

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5.1.31

第289回 広告審査会

日 時 令和4年12月19日(月) 14:00～16:30

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	51素材	} 合計116素材
新聞・雑誌広告	65素材	

審査対象期間

テレビ広告	令和4年9月5日～令和4年11月6日
新聞・雑誌広告	令和4年9月16日～令和4年11月19日

普段の広告審査会では主に「OTC医薬品等の適正広告ガイドライン」（以下、ガイドライン）に沿って検討がなされ、しっかりした議論を行い、広告内容の検討が行われています。ガイドライン違反は論外ですが、中には過失（うっかりミス）やガイドラインの理解不足もあるようです。

特に問題となるのは、これは実はOTC医薬品に限らないのですが、広告主が言いたいことが消費者に理解できるのか、言いたいことがそこだけでいいのか、そんなに言ってしまうていいのか、ではないでしょうか。言い換えれば、消費者目線で、伝えるべきことを、適正に伝えているかどうか、ということが適正な広告かどうかを審査する上での着眼点となるでしょう。

一方で、ある別のところでは、「人気タレントに引っ張られすぎている」みたいなことが言われたりしています。つまり、広告メッセージ内容そのものではなく、登場するタレントだとか、BGMだとか、シーンだとかいった広告表現要素による影響のことです。

専門用語を使うと、同じ広告でも広告メッセージそのものが情報処理されるのか、広告表現要素が周辺的な手掛かりとして情報処理されるのかによって態度形成（好き嫌い、いい悪いといった評価）のルートが異なることが学術的に知られています。この学術モデルを「精緻化見込みモデル」と呼んでいます。「精緻化見込みモデル」とは、広告メッセージなどの説得的コミュニケーションとしての情報を精緻に処理する見込みがあるかないか、ということに基づいた消費者情報処理モデルのことです。このモデルでは、消費者が広告メッセージを受けると、その個人の情報処理能力（情報内容を理解して判断できるか）と情報処理への動機（情報内容を理解したり判断したりしようとするか）が高いか低いかで、異なったルートで情報処理を行い、態度変容が生じます。能力も動機も高いとメッセージ内容そのものを処理して評価（態度形成）します。これを中心的ルートと呼んでいます。これに対して、能力と動機的一方もしくは両方とも低い場合は、タレントだとか、BGMだとかシーンといったものを処理し、広告の中の周辺的な手掛かりを用いて評価（態度形成）をします。これを周辺のルートと呼んでいます。

広告審査会で議論している内容は、精緻化見込みモデルからすると、中心的ルートで処理される広告メッセージ内容そのものです。もちろん広告は、法規制やガイドラインといったルールに沿って、伝えるべき内容を適切に伝える義務があると考えます。一方で、一般の消費者は専門家ではないので、よほどの知識がない限り、広告で説明されているような薬効成分や効能効果について十分に情報処理できているとは言えないでしょう。多くの場合の広告評価は、好感度の高いタレントが推奨しているから、（医者や薬剤師などの）専門家が推奨しているから、なんかいい感じがするから、といった周辺的な手掛かりが用いられています。広告審査会でも、「白衣が医療従事者を連想させる（ため、専門家の推奨のように思える）」といった議論がありました。これなどはまさに周辺的な手掛かりによるものです。1つの広告を総合的に評価していく中で、広告メッセージ内容はもとより、こうした広告表現要素で消費者がどのような評価に至るのか、といった目線も大事かもしれません。

審査結果

◎テレビ広告

風邪薬（3素材4件）

見 解：＜注意＞

ナレーションの「7種の有効成分を配合した 日本で唯一の処方です」の
日本で唯一はイブプロフェンとジフェンヒドラミンを配合のことだが、
「7種の有効成分を配合したことが唯一」と誤認させます。

該当基準：配合成分の表現について〔基準3(3)、ガイドライン8(3)〕

参考意見等：何が唯一なのか、わかりにくい。

配合と処方の使い分けは生活者に理解できないのではないか。

見 解：＜注意＞

テロップで画面右下に、※「速攻」を意味します。とあるものの、「そっ
こう」の直後に「長ーく効く」とあることで、あたかも”早く効く(速効)”
と暗示させています。

該当基準：速効性に関する表現について〔基準3(7)、ガイドライン12(2)〕

参考意見等：早めに対処することをきちんと理解されれば良いが、当広告では速効と
いう印象が残ってしまう。確信犯的で15秒の広告では誤解させる。

見 解：＜注意＞

「●●史上最高」は、最大級表現に該当します。

該当基準：最大級の表現について〔基準3(6)、ガイドライン11(1)〕

参考意見等：

- ・それぞれブランド内の比較であり事実に基づいているが、最高は安全性の面で適した表現ではない。
- ・種類が多いのが生活者にとっての効き目の「最高」ではない。
- ・最高とは根拠に基づいた表現であるべき。
- ・濫用・オーバードーズが問題になっている背景から、数が多い・量が多いから効くという表現はおかしい。
- ・気になっている表現であり、やめてもらいたい。
- ・事実を伝える範疇であれば良いが、それが最高ということには壁がある。
- ・増量に関して何と比較して増量したかが記載されていない。パッケージ記載による視認ではなく、GL記載のとおり、付記が必須。

