

1. 一般用医薬品

■ 自主申し合わせ

「OTC 医薬品等の広告自主申し合わせ」

1 目的

OTC 医薬品等（以下「医薬品等」という。）の広告は、人の生命と健康を守るという医薬品等の特殊性に則した広告倫理の基盤に立ち、生活者のセルフメディケーションの推進に寄与するため医薬品等の適正使用に資する正確な情報を生活者に伝達する重大な使命を担っているものである。従って、医薬品等の広告を行うにあたっては、薬事法、医薬品等適正広告基準、不当景品類及び不当表示防止法等を遵守することはもちろんであるが、常に正しい倫理観をもち、医薬品等の信頼性を高めることを絶えず念頭においてこれにあたらなくてはならない。

ここに医薬品等の広告を行う際に、自主的に遵守すべき事項を以下に定め、その適正化を図るものである。

2 対象となる広告

本申し合わせは、新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・ウェブサイト等の生活者向けの広告媒体すべてにおける OTC 医薬品および指定医薬部外品の広告を対象とする。

3 申し合わせ事項

I. 広告全般に関わる事項

(1) 「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

① 「医薬品」の広告には、区分表示を製品名または製品写真の傍らに明瞭に記載すること。

(例) 第1類医薬品、第2類医薬品、第3類医薬品、
第2類医薬品、第②類医薬品

② 「指定医薬部外品」の広告には「指定医薬部外品」の表示を製品名または製品写真の傍らに明瞭に記載すること。

*平成 21 年 12 月末までに対応すること

(2) 「使用上の注意」の記載について

別表 1 に定められた方法により記載する。

なお、「一般用検査薬（妊娠検査）」については「一般用検査薬（妊娠検査）広告の自主申し合わせについて」（平成 3 年 9 月 19 日 日薬連）による。

*平成 21 年 12 月末までに対応すること

(3) 医薬品等の適正な使用を妨げる広告の制限について

類似薬効群（例えば、かぜ関連製品）を同一広告中に広告する場合は、生活者が効能・効果、用法・用量等について誤認を生じないよう、以下の点に留意する。

① 各製品の効能・効果を明瞭に記載する。

② 必要に応じて、用法・用量を明瞭に記載する。

③ 「使用上の注意」を記載すべき品目がある場合には、定められた方法で記載する。

(4) 医薬品等の作用機序を表現する場合の C G・アニメーション等の映像表現について

医薬品等の適正使用ならびに作用機序に対する生活者の正しい理解を得るために、医学薬学上の根拠

に基づいた正確な表現をすることはもとより、以下の点に留意して広告制作にあたらなくてはならない。

- ① 個々のCG・アニメーション等のイメージ表現の映像中、画面の見やすい場所に「模式図」または「イメージ図」の文言を静止した明確な文字で1秒以上表現する。
- ② 患部や疾病の原因・要素・症状が完全に消失するような保証的表現は行わない。
- ③ 当該製品の認められた効能・効果を逸脱したり、誇大な表現は行わない。
- ④ 患部・粘膜等の表現で、視聴者が極めて不快に感じる表現は行わない。

【解説】CG・アニメーション等で表現する薬理作用について許容される表現の範囲の例は以下の通り。

ア) 殺菌作用などを表現する場合（殺菌消毒薬、水虫薬等）

- 病原菌を殺菌するような場面では、画面から完全に菌が消えてしまうことなく、菌全体の2割程度（注）を残す。

イ) 抗炎症作用などを表現する場合（かぜ薬、解熱鎮痛薬、外用消炎薬等）

- 炎症部分が画面から完全に消えることなく、2割程度を残す。

ウ) 浸透作用などを表現する場合（外用剤）

- 人体に対する実際の作用機序と大きく異なるなどの虚偽・誇大な表現は行わない。

エ) 拮抗・遮断作用などを表現する場合（H2ブロッカー配合胃腸薬、抗アレルギー薬等）

- 当該生理現象そのものを完全に停止してしまうかのような印象とならないよう2割程度を残す。

*注：2割程度とは、通常の状態で見たとした場合に明確に残っていることを目安である。

（5）医薬品に関しデータを利用して広告することについて

広告媒体は「新聞雑誌等の活字媒体及び各企業のウェブサイト」に限るものとし、以下の条件を満たせば、下記1）及び2）で示した範囲内でデータを利用した広告を可とする。

- ・ 広告の際は、有効性・安全性を保証している旨を強調したり、他社製品を誹謗したりすることがないよう十分配慮すること。
- ・ 広告中にデータの「出典」を明瞭に記載すること。
- ・ 生活者にその意図が十分伝達されるように広告媒体面においてスペースを確保すること。
- ・ データ広告作成の際は、各社社内ルールに則りコンプライнс部門の承諾を受け、掲載、掲出の際は、事前に広告審査会に届出るものとする。

