JIRAコンプライアンス勉強会

～公正競争規約　事例研究～
広告協賛について

ＪＩＲＡ公正取引推進委員会
2026年2月

広告協賛

1 お悔やみ記事への広告協賛について

2 景品類提供の制限の原則に関する基準広告料について

広告協賛

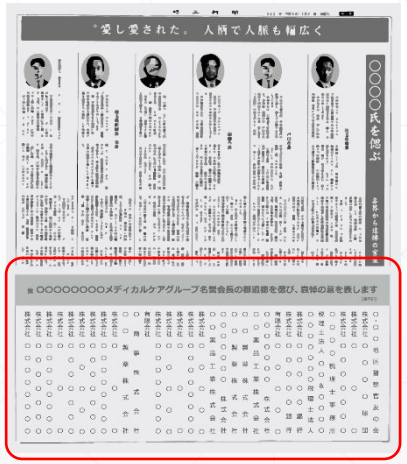
1 お悔やみ記事への広告協賛について

質問１　お悔やみ記事の広告協賛について

新聞社より、故人となった医療担当者追悼の特集記事へ広告協賛の依頼がありました。
この新聞は一般消費者を対象としており、追悼の記事の下段に社名が掲載されるものです。

故 ○○○○○○○○メディカルケアグループ名誉会長の御遺徳を偲び、哀悼の意を表します

企画書等だけでは、記事の内容等が
把握できないのですが、このような
広告協賛の依頼に対し、どのように
判断すればよいでしょうか？



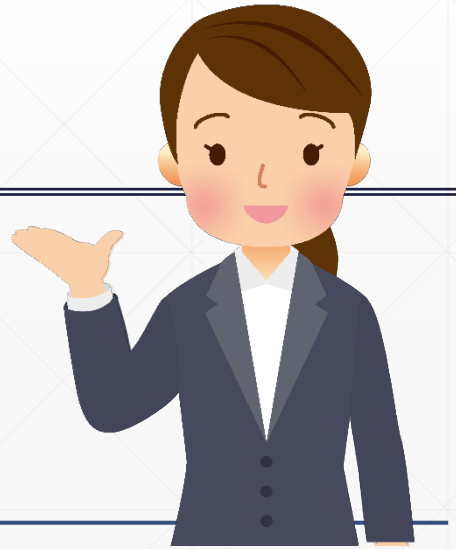
回答１　お悔やみ記事の広告協賛について

質問１

企画書等だけでは、記事の内容等が把握できないのですが、このような広告協賛の依頼に対し、どのように判断すればよいでしょうか？

一般消費者向けの新聞等での故人となった医療担当者等の追悼記事であっても、医療機関等の広告宣伝の要素が含まれている場合は、医療機関等が自ら費用を負担して行うべき広告宣伝とみなされます。

したがって、医療機器事業者がその記事に係る広告協賛に応じて社名広告を掲載し、広告料を支払うことは、医療機関等が自ら負担すべき**広告費用の肩代わり**となり、**規約第３条に違反します。**



解説１　お悔やみ記事の広告協賛について

質問１

企画書等だけでは、記事の内容等が把握できないのですが、このような広告協賛の依頼に対し、どのように判断すればよいでしょうか？

当該医療機関等から広告協賛を直接依頼された場合ではなく、広告の募集を新聞社が行い、新聞社に広告料を支払う場合であっても、間接提供として同様の取扱いとなります。

なお、一般紙等に、医療機器事業者が社名広告（名刺広告）を掲載した場合、医療機器は医療機関等で使用されるものであることから、その広告宣伝の価値は非常に低いものと一般的には考えられています。

そのため、当協議会では業界の正常な商慣習の観点から、一般紙等に企業名等を掲載する社名広告は、**広告には当たらない（広告宣伝の価値がない）もの**としております。

