

広告表現・ガイドラインの変更点

▶ 広告表現に関して：「プレミアム処方」の表現について

全ての媒体において、OTC医薬品、指定医薬部外品に「プレミアム処方」の表現を用いることができるのは、販売名において「プレミアム」というワードを取得している場合に限る。

注意)「プレミアム処方の根拠を明示することによって、『プレミアム処方』という文言に販売名以上の意味を誤認させるおそれがあることに留意すること。」

▶ 「OTC医薬品等の適正広告ガイドライン（2019年版）」の以下1項目を改訂

基準3 効能効果、性能及び安全性関係

(1) 承認を要するOTC医薬品等の効能効果について

ガイドライン6. 承認等を要するOTC医薬品等についての効能効果等の表現の範囲

※OTC医薬品等の適正広告ガイドライン 2019年版 p.53

旧	新
<p>(5) 効能効果のしぼり表現について</p> <p>①効能効果等のしぼりの表現について 承認された効能効果等に一定の条件、いわゆるしぼりの表現が付されているOTC医薬品等の広告を行う際は、原則としてしぼり表現を省略することなく正確に付記または付言すること。</p> <p>②効能効果等のしぼり表現の省略について テレビ、ラジオ、バナー広告における効能効果等のしぼり表現は、漢方製剤に限り省略できるものとするが、その場合は必ず「この〇〇〇は、体質、症状に合わせてお飲みください。」等の注意喚起の旨を付記又は付言するものとする。</p>	<p>(5) <u>効能効果の表現について</u></p> <p><u>①効能効果の表現について</u> OTC医薬品等の広告を行う際は、原則として承認された効能効果の一つ以上付記または付言すること。</p> <p>②効能効果等のしぼりの表現について 承認された効能効果等に一定の条件、いわゆるしぼりの表現が付されているOTC医薬品等の広告を行う際は、原則としてしぼり表現を省略することなく正確に付記または付言すること。</p> <p>③効能効果等のしぼり表現の省略について テレビ、ラジオ、バナー広告における効能効果等のしぼり表現は、漢方製剤に限り省略できるものとするが、その場合は必ず「この〇〇〇は、体質、症状に合わせてお飲みください。」等の注意喚起の旨を付記又は付言するものとする。</p>