

2017年7月13日

日本化粧品工業連合会

傘下会員各位

日本化粧品工業連合会

広告宣伝委員長

(公印省略)

「化粧品等のインターネット上の広告基準」の策定について

拝啓 時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

さて、広告宣伝委員会では、昨年、公益社団法人日本広告審査機構（JARO）と共同で化粧品（薬用化粧品を含む）のインターネット上の広告・表示の調査を外部機関に委託して実施いたしました。

その結果、「医薬品等適正広告基準」に照らして、約85%の広告・表示に「問題のある表現」が見受けられ、2016年10月12日付で傘下会員の皆様に「インターネット広告・表示についても今一度確認していただき、広告宣伝の適正化に遺漏なきを期されますよう」お願い申し上げたところです。

その後、さらに広告宣伝委員会ではインターネット広告の適正推進のための検討を進め、今般、新たに自主基準として「化粧品等のインターネット上の広告基準」を策定し、また、あわせて『「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』も作成いたしました。

つきましては、傘下会員各位におかれましては本自主基準の順守につき、お願い申し上げます。

敬具

【添付資料】

- ・化粧品等のインターネット上の広告基準
- ・「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

化粧品等のインターネット上の広告基準

2017年7月13日

日本化粧品工業連合会

広告宣伝委員会

1. 目的

本広告基準は、品質、安全性、有効性を確保するため、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（以下、「医薬品医療機器等法」という。）により取扱いが規定されている化粧品等を、インターネットを利用して広告する場合に広告主が順守すべき事項を定めることにより、インターネット上の広告の適正化を図ることを目的とする。

2. 定義

本広告基準において使用する用語の定義は下記によるものとする。

- (1) 「化粧品等」とは、医薬品医療機器等法第2条第3項で規定する化粧品及び同条第2項で規定する医薬部外品のうち、化粧品と類似の目的により使用される「薬用化粧品」等の医薬部外品も包含する。
- (2) 「広告」とは、厚生労働省通知（平成10年9月29日医薬監第148号厚生省医薬安全局監視指導課長通知）に示される広告の三要件を満たす表示とする。トップページに具体的な製品名等が表示されていなくても、他のページで、当該通達に示された三つの要件を満たした表示が行われている場合には広告とする。
（参考：「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）
- (3) 「化粧品等のインターネット上の広告」とは、インターネットを通じて消費者に向けて発信される化粧品等の広告をいい、広告に該当するか否かは(2)の通達に示された三要件を満たすかどうかで判断する。

3. 広告主の責務

インターネットにより化粧品等の広告を行う広告主は、医薬品医療機器等法その他、景品表示法、消費者基本法、消費者契約法、特定商取引法等の法律に基づき、下記の事項に留意しなければならない。

- (1) 広告の内容は事実に基づくものでなければならず、虚偽、誇大並びに消費者に誤認を与えるものであってはならない。
- (2) 広告の内容に重要事項の不告知があってはならず、また、必要な情報は明確かつ平易に提供しなければならない。

- (3) 媒体社等による広告掲載の判断過程ではリンク先の表示内容も考慮していることから、媒体社等からリンク先の表示内容を求められた場合には提示しなければならない。
- (4) 著作権、商標権等の第三者の権利について十分尊重するとともに、侵害するおそれのある広告であってはならない。

4. 基準

- (1) 化粧品等のインターネット上の広告は、「医薬品医療機器等法」及び「医薬品等適正広告基準」並びに「景品表示法」及び「化粧品の表示に関する公正競争規約」の規定や日本化粧品工業連合会の「化粧品等の適正広告ガイドライン」、その他関連する法規、基準等に適合するものであること。
- (2) 化粧品等のインターネット上の広告には、責任の所在を明確にするため「広告主」を明らかにすること。
- (3) インターネット上の広告を通じて、化粧品等の通信販売を行う場合は「特定商取引法」の規定を順守すること。
- (4) インターネットを通じた通信販売は消費者が実際の商品を手にとって見ることなく購入するため、消費者が商品を選択するために必要な情報の提供を行うこと。なお、商品選択に必要な情報とは、たとえば商品パッケージに記載されている「医薬品医療機器等法」等で規定される表示事項をいう。
- (5) (4)の情報提供は、商品パッケージの画像等を用いて行うこともできる。また、情報は製品毎に提供することとするが、共通する情報については一括表記することができる。
- (6) (4)の情報提供は、ホームページ等へのリンクによって容易に確認できる場合はリンク先を明記することにより提供したとみなすことができる。

5. 他の規制との関連

- (1) 本広告基準に定めがない事項については、関連する法律の規定によるものとする。
- (2) 本広告基準の運用については、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA）が定めるガイドライン等を参考とする。
- (3) JIAAのガイドラインに定める「広告掲載判断と広告内容の責任」に関し、広告主は媒体社等が行う掲載判断を尊重する。

(以上)