広告協賛

2 景品類提供の制限の原則に関する基準広告料について

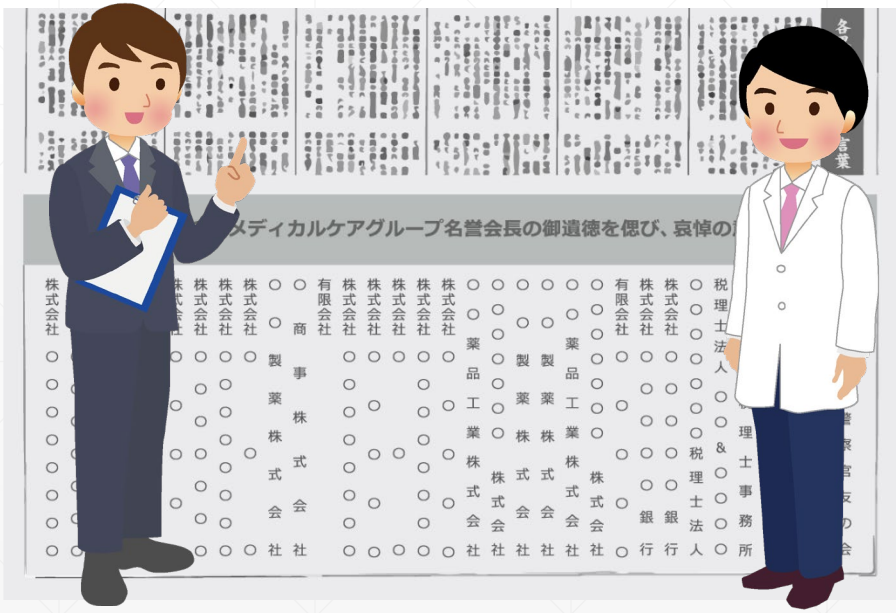
Ⅱ－１ 景品類提供の制限の原則に関する基準　広告料

広告料は、広告宣伝という役務の対価として支払う金銭であり、それ自体は景品類に該当しない。
したがって、広告料として相応な対価（税法上損金扱いになる範囲）を支払うことは規約で制限されない。
ただし、広告料に名を借りて提供する金銭は、景品類に該当し、規約で制限を受ける。

本来、広告とは、
…広告宣伝の価値があると認められて初めて広告となります。その場合に広告料として相応の対価を支払うことは差し支えありません。（ただし、「医薬品等適正広告基準」…等を遵守する）

医療機関等及び医療担当者等が事業者へ要請する広告協賛募集において、多数の会社名が羅列して掲載されるようなものは、協賛会社一覧であり、広告には当たりません。

一般紙等での広告協賛の依頼を受けた場合には、広告の種類や掲載料、記事の内容などの情報を事前に入手し、規約違反の可能性の有無について十分に検討の上、慎重に判断するようにしてください。



「Ⅱ－１景品類提供の制限の原則に関する基準」の３－（２）－７）「広告料」

広告に応じることができるのか

チェックポイント

Point！

1 「医療機関等が自らの費用で購入すべき設備、物品等の経費を事業者に肩代わりさせるような広告に応じていないか」

Point！

2 「事業者として広告価値があるのか、また、相応の広告料の範囲か否かを確認しているか」

Point！

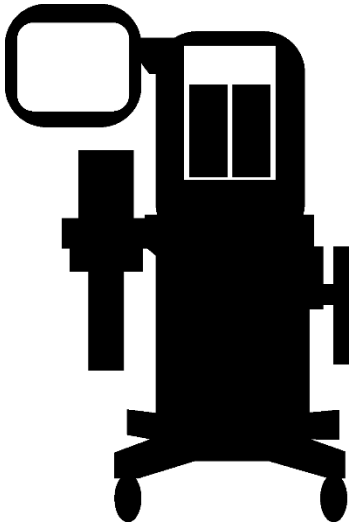
3 「規約には該当しないが、一般紙（業界紙ではない）への広告であり、薬機法の医薬品等適正広告基準を遵守しているのかどうか」

参考　医薬品・医療機器等に係る広告規制について

医薬品、医療機器等については、広告の適正化を通じて、医薬品等の不適正な使用とそれによる危害の発生を防止する観点から、医薬品医療機器等法や適正広告基準等において、必要な広告規制が設けられている。
薬機法第６６条、６８条

医薬品等適正広告基準 （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）

- 効能効果等、用法用量について、承認範囲をこえる表現、事実誤認のおそれのある表現の禁止
- 効能効果等又は安全性について保証する表現、最大級の表現等の禁止
- 即効性・持続性等について、医学、薬学上認められる範囲をこえる表現の禁止
- 本来の効能効果等と認められない又は誤認のおそれのある表現の禁止
- 医薬品等の過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告の禁止
- **医薬関係者以外の一般人向けの医療用医薬品等の広告の禁止**
- 他社の製品の誹謗広告の制限
- 医薬関係者等の推せん表現の禁止
- 不快、不安等を与えるおそれのある表現等の制限　等



ご視聴
ありがとう
ございました

検索 JIRA公正取引

JIRA公正取引推進委員会への
ご参加をお待ちしています。

JIRA

一般社団法人 日本画像医療システム工業会
Japan Medical Imaging and Radiological Systems Industries Association