1) 使用できるデータの範囲について

① 「個々の製品」又は「その配合する効能・効果に関わる成分」の有効性について

- ・ 使用できるデータは、「承認申請時添付データ」、「再審査・再評価申請に用いたデータ」に限ることとする。
- ・ 安全性の確認を主目的とする製造販売後調査等における有効性に関するデータは用いないこと。
- ・ 医療用医薬品の有効性に関するデータを使用する場合は、スイッチOTCにするための申請時に添付したデータに限定することとし、医療用医薬品と「当該製品」又は「その配合する効能・効果に関わる成分」が同一成分、同一濃度、同一用法・用量であること。
- ・ また、漢方製剤については構成生薬、生薬配合量及び製法が異なっている場合があるため自社製品の「承認申請時添付データ」、「再審査・再評価申請に用いたデータ」に限ること。

② 持続性・崩壊性等製剤上での特長について

使用するデータは「承認申請時添付データ」、「再審査・再評価申請に用いたデータ」に限ることとする。

- ③ (効能・効果にならない) 服用感・使用感の特長を示す場合においては、「承認申請時添付データ」が少ないと思われることから、自社で行った独自の調査データを利用することも可とするが、データの調査方法・サンプル数等をその広告中に記載すること。

2) 広告表現について

① 専門薬的な表現について

複数の効能・効果を有する医薬品において、特定の効能・効果のみを広告することは専門薬的な表現として認められないことから、承認された効能・効果の範囲内において、評価された全ての効能・効果について広告に掲出すること。

② 症状ごとの有効性判定 (著効、有効、やや有効、無効、悪化等) の表示について

有効性判定の用語については、有効性判定試験 (治験や臨床試験) にて使用した用語で表示すること。ただし、有効性について「良いと取り」にならないよう、承認された効能・効果の範囲内の全ての有効性結果について記載するものとし、100%の内訳を強弱付けずに全て表示すること。すなわち、一つだけを取り出して強調表現はしないこと。

ただし、ある症状に対する有効率が100%であるデータについては、それが効能・効果の範囲内であり、実際の試験結果であっても、当該症状の効能・効果の保証につながる恐れがあるため掲載はおこなわないこと。(有効率100%のデータのみ削除する)

③ 全般的改善度の使用について

全般的改善度の判定については、効能・効果の範囲内に限ることとし、承認された以外の効能・効果を含む場合は全般的改善度の判定は使用しないこととする。

④ データのキャッチコピー使用、データの解説について

データを説明し、データの確認を促す表現のキャッチコピー及び解説であれば表現可能であるが、効果を強調、保証するような表現は行えない。

【直ちに不可としないキャッチコピー例】

〇〇効果に関する臨床試験データです

著効〇〇%、有効〇〇%、やや有効〇〇%の効果が見られました。

(数字の強調は行わない。用語については、有効性判定試験 (治験や臨床試験) にて使用した用語で表示すること。)

【使用できないキャッチコピー例】

なんと90%の人に効果を確認しました

症状改善率80%以上!

やや有効以上で85%の効果 (積算の数値で強調する)

【保証的で使用できない解説例】

効果が実証されました

驚きの効き目データ

⑤ グラフを使用することについて

消費者に誤認を与えるような極端なスケール変更やトリミング、強調表現など広告手法に頼った表現は行わないこと。

⑥ 副作用などの情報提供について

有効性データ広告の際には副作用等の情報も同等に併記する。

(6) 「比較広告」について

- ① 比較広告を行う場合は、「医薬品等適正広告基準」、「OTC 医薬品等プロモーションコード」に則り、“その対象製品は自社製品の範囲で行い、またその対象製品の名称も明示した場合に限定”し、明示的であると暗示的であると問わず他社品との比較広告は行わない。
- ② 誹謗・比較の有無の如何に関わらず、広告に他社品の販売名称およびブランド名を無断で用いない。また、直接名称を表現しないまでも他社製品を暗示した広告を行わない。

