

景表法を軸に、行政から指摘を受けやすい
薬機法・健康増進法・医療法領域の規律と最新処分事例を整理

ヘルスケア広告の 法務・規制対応実務講座

ヘルスケア領域の広告は、サプリメント・健康食品・化粧品・美容医療・医療機関サービスなど、生活者の身体・健康・美容に直結するテーマを扱うため、一般商材以上に厳しい目線で規制が及びます。景品表示法上の優良誤認・有利誤認だけでなく、薬機法、健康増進法、医療法、各種ガイドライン等が重層的に関わるため、担当者が「どの法律がどの場面で問題になるのか」を俯瞰できていないまま広告企画・制作・審査を進めると、行政処分、改善指導、差止め、炎上等のリスクを招きかねません。本講座では、まず景品表示法を軸に広告規制の全体構造を整理した上で、ヘルスケア領域で問題になりやすい個別規制として、薬機法、健康増進法、医療法および各種ガイドラインの実務上のポイントを横断的に解説します。さらに、直近の消費者庁による処分事例や行政の着眼点を踏まえ、なぜヘルスケア広告が「刺されやすい」のか、どのような根拠資料・審査体制・表現判断が求められるのかを具体的に学びます。単なる条文解説にとどまらず、現場で必要となる「刺されないためのマインド」「企画段階での危険信号の見抜き方」「審査・差戻し・代替表現の考え方」まで整理してお伝えするため、法務・広告審査・マーケティング・事業部門の実務担当者におすすめの内容です。

期待される効果

- ✓ 景品表示法を軸に、薬機法・健康増進法・医療法等を含めたヘルスケア広告規制の全体構造を整理できる
- ✓ 何が行政に刺さるのか、刺されやすい表現・運用パターンを見抜く視点を得られる
- ✓ 根拠資料、審査フロー、差戻しポイントなど、実務で使えるレビュー観点を身につけられる
- ✓ 直近の処分事例を踏まえ、企画・制作・審査の各段階で安全な判断を行いやすくなる



講師

松下 朋弘（まつしたともひろ）

ユニヴィス法律事務所 弁護士

上智大学法学部法律学科、慶應義塾大学大学院法務研究科を卒業後、司法試験合格、最高裁判所司法研修所へ入所。

2018年より再生可能エネルギー事業者の社内弁護士を務め、その後中国系商社の社内弁護士として法務責任者、執行役員社長室長を兼務。

2020年より株式会社経営共創基盤に参画。ベンチャー投資にかかる契約書レビュー等に従事し、2021年ユニヴィス法律事務所へ参画。M&Aに関する業務に従事し、法務労務デュー・ディリジェンスを担当、その他上場会社の持株会社化等の組織再編支援、医療機関・広告代理店・美容関係事業者等の広告の適法性レビュー、知的財産管理体制構築支援、労務紛争処理支援、社内コンプライアンス体制の整備支援等に従事。

2024年よりNewsPicksプロピッカーに就任。2025年12月に、より簡単に広告の法令審査をあらゆる人が行えるような社会になってほしいという思いから、広告チェックツール「ad-vis」を開発。リリースから現在までに、20社以上の企業様にご利用いただいている。

ヘルスケア広告の法務・規制対応実務講座

1. ヘルスケア広告規制の全体像

- 1.1 なぜヘルスケア広告は行政に刺されやすいのか
- 1.2 「広告」「表示」「勧誘」と評価される範囲
- 1.3 事業会社、代理店、媒体、アフィリエイトの役割と責任
- 1.4 行政処分・課徴金・改善指導・レピュテーションリスク
- 1.5 本講座で押さえるべき法令・ガイドラインの全体マップ

2. 景品表示法による広告規制の構造

- 2.1 景品表示法の目的と実務で重要な視点
- 2.2 優良誤認表示の基本とヘルスケア広告での典型論点
- 2.3 有利誤認表示の基本と価格訴求・定期縛りの注意点
- 2.4 不実証広告規制と根拠資料の考え方
- 2.5 打消し表示・注記・但し書きの限界
- 2.6 No.1表示、比較表示、ランキング表示の落とし穴
- 2.7 ステルスマーケティング規制とSNS施策・口コミ施策

3. 薬機法の実務ポイント

- 3.1 薬機法が対象とする広告と基本構造
- 3.2 医薬品・医薬部外品・化粧品・医療機器・雑貨の線引き
- 3.3 効能効果表現と暗示表現の考え方
- 3.4 健康食品・サプリメントが薬機法で問題になる場面
- 3.5 承認前広告、最大級表現、使用前後比較の注意点

4. 健康増進法と食品・健康食品広告

- 4.1 健康増進法上の虚偽誇大表示規制
- 4.2 健康保持増進効果等表示の典型パターン
- 4.3 機能性表示食品・特保・一般健康食品の違いと広告表現
- 4.4 体験談、医師推奨、論文引用、エビデンス訴求の実務
- 4.5 景表法・薬機法との重なり方

5. 医療法・医療広告ガイドライン

- 5.1 医療広告規制の基本構造と広告可能事項
- 5.2 ウェブサイト、LP、SNS、予約導線はどこまで広告か
- 5.3 自由診療・美容医療で問題となりやすい表現
- 5.4 ビフォーアフター、治療効果、患者体験談の注意点
- 5.5 リスク・副作用・費用表示と限定解除要件

6. 行政が見るポイントと「刺されない」実務

- 6.1 直近の消費者庁による処分事例の概観
- 6.2 処分事例から見える共通パターンと行政の着眼点
- 6.3 どの表現がなぜ問題化したのかを読み解く視点
- 6.4 企画段階での法務レビューの入れ方
- 6.5 根拠資料の集め方・残し方・説明の仕方
- 6.6 代替表現の考え方と安全側の落としどころ
- 6.7 事業部・マーケ・法務・代理店の連携ポイント

7. ケーススタディと実務チェックポイント

セミナー概要

2026年 6月10日(水) 13:00~15:30

【会場】日本アイアール株式会社 本社セミナールーム

【定員】16名

【受講料】18,000円（税別）（税込：19,800円）※1名

※同一企業様から複数名同時にお申し込み頂くと、
人数に応じて下記割引が適用されます。

[2名様:20%,3名様:30%,4名様:40%,5名様以上:50%の割引]

※開催日の1週間前を目安に、最少催行人数に
達していない場合は開催中止とさせていただきます。

【アクセス】

JR線・つくばエクスプレス 秋葉原駅 徒歩3分

東京メトロ日比谷線秋葉原駅 徒歩2分

都営新宿線 岩本町駅 徒歩3分



申込書

ヘルスケア広告の法務・規制対応実務講座

以下の事項をご記入の上、日本アイアール・セミナー事務局宛にFAXまたはメールでお申込みください。
（※当社ホームページからのお申込みも可能です。）

会社名		部署名	
住所			
お名前		電話番号	
メールアドレス		受講形態	会場受講

日本アイアール セミナー事務局

FAX：03-6206-9993

MAIL：ir@nihon-ir.co.jp

(TEL：03-6206-4966)