2025年度 JIRAコンプライアンス勉強会

～公正競争規約　事例研究～
広告協賛について

2026年2月16日～2026年3月13日

ＪＩＲＡ公正取引推進委員会

広告協賛

1 お悔やみ記事への広告協賛について

2 景品類提供の制限の原則に関する基準広告料について

広告協賛

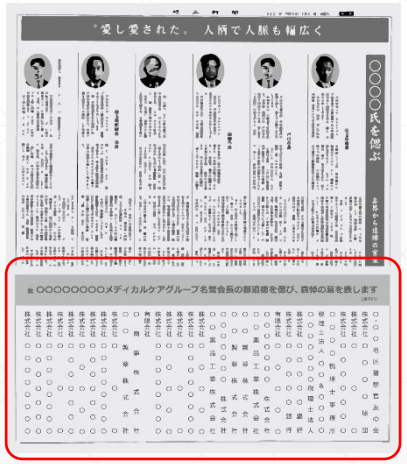
1 お悔やみ記事への広告協賛について

質問１　お悔やみ記事の広告協賛について

新聞社より、故人となった医療担当者追悼の特集記事へ広告協賛の依頼がありました。
この新聞は一般消費者を対象としており、追悼の記事の下段に社名が掲載されるものです。

故 ○○○○○○○○メディカルケアグループ名誉会長の御遺徳を偲び、哀悼の意を表します

企画書等だけでは、記事の内容等が
把握できないのですが、このような
広告協賛の依頼に対し、どのように
判断すればよいでしょうか？



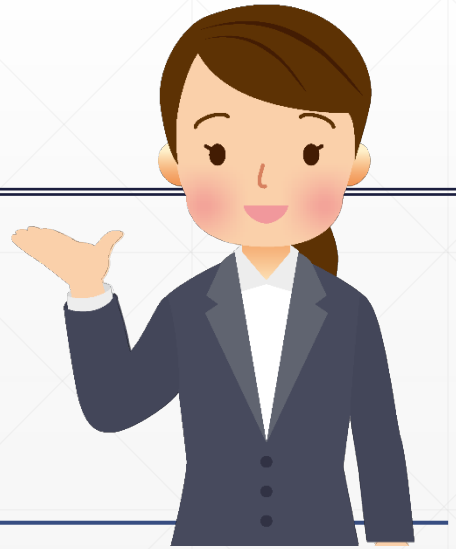
回答１　お悔やみ記事の広告協賛について

質問１

企画書等だけでは、記事の内容等が把握できないのですが、このような広告協賛の依頼に対し、どのように判断すればよいでしょうか？

一般消費者向けの新聞等での故人となった医療担当者等の追悼記事であっても、医療機関等の広告宣伝の要素が含まれている場合は、医療機関等が自ら費用を負担して行うべき広告宣伝とみなされます。

したがって、医療機器事業者がその記事に係る広告協賛に応じて社名広告を掲載し、広告料を支払うことは、医療機関等が自ら負担すべき**広告費用の肩代わり**となり、**規約第３条に違反します。**



解説１　お悔やみ記事の広告協賛について

質問１

企画書等だけでは、記事の内容等が把握できないのですが、このような広告協賛の依頼に対し、どのように判断すればよいでしょうか？

当該医療機関等から広告協賛を直接依頼された場合ではなく、広告の募集を新聞社が行い、新聞社に広告料を支払う場合であっても、間接提供として同様の取扱いとなります。

なお、一般紙等に、医療機器事業者が社名広告（名刺広告）を掲載した場合、医療機器は医療機関等で使用されるものであることから、その広告宣伝の価値は非常に低いものと一般的には考えられています。

そのため、当協議会では業界の正常な商慣習の観点から、一般紙等に企業名等を掲載する社名広告は、**広告には当たらない（広告宣伝の価値がない）もの**としております。

