

29 健第 5025 号

平成 29 年 10 月 6 日

福島広告協会長
福島県広告業協会長 様

福島県保健福祉部長
(公 印 省 略)

医薬品等適正広告基準の改正について（通知）

このことについて、平成 29 年 9 月 29 日付け薬生発 0929 第 4 号にて厚生労働省医薬・生活衛生局長より別紙のとおり通知がありました。

つきましては、内容について御了知のうえ、会員の皆さまに周知くださいますようお願いいたします。

（事務担当 薬務課 副主任薬剤技師 我妻拓弥 電話 024-521-7233）

薬生発 0929 第 4 号
平成 29 年 9 月 29 日

各都道府県知事 殿

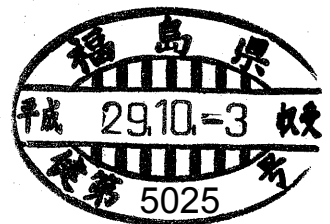
厚生労働省医薬・生活衛生局長
(公 印 省 略)

医薬品等適正広告基準の改正について

医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び再生医療等製品(以下「医薬品等」という。)の広告については、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和 35 年法律第 145 号)第 66 条から第 68 条までの規定及び「医薬品等適正広告基準について」(昭和 55 年 10 月 9 日付け薬発第 1339 号厚生省薬務局長通知、改正平成 14 年 3 月 28 日医薬発第 0328009 号厚生労働省医薬局長通知。以下「旧通知」という。)に基づき、都道府県等を中心として監視指導が行われているところです。

医薬品等の広告を巡る環境の変化に伴い、今般、一般用医薬品及び指定医薬部外品に関する部分を中心に見直しの検討を行い、別紙のとおり医薬品等適正広告基準を全面的に改正しました。つきましては、貴管下関係業者、関係団体等に対し、周知方御取り計らいの上、医薬品等の広告に係る監視指導について格段の御配慮をお願いいたします。

なお、本通知をもって、旧通知は廃止します。



医薬品等適正広告基準

第1（目的）

この基準は、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び再生医療等製品（以下「医薬品等」という。）の広告が虚偽、誇大にわたらないようにするとともにその適正を図ることを目的とする。

第2（対象となる広告）

この基準は、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブサイト及びソーシャル・ネットワーキング・サービス等のすべての媒体における広告を対象とする。

第3（広告を行う者の責務）

- 1 医薬品等の広告を行う者は、使用者が当該医薬品等を適正に使用することができるよう、正確な情報の伝達に努めなければならない。
- 2 医薬品等の広告を行う者は、医薬品等の本質に鑑み、医薬品等の品位を損なう又は信用を傷つけるおそれのある広告は行ってはならない。

第4（基準）

1 名称関係

（1）承認又は認証を要する医薬品等の名称についての表現の範囲

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号。以下「法」という。）第14条又は第23条の2の5若しくは第23条の25の規定に基づく承認並びに法第23条の2の23の規定に基づく認証（以下「承認等」という。）を受けた名称又は一般的名称以外の名称を、別に定める場合を除き使用してはならない。

ただし、一般用医薬品及び医薬部外品においては、共通のブランド製品の共通部分のみを用いることは差し支えない。

（2）承認等を要しない医薬品等の名称についての表現の範囲

承認等を要しない医薬品等については、日本薬局方に定められた名称、法第14条の9若しくは第23条の2の12の規定に基づく届出を行った一般的名称又は届け出た販売名以外の名称を、別に定める場合を除き使用してはならない。

なお、販売名はその医薬品等の製造方法、効能効果及び安全性について事実と反する認識を得させるおそれのあるものであってはならない。

2 製造方法関係

医薬品等の製造方法について実際の製造方法と異なる表現又はその優索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をしてはならない。

3 効能効果、性能及び安全性関係

(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

承認等を要する医薬品等の効能効果又は性能(以下「効能効果等」という。)についての表現は、明示的又は暗示的であるか否かにかかわらず承認等を受けた効能効果等の範囲をこえてはならない。

(2) 承認等を要しない医薬品等についての効能効果等の表現の範囲

承認等を要しない医薬品等(化粧品を除く。)の効能効果等の表現は、医学、薬学上認められている範囲をこえてはならない。

また、承認を要しない化粧品の効能効果についての表現は、平成23年7月21日薬食発第0721第1号医薬食品局長通知「化粧品の効能の範囲の改正について」に定める範囲をこえてはならない。