(7) いわゆるスイッチ成分に関わる広告表現について

- ① 申請区分(4) (平成17年3月31日付薬食発第0331015号「医薬品の承認申請について」に基づき申請されている場合は、申請区分(2))により承認取得した製品のみ「スイッチOTC」あるいは「医療用成分」「医療用として使われている成分」といった旨の表現を発売後3年間に限って使用することができる。なお、すでに他社から同一成分が販売されている場合は、先発品(他剤形を含む)が発売されてから3年以内であれば、その期間内は同様の表現が認められる。
- ② 「初めて配合」「新しい成分」「新しい効きめ」等の表現は、発売から6ヶ月の範囲内で使用できる。
- ③ 同一成分を配合した製品が、すでに他社から発売されている場合には②の「初めて」に類する表現は行わないこととするが、発売時期が6ヶ月程度の範囲内で前後した場合は、それぞれの製品が発売後6ヶ月の範囲内で「初めて」の旨の表現を同時に使用できるものとする。
- ④ キャッチフレーズ等での強調表現は行わない。また、キャッチフレーズでなくとも広告全体のなかで目立つ広告は行わない。
- ⑤ 成分と効きめを関連づけ、因果関係を示すような表現は行わない。
【表現できない例】
「スイッチOTCだから効く」
「医療用と同じ成分だから効く」
- ⑥ 医療用と同一成分、同一濃度、同一用法・用量であっても「お医者さんで使っている」「病院で使われている」といった医師による処方薬と同一であるかのような誤解を招く表現は行わない。
【使用できる例】
「医療用と同じ成分を配合しました」
「医療用成分を配合しました」
「医療用成分を市販薬の〇〇薬に配合しました」
【使用できない例】
「お医者さんで使われている成分を配合しました」
「病院で使われている同じ成分を配合しました」

(8) 成分の無配合表現について

成分の配合の有無は、医薬品等の広告において生活者にとり重要な情報提供と考えられることから、表現することに妥当性があり、他社誹謗、安全性の強調とならない限り、カフェイン、ナトリウム、ステロイド、抗ヒスタミン剤等については「無配合」である旨表現しても差し支えない。なお、付随して2次的効果までを訴えないこととする。

(9) カロリー表現について

カロリーについて広告中で表現する場合には、「カロリー控えめ」、「糖分をおさえた」等誤解を受けやすい表現は行わず、「カロリー数」を明示すること。なお、「たったの〇〇」、「わずか〇〇」のような修飾語とともに表現し

てはならない。

(10) プロスポーツ選手が登場する医薬品等の広告について

医薬品等の広告にプロスポーツ選手が登場することは、競技中の姿であると否とを問わず差し支えない。ただし、以下の点に留意すること。

① 登場するプロスポーツ選手のすぐれた技能や体力が、これらの医薬品等を使用することにより発揮されたり、維持されたりするかのよう誤解される表現は行わない。

② 滋養強壮保健薬（注）のテレビ広告については、プロスポーツ選手が競技中の画面と商品コマーシャル部分を完全に切り離した構成とし、かつ商品名・パッケージはスポーツ競技画面の終了後とする。

*注：「滋養強壮保健薬」とは「ビタミン主薬製剤」、「ビタミン含有保健薬」、「カルシウム主薬製剤」「タンパク・アミノ酸主薬製剤」、「生薬主薬製剤」、「薬用酒」、「その他の滋養強壮保健薬」、「ビタミン含有保健剤（指定医薬部外品）」「ビタミンを含有する保健薬（指定医薬部外品）」等をいう。

(11) 服用・使用場面の広告表現について

服用・使用場面を広告で行う場合は、乱用助長につながらないよう十分注意するとともに、内服剤においては適正な使用を促すという観点から、定められた用法・用量を明瞭に表現する。

(12) 速効性に関する表現について

「鎮痛剤」、「局所麻酔剤を含有する歯痛剤（外用）」、「鎮痒剤（外用）」、「浣腸薬」、「血管収縮剤を配合する鼻炎用点鼻薬の鼻みず・鼻づまり」、「血管収縮剤を配合する点眼薬の結膜充血」、及び「鎮痒剤配合の皮膚軟化薬（効能：かゆみを伴う乾燥性皮膚）のかゆみ」に関する速効性については、承認された効能・効果、用法・用量等の範囲内で、医学薬学上十分証明されたものについては次の場合を除き「速く効く」等の表現を使用しても差し支えない。

