

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7.2.17

第301回 広告審査会

日 時 令和6年12月20日(金) 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) 小山千穂、石崎徹、町田奈緒子

(委員) 白鞘敬文、亀井枝里子、栗田宏一、青山真也、
田中靖人、森田聡、陳野重也、友田光泰、田中幸子、
梅岡久、金森修

傍聴者 18名

審査対象	テレビ広告	57素材	} 合計114素材
	新聞・雑誌広告	55素材	
	その他	2素材	

審査対象期間 テレビ広告 令和6年9月4日～令和6年11月5日

新聞・雑誌広告 令和6年9月10日～令和6年11月11日

広告における訴求ポイントと訴求の仕方について

広告クリエイティブにおける検討事項として、What to SayとHow to Sayがあります。当該広告の訴求ポイントとして「何を伝えるのか」と、それを「どのように伝えるのか」ということです。前者は当該広告において最も伝えたいこと、主張したいことは何か、後者はその伝えたいこと、主張したいことをどのようなコピーやビジュアルに変換するのか、ということに該当します。

What to Say(何を伝えるのか)は広告ブランドの特徴、強味であり、広告主サイドの強い意向が反映されるでしょう。How to Say(どう伝えるのか)は広告クリエイターの腕の見せ所かと思えます。

さて、普段の広告審査会の議論を聴いていると、この2点が主なポイントになっているのではないのでしょうか。当該広告で主張している点が適切なのか、その主張の表現の仕方が適切なのかということです。

主張している点が法令違反、ガイドライン違反は論外なのですが、言いたいこと、伝えたいことが主張しているのかダメなのか、まずはここを慎重に議論することが必要でしょう。

次に、主張している点が適切であるとして、表現の仕方が適切かどうか、この見極めも難しいところがあります。たとえば、風邪薬の季節に議論の対象となる「速攻」表現です。早く対処するという意味で捉えられるのか、速く効くとも取られかねないのか。これは目で見たとときと耳で聞いたときも捉え方の違いが生じることがあります。広告のユニバーサルデザイン化を考慮した場合、いずれの方法であっても同じ捉え方ができなければならないとは思いますが。

What to Sayに関してはある程度の線引きができる場合が多いと考えますが、How to Sayに関しては一定の線引きをすることが難しい場合が多いでしょう。この点に関しては、広告審査会での掘り下げた議論が必要です。

審査結果

◎テレビ広告

鎮咳去痰薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

販売名が小さすぎる。

該当基準：基準第4 1. 名称関係

GL4(2); 名称の略称について（販売名）

皮膚病薬・きず薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

「※手足のひび、あかぎれに」と最後のシリーズの説明文、字が小さく背景に溶け込んでいる。

該当基準：基準第4 1. 名称関係

GL4(2); 名称の略称について（販売名）

GL23; 「OTC医薬品区分」および「指定医薬部外品」である旨の記載について

小児薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

販売名、リスク区分及び効能が小さすぎる。

該当基準：基準1名称

GL4(2); 名称の略称について（販売名）

GL23; 「OTC医薬品区分」および「指定医薬部外品」である旨の記載について

GL6(5); 効能効果等のしぼりの表現について

◎新聞広告

総合保健薬（1素材2件）

見 解：＜注意＞

①痛みを表現するために、黒いシミをつかって強調している。

②次の記載は、不安又は恐怖を与えるおそれのある表現に当たる。

「とくに高齢者にとっては自分の意志では動けなくなる状態、いわゆる寝たきりや要介護状態となるリスクが高まるため、早期から効果的な改善策が求められる。」

該当基準：基準12(1); 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 p79

GL20(1); 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 p80

総合保健薬（6素材12件）

見 解：＜注意＞

①「テレビCMを中心に広がりを見せる」「評判を呼んでいる」「テレビCMを中心に話題を呼んでいる」「『日常生活に支障をきたすほどのつらい症状に効く』とクチコミを中心に広がりを見せる」といった表現の根拠が不明瞭。