(3) 医薬品等の成分等及び医療機器の原材料等についての表現の範囲

医薬品等の成分及びその分量又は本質等並びに医療機器の原材料、形状、構造及び原理について、承認書等への記載の有無にかかわらず、虚偽の表現、不正確な表現等を用い効能効果等又は安全性について事実と反する認識を得させるおそれのある広告をしてはならない。

(4) 用法用量についての表現の範囲

医薬品等の用法用量について、承認等を要する医薬品等にあつては承認等を受けた範囲を、承認等を要しない医薬品等にあつては医学、薬学上認められている範囲をこえた表現、不正確な表現等を用いて効能効果等又は安全性について事実と反する認識を得させるおそれのある広告をしてはならない。

(5) 効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止

医薬品等の効能効果等又は安全性について、具体的効能効果等又は安全性を摘示して、それが確実である保証をするような表現をしてはならない。

(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

医薬品等の効能効果等又は安全性について、最大級の表現又はこれに類する表現をしてはならない。

(7) 効能効果の発現程度についての表現の範囲

医薬品等の速効性、持続性等についての表現は、医学、薬学上認められている範囲をこえてはならない。

(8) 本来の効能効果等と認められない表現の禁止

医薬品等の効能効果等について本来の効能効果等とは認められない効能効果等を表現することにより、その効能効果等を誤認させるおそれのある広告を行ってはならない。

4 過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告の制限

医薬品等について過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告を行ってはならない。

5 医療用医薬品等の広告の制限

(1) 医師若しくは歯科医師が自ら使用し、又はこれらの者の処方せん若しくは指示によって使用することを目的として供給される医薬品及び再生医療等製品については、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告を行ってはならない。

(2) 医師、歯科医師、はり師等医療関係者が自ら使用することを目的として供給される医療機器で、一般人が使用しておそれのないものを除き、一般人が使用した場合に保健衛生上の危害が発生するおそれのあるものについても(1)と同様にするものとする。

6 一般向広告における効能効果についての表現の制限

医師又は歯科医師の診断若しくは治療によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断若しくは治療によることなく治癒ができるかの表現は、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告に使用してはならない。

7 習慣性医薬品の広告に付記し、又は付言すべき事項

法第50条第11号の規定に基づき厚生労働大臣の指定する医療用医薬品について広告する場合には、習慣性がある旨を付記し、又は付言しなければならない。

8 使用及び取扱い上の注意について医薬品等の広告に付記し、又は付言すべき事項

使用及び取扱い上の注意を特に喚起する必要がある医薬品等について広告する場合は、それらの事項を、又は使用及び取扱い上の注意に留意すべき旨を、付記し又は付言しなければならない。

ただし、看板等の工作物で商品名のみを広告する場合はこの限りではない。

9 他社の製品の誹謗広告の制限

医薬品等の品質、効能効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告を行ってはならない。

10 医薬関係者等の推せん

医薬関係者、理容師、美容師、病院、診療所、薬局、その他医薬品等の効能効果等に関し、世人の認識に相当の影響を与える公務所、学校又は学会を含む団体が指定し、公認し、推せんし、指導し、又は選用している等の広告を行ってはならない。

ただし、公衆衛生の維持増進のため公務所又はこれに準ずるものが指定等をしている事実を広告することが必要な場合等特別の場合はこの限りでない。

11 懸賞、賞品等による広告の制限

(1) 過剰な懸賞、賞品等射こう心を煽る方法による医薬品等又は企業の広告を行ってはならない。

(2) 懸賞、賞品として医薬品を授与する旨の広告を行ってはならない。

ただし、家庭薬を見本に提供する程度であればこの限りではない。

(3) 医薬品等の容器、被包等と引換えに医薬品を授与する旨の広告を行ってはならない。

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

広告に接した者に、不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある表現や方法を用いた広告を行ってはならない。

特に、電子メールによる広告を行う際は、次の方法によらなければならない。

(1) 医薬品販売業者の電子メールアドレス等の連絡先を表示すること。

(2) 消費者の請求又は承諾を得ずに一方的に電子メールにより広告を送る場合、メールの件名欄に広告である旨を表示すること。

(3) 消費者が、今後電子メールによる広告の受け取りを希望しない場合、その旨の意思を表示するための方法を表示するとともに、意思表示を示した者に対しては、電子メールによる広告の提供を行ってはならないこと。

