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4.6.30

第285回　広告審査会

日時	令和4年4月27日（水）　14:00～17:00		
場所	日本橋ライフサイエンスビルディング　302会議室		
審査委員	15名 （第三者委員）古澤康秀、堀美智子、小山千穂、石崎徹 （委員）白鞘敬文、奥津香里、栗田宏一、青山真也、 田中巌夫、陳野重也、村岸梨早子、友田光泰、石田真一、 望月克彦、秋田幸子		
傍聴者	15名		
審査対象	テレビ広告	58素材	合計107素材
	新聞･雑誌広告	48素材	
	その他	1素材	
審査対象期間	テレビ広告	令和４年１月６日～令和４年３月６日	
	新聞･雑誌広告	令和４年１月21日～令和４年３月24日	

審　査　概　評

第三者委員　　石崎　徹

広告審査会の審査委員を担当するようになり、ちょうど1年が経ちました。合計6回の審査会に立ち会い、着眼点をどのあたりに持ってくればいいのかやっと焦点が合ってきたように感じています。一方で、医薬品の専門知識は持ち合わせていないので、専門家の先生方や実務家のみなさまのご意見を拝聴し、そういう捉え方があるのだと勉強になります。そうした中で、消費者がどのように広告情報を捉えるのか大きな気付きを得ることが多々あります。たとえば、ある有効成分の配合を強調するあまり、それのみに消費者が食いつくことで、他の成分の過剰摂取につながる可能性などです。これは食品や外食産業の広告にも当てはまることです。「国産米使用」という表示が強調されることでそちらに意識が回ってしまい、配合されている食品添加物に気が回らなくなるといった状況です。

広告では「USP(ユニーク・セリング・ポイント)」といって「その商品でしか言えないこと、その商品の独自性のある売りのポイント」を見つけ出し強調することが広告制作の定番となっています。それは企業側も強調したいポイントとなるでしょう。しかし、それが消費者にとって最重要ポイントになるとは限りません。またリスクを伴う商品の場合、USPの強調が、他の重要ポイントを消費者が見落としてしまうことにつながることもあり得ます。

私が加入してからしばしば議論になるのが、「最大配合」「最高配合」といった最大級表示です。これらもその商品でしか言えないUSPとなるでしょう。広告では大きいものが効果的であることが知られています。小さいスペースよりは大きいスペースの広告、短い動画より長い動画の広告といったように、基本的には大きい方が有利と言われています。最大級表示も同じような効果が期待されているのでしょう。

これは私の推測にすぎませんが、東洋系の文化では特に過大な大きさ表示が昔からされていたような気がします。「万里の長城」とか「片羽八万里の大鳥」とか現実離れをした表現の仕方です。ひょっとすると、東洋系のDNAには果てしない大きさへの潜在的な評価がインプットされているのかもしれません。そのため、広告の送り手も受け手も大きさや最大級表示に潜在的に気が向いてしまうのかもしれません。

「大きいことはいいことだ」というCMが昔ありましたが、大きいことが消費者にとって全ていいとは限らないことは十分わかっていることです。商品だけに目が向いてしまい、ついつい商品のUSPが消費者にとってもいいことだという暗黙の前提に立って広告制作が行われていることが見受けられます。

今一度、広告で強調したいことが消費者にとって最も価値が高いものなのか、一考する必要があるでしょう。

審査結果

◎テレビ広告

保健薬（2素材3件）

見　　解：＜注意＞
白衣を着ている「お薬専任スタッフ」が製品を紹介しているが、医薬関係者等の推薦に該当します。
該当基準：医薬関係者の推せんについて〔ガイドライン18(6)〕
参考意見等：背景の棚に薬が多数並んでいるので、薬局やドラッグストアの薬剤師や登録販売者と誤認させる。

見　　解：＜注意＞
「血管のサビを防ぎ」が効能効果に見え、効能外の訴求に該当します。
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)、ガイドライン6(1)〕
参考意見等：効能効果は、末梢血行障害による諸症状の改善である。