見 解：＜注意＞

「速攻＝有効成分を溶けやすくしたこと」は、「早く対処する」という
表現の速攻ではありません。

該当基準：過量消費又は乱用助長を促す恐れのある広告の制限〔基準4、ガイドライン14(2)〕

便秘薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

メカニズムの説明が正確ではありません。

該当基準：配合成分の表現について〔基準3(3)、ガイドライン8(5)〕

◎新聞広告

保健薬（4素材5件）

見 解：＜注意＞

最大量配合に説明がありません。

該当基準：最大級の表現について〔基準3(6)、ガイドライン11(1)〕

見 解：＜注意＞

イメージ図の注釈記載がありません。

該当基準：OTC医薬品等の作用機序をCG・アニメーション・模式図、写真、模型等で表現する場合について、及び疾病部分の炎症等が消える場合の表現について〔基準3(5)、ガイドライン10(6)〕

見 解：＜注意＞

「つらいしびれ 神経痛から解放」や「不快なしびれから解放」は、根治的で効果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)〕

参考意見等：解放は印象として効果の保証になる。

見 解：＜注意＞

国民生活基礎調査を引用した「足腰に不調」という表現は適切ではありません。

該当基準：OTC医薬品の広告に調査情報（効能効果等又は安全性を除く）を使用する際の付記項目について〔自主申し合わせ〕

参考意見等：

- ・データの言い換えや読み換えはやってはいけないこととして、認識を統一した方が良い。
- ・各社、効能の読み換えには敏感なようだが、統計データの扱いも同様に配慮していただきたい。
- ・データをそのまま忠実に使わないと、データの意味がない。消費者に十分伝わるように正確に明記すること。
- ・出典の明記と文言を間違えないことは徹底すべき。