13 テレビ、ラジオの提供番組等における広告の取扱い

(1) 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等の品質、効能効果等、安全性その他について言及し、又は暗示する行為をしてはならない。

(2) テレビ、ラジオの子ども向け提供番組における広告については、医薬品等について誤った認識を与えないよう特に注意しなければならない。

14 医薬品の化粧品的若しくは食品的用法又は医療機器の美容器具的若しくは健康器具的用法についての表現の制限

医薬品について化粧品的若しくは食品的用法を又は医療機器について美容器具的若しくは健康器具的用法を強調することによって消費者の安易な使用を助長するような広告を行ってはならない。

○医薬品等適正広告基準について【新旧対照表】

(昭和 55 年 10 月 9 日薬発第 1339 号各都道府県知事あて厚生省薬務局長通知 改正 平成 14 年 3 月 28 日医薬発第 0328009 号厚生労働省医薬局長通知)

現 行	改 定 案
第 1 (目的) この基準は、医薬品、医薬部外品、化粧品及び<u>医療用具</u>(以下「医薬品等」という。)の広告が虚偽、誇大にわたらないようにするとともにその適正を図ることを目的とする。 (新設) 第 2 (広告を行う者の責務) 医薬品等の広告を行う者は、使用者が当該医薬品等を適正に使用することができるよう、正確な情報の伝達に努めなければならない<u>ものとする。</u> (新設) 第 3 (基準)	第 1 (目的) この基準は、医薬品、医薬部外品、化粧品、<u>医療機器及び再生医療等製品</u>(以下「医薬品等」という。)の広告が虚偽、誇大にわたらないようにするとともにその適正を図ることを目的とする。 第 2 (対象となる広告) <u>この基準は、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブサイト及びソーシャル・ネットワーキング・サービス等のすべての媒体における広告を対象とする。</u> 第 3 (広告を行う者の責務) 1 <u>医薬品等の広告を行う者は、使用者が当該医薬品等を適正に使用することができるよう、正確な情報の伝達に努めなければならない。</u> 2 <u>医薬品等の広告を行う者は、医薬品等の本質に鑑み、医薬品等の品位を損なう又は信用を傷つけるおそれのある広告は行ってはならない。</u> 第 4 (基準)

1 名称関係

(1) 承認を要する医薬品の名称についての表現の範囲

薬事法（以下「法」という。）第14条の規定に基づく承認（法第23条において準用する場合を含む。以下「承認」という。）を要する医薬品について承認を受けた販売名、日本薬局方に定められた名称又は一般的名称以外の名称を使用しないものとする。

(2) 承認を要しない医薬品の名称についての表現の範囲

承認を要しない医薬品については、日本薬局方に定められた名称、一般的名称又は販売名以外の名称を使用しないものとする。

なお、販売名はその医薬品の製造方法、効能効果及び安全性について事実と反する認識を得させるおそれのあるものであってはならない。

(3) 医薬部外品、化粧品及び医療用具の名称についての表現の範囲

医薬部外品、化粧品及び医療用具について、承認又は法第12条、法第18条（法第23条において準用する場合を含む。）若しくは法第22条の規定に基づき許可を受けた販売名又は一般的名称以外の名称を使用しないものとする。

1 名称関係

(1) 承認又は認証を要する医薬品等の名称についての表現の範囲

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号。以下「法」という。）第14条又は第23条の2の5若しくは第23条の25の規定に基づく承認並びに法第23条の2の23の規定に基づく認証（以下「承認等」という。）を受けた名称又は一般的名称以外の名称を、別に定める場合を除き使用してはならない。
ただし、一般用医薬品及び医薬部外品においては、共通のブランド製品の共通部分のみを用いることは差し支えない。

(2) 承認等を要しない医薬品等の名称についての表現の範囲

承認等を要しない医薬品等については、日本薬局方に定められた名称、法第14条の9若しくは第23条の2の12の規定に基づく届出を行った一般的名称又は届け出た販売名以外の名称を、別に定める場合を除き使用してはならない。

なお、販売名はその医薬品等の製造方法、効能効果及び安全性について事実と反する認識を得させるおそれのあるものであってはならない。

(削除)

