

令和7年度厚生労働行政推進調査事業費補助金
医薬品・医療機器等レギュラトリーサイエンス政策研究事業
総括研究報告書

医薬品及び医療機器の広告規制に係る現状調査と合理化に関する研究

研究代表者 渡邊 伸一 帝京平成大学薬学部教授

研究要旨

医療用医薬品及び医療機器の広告規制をめぐっては、疾患の普及啓発を目的とした広告について、類似薬や類似の医療機器が存在しない場合に製品が特定され広告規制の対象となり得るなど、適正化の考え方が明確になっていない。本研究は、医薬品及び医療機器の広告規制に係る現状を調査し、その合理化を検討することを目的とする3年計画の研究であり、令和7年度はその1年目として、承認品目が1品目のみであることを理由として疾患啓発ができなかった又はできないと考えている事例について、現状の整理を行った。

日本製薬工業協会、日本ワクチン産業協会及び日本医療機器産業連合会の3団体の会員企業を対象に、事例の区分、対象疾患、承認状況、疾患啓発の目的・主体・媒体、問題と認識された点等を調査票により調査したところ、計75事例（製薬協52、ワクチン産業協会8、医機連15）の回答が得られた。報告事例の約3分の2が「実施したが制約を受けた事例」であり、承認状況は「承認済み（単一品目）」が中心であった。医療機器分野では術式・検査法と機器が一体として認知される特性、ワクチン分野ではSNS等を介した誤情報への対応の困難性など、分野固有の課題も把握された。本年度の調査結果は、2年目以降の疾患啓発に関するガイドライン検討に向けた基礎資料として活用する。

研究分担者

小林 江梨子 城西国際大学薬学部教授

A. 研究目的

医療用医薬品に関する販売情報提供活動において、明確な虚偽誇大とまではいえないものの不適正使用を助長すると考えられる行為等が行われ、医療用医薬品の適正使用に影響を及ぼすおそれが懸念されていたことから、厚生労働省は、販売情報提供活動を適正化することにより、保健衛生の向上を図ることを目的として、「医療用医薬品の販売情報提供活動に関するガイドライン」を策定し、平成31年4月から適用された。

ガイドラインは、製造販売業者等による医療用医薬品の情報提供を適正化することを目的に策定されたものの、令和3年度厚生労働科学研究「医療用医薬品の販売に係る情報提供ガイドライン」の施行に伴う企業側実体の調査研究（研究代表者：渡邊伸一）における医療機関に対する調査では、これまで製薬企業等から入手できていた情報が入手できなくなった、情報を入手するのに時間がかかるようになったなどの回答が得られ、令和

5年度厚生労働科学研究「課徴金制度の導入等の医薬品等の広告規制の変化を踏まえた実態調査研究」（研究代表者：渡邊伸一）における製薬企業への調査では、比較情報に関して他社の誹謗中傷にあたる、科学的な根拠がないなどの理由で情報提供を控えるケースが多いとの回答も得られた。そのため、円滑に製薬企業から情報が提供される条件を検討し、患者の薬物治療に必要な情報が医療関係者や患者に提供される環境を整備する必要がある。

また、疾患の普及啓発を目的とした広告は、類似薬や類似の医療機器が存在しない場合には、製品が特定されるため広告としての規制を受ける場合がある等、普及啓発広告の適正化の考え方が明確になっていない。そのため、医療関係者や業界団体との議論を行い、医薬品、医療機器の特性を踏まえた疾患の普及広告の手法について検討を行う必要がある。

医療機器の広告規制に関しては、規制改革実施計画に基づき、患者や産業界のニーズを踏まえ選定した品目ごとにガイドラインを作成した上で、医家向け医療機器について一般人向けの広告を可能とした。今後も新たな

医療機器が承認されていくことも想定し、医家向け医療機器の広告規制については引き続き検討していく必要がある。また、厚生労働省に設置された「ヘルスケアスタートアップ等の振興・支援策検討プロジェクトチーム」において、SaMDの一種である家庭用の治療用アプリについて、一般消費者に対して治験データ等の信頼性の高いエビデンスを広告として掲載できないとの指摘がされた。そのため、家庭用の治療用アプリを対象に、承認申請時添付データ等の客観性を担保された臨床データの広告の利用が可能か否か、今後、製造販売業者や医療従事者、患者団体を含む関係者で検討を行う。