見　　解：＜不適正＞
「おくすりの基準最大量はすごい」は、最大量配合に対して効果にかかわる説明をしており、効果保証的な表現に該当します。
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)〕
参考意見等：「だから効く」の説明になっているので、効果保証だと思う。
「基準最大量がすごい」の表現は適当ではない。最大量配合はすごいわけではない。

鎮痛薬（1素材3件）

見　　解：＜注意＞
「眠くならない」という表現では、安全性を保証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証する表現の禁止〔基準3(5)、ガイドライン10(1)〕
参考意見等：「眠くなりにくい」や「眠くなる成分は入っていません」の表現にすべき。

見　　解：＜注意＞
喚起音だけで、使用上の注意がありません。
該当基準：使用及び取扱い上の注意についてOTC医薬品等の広告に付記し、又は付言すべき事項〔基準8、ガイドライン16〕

見　　解：＜注意＞
販売名は「●●」だが、販売名の記載がありません。また、「●●速溶錠」とすることで愛称のようにも見えます。
該当基準：愛称について〔基準1、ガイドライン4(4)〕

外用消炎鎮痛薬（1素材1件）

見　　解：＜注意＞

正しい販売名が示されていません。製品写真上の表記が販売名としては読み取れなくもないが、不明瞭です。

該当基準：OTC医薬品等の名称の広告について〔基準1、ガイドライン4(1)〕

漢方薬（1素材1件）

見　　解：＜注意＞

冒頭のタバコの吸い殻のシーンが不快な印象を与えます。

該当基準：不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある表現について〔基準12、ガイドライン20(1)〕

◎新聞広告

保健薬（3素材4件）

見　　解：＜注意＞

「からだにやさしいビタミン」は安全性の保証表現に該当します。

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10(10)〕

見　　解：＜注意＞

「不快なしびれから解放」で、「解放」は根治的で効果の保証表現に該当します。

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〕

参考意見等：想像を超えるビタミンの力」も含めて、保証的な印象があります。

見　　解：＜注意＞

効能効果の保証表現に該当します。

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〕

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)〕

◎その他広告

点眼薬（2素材2件）

見　　解：＜注意＞

"Wake Up"と連呼していることや全体の演出から「眠気覚まし」に効果があるようにも見えます。

該当基準：効能効果等の副次的効果の表現について〔基準3(1)、ガイドライン6(4)〕
参考意見等：疲れ目ではなく、眠気をスッキリさせるような印象があります。

見　　解：＜注意＞
　　使用感のみの強調には該当します。
該当基準：使用体験談等について〔基準3(5)、ガイドライン10(5)①〕

TV CM

審査対象リスト

広告主	商品名	秒数
キューサイ	シビレナＥ３００	120
キューサイ	シビレナＥ３００	120
ロート製薬	Vロートプレミアムアイ内服錠	15
佐藤製薬	ユンケル黄帝液プレミアム(黄帝ロイヤルプレミアム)	15
大正製薬	リポビタンＤＰ cp ～2／28	15
エスエス製薬	アレジオン２０	15
グラクソスミスクライン	新コンタック鼻炎Ｚ	15
久光製薬	アレグラFX(アレグラFXジュニア)	15
久光製薬	アレグラFXジュニア　※女性篇	60
佐藤製薬	ストナリニS(ストナリニZジェル)	15
佐藤製薬	ナザールαAR0.1% 季節性アレルギー専用	15
小林製薬	のどぬーるスプレー	15
大正製薬	クラリチンＥＸ	30
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	ストッパ下痢止めEX cp P ～2／23	60
ライオン	{ストッパ下痢止めEX} cp P ～2／23	60
ライオン	ストッパ下痢止めEX cp P ～2／23	60
ライオン	ストッパ下痢止めEX cp P ～2／23	60
ライオン	ストッパ下痢止めEX cp P ～2／23	60
ライオン	ストッパ下痢止めEX cp P ～2／23	60
ライオン	スクラート胃腸薬Ｓ　散剤	60
ライオン	スクラート胃腸薬Ｓ　散剤	60
ライオン	スクラート胃腸薬Ｓ　散剤	60
ライオン	スクラート胃腸薬Ｓ　散剤	60
ライオン	スクラート胃腸薬Ｓ　散剤	60
ライオン	スクラートＧ	60
ライオン	スクラートＧ	60
ライオン	スクラートＧ	60
ライオン	スクラートＧ	60