2 製造方法関係 医薬品等の製造方法について実際の製造方法と異なる表現又はそ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を<u>しないものとする。</u> 3 効能効果、性能及び安全性関係 (1) 承認を要する医薬品等についての効能効果等の表現の範囲 承認を要する医薬品等の効能効果又は性能（以下「効能効果等」という。）についての表現は、承認を受けた効能効果等の範囲を<u>こえないものとする。</u> <u>また、承認を受けた効能効果等の一部のみを特に強調し、特定疾病に専門に用いられる医薬品又は医療用具以外の医薬品又は医療用具について、特定疾病に専門に用いられるものであるかの如き誤認を与える表現はしないものとする。</u> (2) 承認を要しない医薬品<u>及び医療用具</u>についての効能効果等の表現の範囲 承認を要しない医薬品<u>及び医療用具</u>の効能効果等の表現は、医学薬学上認められている範囲を<u>こえないものとする。</u> <u>(3) 承認を要しない化粧品についての効能効果の表現の範囲</u> 承認を要しない化粧品の効能効果についての表現は、昭和36年2月8日薬発第44号都道府県知事あて薬務局長通	2 製造方法関係 医薬品等の製造方法について実際の製造方法と異なる表現又はそ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を<u>してはならない。</u> 3 効能効果、性能及び安全性関係 (1) 承認<u>等</u>を要する医薬品等についての効能効果等の表現の範囲 承認<u>等</u>を要する医薬品等の効能効果又は性能（以下「効能効果等」という。）についての表現は、<u>明示的又は暗示的であるか否かにかかわらず承認等</u>を受けた効能効果等の範囲を<u>こえてはならない。</u> (削除) (2) 承認<u>等</u>を要しない医薬品<u>等</u>についての効能効果等の表現の範囲 承認<u>等</u>を要しない医薬品<u>等</u>（化粧品を除く。）の効能効果等の表現は、医学、<u>薬学上</u>認められている範囲を<u>こえてはならない。</u> (削除) <u>また、承認を要しない化粧品の効能効果についての表現は、平成23年7月21日薬食発第0721第1号医薬食品局長</u>
--	---

知「薬事法の施行について」記「第1」の「3」の「(3)」に定める範囲をこえないものとする。

(4) 医薬品等の成分及びその分量又は本質並びに医療用具の原材料、形状、構造及び寸法についての表現の範囲

医薬品等の成分及びその分量又は本質並びに医療用具の原材料、形状、構造及び寸法について虚偽の表現、不正確な表現等を用い効能効果等又は安全性について事実を反する認識を得させるおそれのある広告をしないものとする。

(5) 用法用量についての表現の範囲

医薬品等の用法用量について、承認を要する医薬品等にあつては承認を受けた範囲を、承認を要しない医薬品、化粧品及び医療用具にあつては医学薬学上認められている範囲をこえた表現、不正確な表現等を用いて効能効果等又は安全性について事実を反する認識を得させるおそれのある広告はしないものとする。

(6) 効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止

医薬品等の効能効果等又は安全性について、具体的効能効果等又は安全性を摘示して、それが確実である保証をするような表現はしないものとする。

(7) 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

医薬品等の効能効果等又は安全性について、最大級の表現又はこれに類する表現はしないものとする。

(8) 効能効果の発現程度についての表現の範囲

医薬品等の速効性、持続性等についての表現は、医学薬学上認められている範囲をこえないものとする。

通知「化粧品の効能の範囲の改正について」に定める範囲をこえてはならない。

(3) 医薬品等の成分等及び医療機器の原材料等についての表現の範囲

医薬品等の成分及びその分量又は本質等並びに医療機器の原材料、形状、構造及び原理について、承認書等への記載の有無にかかわらず、虚偽の表現、不正確な表現等を用い効能効果等又は安全性について事実を反する認識を得させるおそれのある広告をしてはならない。

(4) 用法用量についての表現の範囲

医薬品等の用法用量について、承認等~~を~~を要する医薬品等にあつては承認等を受けた範囲を、承認等~~を~~を要しない医薬品等~~等~~にあつては医学、薬学上認められている範囲をこえた表現、不正確な表現等を用いて効能効果等又は安全性について事実を反する認識を得させるおそれのある広告をしてはならない。