① 強調表現

② 剤型等の比較

③ 使用前・使用後の表現の中で作用時間を明示又は暗示するもの

(13) オープン懸賞、クローズド懸賞・総付景品に関する広告について

医薬品の販売にあたってオープン懸賞、クローズド懸賞・総付景品を景表法の範囲内で行うことは差し支えない。但し、クローズド懸賞・総付景品を行っている旨の広告は、店頭内での広告、各企業のウェブサイトでの広告以外は医薬品の乱用助長につながる恐れがあるので行わないこと。

II. 特定薬効群の広告に関わる事項

(14) かぜ薬の広告表現について

① 効能・効果の表現について「かぜの諸症状の緩和」の文言を必ず記載する。なお、テレビ広告の場合、画面または音声のいずれかで表現すれば差し支えない。

また「かぜの諸症状の緩和」の代わりに「かぜの諸症状をやわらげる」等、生活者にわかり易いように言い換えても差し支えない。

② かぜの11の症状すべてを効能・効果として承認されたかぜ薬については「総合感冒薬」、「総合かぜ薬」と表現することは差し支えない。

ただしキャッチフレーズや販売名の文字の大きさを上回るなどの強調表現は行わない。

(15) ビタミン・カルシウム・ミネラルの作用表現について

いわゆるビタミン剤・カルシウム剤（医薬品、指定医薬部外品）に配合されているビタミン、カルシウム、ミネラルの説明として、各々の成分が医薬品等の有効成分量を満たしていることを前提として、別表2のとおり

表現することは差し支えない。ただし、表内の例文を超えない範囲で表現すること。

なお、効能・効果に誤認を与えることのないよう強調表現は行わないとともに、いわゆるサプリメントと誤認を与えることのないよう十分に配慮すること。

(16) ビタミンE・EC主薬製剤の「過酸化脂質の増加防止」表現について

ビタミンE主薬製剤およびビタミンEC主薬製剤の広告等でビタミンEの作用機序の説明として「過酸化脂質の増加防止」の文言を使用する場合は、下記の点に留意する。

- ① 医療用医薬品のビタミンE製剤の効能・効果の一つに「過酸化脂質の増加防止」があることから、「過酸化脂質の増加防止」の文言を単独で使用することは、医療用医薬品の効能・効果に該当するので認められない。
- ② ビタミンEの「過酸化脂質の増加を防止する作用」について説明する際には当該作用の言い切り表現とならないよう配慮し、必ず承認された効能・効果に結びつけた表現とする。
- ③ なお、上記については広告のほか、添付文書、製品ラベル、外箱、および一般生活者を対象としたパンフレットにも適用される。

【表現してよい例】

《ビタミンE・EC主薬製剤》

「過酸化脂質の増加を防止する働きのあるビタミンEは、末梢血行障害による手足のしびれや冷えを緩和します」

《ビタミンEC主薬製剤》

「ビタミンEの過酸化脂質増加防止作用により、しみ、そばかすを緩和します。」

【表現できない例】

「過酸化脂質の増加防止」……（医療用医薬品ビタミンE剤の効能・効果）

「ビタミンEは、過酸化脂質の増加を防止する作用があります」

……（作用の言い切り表現）

(17) 滋養強壮保健薬、ビタミン含有保健剤等の「疲れ」表現について

「肉体疲労時の栄養補給」、「肉体疲労時のビタミン〇〇補給」、「肉体疲労」等を効能・効果として認められている滋養強壮保健薬（医薬品）、ビタミン含有保健剤（指定医薬部外品）、ビタミンを含有する保健薬（指定医薬部外品）、生薬を主たる有効成分とする保健薬（指定医薬部外品）等で「疲れ」について表現することは認められるが、以下の点に留意する。

- ① 明らかな「疲労回復」、「疲労予防」、「精神的疲労」を表現することは、効能・効果の範囲を逸脱するので認められない。
- ② 効能・効果に誤解を与えないための配慮として、「肉体疲労時の栄養補給」、「肉体疲労時のビタミン〇〇補給」等の認められた効能・効果を広告中で明瞭に記載する。
- ③ 「疲れ」に付けられる形容詞として「つらい」は差し支えないが、「ひどい」、「重度の」等、重症度を示す形容詞（修飾語）は認められない。
- ④ 「疲れに負けない〇〇〇（製品名）」、「疲れスッキリ」の表現は、それぞれ「疲労予防」、明らかな「疲労回復」に該当するので認められない。