広告主	商品名	秒数
ライオン	スクラートＧ	60
ライオン	バファリンルナi(バファリンルナJ)	60
ライオン	バファリンプレミアムＤＸ	60
佐藤製薬	リングルアイビーα２００	15
日本臓器製薬	ラックル速溶錠	15
アリナミン製薬	マイティア	30
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイル{４０プレミアムＤＸ}	60
ライオン	スマイルうるおいタイム	60
ロート製薬	Vロートプレミアム(Vロートコンタクトプレミアム)	15
参天製薬	ヒアレインＳ	15
グラクソスミスクライン	ボルタレンEX テープ(ボルタレンACαテープ)	15
ニチバン	ロイヒ膏ロキソプロフェン{大判}	60
久光製薬	のびのびサロンシップフィット	30
久光製薬	のびのびサロンシップフィット	60
興和	バンテリンコーワ{クリーミィーゲルα・パットEX	30
アートネイチャー	ラボモヘアグロウミノキシ５	15
クラシエ薬品	クラシエ八味地黄丸Ａ	15
クラシエ薬品	コッコアポＥＸ錠	60
参天製薬	ウェルウォッシュアイ	15
小林製薬	ダスモック	15

新聞広告

審査対象リスト

広告主	商品名	媒体名
アリナミン製薬	タケダ漢方便秘薬	読売新聞
アンターク本舗	ネオシーダー	読売新聞
太田胃散	太田漢方胃腸薬Ⅱ	日経新聞
救心製薬	救心	朝日新聞
救心製薬	救心	朝日新聞
救心製薬	救心	朝日新聞
救心製薬	救心 救心錠剤	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
クラシエ薬品	クラシエ八味地黄丸A	読売新聞
健栄製薬	ヒルマイルドクリーム	朝日新聞
健栄製薬	ヒルマイルドクリーム ヒルマイルドローション	朝日新聞
興和	キャベジンコーワα	朝日新聞
興和	キューピーコーワiプラス	日経新聞
興和	キューピーコーワゴールドαプレミアム	日経新聞
興和	キューピーコーワコンドロイザーα	日経新聞
興和	コルゲンコーワ消毒液 コルゲンコーワ消毒スプレー 新コルゲンコーワうがいぐすり コルゲンコーワ殺菌・消毒せっけん	朝日新聞
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
興和	バンテリンコーワ液α	朝日新聞
興和	新キャベ2コーワ	朝日新聞
再春館製薬所	痛散湯	朝日新聞
再春館製薬所	痛散湯	読売新聞
ジェネリック薬品	コングルコン1	読売新聞
ジェネリック薬品	コングルコン1	読売新聞

広告主	商品名	媒体名
ジェネリック薬品	コングルコンV	読売新聞
大正製薬	リポビタンDXα	朝日新聞
大正製薬	リポビタンDXα	読売新聞
大正製薬	リポビタンDXα	朝日新聞
大正製薬	リポビタンDXα	読売新聞
大正製薬	リポビタンDXα	日経新聞
大正製薬	リポビタンロコモウォーク	朝日新聞
大正製薬	リポビタンロコモウォーク	日経新聞
大正製薬	リポビタンロコモウォーク	読売新聞
大正製薬	リポビタンロコモウォーク	朝日新聞
大正製薬	リポビタンロコモウォーク	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	読売新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	朝日新聞
富山常備薬グループ	リョウシンJV錠	読売新聞
ロート製薬	ロートクリア	読売新聞
ビーアンドエイチサトウ	ユンケル総合	読売新聞
久光製薬	のびのびサロンシップフィット	日経新聞

その他

媒体名	広告主	商品名
WEB	ロート製薬	ロートジー