広告協賛

2 景品類提供の制限の原則に関する基準広告料について

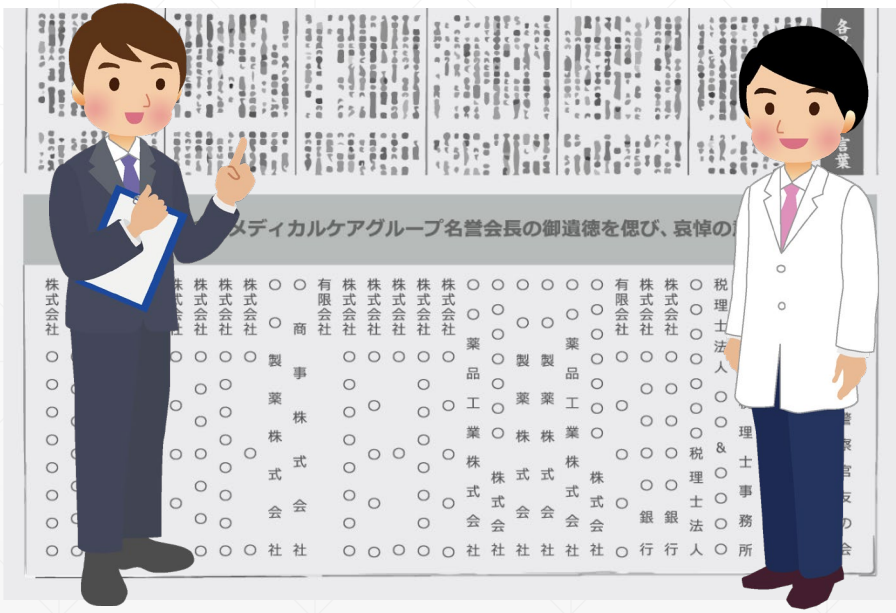
Ⅱ－１ 景品類提供の制限の原則に関する基準　広告料

広告料は、広告宣伝という役務の対価として支払う金銭であり、それ自体は景品類に該当しない。
したがって、広告料として相応な対価（税法上損金扱いになる範囲）を支払うことは規約で制限されない。
ただし、広告料に名を借りて提供する金銭は、景品類に該当し、規約で制限を受ける。

本来、広告とは、
…広告宣伝の価値があると認められて初めて広告となります。その場合に広告料として相応の対価を支払うことは差し支えありません。（ただし、「医薬品等適正広告基準」…等を遵守する）

医療機関等及び医療担当者等が事業者へ要請する広告協賛募集において、多数の会社名が羅列して掲載されるようなものは、協賛会社一覧であり、広告には当たりません。

一般紙等での広告協賛の依頼を受けた場合には、広告の種類や掲載料、記事の内容などの情報を事前に入手し、規約違反の可能性の有無について十分に検討の上、慎重に判断するようにしてください。



「Ⅱ－１景品類提供の制限の原則に関する基準」の３－（２）－７）「広告料」

広告に応じることができるのか

チェックポイント

Point！

1 「医療機関等が自らの費用で購入すべき設備、物品等の経費を事業者に肩代わりさせるような広告に応じていないか」

Point！

2 「事業者として広告価値があるのか、また、相応の広告料の範囲か否かを確認しているか」

Point！

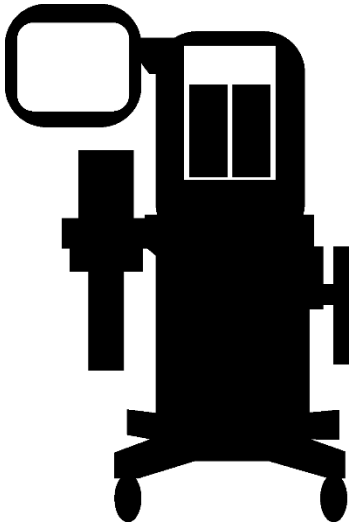
3 「規約には該当しないが、一般紙（業界紙ではない）への広告であり、薬機法の医薬品等適正広告基準を遵守しているのかどうか」

参考　医薬品・医療機器等に係る広告規制について

医薬品、医療機器等については、広告の適正化を通じて、医薬品等の不適正な使用とそれによる危害の発生を防止する観点から、医薬品医療機器等法や適正広告基準等において、必要な広告規制が設けられている。
薬機法第６６条、６８条

医薬品等適正広告基準 （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）

- 効能効果等、用法用量について、承認範囲をこえる表現、事実誤認のおそれのある表現の禁止
- 効能効果等又は安全性について保証する表現、最大級の表現等の禁止
- 即効性・持続性等について、医学、薬学上認められる範囲をこえる表現の禁止
- 本来の効能効果等と認められない又は誤認のおそれのある表現の禁止
- 医薬品等の過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告の禁止
- **医薬関係者以外の一般人向けの医療用医薬品等の広告の禁止**
- 他社の製品の誹謗広告の制限
- 医薬関係者等の推せん表現の禁止
- 不快、不安等を与えるおそれのある表現等の制限　等



ご視聴
ありがとう
ございました

検索 JIRA公正取引

JIRA公正取引推進委員会への
ご参加をお待ちしています。

JIRA

一般社団法人 日本画像医療システム工業会
Japan Medical Imaging and Radiological Systems Industries Association