(5) 効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止

医薬品等の効能効果等又は安全性について、具体的効能効果等又は安全性を摘示して、それが確実である保証をするような表現をしてはならない。

(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

医薬品等の効能効果等又は安全性について、最大級の表現又はこれに類する表現をしてはならない。

(7) 効能効果の発現程度についての表現の範囲

医薬品等の速効性、持続性等についての表現は、医学、薬学上認められている範囲をこえてはならない。

(<u>9</u>) 本来の効能効果等と認められない表現の禁止 医薬品等の効能効果等について本来の効能効果等とは認められない効能効果等を表現することにより、その効能効果等を誤認させるおそれのある広告<u>は行わないものとする</u>。 4 <u>医薬品等の過量消費</u>又は乱用助長を促すおそれのある広告の制限 医薬品等について過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告<u>は行わないものとする</u>。 5 医療用医薬品等の広告の制限 (1) 医師若しくは歯科医師が自ら使用し、又はこれらの者の処方せん若しくは指示によ<u>つ</u>て使用することを目的として供給される医薬品については、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告<u>は行わないものとする</u>。 (2) 医師、歯科医師、はり師等医療関係者が自ら使用することを目的として供給される医療<u>用具</u>で、一般人が使用するおそれのないものを除き、一般人が使用した場合に保健衛生上の危害が発生するおそれのあるものについても(1)と同様にするものとする。 6 一般向広告における効能効果についての表現の制限 医師又は歯科医師の診断若しくは治療によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断若しくは治療によることなく治癒ができるかの表現は、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告に使用<u>しないもの</u>	(<u>8</u>) 本来の効能効果等と認められない表現の禁止 医薬品等の効能効果等について本来の効能効果等とは認められない効能効果等を表現することにより、その効能効果等を誤認させるおそれのある広告<u>を行ってはならない</u>。 4 過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告の制限 医薬品等について過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告<u>を行ってはならない</u>。 5 医療用医薬品等の広告の制限 (1) 医師若しくは歯科医師が自ら使用し、又はこれらの者の処方せん若しくは指示によ<u>つ</u>て使用することを目的として供給される医薬品<u>及び再生医療等製品</u>については、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告<u>を行ってはならない</u>。 (2) 医師、歯科医師、はり師等医療関係者が自ら使用することを目的として供給される医療<u>機器</u>で、一般人が使用するおそれのないものを除き、一般人が使用した場合に保健衛生上の危害が発生するおそれのあるものについても(1)と同様にするものとする。 6 一般向広告における効能効果についての表現の制限 医師又は歯科医師の診断若しくは治療によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断若しくは治療によることなく治癒ができるかの表現は、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告に使用<u>してはなら</u>
---	--

とする。

7 習慣性医薬品の広告に付記し、又は付言すべき事項

法第50条第8号の規定に基づき厚生大臣の指定する医薬品について広告する場合には、習慣性がある旨を付記し、又は付言するものとする。

8 使用及び取扱い上の注意について医薬品等の広告に付記し、又は付言すべき事項

使用及び取扱い上の注意を特に喚起する必要がある医薬品等について広告する場合は、それらの事項を、又は使用及び取扱い上の注意に留意すべき旨を、付記し又は付言するものとする。

ただし、ネオンサイン、看板等の工作物による広告で製造方法、効能効果等について全くふれない場合はこの限りではない。

9 他社の製品のひぼう広告の制限

医薬品等の品質、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は行わないものとする。

10 医薬関係者等の推せん

医薬関係者、理容師、美容師、病院、診療所その他医薬品等の効能効果等に関し、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は行わないものとする。

ない。

7 習慣性医薬品の広告に付記し、又は付言すべき事項

法第50条第11号の規定に基づき厚生労働大臣の指定する医療用医薬品について広告する場合には、習慣性がある旨を付記し、又は付言しなければならない。

8 使用及び取扱い上の注意について医薬品等の広告に付記し、又は付言すべき事項

使用及び取扱い上の注意を特に喚起する必要がある医薬品等について広告する場合は、それらの事項を、又は使用及び取扱い上の注意に留意すべき旨を、付記し又は付言しなければならない。

ただし、看板等の工作物で商品名のみを広告する場合はこの限りではない。

9 他社の製品の誹謗広告の制限

医薬品等の品質、効能効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告を行ってはならない。

10 医薬関係者等の推せん

医薬関係者、理容師、美容師、病院、診療所、薬局、その他医薬品等の効能効果等に関し、世人の認識に相当の影響を与える公務所、学校又は学会を含む団体が指定し、公認し、推せんし、指導し、又は選用している等の広告を行ってはならない。