3年計画の1年目である令和7年度は、以下のことについて研究することとした。

疾患啓発について、製薬企業等に対して、疾患啓発の広告、情報提供の状況等について調査し現状の整理を行う。

医家向け医療機器の一般人向け広告について、産業界を対象に希望する品目の調査を行い今後の検討課題等を整理する。

医療機器の広告規制については、分担研究報告書に記述されていることから、本総括研究報告書では主として疾患啓発に関する研究について記述する。

B. 研究方法

以下の方法により、疾患の普及啓発を行うことを目的とした活動において、啓発を行おうとする疾患について、承認されている品目が2品目以上である場合は疾患啓発が可能であると考えられるが、承認されている品目が1品目のみであることを理由として疾患啓発ができない又はできないと考えている事例について、調査・検討した。

1 調査対象団体

以下の3団体の会員企業を対象に調査を実施した。

- ・日本製薬工業協会（製薬協）
- ・日本ワクチン産業協会
- ・日本医療機器産業連合会（医機連）

2 調査方法

2026年2月、研究代表者から調査対象団体の事務局宛に調査依頼状及び調査票（Excelファイル）を送付した。各団体は、依頼に基づき会員企業からの回答を取りまとめ、研究代表者に提出する方法とした。

回答期限は2026年3月20日とし、複数の事例がある場合には、事例ごとに回答する方法とした。なお、実際に行政指導や指摘を受けた事例に限らず、社内判断や自主規制上困難と判断した事例も対象に含めた。

回答内容については、記載された疾患啓発に関する情報は公開されるが、企業名及び個別の品目名は公表しないことを依頼状に記載し、了解を得た。

3 調査項目

調査票には、以下の項目を設定した。

(1) 事例の区分（単一選択）

- ① 実際に実施できなかった事例
- ② 実施したが制約を受けた事例
- ③ 実施可能か検討した段階の事例
- ④ 今後の想定事例

(2) 対象疾患（自由記述）

(3) 関係する品目の効能・効果・性能（自由記述）

(4) 関係する品目の承認状況（単一選択）

(5) 当該疾患について承認品目が2品目以上となった場合の疾患啓発の実施状況（単一選択）

(6) 疾患啓発の概要（自由記述）

(7) 疾患啓発の目的（複数選択可）

(8) 疾患啓発を実施する主体（複数選択可）

(9) 疾患啓発を実施する媒体（複数選択可）

(10) 当該事例において問題と認識された点（自由記述）

4 倫理面への配慮

本研究は医薬品又は医療機器の製造販売業者による広告に関する研究であることから、人を対象とする生命科学・医学系研究に関する倫理指針等の対象には該当しない。なお、回答者の所属企業名及び個別の品目名は公表しない取り扱いとした。

C. 研究結果

1 回答状況の概要

調査の結果、日本製薬工業協会からは52事例、日本ワクチン産業協会からは8事例、日本医療機器産業連合会からは15事例、合計75事例の回答があった。なお、製薬協は、会員68社中事例ありが30社（うち1社は日本ワクチン産業協会経由で回答）、事例なしが38社との説明があった。

2 日本製薬工業協会の回答

(1) 事例の区分

事例の区分は、「実施したが制約を受けた事例」が 38 事例 (73.1%) と最多であった。次いで、「今後の想定事例」が 12 事例 (23.1%)、「実際に実施できなかった事例」及び「実施可能か検討した段階の事例」が各 1 事例 (各 1.9%) であった。

(2) 関係する品目の承認状況

関係する品目の承認状況は、「承認済み (単一品目)」が 34 事例 (65.4%) と最多であった。「承認済み (複数品目)」も 8 事例 (15.4%) あり、これらは過去に 1 品目のみであった時点で疾患啓発を行った経験を踏まえた事例である。未承認段階 (治験前・治験中・申請済み) の事例も合計 9 事例 (17.3%) 報告された。

(3) 2 品目以上となった場合の実施状況

2 品目以上となった場合の疾患啓発の実施状況は、「同じ内容で実施した (する予定)」が 18 事例 (34.6%)、「内容を修正して実施した (する予定)」が 17 事例 (32.7%) であった。両者を合わせると 35 事例 (67.3%) が、何らかの形で疾患啓発を実施又は実施予定としていた。一方、「実施していない (しない予定)」が 5 事例 (9.6%)、「未定・判断していない」が 10 事例 (19.2%) であった。