見 解：＜注意＞

算出された数値であることの記載がありません。

該当基準：OTC医薬品の広告に調査情報(効能効果等又は安全性を除く)を使用する際の付記項目について〔自主申し合わせ〕

参考意見等：単純に足し上げていい数値ではない。現データに基づいた数値を記載するべき。

皮膚薬（1素材1件）

見 解：＜不適正＞

ブランド広告にも、販売名の付記は必要です。

該当基準：承認又は認証を要する医薬品等の名称についての表現の範囲〔基準1(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
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス	15	大正製薬	パブロンSゴールドW{微粒}	30
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス	15	第一三共ヘルスケア	ルルアタック{NXプレミアム}	30
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス(アリナミンEXプラスa)	15	龍角散	龍角散ダイレクトスティック(トローチ)	15
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス	15	ライオン	ストッパ下痢止めEX	15
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス(アリナミンEXプラスa)	15	太田胃散	太田胃散A錠剤 ※食欲篇	30
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス(アリナミンEXプラスa)	15	太田胃散	太田漢方胃腸薬II散剤	30
アリナミン製薬	アリナミンEXプラス(アリナミンEXプラスa)	15	ライオン	バファリンプレミアムDX	60
ロート製薬	Vロートプレミアムアイ内服錠	15	第一三共ヘルスケア	ロキソニンSクイック	15
大正製薬	リポビタミンDXプラス	15	ライオン	スマイル 40プレミアムDX	60
大正製薬	リポビタミンDXプラス	15	ライオン	スマイル 40プレミアムDX ※小倉優子篇	60
大鵬薬品工業	ソルマックキュアールS	60	ロート製薬	Cキューブプレミアムフィット	15
富山常備薬	リョウシンJV錠 cp	60	ゼリア新薬工業	新ウイズワン(新ウイズワンa・ウイズワンエル)	30
富山常備薬	リョウシンJV錠 cp	60	大正製薬	新ビオフェルミンS錠(ビオフェルミンVC)	15
大正製薬	リポビタミンD ジャパンナショナルラグビーチームトッ	90	ロート製薬	メンソレータムADクリームm	15
アリナミン製薬	ベンザブロックプレミアム{S・L・IP}	15	ロート製薬	メンソレータム メディクイックN軟膏	15
アリナミン製薬	ベンザブロックYASUMO	15	興和	ケラチナミンコワ20%尿素配合クリーム	15
アリナミン製薬	ベンザブロックYASUMO	30	第一三共ヘルスケア	ロキソニンEXテープ(ロキソニンEX)	60
エスエス製薬	エスタックEXネオ	15	ライオン	デントヘルスR	60
グラクソスミスクライン	新コンタックかぜ総合・新コンタックかぜEX持続性	15	救心製薬	救心カプセルF	60
クラシエ薬品	クラシエの漢方 葛根湯液2(葛根湯エキス顆	15	興和	アンスペクトコワSARS-CoV-2	15
シオノギヘルスケア	パイロンPL錠ゴールド	15	興和	リザレックコワa5	30
シオノギヘルスケア	パイロンPL顆粒Pro	15	小林製薬	ユリナール錠剤	15
健栄製薬	健栄うがい薬(健栄うがい薬C・健栄うがい薬P)	15	小林製薬	命の母ホワイト	15
佐藤製薬	スナアビージェルEX・ジェルサイトEX・プラ	15	小林製薬	アイボンWビタミンPREMIUM	15
全薬工業	ジキニンファーストネオ錠	15	養命酒製造	養命酒	15
大正製薬	ヴァックスメディケイトドリップレモン(抹茶)	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
アリナミン製薬	アクテージ H K 錠	日経新聞	興 和	バンテリンコーワ液 a	日経新聞
アリナミン製薬	アクテージ H K 錠	朝日新聞	興 和	バンテリンコーワ液 a	朝日新聞
アリナミン製薬	アクテージ H K 錠	日経新聞	興 和	バンテリンコーワ総合	日経新聞
アリナミン製薬	アクテージ H K 錠	読売新聞	興 和	新キャベ2コーワ	朝日新聞
アリナミン製薬	アクテージ H K 錠	日経新聞	再春館製薬所	痛 散 湯	読売新聞
アリナミン製薬	アクテージ H K 錠	朝日新聞	ジェネリック薬品	コングルコン1	読売新聞
アリナミン製薬	タケダ漢方便秘薬	読売新聞	ジェネリック薬品	コングルコン1	読売新聞
アリナミン製薬	フローミンエース	日経新聞	大正製薬	リポビタミン D X a	朝日新聞
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 D X a	読売新聞
太田胃散	太田漢方胃腸薬Ⅱ	朝日新聞	大正製薬	リポビタミン D X a	朝日新聞
救心製薬	救 心	朝日新聞	大正製薬	リポビタミン D X a	読売新聞
救心製薬	救 心	朝日新聞	大正製薬	リポビタミン D X a	読売新聞
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	救心錠 心剤	読売新聞	大正製薬	リポビタミンロコモウオーク	読売新聞
救心製薬	救心錠 剤	日経新聞	大正製薬	リポビタミンロコモウオーク	読売新聞
救心製薬	救心錠 剤	日経新聞	大正製薬	リポビタミンロコモウオーク	読売新聞
クラシエ薬品	クラシエ八味地黄丸A	読売新聞	大正製薬	リポビタミンロコモウオーク	朝日新聞
クラシエ薬品	葛根湯エキス顆粒S クラシエ漢方葛根湯液Ⅱ クラシエ漢方葛根湯エキスEX錠	朝日新聞	富山常備薬	リョウシン J V 錠	朝日新聞
健栄製薬	健栄うがい薬 C 健栄うがい薬 P	読売新聞	富山常備薬	リョウシン J V 錠	朝日新聞
興 和	アンズベクトコーワSARS-CoV-2	朝日新聞	富山常備薬	リョウシン J V 錠	読売新聞
興 和	アンズベクトコーワSARS-CoV-2 ゴルデンコーワ A A	日経新聞	富山常備薬	リョウシン J V 錠	朝日新聞
興 和	キャベジンコーワ a	朝日新聞	富山常備薬	リョウシン J V 錠	読売新聞
興 和	キャベジンコーワ a	朝日新聞	富山常備薬	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	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	読売新聞
興 和	キューピーコーワiプラス	日経新聞	久光製薬	のびのびサロンシップフィット冷感 のびのびサロンシップフィット温感 のびのびサロンシップフィット無臭性	読売新聞
興 和	キューピーコーワゴールドaプレミアム	日経新聞	フューチャーラボ	ドンホワイドン	朝日新聞
興 和	キューピーコーワコンドロイザーa	日経新聞	フューチャーラボ	ドンホワイドン	読売新聞
興 和	キューピーコーワコンドロイザーa	日経新聞			

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
フューチャーラボ	ドンホワイドン	読売新聞	ロート製薬	ロートクリア	朝日新聞
フューチャーラボ	ドンホワイドン	読売新聞	救心製薬	救心総合	朝日新聞
ロート製薬	Vロートアクティブプレミアム ロートV5	読売新聞	ビーアンドエイチサトウ	ユンケルローヤルB	朝日新聞
ロート製薬	メンソレータム	朝日新聞	フューチャーラボ	ドンホワイドン	読売新聞