ただし、公衆衛生の維持増進のため公務所又はこれに準ずるものが指定等をしている事実を広告することが必要な場合等特別の場合はこの限りでない。 11 懸賞、賞品等による広告の制限 (1) <u>ゆきすぎた懸賞、賞品等射こう心をそせる方法による医薬品等又は企業の広告</u>は行わないものとする。 (2) 懸賞、賞品として医薬品を授与する旨の広告<u>は原則として行わないものとする。</u> (3) 医薬品等の容器、被包等と引換えに医薬品を授与する旨の広告<u>は行わないものとする。</u> 12 不快、不安等の感じを与える<u>表現</u>の制限 不快又は不安恐怖の<u>感じ</u>を与えるおそれのある表現を用いた<u>医薬品等の広告</u>は行わないものとする。 <u>12の2 不快、迷惑等の感じを与える広告方法の制限</u> <u>医薬品等について広告を受けた者に、不快や迷惑等の感じを与えるような広告</u>は行わないものとする。 特に、電子メールによる広告を行う際は、次の方法に<u>よるものとする。</u> (1) 医薬品販売業者の電子メールアドレス等の連絡先を表示すること。 (2) 消費者の請求又は承諾を得ずに一方的に電子メールに	ただし、公衆衛生の維持増進のため公務所又はこれに準ずるものが指定等をしている事実を広告することが必要な場合等特別の場合はこの限りでない。 11 懸賞、賞品等による広告の制限 (1) <u>過剰な懸賞、賞品等射こう心を煽る方法による医薬品等又は企業の広告</u>を行ってはならない。 (2) 懸賞、賞品として医薬品を授与する旨の広告<u>を行ってはならない。</u> <u>ただし、家庭薬を見本に提供する程度であればこの限りではない。</u> (3) 医薬品等の容器、被包等と引換えに医薬品を授与する旨の広告<u>を行ってはならない。</u> 12 不快、<u>迷惑、不安又は恐怖</u>を与える<u>おそれのある広告</u>の制限 <u>広告に接した者に、不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある表現や方法</u>を用いた<u>広告</u>を行ってはならない。 (削除) 特に、電子メールによる広告を行う際は、次の方法に<u>よらなければならない。</u> (1) 医薬品販売業者の電子メールアドレス等の連絡先を表示すること。 (2) 消費者の請求又は承諾を得ずに一方的に電子メールに
---	--

より<u>医薬品等の</u>広告を送る場合、メールの件名欄に広告である旨を表示すること。 (3) 消費者が、今後電子メールによる<u>医薬品等の</u>広告の受け取りを希望しない場合、その旨の意思を表示するための方法を表示するとともに、意思表示を示した者に対しては、電子メールによる広告の提供を行ってはならないこと。 13 テレビ、ラジオの提供番組等における広告の取扱い (1) 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等の品質、効能効果等、安全性その他について言及し、又は暗示する行為を<u>しないものとする</u>。 (2) テレビ、ラジオの<u>子供</u>向け提供番組における広告については、医薬品等について誤<u>つ</u>た認識を与えないよう特に注意<u>するものとする</u>。 14 医薬品の化粧品的若しくは食品的用法又は医療<u>用具</u>の美容器具的若しくは健康器具的用法についての表現の制限 医薬品について化粧品的若しくは食品的用法を又は医療<u>用具</u>について美容器具的若しくは健康器具的用法を強調することによ<u>つ</u>て消費者の安易な使用を助長するような広告<u>は行わないものとする</u>。 15 <u>医薬品等の品位の保持等</u> <u>前各号に定めるもののほか、医薬品等の本質にかんがみ、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は行わないものとする。</u>	より広告を送る場合、メールの件名欄に広告である旨を表示すること。 (3) 消費者が、今後電子メールによる広告の受け取りを希望しない場合、その旨の意思を表示するための方法を表示するとともに、意思表示を示した者に対しては、電子メールによる広告の提供を行ってはならないこと。 13 テレビ、ラジオの提供番組等における広告の取扱い (1) 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等の品質、効能効果等、安全性その他について言及し、又は暗示する行為を<u>してはならない</u>。 (2) テレビ、ラジオの<u>子ども</u>向け提供番組における広告については、医薬品等について誤<u>つ</u>た認識を与えないよう特に注意<u>しなければならない</u>。 14 医薬品の化粧品的若しくは食品的用法又は医療<u>機器</u>の美容器具的若しくは健康器具的用法についての表現の制限 医薬品について化粧品的若しくは食品的用法を又は医療<u>機器</u>について美容器具的若しくは健康器具的用法を強調することによ<u>つ</u>て消費者の安易な使用を助長するような広告<u>を行ってはならない</u>。 (削除)
---	--