(4) 疾患啓発の目的 (複数選択)

疾患啓発の目的は、「疾患そのものの情報提供」が 47 事例 (90.4%) と最多であり、次いで「受診促進」34 事例 (65.4%)、「治療法・予防法の情報提供」32 事例 (61.5%)、「正確な情報発信 (偽情報・誤情報に対する対応を含む)」19 事例 (36.5%) の順であった。「特定の疾病に対する品目の紹介」を目的とする事例は 4 事例 (7.7%)にとどまった。

(5) 疾患啓発の実施主体 (複数選択)

疾患啓発の実施主体は、「製造販売業者、販売業者」が 44 事例 (84.6%) と最多であった。複数主体の協働で実施される事例も多く、患者団体 (7 事例)、職能団体 (6 事例)、行政機関 (1 事例)、その他 (3 事例) が関与する事例も認められた。

(6) 疾患啓発の媒体 (複数選択)

疾患啓発の媒体は、デジタル媒体では「自

社 WEB サイト」が 35 事例 (67.3%) と最多であり、オフライン媒体では「市民公開講座」20 事例 (38.5%)、「リーフレット配布」19 事例 (36.5%)、「学会イベント」16 事例 (30.8%) の順で多かった。マスメディアでは「新聞」15 事例 (28.8%)、「テレビ」11 事例 (21.2%) であった。

(7) 当該事例において問題と認識された点 (自由記述)

調査項目「当該事例において問題と認識された点」の自由記述では、以下のような点が挙げられた。

- ・自社製品の処方を誘引するものと受け取られないよう、公平性・中立性の確保に十分配慮する必要がある点
- ・特定の疾患に対する治療薬が 1 品目又は特定の剤型が 1 品目のみである場合、疾患啓発のみでも品目が特定され、特定製品の広告と受け取られる可能性が高い点
- ・希少疾患領域においては、早期診断や治療選択肢の存在を患者・家族に伝えることが重要であるが、製品特定のおそれから情報提供が制限されることに対する課題認識
- ・新規承認直前・承認申請中の段階での疾患啓発活動が、承認前広告と捉えられるリスクへの懸念

3. 日本ワクチン産業協会の回答

(1) 事例の区分

日本ワクチン産業協会からは 8 事例の報告があった。事例の区分は、「実施したが制約を受けた事例」が 5 事例、「今後の想定事例」が 2 事例、「実際に実施できなかった事例」が 1 事例であった。

(2) 関係する品目の承認状況

関係する品目の承認状況は、「承認済み (単一品目)」が 5 事例で最も多く、複数品目・申請済み・今後の想定事例も含まれた。

(3) 2 品目以上となった場合の実施状況

2 品目以上となった場合の疾患啓発については、「内容を修正して実施した (する予定)」が 6 事例で中心であり、ワクチンでは同じ内容での実施は 1 事例にとどまった。

(4) 疾患啓発の目的 (複数選択)

疾患啓発の目的としては、「疾患そのものの情報提供」及び「正確な情報発信 (偽情報・

誤情報対応)」が各7事例と多く、ワクチン領域における誤情報対策の重要性がうかがわれた。

(5) 疾患啓発の実施主体（複数選択）

実施主体は「製造販売業者」が6事例で最も多かった。

(6) 疾患啓発の媒体（複数選択）

媒体は「自社WEBサイト」が7事例、「バナー広告」「検索連動広告」が各6事例で、デジタル媒体の活用が中心であった。TVCM、雑誌、リーフレット、市民公開講座等のオフライン媒体も併用されていた。

(7) 当該事例において問題と認識された点（自由記述）

調査項目「当該事例において問題と認識された点」の自由記述では、以下のような点が挙げられた。

- ・ 1品目のみの場合、製品名を表示しない疾患啓発であっても、特定製品への誘導につながり得るとの懸念から慎重な対応が求められる点
- ・ SNS等で一般発信者が真偽を問わず情報を拡散する状況の中で、製造販売業者からは広告規制を理由として正確な情報の発信や誤情報への訂正情報の提供が困難である点
- ・ 自治体と共同で疾患啓発ポスターを作成する取組において、自治体側の運用判断により、特定疾患に限定せず関連感染症一般の啓発に切り替えて実施した事例
- ・ 1社1製品の事例において、海外では予防接種の広告を認める例があることや、公衆衛生上の要請があることを踏まえ、判断の目安となるルールの整理を望む意見

