

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4.10.3

第287回 広告審査会

日 時 令和4年8月22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 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、

田中巖夫、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 16名

審査対象

テレビ広告	46素材	} 合計97素材
新聞・雑誌広告	51素材	

審査対象期間

テレビ広告	令和4年5月9日～令和4年7月10日
新聞・雑誌広告	令和4年5月24日～令和4年7月14日

私が、第三者委員として就任したのは、元日本薬剤師会会長の佐谷圭一先生から「僕の最後の要職です。君にバトンを渡したいので受けてほしい。」との要請を受けて今まで委員を務めてまいりました。佐谷先生から、委員を受け継ぐにあたって言われたことはいろいろありましたが、審査にあたって心がけてきたことは①薬の広告は品位を保っているか②薬剤師の視点で生活者のためになっているかの2点です。そこで、今回の審査内容を例に薬剤師としての思いを紹介します。

1. 量が多い、配合成分が多いということを強調したCM

配合量や配合成分が多い、だから効くという表現。効果の保証につながるのではとの視点からの審査です。これらの表現については、ただ配合量を文字で示し淡々とした音声で紹介しているものと、それが映像や音声のトーンなどで強調されているか？審査内容を文字で記載した場合、同じものに見えても、そのCMを見た印象によって審査結果は、異なってきます。

人が言語・聴覚・視覚から得られる情報のうち、どれがどの程度優先されるかを、検討したメラビアンの法則によれば、メッセージの構成は、言語情報である文字として言葉が伝えるものが7%。聴覚情報である音声である声の高低、大小、話す速度が38%。視覚情報である、ボディランゲージである行動や表情が55%といわれています。テレビでのCMは、聴覚 言語 視覚から入ってくる情報 すべてがそろったものとして生活者に伝えられます。聴覚、視覚から入ってくる情報が93%ですから、文字にしたときには同じように見えても印象は、全く違うものになります。その結果として審査内容に違いが出てくることとなります。

しかし、薬剤師として思うことは、ただ単に文字情報だけであっても、たとえそれが強調されていなかったとしても、配合量が多い、配合成分が多いとの表現は、薬の誤用につながる、誤った認識を生活者に与える可能性があります。量が多いほうが効く、だから2倍飲もう！成分数が多いほうがいいから、風邪気味で今は熱しいけれど風邪薬を飲もう！このような誤った行動につながらないように、このような方向性を持ったCMは避ける姿勢を持っていただけるように願っています。

2. 「受診勧奨すべき症状」にあたるかあたらないか

しびれ、便秘など身近なOTC薬で対応。確かに少し試して改善しなければ受診という行動につながればよいのですが……。日本は、ヘルスリテラシーが低い国です。薬のCMからの情報は、生活者のセルフケアにおける行動を正しいものに導くものであってほしいと願っています。

しびれの原因は、血流が悪くなってしびれるという流れで作られたCM。確かに血流が悪くなってしびれを感じることもあるでしょう。でも、手や足の先にしびれや痛みを感じる、手足に力が入りにくい。ギラン・バレー症候群（手袋、靴下型）の可能性は？末梢から中枢までの神経伝達経路のどこかに異常がある場合、しびれの背景に糖尿病、動脈硬化、甲状腺機能障害などの疾患があるかもしれません。

『「便秘とは、」3日以上排便がない・排泄物がお腹の中に滞っている状態』のこと、との記載……。確かにそれもありますが、便秘を考えるときには、排便回数の減少と排便困難症状のどちらかがあれば便秘症と考えます。毎日排便があったとしても、便が固くていきまなければ出ない、排便に時間がかかる、残便感があるといったことも不快な症状で便秘症と考えるわけです。便の形状(ブリストルスケール)などを参考に対応することも大切です。企業によっては、ホームページで、ただ単に商品を守るための情報提供だけではなく、生活者の啓発につながる様々な情報が提供されています。

実際には、受診勧奨すべきかどうかの助言は、薬剤師や登録販売者が行うべきことだと思います。それをCMに期待すべきではないとの意見が聞こえてきそうです。しかし、しびれの原因はさまざま、原因の一つに〇〇があります。そんなしびれには……。という、流れになっていたら……。CMを見て、現在のCMの規制で問題がないかという視点だけではなく、このCMが必要な人にその薬を届け、不必要な人が誤った使用をしないようになっていくか、そんな角度からのCMの検証も作られる側には必要な姿勢だと考えます。そして、その姿勢こそが、CMの品格につながるものだと思います。

3. 使用方法

保湿剤を塗布する映像。審査会では発言しないで見ていました。審査のポイントは、「肌の保水力を再生し、乾燥肌を治す」再生という表現は問題ないかということです。結果は適正となり、特に問題ないということです。でも、保湿剤を皮膚に擦りこむという映像。このような形での塗布の仕方は、指や手の平で塗り込むことで、薬が見えなくなるのは、薬が皮膚に浸み込んだのではなく、薄くのぼしすぎ。皮膚の上に薬を置くくらいの気落ちで塗布するのが正しい方法。そんな映像になっていたらいいのにと思いながら、CMを見ていました。

