

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 令和3.10.7

第281回 広告審査会

日 時 令和3年8月30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) 古澤康秀、堀美智子、小山千穂、石崎徹
(委員) 奥津香里、栗田宏一、三野健一郎、青山真也、
田中巖夫、陣野重也、黒瀬剛、友田光泰、石田真一、
望月克彦

傍聴者 17名

審査対象 テレビ広告 59素材 } 合計118素材
新聞・雑誌広告 59素材

審査対象期間 テレビ広告 令和3年5月3日～令和3年7月4日

新聞・雑誌広告 令和3年5月23日～令和3年7月19日

この度、亀井昭宏先生のご紹介により、日本一般医薬品連合会・広告審査会の第三者委員に就任しました、専修大学経営学部の石崎と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。大学学部時代のゼミナールの指導教授である亀井先生の後任ということで、大変名誉なことであるとともに、果たして後任として務まるかどうか甚だ不安ではありますが、みなさまからのご指導を賜りたく存じます。

亀井先生には早稲田大学商学部在学中にゼミナールに入れていただき、それ以来30数年にわたり親しくご指導をいただいております。また、いくつかのプロジェクトにお誘ひいただき、さまざまな勉強をさせていただく機会を得ました。そちらで得られた知識と経験をこの審査会で活用したいと思います。

亀井先生の持説に「消費者広告論」というのがあります。消費者視点で広告を改めて捉え直すというもので、40年ほど前に広告学界・産業界に問われた命題です。どうしても広告というと「送り手」視点で捉えることが無意識のうちに多くなっています。この広告なら人々に届くはずだ、心を動かさずはずだ、効くはずだ、買いたくなるはずだ、と広告は常にプラスに働くと。しかし、「受け手」の視点になるととたんに広告への評価は異なるものになります。広告に対して懐疑的になったり、逆に広告対象製品を嫌いになったり、買いたくなくなったりすることもあり得るわけです。一方で、受け手が過大評価してしまったり、いわゆる誤認してしまったりする場合もあり得ます。

この受け手による過大評価や誤認などが、医薬品類の広告の場合にはしばしば問題になるところだと考えます。さまざまな規制やガイドラインに沿った広告展開を遵守することはもとより、この表現によって広告の受け手である消費者はどのように受け取るのかという視点を常に広告に携わる者は持つ必要があるといえるでしょう。

広告効果論や消費者行動論において、広告を評価する動機として変換型動機と情報型動機というものが知られています。変換型動機は、消費者がどちらかというところとポジティブな状態で、さらにポジティブになろうという動機のこと。たとえば、テーマパークの広告に対する情報処理がこれにあたります。広告されているテーマパークへ行って楽しみたいというのが該当します。それに対して情報型動機は、消費者がネガティブな状態で、それを改善したいという動機。これがまさに医薬品類の広告評価に該当します。痛みを和らげたい、熱を下げたい、咳を鎮めたいといった動機です。消費者は情報型動機に基づき、医薬品類の広告を情報処理して評価します。ネガティブな状態にある消費者は、冷静に情報を判断する能力が低下している場合が多くあります。その部分で、医薬品類の広告に対する過大評価や誤認が生じやすくなると思われまます。

私自身、審査にあたっては、各種規制やガイドラインの遵守を見逃さないことはもとより、このような状態にある消費者を想定し、消費者の視点から適正な広告であるのかどうか、考えていきたいと思ひます。

審査結果

◎テレビ広告

栄養ドリンク剤（2素材1件）

見 解：＜注意＞

愛称が示されているが、販売名が付記されていません。

該当基準：愛称について〔ガイドライン4(4)〕

外用鎮痛消炎薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

「イメージ」の記載がありません。

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(5)、ガイドライン10(6)〕

外皮用薬（2素材2件）

見 解：＜注意＞

「イメージ」の記載がありません。

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(5)、ガイドライン10(6)〕

見 解：＜注意＞

クリーム剤の作用表現において、「血行促進*2（*2ローション剤では「角質軟化」作用をもつ成分「サリチル酸」となります。）」は、ローション剤にも血行促進効果があると誤認させます。