4. 日本医療機器産業連合会の回答

(1) 事例の区分

医機連からは15事例の報告があった。事例の区分は、「実施したが制約を受けた事例」が7事例(46.7%)、「実施可能か検討した段階の事例」が4事例(26.7%)、「今後の想定事例」が2事例、「実際に実施できなかった事例」が2事例であった。

(2) 関係する品目の承認状況

関係する品目の承認状況は、「承認済み(単一品目)」が13事例(86.7%)と圧倒的多数を

占めた。

(3) 2品目以上となった場合の実施状況

2品目以上となった場合の疾患啓発については、「内容を修正して実施した(する予定)」が6事例、「未定・判断していない」が5事例、「同じ内容で実施した(する予定)」及び「実施していない(しない予定)」が各2事例であった。

(4) 疾患啓発の目的（複数選択）

疾患啓発の目的としては、「治療法の情報提供」13事例、「受診促進」11事例、「医療機関の情報提供」10事例と、医療機器特有の治療法・施術法に関する情報提供が中心となった。

(5) 疾患啓発の実施主体（複数選択）

実施主体は「製造販売業者」が14事例で大多数を占めた。

(6) 疾患啓発の媒体（複数選択）

媒体は「自社WEBサイト」9事例、「リーフレット配布」9事例、「バナー広告」「プレスリリース」が各6事例であった。

(7) 当該事例において問題と認識された点（自由記述）

調査項目「当該事例において問題と認識された点」の自由記述では、以下のような点が挙げられた。

- ・ 医療機器に密接した術式・検査法の解説を行うことが、当該機器の特定につながり得るとして啓発が萎縮した事例
- ・ 診療ガイドラインに製品名で掲載されており、治療法と製品が一体として認知されている事例
- ・ 疾患に対する選択肢を示し受診を促す内容にもかかわらず、受診が必要な患者へ周知できなかった点
- ・ 類似の製品は複数あるが、機序の違う製品は単独であり、製品広告と捉えられないように類似製品も掲載する等の工夫をせざるを得ない

5. 3団体合計の回答

(1) 事例区分・承認状況の横断比較

3団体を通じて、「実施したが制約を受けた事例」が最多(製薬協38、ワクチン5、医機連7 計50事例)であり、報告事例の約3

分の2を占めた。承認状況については「承認済み(単一品目)」が中心であった(製薬協34、ワクチン5、医機連13 計52事例)。

(2) 目的・媒体・主体の横断比較

目的別に見ると、医薬品(製薬協・ワクチン)では「疾患そのものの情報提供」が中核であるのに対し、医療機器(医機連)では「治療法の情報提供」「受診促進」「医療機関の情報提供」がほぼ同等に高頻度であった。これは、医療機器の啓発が機器の用いられる術式・検査法・医療機関の情報と密接に結びついている特性を反映していると考えられる。

媒体については、いずれの団体でも「自社WEBサイト」が最も多く利用されており、共通のチャンネルとなっていた。一方、製薬協では「市民公開講座」「リーフレット配布」「学会イベント」等のオフライン媒体の併用が多く、ワクチン産業協会ではバナー広告・検索連動広告等のデジタル広告の比重が高い傾向にあった。

実施主体は、いずれの団体においても「製造販売業者」が中心であった。患者団体、職能団体、行政機関等との協働事例も一部認められた。

D. 考察

1. 疾患啓発の現状の概要

今回の調査により、製薬協、日本ワクチン産業協会、医機連の3団体の会員企業において、計75事例の疾患啓発に関する事例が把握された。これらは、いずれも「承認されている品目が1品目のみであることを理由として、疾患啓発ができなかった又はできないと考えている事例」を起点として収集したものであり、業界における疾患啓発の現状の一断面を捉えるものとなった。

報告された事例において、製造販売業者は、特定の医薬品又は医療機器への誘引と受け取られないよう配慮し、自社製品を想起させる表現の修正、作用機序の詳細な説明の省略、他社品やその他の治療選択肢を含めた中立的な記載などの工夫を行いつつ、疾患の認知向上や受診促進、治療選択肢の存在の周知などを目的とした活動を行っていることが確認された。

