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

安全性の保障になります。

該当基準：効能効果等又は安全性を保障する表現の禁止〔基準3(5)〕

参考意見等：「高齢者」は使用上の注意の記載がありますが、服用を訴求した表現を使っている点は如何なものでしょうか。

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
小 林 製 薬	カ ブ ナ - ス	15	ラ イ オ ン	デ ン ト ヘ ル ス R	60
第一三共ヘルスケア	トラフルダイレクト ※川栄李奈篇	15	ロ ー ト 製 薬	和 漢 箋 ツ ラ レ ス	15
第一三共ヘルスケア	ロ キ ソ ニ ン S ゲ ル	15	ロ ー ト 製 薬	和漢箋 新ロト防風通聖散錠ZII	15
池田模範堂	液 体 ム ヒ S	15	ロ ー ト 製 薬	和 漢 箋 ユ ク リ ズ ム	15
池田模範堂	ム ヒ H D m	15	救 心 製 薬	救 心	15
池田模範堂	ア セ ム ヒ E X	15	佐 藤 製 薬	アセス (アセス EX)	15
クラシエ薬品	{ヨクイノーゲンBC錠}	15	佐 藤 製 薬	ア セ ス	15
クラシエ薬品	ア レ デ ル 顆 粒	30	佐 藤 製 薬	アセス(アセスEX) cp P~6/30 40周年	60
クラシエ薬品	ヨクイノーゲンホワイト錠	15	小 林 製 薬	命 の 母 A	15
クラシエ薬品	ヨクイノーゲンホワイト錠	60	小 林 製 薬	命 の 母 A	15
ラ イ オ ン	デ ン ト ヘ ル ス R	60	小 林 製 薬	コ ム レ ケ ア	15
ラ イ オ ン	デ ン ト ヘ ル ス R	60	小 林 製 薬	ナ イ シ ト - ル Z	15
ラ イ オ ン	デ ン ト ヘ ル ス R	60	池田模範堂	ム ヒ A Z 錠	15
ラ イ オ ン	デ ン ト ヘ ル ス R	60	日本臓器製薬	マ ス チ ゲ ン 錠	15

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
富山常備薬グループ	キミエホワイトプラス	朝日新聞	富山常備薬グループ	キミエホワイトプラス	読売新聞
太田胃散	太田胃散 A	日経新聞	救心製薬	救心	日経新聞
小林製薬	丸薬七ふく	読売新聞	龍角散	龍角散	朝日新聞
アンターク本舗	ネオシーダー	読売新聞		龍角散ダイレクトスティック 龍角散ダイレクトトローチ	
興和	キューピーコーワドリンク	朝日新聞	武田コンシューマーヘルスケア	タケダ漢方便秘薬	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシン J V錠	朝日新聞	健栄製薬	酸化マグネシウムE便秘薬	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシン J V錠	読売新聞	興和	ザガードコーワ整腸錠アルファスリープラス	日経新聞
あかひげ薬局	強力パロネス ハンピロン	読売新聞	大正製薬	リポビタミンライフ	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシン J V錠	読売新聞	健栄製薬	酸化マグネシウムE便秘薬	朝日新聞
救心製薬	救心	日経新聞	久光製薬	サロンプラス	読売新聞
救心製薬	救心錠剤	日経新聞	救心製薬	救心錠剤	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	救心製薬	救心	日経新聞