そういえば、昔、目薬は瞳に上から点眼しなければいけないと思い込んでいる方が、目薬はうまくさせないと訴えられたことを思い出しました。視覚に訴える情報、55%。薬の使用方法は大丈夫か？特に外用剤はそのあたりにも配慮を望みます。

審査結果

◎テレビ広告

保健薬（3素材3件）

見 解：＜注意＞

販売名の記載がありません。

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)〕

参考意見等：ブランド広告は不可となっているため、製品の販売名が必要。

見 解：＜注意＞

「連鎖開放型処方」効果に繋がるような処方名は、効能効果等又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の保証表現について〔基準3(5)、ガイドライン10(1)〕

見 解：＜注意＞

このような症状は、セルフメディケーションではなく、受診勧奨すべき症状の印象です。

該当基準：一般向広告における効能効果についての表現の制限〔基準6、ガイドライン15(1)〕

参考意見等：

- ・手足のしびれがあっても一般用で対処できるものと対処できないものがあるため、効能効果があるから問題ないという話ではないと考える。
- ・「しびれ」は末梢血行障害ではなく、末梢神経障害によるものかもしれない。その場合、その症状から糖尿病など発覚するかもしれないため、しびれについては受診勧奨をすべきと考える。末梢血行障害のしびれはこの薬でもいいかもしれないが、その他はやはり受診勧奨すべき。末梢血行障害によるしびれであることを印象付けるようにして頂きたい。
- ・「しびれの原因は他にもあります」等の表現を入れる、また受診勧奨につながる文言などをCMに入れることを検討いただきたい。

見 解：＜注意＞

白衣を着ている方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。

漢方薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

効能効果の保証表現になります。

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：「最大量配合」からの「だから効く」との表現は、効能効果の保証的表現に該当します。

◎新聞広告

保健薬（1素材2件）

見 解：＜注意＞

「健康習慣に●●●●」との表現は、健康維持と同様の印象を与えます。

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)、自主申し合わせIV〕

見 解：＜注意＞

同紙面での「●●●●100」で「指定医薬部外品」の記載がありません。

該当基準：愛称につてスイッチ成分に関わる広告表現について〔基準1(2)、ガイドライン4(4)〕

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
アリナミン製薬	アリナミンメディカルゴールド	15	ライオン	フェルゼアプレミアムHPミルクジェル	60
エーザイ	チョコラBBプラス 70th フィリア症制圧活動	30	ライオン	フェルゼアプレミアムHPミルクジェル	60
エーザイ	ナボリンS フィリア症制圧活動を支援	15	ライオン	フェルゼアプレミアムHPミルクジェル	60
キューサイ	シビレナ E 3 0 0	120	ライオン	フェルゼアプレミアムHPミルクジェル	60
ゼリア新薬工業	コンドロイチンZ S錠	30	ライオン	ラフェルゼアプレミアムHPミルクジェル	60
興和	キューピーコーワ i プラス	15	興和	ウナコーワエース {L・G}	15
第一三共ヘルスケア	トラフル B B チャージ	15	興和	バンテリンコーワ クリミーゲル α ・パットEX	15
富山常備薬	リョウシン J V錠 c p	60	第一三共ヘルスケア	ロキソニンEXテープ {L}	30
大正製薬	リポビタン {D・DX}	60	第一三共ヘルスケア	ロキソニンEXローション	15
ライオン	スマイル 40プレミアムDX	60	池田模範堂	液体ムヒS	15
ライオン	スマイル 40プレミアムDX	60	池田模範堂	ムヒダストメル	15
ライオン	スマイル 40プレミアムDX	60	池田模範堂	オデキュアEX	15
ライオン	スマイル 40プレミアムDX	60	クラシエ薬品	漢方セラピー クラシエ漢方半夏厚朴湯エキス顆粒	60
ライオン	スマイル 40プレミアムDX	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	スマイル 40プレミアムDX	60	クラシエ薬品	漢方セラピー クラシエ漢方加味逍遙散料エキス錠	60
アリナミン製薬	タケダ漢方便秘薬	15	ライオン	デントヘルスR(デントヘルスB)	60
大正製薬	新ビオフェルミンS錠	15	ライオン	クリニカフッ素メディカルコート	60
シオノギヘルスケア	リンデロンVs ローション(軟膏)	15	ロート製薬	ハレス口内薬	30
ライオン	メソッドW O クリーム	60	佐藤製薬	アセス(アセスL・アセスEX)	15
ライオン	メソッド {UFクリーム・メソッドシート}	60	小林製薬	テイラック	15
ライオン	メソッド {UFクリーム・メソッドシート}	60	小林製薬	ナイシトールZa	15
ライオン	メソッドプレミアム AS軟膏・ASクリーム	60	小林製薬	ナリピタン当帰芍薬散錠	15
ライオン	メソッドプレミアム AS軟膏・ASクリーム	60	養命酒製造	養命酒	15