2. 業界・分野ごとの特性

医薬品分野(製薬協・ワクチン産業協会)と医療機器分野(医機連)では、疾患啓発の

目的や課題認識に分野固有の特性が見られた。

医薬品分野においては、希少疾患領域での早期診断の重要性、慢性疾患・がん領域での受診促進、ワクチン領域での公衆衛生上の意義及び誤情報対応など、疾患の特性に応じた多様な目的での啓発が行われていた。特にワクチン領域においては、SNS等を通じた誤情報・偽情報の拡散に対し、製造販売業者からの正確な情報発信が困難であるとの認識が共通して見られた。

医療機器分野においては、医薬品と異なり、機器に密接に結びついた術式・検査法そのものが治療法として認知されるケースが多く、品目数に着目した単純な整理では捉えきれない論点が含まれることが示唆された。また、医療機器の場合は1社1品目で他に類似品が存在しない事例が多く、診療ガイドラインに製品名で掲載されている事例も認められた。

3. 本年度調査の位置づけと留意事項

本年度の調査は、疾患啓発の現状を把握することを主目的としており、得られた結果は、回答企業・団体の協力によって自主的に提供された事例の集合である。報告された事例は、必ずしも各団体・分野における疾患啓発の全体像を網羅するものではなく、また、各事例における「制約」「実施できなかった」等の判断は、行政指導による事例のみならず、社内判断・自主規制上の判断も含むものである点に留意する必要がある。

本調査結果は、疾患啓発の「在り方」や「適否」を直接に評価するためのものではなく、業界における取組の現状と多様性を示す基礎資料として位置づけられる。

4. 2年目以降における検討事項の例

本年度の調査結果から、疾患啓発のあり方の検討に向けて、整理すべき論点の例として以下のような点が想定される。

(1) 医薬品の特性を踏まえた疾患啓発の目的・内容・媒体に応じた整理

(2) 医療機器分野における「術式・検査法」と「品目」の関係性を踏まえた整理

(3) ワクチン領域における公衆衛生的観点からの疾患啓発と誤情報対応の在り方

(4) 希少疾患・難治性疾患領域における患者の知る権利・治療選択機会の確保

(5) 行政、業界団体、職能団体、患者団体、

製造販売業者等の役割分担

E. 結論

本年度（令和7年度）は、3年計画の1年目として、製薬協、日本ワクチン産業協会及び医機連の3団体に対して、承認品目が1品目のみであることを理由として疾患啓発ができなかった又はできないと考えている事例について調査を実施した。3団体から計75事例（製薬協52、ワクチン産業協会8、医機連15）の回答を得て、事例区分、承認状況、目的、実施主体、媒体等について現状を整理した。

調査結果からは、医薬品・ワクチン・医療機器の各分野において、製造販売業者が様々な配慮や工夫のもとに疾患啓発活動を行っている現状が把握された。また、医療機器分野における術式・検査法と機器との関係、ワクチン分野における誤情報対応の困難性など、分野ごとの特性も確認された。

本年度の調査結果は、2年目以降の疾患啓発のガイドライン検討に向けた基礎資料として活用する。

F. 健康危険情報

該当なし

G. 研究発表

1. 論文発表

該当なし

2. 学会発表

該当なし

H. 知的財産権の出願・登録状況

1. 特許取得

該当なし

2. 実用新案登録

該当なし

3. その他

該当なし

2026年2月13日

日本製薬工業協会 御中

令和7年度厚生労働行政推進調査事業費補助金
医薬品・医療機器等レギュラトリーサイエンス政策研究事業
医薬品及び医療機器の広告規制に係る現状調査と合理化に関する研究
研究代表者 渡邊伸一（帝京平成大学薬学部）

疾患啓発に関する調査について（依頼）

疾患の普及啓発を目的とした活動は、類似の医薬品や類似の医療機器が存在しない場合には、製品が特定されるため広告としての規制を受ける場合がある等、普及啓発の適正化の考え方が必ずしも明確になっておりません。

そのため、令和7年度から3年計画の厚生労働科学研究において、医薬品や医療機器の特性を踏まえた疾患啓発の在り方の検討を行うこととなりました。

1年目においては、疾患啓発のうち、啓発を行おうとする疾患について、承認されている品目が2品目以上である場合は疾患啓発が可能であると考えられるが、承認されている品目が1品目のみであることを理由として疾患啓発ができない又はできないと考えている事例について、調査・確認を行うことといたしました。つきましては、下記の要領にて情報をご提供いただきたく存じますので、ご協力のほどお願い申し上げます。