(18) 水虫薬の広告表現について

① 「かゆみ」表現について

水虫の随伴症状として「かゆみ」を表現することは差し支えないが、重度なあるいは行き過ぎた「かゆみ

（症状）」など、「かゆみ」を強調した表現は認められない。佐薬として鎮痒を目的とした成分（局所麻酔成分、抗炎症成分、鎮痒成分など）を含有する場合には、「かゆみを一時的に抑える」旨の表現は差し支えないが、主作用（抗真菌作用）と同等またはこれを越えた強調表現は認められない。

② 強調表現について

白癬菌へ薬剤が作用する場面などで効果を表現する場合はオーバーとならぬようにする。

③ 速効表現について

患部に薬剤が浸透する場面などで、瞬時に浸透するかのような「速効」表現や事実と異なる「奥深くへの浸透表現」など誤解を招かぬよう配慮する。

④ オーバーな語句など

オーバーな表現・語句について従来品・従来成分を誹謗するような表現についてはキャッチフレーズであるか否かに関わらず認められない。

【表現してよい例】

「かゆい水虫」、「水虫かゆい」

「かゆみ止め成分配合」：有効成分に鎮痒を目的とした成分（局所麻酔成分、抗炎症成分、鎮痒成分など）を含有する場合のみ

「かゆみを一時的に抑えます」：同上

【表現できない例】

「かゆみ」の強調表現（キャッチコピー、文字・音声の強調、繰り返し表現など）

「重症のかゆみ」

「ひどいかゆみ」

「我慢できないかゆみ」

「かゆい水虫を抑えます」

「水虫のかゆみを抑えます」

（19）「花粉症」表現について

① 効能・効果において「花粉による次のような鼻（目）のアレルギー症状の緩和：鼻づまり、鼻みず（鼻汁過多）、くしゃみ・・・」等を取得した「アレルギー専用点鼻薬・点眼薬」・「鼻炎用内服薬」・「内服アレルギー用薬」においては「花粉による・・・」部分を「花粉症による・・・」と読み替えることは差し支えない。

② 鼻炎用内服薬、鼻炎用点鼻薬について

効能・効果において「アレルギー性鼻炎による次の症状の緩和：鼻づまり、鼻みず（鼻汁過多）、くしゃみ・・・」をもつ「鼻炎用内服薬」・「鼻炎用点鼻薬」は、抗原や季節について説明する上で「花粉、ダニ、ハウスダスト」の文言を使用することは差し支えないが「花粉症」の文言の使用は認められない。

※ ①で「花粉症」が効能・効果であるかのような表現は認められない。また、いずれの場合も効能・効果を2つ以上の症状名に結びつけた表現とすること。

【①で表現してよい例】

例：「花粉症によるくしゃみ・鼻みずの緩和」（アレルギー専用点鼻薬の場合）

【②で表現してよい例】

例：「ダニ・花粉によるアレルギー性鼻炎のくしゃみ・鼻みずの緩和」（鼻炎用内服薬、鼻炎用点鼻薬）

【①②で表現できない例】

例：「花粉症に効く」、「花粉症の緩和に」、「花粉症に〇〇〇〇（製品名）」

（20）指定医薬部外品の広告について

指定医薬部外品の広告の取り扱いを下記のとおりとし、適正化に努める。

- ① 名称において共通部分をもつ医薬品、指定医薬部外品（例えば医薬品として〇〇〇A、指定医薬部外品として〇〇〇B、〇〇〇が共通ブランド）を同一広告中に広告する場合には、それぞれを混同させないように注意する。

また、この場合は全体の広告表現は医薬品広告で許された範囲内にとどめる。

- ② ビタミンC剤、ビタミンE剤、ビタミンEC剤、ビタミン含有保健剤、カルシウム剤、ビタミンを含有する保健薬、カルシウムを主たる有効成分とする保健薬および生薬を主たる有効成分とする保健薬について「健康維持」の表現は行わない。
- ③ 「薬用」（販売名に認められたものを除く）、「漢方」の表現は行わない。
- ④ 「生薬配合」の文言は、有効成分に生薬が配合されていれば差し支えない。
- ⑤ 「生薬製剤」の文言は、有効成分の全てが生薬である場合には差し支えない。
- ⑥ 「うまい」「美味しい」などの味覚表現は、本来の効能・効果を誤解させ、また過量消費、乱用を助長することから行わない。
- ⑦ 「毎日1本」、「家族そろって」、「食卓に」、「毎日飲む」、「手軽に服用できます」、「お中元・お歳暮に」等、長期連用や乱用助長につながるような表現は行わない。