②「立っている時を基準にすると、実は座っている時に腰へ約1.4倍～2.8倍もの負荷がかかっていると言われていない」出典が示されていない。

該当基準：①基準3(5)；効能効果等又は安全性を保證する表現の禁止

GL10；効能効果等又は安全性を保證する表現の禁止

②自主申し合わせ：OTC医薬品の広告に調査結果を使用する際の付記項目について

データを抜粋加工する場合は信頼性が担保されている事に留意し、その旨を生活者が正確に理解できるように十分配慮したうえで使用する。

総合保健薬（4素材4件）

見 解：＜注意＞

「痛みを放置して治療せずにいると悪化の一途を辿ることが多く、歩行障害などの重篤な症状へ陥ってしまうことはあまり知られていない。」は不安又は恐怖を与えるおそれのある表現に当たる。

該当基準：基準12(1)；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 p79

GL20(1)；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 p80

総合保健薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

「腰痛が今後の人生を左右する」は恐怖訴求ではないか。

該当基準：基準12；不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある広告の制限 p79

GL20；不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある広告の制限 p80

便秘薬（1素材1件）

見 解：＜注意＞

製品と共に写真に掲載されている医薬品の効能効果、販売名、分類の記載がない。

該当基準：基準3(5)；効能効果等又は安全性を保證する表現の禁止

GL10(1)；効能効果等又は安全性を保證表現について p62

◎その他広告

眼薬（1素材2件）

見 解：＜注意＞

①「ブランド史上最強の処方設計」表現が問題無しとして、この注釈記載では、同一画面内で、最大級表現の客観的根拠を示せていないように感じられる。

②「〇〇〇は、目のかゆみ、ゼロへ！」は緩和効能の製品でもあり保証的な印象を与える。

該当基準：①基準3(6)；効能効果等又は安全性についての最大級の表現又はこれに類する表現の禁止

<共通>(1)最大級の表現について p68

GL11(1)；最大級の表現について p68

②基準3(5)効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止 p62

GL10(1)；効能効果等又は安全性の保証表現について p63

発毛促進剤（1素材2件）

見 解：<注意>

①販売名/効能/区分の記載がない。

②「全薄毛」は万能薬的な表現であり、注釈で説明できる範疇を超えている。

該当基準：①基準1 GL4名称関係

GL4(2)；名称の略称について(販売名)