該当基準：承認を要するOTC医薬品等についての効能効果等の表現の範囲〔基準3(1)、ガイドライン6(8)〕

◎新聞広告

保健薬（22素材4件）

見 解：＜注意＞

最低承認値と比較する事で、消費者に優良誤認を与えます。

該当基準：医薬品等の成分等および医療機器の原材料等についての表現の範囲〔基準3(3)、ガイドライン8(1)〕

参考意見等：使われているグラフ、データに関しては最低承認値と比べることに意味があるのか、消費者に誤認を与えるのではないか。

半年前の指摘であり、修正されていない。「嚴重注意」である。

見 解：＜注意＞

効能効果の保證表現に該当します

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(5)、ガイドライン10〕

参考意見等：「効くポイント」や「だから効く」からの「最大量配合」の表現は、効能効果の保証的表現に該当します。

見 解：＜注意＞

「イメージ」の記載がありません。

該当基準：効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止〔基準3(5)、ガイドライン10(6)〕

見 解：＜注意＞

個々の成分の作用機序の説明が不正確です。

該当基準：承認等を要する医薬品等についての効能効果等の表現の範囲〔基準3(1)〕

参考意見等：ガンマーオリザノールにおいて、「痛みを緩和」する作用の説明は不正確です。

個々の成分についての効能効果の説明を行う場合及びOTC医薬品等の作用機序を説明する場合には、医学、薬学上認められており、かつ、そのOTC医薬品等の承認されている効能効果等の範囲をこえない場合に限り差し支えない。(ガイドライン6(8))