<別表1> 広告における「使用上の注意」の記載について

対象品目		第一類医薬品	
		第一類医薬品 (解熱鎮痛剤を含むかぜ薬・解熱鎮痛薬以外)	解熱鎮痛剤を含むかぜ薬 および解熱鎮痛薬
記載文言		『この医薬品は、薬剤師から説明を受け、「使用上の注意」をよく読んでお使い下さい。』	『この医薬品は、薬剤師から説明を受け、「使用上の注意」をよく読んでお使い下さい。アレルギー体質の方は、必ずご相談下さい。』
テレビ (インターネット動画を含む)	表現方法	<ol style="list-style-type: none"> 1) 静止した明確な文字で明瞭に1秒以上表現する。 2) 視聴者の注意を喚起するような音声等も併用する。 3) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。また、特定商品を指差すなどの方法により特定することも差し支えない。 4) 「明確な文字」とは、次のものをいう。 <ol style="list-style-type: none"> ア. 画面の大部分(3分の2)を占め、文字は静止している。 イ. 文字の背景の画面は文字の明瞭さを妨げない限度で動いてもよい。 ウ. 「薬剤師から説明を受け」の文字は朱色とし、他の文字より特に注意を喚起するようにする。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 静止した明確な文字で明瞭に2秒以上表現する。 2) 同左 3) 同左 4) ア、イ同左 <p>ウ、「薬剤師から説明を受け」、「アレルギー体質の方は、必ずご相談」の文字は 朱色とし、他の文字より特に注意を喚起するようにする。</p>
ラジオ	表現方法	<ol style="list-style-type: none"> 1) 音声で明瞭に表現する。 2) 『この医薬品』の文句は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 同左 2) 同左
新聞・雑誌	表現方法	<ol style="list-style-type: none"> 1) ゴシック体13級(9ポイント)以上の活字で明確に見やすい場所に記載する。 2) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。 3) 『明確に見やすい場所』とは、必ずしも紙面中央に記載する必要はないが、この文言の周辺に他の活字がなく、明瞭に表現されていることをいう。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 同左 2) 同左 3) 同左

ポスター・チラシインターネット	表現方法	<p>1) 明確に見えやすい場所に記載する。</p> <p>2) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。</p> <p>3) 『明確に見えやすい場所』とは、必ずしも誌面の中央部に記載する必要はないが、この文言の周辺に他の活字がなく、明瞭に表現されていることをいう。</p>	<p>1) 同左</p> <p>2) 同左</p> <p>3) 同左</p>
業界新聞・雑誌等	記載文言	『この医薬品は、薬剤師から説明を受けて、「使用上の注意」をよく読んで、正しくお使いいただきますよう、ご説明下さい。』	『この医薬品は、薬剤師から説明を受けて、「使用上の注意」をよく読んで正しくお使いいただきますよう、また、アレルギー体質の方は、必ずご相談いただきますよう、ご説明下さい。』
	表現方法	<p>1) ゴシック体 13 級（9ポイント）以上の活字で、明確に見えやすい場所に記載する。</p> <p>2) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。</p>	<p>1) 同左</p> <p>2) 同左</p>