GL23「OTC医薬品区分」および「指定医薬部外品」である旨の記載について

②基準3(1)；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

GL6(1)；承認を要するOTC医薬品等の効能効果等について

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
大正製薬	リポビタミンD	30	第一三共ヘルスケア	プロペトピュアベール	15
アリナミン製薬	アリナミンVDRINK	15	第一三共ヘルスケア	プロペトピュアベール	15
シオノギヘルスケア	シナールLホワトエクシアプレミアム2000	15	久光製薬	フェイタスZαジクサス	15
クラシエ	クラシエ八味地黄丸A	15	久光製薬	フェイタスZαジクサス	15
ゼリア新薬工業	ヘパリーゼプラスII	15	久光製薬	サロンパス	15
アリナミン製薬	ベンザブロックLプレミアム	15	久光製薬	エアーサロンパスジェットα	15
アリナミン製薬	ベンザブロックIPプレミアム	15	久光製薬	エアーサロンパスジェットα	60
アリナミン製薬	ベンザブロックSプレミアム	15	第一三共ヘルスケア	ロキソニンSテープ	15
アリナミン製薬	ベンザブロックプレミアム総合	15	ライオン	スマイル40プレミアムザワン総合	60
エスエス製薬	エスタックEXネオ	15	ライオン	スマイル40プレミアムザワン総合	60
シオノギヘルスケア	パイロンPL顆粒Pro	15	ライオン	スマイル40プレミアムザワン総合	60
ヘイリオンジャパン	新コンタックかぜEX	15	ライオン	スマイル40プレミアムザワン総合	60
佐藤製薬	ストナEX総合	15	ライオン	スマイル40プレミアムザワン総合	60
全薬工業	ジキニンファーストネオ錠	15	ロート製薬	目薬総合	15
大正製薬	パブロンSゴールドW総合	30	ロート製薬	なみだロート総合	15
第一三共ヘルスケア	ロキソニン総合かぜ薬	15	参天製薬	ウェルウォッシュュアイ	15
第一三共ヘルスケア	ルルアタックプレミアム総合	30	千寿製薬	マテアピントケア40メディカル総合	15
シオノギヘルスケア	ムコダイン去たん錠プロ500	15	浅田 飴	浅田飴こどもせきどめ	15
龍角散	龍角散ダイレクト総合	15	池田模範堂	ムヒのこども総合	30
龍角散	龍角散ダイレクトスティック	30	エスエス製薬	イブスリーショットプレミアム	15
エーザイ	新セルベール整胃プレミアム	30	シオノギヘルスケア	セデス・ハイ	15
太田胃散	太田胃散A	30	ライオン	バファリンプレミアムDX	60
太田胃散	太田胃散A	15	ライオン	バファリンプレミアムDX	60
アサヒグループ食品	エビオス整腸薬	15	ライオン	バファリンプレミアムDX	60
天藤製薬	ボラギノールスムーズ	15	ライオン	バファリンプレミアムDX	60
健栄製薬	酸化マグネシウムE便秘薬	15	ライオン	バファリンプレミアムDX	60
浅田 飴	トラベロップQQ	15	第一三共ヘルスケア	カロナーA	15
ロート製薬	ヘパソフトプラス	15	クラシエ	漢方セラピー-JPS柴胡桂枝乾姜湯エキス錠N	15
健栄製薬	ヒルマイルドHクリーム	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HK錠	読売新聞	東京ディベロ	コングルコン1	朝日新聞
アリナミン製薬	アクテージHK錠	日経新聞	東京ディベロ	コングルコン1	読売新聞
アリナミン製薬	メラノホワイト	日経新聞	東京ディベロ	コングルコン1	読売新聞
アリナミン製薬	メラノホワイト	読売新聞	東京ディベロ	コングルコン1	読売新聞
救心製薬	救心	朝日新聞	東京ディベロ	コングルコン1	朝日新聞
救心製薬	救心	読売新聞	東京ディベロ	コングルコン1	読売新聞
救心製薬	救心錠剤	日経新聞	富山常備薬	リョウシンJVコンドロイ錠	朝日新聞
クラシエ	クラシエ八味地黄丸A	読売新聞	富山常備薬	リョウシンJVコンドロイ錠	読売新聞
クラシエ	クラシエ八味地黄丸A	読売新聞	富山常備薬	リョウシンJVコンドロイ錠	読売新聞
クラシエ	クラシエ八味地黄丸A	読売新聞	富山常備薬	リョウシンJVコンドロイ錠	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JVコンドロイ錠	朝日新聞
興和	キャベジンコーワa	読売新聞	富山常備薬	リョウシンJVコンドロイ錠	読売新聞
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	リョウシンJVコンドロイ錠	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	富山常備薬	リョウシンJVコンドロイ錠	読売新聞
興和	バンテリンコーワパットEX	日経新聞	富山常備薬	リョウシンJV錠	朝日新聞
興和	バンテリンコーワパットEX バンテリンコーワパットEXホット	日経新聞	富山常備薬	リョウシンJV錠	読売新聞
興和	バンテリンコーワパットEX バンテリンコーワパップS	日経新聞	富山常備薬	リョウシンJV錠	読売新聞
興和	バンテリンコーワ液a	日経新聞	ヒサヤ大黒堂	金鵝丸 不思議膏	読売新聞
興和	新キャベ2コーワ	朝日新聞	フューチャーラボ	ドンホワイドン	朝日新聞
シオノギヘルスケア	葛根湯エキス顆粒	朝日新聞	龍角散	らくらく服薬ゼリー らくらく服薬ゼリースティックタイプ	朝日新聞
第一三共ヘルスケアダレ外	ブライトエイジホワイト	朝日新聞	ロート製薬	目薬総合	読売新聞
第一三共ヘルスケアダレ外	ブライトエイジホワイト	読売新聞	ビーアンドエイサトウ	ユンケルローヤルB	読売新聞
第一三共ヘルスケアダレ外	ブライトエイジホワイト	読売新聞	ファーマフーズ	ラクトロ錠	読売新聞
大正製薬	リポビタミンD	読売新聞	ファーマフーズ	ラクトロ錠	朝日新聞
大正製薬	リポビタミンD	読売新聞	ファーマフーズ	ラクトロ錠	朝日新聞
大正製薬	リポビタミンDXa	読売新聞	ファーマフーズ	ラクトロ錠	読売新聞
大正製薬	リポビタミンDXa	読売新聞	フューチャーラボ	ドンホワイドン	読売新聞
大正製薬	リポビタミンロコモウォーク	読売新聞			