

2017年7月13日

「化粧品等のインターネット上の広告基準」に関するQ&A集

日本化粧品工業連合会

広告宣伝委員会

Q-1 (広告の定義について)

定義に記載されている広告の三要件とは何ですか？ また、この三要件を満たさない場合は広告に該当しないという判断でいいですか？

A-1

定義に記載されている三要件とは、以下のとおりです。

- ・顧客を誘引する（顧客の購入意欲を昂進させる）意図が明確であること
- ・商品名が明らかにされていること
- ・一般人が認知できる状態にあること

この三要件を満たさない場合は広告に該当しないという判断で差し支えありません。なお、インターネットによる広告の該当性については厚生労働省より（「インターネットによる医薬品等の広告の該当性に関する質疑応答集（Q&A）について」平成26年5月22日薬食監麻発0522第9号厚生労働省医薬食品局監視指導・麻薬対策課長通知）も通知されているので参考にして下さい。

Q-2 (広告の該当性について)

例えば、バナー広告、アフィリエイト広告、メールマガジン、メール広告等でリンク先の表示を加えると三要件を満たす場合は、広告に該当しますか？

A-2

リンク先の表示を含めて三要件を満たすと判断される場合は、当該バナー広告、アフィリエイト広告等も広告に該当します。

Q-3 (個人のブログについて)

個人のブログであっても広告の定義や該当性については、Q-1及びQ-2と同じ考え方で問題ありませんか？

A-3

問題ありません。（参照：医薬品医療機器等法第66条（誇大広告等）第1項）

Q-4 (広告主の範囲について)

広告主とはどのような者が該当しますか？

A-4

広告主とは、当該広告の責任を負う者をいいます。製造販売業者や販売業者等に限定せず、また組織であるか、個人であるかを問いません。

Q-5 (広告主の表示方法について)

ブランド名で広告主が明らかになる場合は、ブランド名を広告主として表示することもできますか？

A-5

差し支えありません。

Q-6 (商品選択に必要な情報について)

商品選択に必要な情報の表示は購入サイトのある場合に適用されるもので、購入サイトがない場合は必要がないという理解で問題ありませんか？

A-6

問題ありません。ただし、自主的に情報を提供することは差し支えありません。

Q-7 (商品選択に必要な情報の範囲について)

消費者が商品選択に必要な情報とは、例えば「医薬品医療機器等法」等で規定する表示とされていますが具体的にはどのように判断すればよいのですか？

A-7

「医薬品医療機器等法」、「化粧品の表示に関する公正競争規約」等で規定する表示を原則としますが、具体的には商品パッケージに表示された必要表示事項を参考に、広告主が判断してください。

Q-8 (商品選択に必要な情報の提供について)

情報は製品毎に提供することとされていますが、例えば製品画像が掲載されるあらゆるページにおいて情報を提供する必要がありますか？

A-8

消費者に正確な情報が提供できるのであれば、その限りではありません。提供方法については広告主の判断において行ってください。

Q-9 (広告訴求の基準について)

インターネット上の広告基準とされていますが、新聞、雑誌、テレビなどと広告規制の内容に違いがありますか？

A-9

広告規制の内容については新聞、雑誌、テレビ等の他の媒体と異なるものではありません。他の媒体と同様に「医薬品医療機器等法」、「医薬品等適正広告基準」、「景品表示法」、「化粧品の表示に関する公正競争規約」等の規定と、規定を解説した「化粧品等の適正広告ガイドライン」に従ってください。

Q-10 (本基準の対応時期について)

この基準について、いつまでに対応すればいいのですか？

A-10

基準に対応するための準備期間は、広告主の事情により異なることが予想されるため、特にいつまでということは決めていませんが、可能な限り速やかな対応を図ってください。

(以上)