

判断基準	現行の「適正広告基準」等での該当箇所の例	具体的な事例
<p>1 広告を見てその製品を購入した消費者が「知らなかった」あるいは「騙された」と感じる広告は認めない。</p> <p>ア 効き目(有効率、強さ、持続性、即効性など)について誤った認識を与える広告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製造方法の優秀性について事実と反する認識を得させるおそれのある表現</li> <li>・ 承認を受けた効能効果の範囲を超えた表現</li> <li>・ 成分及びその分量又は本質について虚偽の表現、不正確な表現</li> <li>・ 効能効果について、最大級の表現又はこれに類する表現</li> <li>・ 医学薬学上認められている範囲をこえる速効性、持続性等についての表現</li> <li>・ 本来の効能効果とは認められない効能効果の表現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「最高の技術」、「最も進歩した製造方法」、「近代科学の粋を集めた製造方法」、「理想的な製造方法」、「家伝の秘法により作られた…」等の表現</li> <li>・ 「高貴薬配合」、「デラックス処方」等のような表現</li> <li>・ 「最高のききめ」、「無類のききめ」、「肝臓薬の王様」、「胃腸薬のエース」等の表現、「強力な…」、「強い…」等の表現</li> <li>・ 「すぐ効く」、「飲めばききめが3日は続く」等の表現、「顆粒だから速く溶け効く」等の表現、「効力持続型」等の表現</li> <li>・ 頭痛薬について「受験合格」、ホルモン剤について「夜を楽しむ」、保健薬について「迫力を生む」、「活力を生み出す」、「人生を2倍楽しむ」等の表現</li> </ul>
<p>イ 安全性について誤った認識を与える広告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成分及びその分量又は本質について虚偽の表現、不正確な表現</li> <li>・ 用法用量について、承認を受けた範囲をこえた表現、不正確な表現等</li> <li>・ 安全性について、具体的な安全性を摘示して、それが確実である保証をするような表現</li> <li>・ 安全性について、最大級の表現又はこれに類する表現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「天然成分を使用しているので副作用がない」等の表現</li> <li>・ 「いくら飲んでも副作用がない」等の表現</li> <li>・ 「副作用が少ない」、「比較的安心して…」、「刺激が少ない」等の表現</li> <li>・ 「比類なき安全性」、「絶対安全」等の表現</li> </ul>
<p>ウ 用法用量について誤った認識を与える広告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 複数の用法がある場合において、1つの用法のみ又は特定の用法のみを強調すること</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「小児専門薬」、「婦人専門薬」等</li> </ul>
<p>エ 医薬品の選択に当たって誤った判断に至らせる広告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 愛用者の感謝状、感謝の言葉等の例示</li> <li>・ 品質、効能効果等、安全性その他について、他社の製品をひぼうするような広告</li> <li>・ 医薬品関係者、病院、診療所その他医薬品の効能効果に関し、世人の認識に相当の影響を与える公務所、学校又は団体が指定し、公認し、推せんし、指導し、又は選用している等の広告</li> <li>・ テレビ、ラジオの提供番組又は映画演劇等において出演者が特定の医薬品の品質、効能効果等、安全性その他について言及し、又は暗示する行為</li> </ul>	

<p>オ 不必要な製品の購入に至らせる広告</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ テレビ、ラジオの子供向け提供番組における広告</li> <li>・ 医薬品を医薬部外品又は化粧品と同一紙面で広告を行い相乗効果を得るような誤解を招く広告</li> <li>・ ゆきすぎた懸賞、賞品等射こころをそそる方法による医薬品又は企業の広告</li> </ul>	
<p>2 過量消費又は乱用助長につながる広告は認めない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 懸賞、賞品として医薬品を授与する旨の広告</li> <li>・ 容器、被包等と引換えに医薬品を授与する旨の広告</li> <li>・ 医薬品について化粧品若しくは食品的使用法を強調する広告</li> </ul>	
<p>3 医薬品の品位を損なうような広告は認めない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 性的表現</li> <li>・ 不快又は不安恐怖の感じを与えるおそれのある表現を用いた広告</li> <li>・ 医薬品の本質にかんがみ、著しく品位を損ない、若しくは信用を傷つけるおそれのある広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 症状、手術場面等の露骨な表現、医薬品の名称等についての著しい連呼行為等、「あなたにこんな症状はありませんか、あなたはすでに 病です」、「胸やけ、胃痛は肝臓が衰えているからです」等の不安又は恐怖の感じを与える表現</li> <li>・ ふざけたもの、性的表現等、ドタバタ的なもの、嫌悪感のあるもの、色気効果のみをねらったもの、語呂合せ</li> </ul>
<p>4 科学的根拠に乏しいデータ等を基にした広告は認めない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者に対して説明不足となる臨床データや実験例等を例示した広告</li> <li>・ 使用経験又は体験談的広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「私も使っています」等の表現</li> </ul>