ご回答いただいた情報については、リスト形式で公開させていただき、今後の研究の基礎資料として、行政や産業界等との議論に活用させていただきますので、あらかじめご了解ください。なお、記載された疾患啓発に関する情報は公開されますが、企業名及び個別の品目名は公表いたしません。

記

1. 調査内容

(1) 調査対象

啓発を行おうとする疾患について、承認されている品目が2品目以上である場合は疾患啓発が可能であると考えられるが、承認されている品目が1品目のみであることを理由として疾患啓発ができなかった又はできないと考えている事例

複数の事例がある場合には、事例ごとに回答をお願いいたします。

※実際に行政指導や指摘を受けた事例に限らず、社内判断や自主規制上困難と判断した事例も対象とします。

(2) 調査項目

1) 事例の区分（単一選択）

- ① 実際に実施できなかった事例
- ② 実施したが制約を受けた事例

③ 実施可能か検討した段階の事例

④ 今後の想定事例

- 2) 対象疾患（自由記述）
- 3) 関係する品目の効能・効果・性能（自由記述）
- 4) 関係する品目の承認状況（単一選択）

- ①未承認（治験前）
- ②未承認（治験中）
- ③未承認（申請済み）
- ④承認済み（単一品目）
- ⑤承認済み（複数品目）

⑥ 今後の想定事例

- 5) 当該疾患について承認品目が2品目以上となった場合の疾患啓発の実施状況（単一選択）

※既に2品目以上となった事例は実績をご回答ください。現在も1品目の場合は、将来2品目以上となった場合を想定してご回答ください。

- ①同じ内容で実施した（する予定）
- ②内容を修正して実施した（する予定）
- ③実施していない（しない予定）
- ④未定・判断していない

- 6) 疾患啓発の概要（自由記述。どのような内容の啓発を行うか分かるように簡潔に記述ください。）

- 7) 疾患啓発の目的（複数選択可）

- ①【疾患そのもの】特定の疾患そのものやその症状についての情報提供
- ②【受診促進】医療機関への受診の促進
- ③【治療法】特定の疾病に対する治療法・予防法の情報提供
- ④【品目】特定の疾病に対する品目の紹介
- ⑤【医療機関】特定の疾病に対する品目・治療法を受けられる医療機関の情報提供
- ⑥【正確な情報発信】特定の疾患・治療法等に関する正しい情報発信に資することを主たる目的とするもの（例えば、デマなどの偽情報・誤情報に対する正確な情報発信）
- ⑦【その他】その他の場合は具体的に記述をお願いします。

- 8) 疾患啓発を実施する主体（複数選択可）

- ①行政機関（国、地方自治体等）
- ②製造販売業者、販売業者
- ③職能団体（日本医師会、日本薬剤師会等）
- ④業界団体（日本製薬工業協会、日本ワクチン産業協会、日本医療機器産業連合会等）
- ⑤患者団体
- ⑥その他（具体的に記述をお願いします）

- 9) 疾患啓発を実施する媒体（複数選択可）

<マスメディア>

- ①テレビ
- ②ラジオ
- ③新聞

④雑誌

<デジタル>

⑤自社 WEB サイト

⑥バナー広告

⑦検索連動広告

⑧YouTube 広告

⑨SNS 投稿

⑩インフルエンサー活用

⑪プレスリリース

<オフライン>

⑫市民公開講座

⑬リーフレット配布

⑭学会イベント

⑮患者会配布物

⑯その他（具体的に記述をお願いします）

10) 当該事例において問題と認識された点（自由記述）

2. 回答方法・期限

（1）回答方法

添付の Excel ファイルに記入して回答をお願いいたします。

※複数の事例がある場合には、事例ごとに回答をお願いいたします。

※複数選択項目については、該当する選択肢のセルに「該当」を選択してください。

※該当しない場合は空欄のままとしてください。

（2）回答期限

2026年3月20日（金）までに、ご提出をお願いいたします。

3. 連絡先

ご不明な点は、以下の連絡先をお願いいたします。

帝京平成大学薬学部 渡邊 伸一

〒164-8530 東京都中野区中野 4-2-1-2

TEL 03-5860-4236（研究室直通）

E-mail shinichi.watanabe@thu.ac.jp

以上