外皮用薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

「〇〇川の地下水を使用した・・・」の表現は表現自体が肌に優しいとの安全性の保証につながると判断されます。

該当基準：効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止〔基準3(5)、ガイドライン10(1)〕

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
佐藤製薬	ユニケル {黄帝液}	15	久光製薬	ブテナロックVa クリーム(ブテナロックパウダーゲル)	15
エーザイ	チョコラBBローヤル2 ファイリア症制	15	久光製薬	サロパス P cp ~6/7 東京2020オフィシャル	15
大正製薬	リポビタンD ラグビーワールドカップ2023オフィ	30	興 和	ウナコーワエース {L・G}	15
大正製薬	リポビタン {D・ファイン} P cp ~8/20	15	原沢製薬工業	パピナリン	15
大正製薬	リポビタン {D・DX}	30	小林製薬	キュアレア マスキュア	15
宝仙堂	和漢処 あすか温活内服液	15	大鵬薬品工業	ゼノールエクサム {SXFx} (ゼノールチェックE)	30
宝仙堂	和漢処 あすか温活内服液	15	第一三共ヘルスケア	マキロンアクネージュ {メディカルロー	90
ムンディファーマ	イソジン うがい薬	30	池田模範堂	液体ムヒS	15
佐藤製薬	ラリソール	15	池田模範堂	液体ムヒアルファEX (ムヒアルファEX)	15
ライオン	スクラート胃腸薬 顆粒	60	池田模範堂	{アセムヒEX・液体アセムヒEX}	15
ライオン	スクラート胃腸薬 顆粒	60	池田模範堂	バストゥップケア	15
ライオン	スクラート胃腸薬 顆粒	60	池田模範堂	ムヒダストメル	15
ライオン	スクラート胃腸薬 顆粒	60	田辺三菱製薬	フルコトf (コトfAT軟膏・コトfMD軟	15
ライオン	スクラート胃腸薬 顆粒	60	アサヒグループ食品	アサヒの漢方 当帰芍薬散エキス錠	120
太田胃散	太田漢方胃腸薬II 錠剤	30	エスエス製薬	ドリエル	15
ライオン	バファリンプレミアム (バファリンナ) P cp	60	クラシエ薬品	コッコアポL錠	15
ライオン	バファリンプレミアム (バファリンナ) P cp	60	クラシエ薬品	クラシエヨクイニンタブレット	15
ライオン	バファリンプレミアム (バファリンナ) P cp	60	クラシエ薬品	漢方セラピー 抑肝散加陳皮半夏エキス顆粒クシ	15
第一三共ヘルスケア	ロキソニンSプレミアム	15	クラシエ薬品	サマレスゼリ-	15
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	ライオン	デントヘルスR	60
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	ライオン	デントヘルスR	60
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	ライオン	デントヘルスR	60
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	ライオン	デントヘルスR	60
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	ライオン	デントヘルスR	60
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	ライオン	デントヘルスR	60
ライオン	スマイル40プレミアムDX	60	佐藤製薬	アセス (アセスL・アセスEX)	15
ロート製薬	ロートジ-b	30	小林製薬	命の母ホワイト	15
参天製薬	サンテFX {ネオ・Vプラス}	15	池田模範堂	ムヒAZ錠 (大容量タイプ)	15
エスエス製薬	スルーラックマグネシウム (S・ファイバー)	15	養命酒製造	養 命 酒	15
太田胃散	太田胃散整腸薬	30	養命酒製造	養 命 酒	60
ロート製薬	メンソレータム メディック 軟膏	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
アンターク本舗	ネオシーダー	読売新聞	大正製薬	リポビタミンライフ	読売新聞
救心製薬	救心	朝日新聞	大正製薬	リポビタミンライフ	朝日新聞
救心製薬	救心	朝日新聞	大正製薬	リポビタミンロコモウオーク	朝日新聞
救心製薬	救心	朝日新聞	大正製薬	リポビタミンロコモウオーク	日経新聞
救心製薬	救心	朝日新聞	大正製薬	リポビタミン総合	朝日新聞
救心製薬	救心錠剤	日経新聞	富山常備薬グループ	キミエホワイトプラス	読売新聞
クラシエ薬品	クラシエ八味地黄丸A	朝日新聞	富山常備薬グループ	キミエホワイトプラス	朝日新聞
興和	キャベジンコーワa	朝日新聞	富山常備薬グループ	ジェルテープジクロ	朝日新聞
興和	キャベジンコーワa	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
興和	キャベジンコーワa キャベジンコーワa顆粒	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
興和	キューピーコーワiプラス	日経新聞	富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	読売新聞
興和	キューピーコーワゴールドaプレミアム	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
興和	キューピーコーワコンドロイザー	日経新聞	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	富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	朝日新聞
興和	バンテリンコーワ液a	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
興和	バンテリンコーワ液a バンテリンコーワクリーミーゲルa バンテリンコーワクリームa バンテリンコーワゲルa	朝日新聞	富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	読売新聞
興和	新キャベ2コーワ	朝日新聞	富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	読売新聞
小林製薬	ハッキリエース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
再春館製薬所	痛散湯	朝日新聞	富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	読売新聞
再春館製薬所	痛散湯	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
大正製薬	リポビタミンD	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
大正製薬	リポビタミンD	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
大正製薬	リポビタミンDX	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
大正製薬	リポビタミンDX	日経新聞	富山常備薬グループ	リョウシンJ V錠	読売新聞
大正製薬	リポビタミンDX	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
大正製薬	リポビタミンDX	日経新聞	バイオフェルミン製薬	新バイオフェルミンS錠	朝日新聞
大正製薬	リポビタミンライフ	読売新聞	バイオフェルミン製薬	新バイオフェルミンS錠	朝日新聞
大正製薬	リポビタミンライフ	朝日新聞	久光製薬	のびのびサロンシップフィット	読売新聞
大正製薬	リポビタミンライフ	読売新聞	ロート製薬	Vロートアクティブプレミアム	朝日新聞