対象品目	指定第二类医薬品	解熱鎮痛剤を含むかぜ薬（第一類医薬品を除く）・解熱鎮痛薬（第一類医薬品を除く）
	（解熱鎮痛剤を含むかぜ薬・解熱鎮痛薬以外）	
記載文言	『この医薬品は、薬剤師、登録販売者に相談のうえ、「使用上の注意」をよく読んでお使い下さい。』	『この医薬品は「使用上の注意」をよく読んでお使い下さい。アレルギー体質の方は、必ず薬剤師、登録販売者にご相談下さい。』
テレビ（インターネット動画を含む）	表現方法 1) 静止した明確な文字で明瞭に1秒以上表現する。 2) 視聴者の注意を喚起するような音声等も併用する。 3) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。また、特定商品を指差すなどの方法により特定することも差し支えない。 4) 「明確な文字」とは、次のものをいう。 ア. 画面の大部分（3分の2）を占め、文字は静止している。 イ. 文字の背景の画面は文字の明瞭さを妨げない限度で動いてもよい。 ウ. 「薬剤師、登録販売者に相談のうえ」の文字は、朱色とし、他の文字より特に注意を喚起するようにする	1) 静止した明確な文字で明瞭に2秒以上表現する。 2) 同左 3) 同左 4) ア、イ同左 ウ. 「薬剤師から説明を受け」、「アレルギー体質の方は、必ずご相談」の文字は朱色とし、他の文字より特に注意を喚起するようにする。
ラジオ	表現方法 1) 音声で明瞭に表現する。 2) 『この医薬品』の文句は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。	1) 同左 2) 同左
新聞・雑誌	表現方法 1) ゴシック体13級（9ポイント）以上の活字で明確に見やすい場所に記載する。 2) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。 3) 『明確に見やすい場所』とは、必ずしも紙面中央に記載する必要はないが、この文言の周辺に他の活字がなく、明瞭に表現されていることをいう。	1) 同左 2) 同左 3) 同左

ポスター・チラシ・インターネット等	表現方法	<ol style="list-style-type: none"> 1) 明確に見えやすい場所に記載する。 2) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。 3) 『明確に見えやすい場所』とは、必ずしも誌面の中央部に記載する必要はないが、この文言の周辺に他の活字がなく、明瞭に表現されていることをいう。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 同左 2) 同左 3) 同左
業界新聞・雑誌等	記載文言	『この医薬品は、薬剤師、登録販売者に相談のうえ、「使用上の注意」をよく読んで、正しくお使いいただきますよう、ご説明下さい。』	『この医薬品は「使用上の注意」をよく読んで正しくお使いいただきますよう、また、アレルギー体質の方は、必ず薬剤師、登録販売者にご相談いただきますよう、ご説明下さい。』
	表現方法	<ol style="list-style-type: none"> 1) ゴシック体 13 級（9ポイント）以上の活字で、明確に見えやすい場所に記載する。 2) 『この医薬品』の文言は、『これ』または販売名に置き換えて表現することは、差し支えない。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 同左 2) 同左

＜別表 2＞ビタミン・カルシウム・ミネラルの作用表現について

成分	広告表現
ビタミン A	ビタミン A は皮膚や粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。 ビタミン A は夜間の視力の維持を助けるビタミンです。
ビタミン B 1	ビタミン B 1 は炭水化物からのエネルギー産生と皮膚や粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。
ビタミン B 2	ビタミン B 2 は皮膚・粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。
ビタミン B 6	ビタミン B 6 はたんぱく質からのエネルギーの産生と皮膚や粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。
ビタミン C	ビタミン C は皮膚や粘膜の正常な働きを助けるとともに抗酸化作用を持つビタミンです。
ビタミン D	ビタミン D は、腸管でカルシウムの吸収を促進し、骨、歯へのカルシウム沈着（供給）を助けるビタミンです。
ビタミン E	ビタミン E は抗酸化作用により体内の脂質を酸化から守り、細胞の正常な働きを助けるビタミンです。
ナイアシン	ナイアシンは、皮膚や粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。
パントテン酸	パントテン酸は、皮膚や粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。
ビオチン	ビオチンは、皮膚や粘膜の正常な働きを助けるビタミンです。
ビタミン B 1 2	ビタミン B 12 は、赤血球の形成を助けるビタミンです。
葉酸	葉酸は、赤血球の形成を助けるビタミンです。 葉酸は、胎児の正常な発育に寄与するビタミンです。
カルシウム	カルシウムは、骨や歯の形成に必要なミネラルです。
鉄	鉄は、赤血球を作るのに必要なミネラルです。
マグネシウム	マグネシウムは、骨や歯の形成に必要なミネラルです。 マグネシウムは、多くの体内酵素の正常な働きとエネルギー産生を助け、 血液循環を正常に保つために働きます。
亜鉛	亜鉛は、味覚を正常に保つのを助けます。 亜鉛は、皮膚や粘膜の正常化を助けます。 亜鉛は、たんぱく質・核酸の代謝に関与します。
銅	銅は、赤血球の形成を助けます。銅は、多くの体内酵素の正常な働きと骨の形成を助けます。

※ 表内の例文を超えない範囲で表現すること。なお、各々の成分を有効成分名で表現することは差し支えない。

（例）ビタミン A ⇒ 酢酸レチノール