

社内研修用教育資料

医療機器業プロモーションコード

日本医療機器産業連合会
企業倫理委員会編

平成23年10月

はじめに

医機連企業倫理委員会では、会員企業の皆様が事業活動する上での行動基準としてプロモーションコードの管理運営を行っております。

企業不祥事を起こさない、起こさせないためには、日ごろより教育や社内の啓発活動がますます重要になってきています。

そこで、企業倫理委員会の活動を通じて周知に努めて参りました内容を教育ツールとして作成いたしました。本教育ツールは医機連ホームページに公開していますので、是非ご活用頂きますようお願い申し上げます。

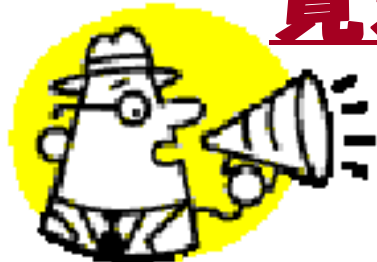
医機連企業倫理委員会
倫理・プロモーションコード分科会

販売活動でこんなことしてよかったかな？
待てヨ！！？

業界の約束事があった？



覚えてください!



医療機器業界

四つの自主ルール

- ①倫理綱領
- ②企業行動憲章
- ③医療機器業プロモーションコード
- ④医療機器業公正競争規約

遵守



自主ルール制定の経緯



平成 3～4年 **業界の不祥事(贈収賄事件)**

平成 4年11月 厚生省の行政指導(医家向け医療用具の取引の適正化についての指導)

特に不当な取引を誘引する手段として金銭の提供や海外旅行に関する援助等を行わないこと

◆ 流通適正化の指導【商慣習の改善】の指導

平成 5年10月 「倫理綱領」制定

平成 9年 1月 医家向け医療用具業「プロモーションコード」制定

平成10年11月 公正取引委員会官報告示 医療用具業等告示

平成10年11月 医療用具業公正取引協議会設立総会

平成11年 3月 厚生省 通知 (健康政策局経済課長)

平成11年 4月 「医療用具業における景品類の提供の制限
に関する公正競争規約」施行

平成17年3月 「企業行動憲章」制定



① 医機連 倫理綱領

～社会に対し、積極的に善い事をしよう。～

社会への貢献と信頼を得るように努める。

- 有効性・安全性の高い製品を
- 公正で自由な競争に基づく商慣行を通じて
- 医療と社会の健康福祉の向上に努める。



② 医機連 企業行動憲章

企業行動基準とトップの責務！

- コンプライアンスを念頭に社会的責任(CSR)に取り組む。
- 社会的良識をもって自主的に行動する。
- 経営トップは率先垂範し
- 違反に対しては、迅速かつ的確な情報公開と説明を行い厳正な処分を行う。



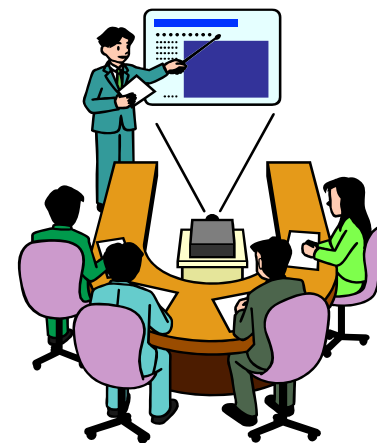
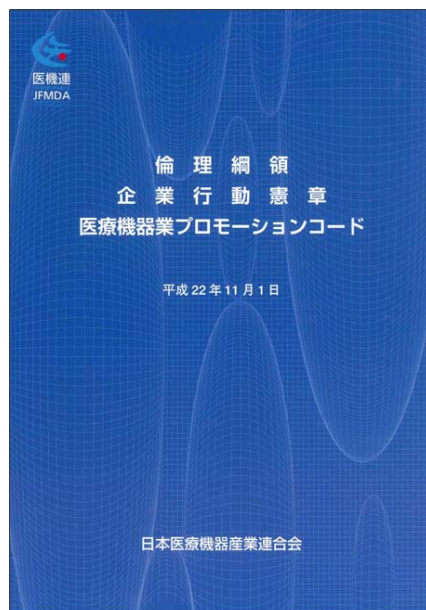
③ 医機連

医療機器業プロモーションコード

業界全体が取り決めたガイドライン

適正な事業活動を行うため、業界自ら制定して、

秩序ある商慣習の改善に取り組むためのルール





④公正競争規約

景品表示法を背景とする。

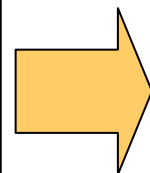
「景品類の提供に関する医療機器業界の自主規制ルール」

(平成11年4月施行)

目的: 不当な景品類の提供を制限することにより、
不当な顧客誘引を防止し
公正な競争を確保する。

制限されるもの

金銭提供
医療機器の無償提供
不当な便益労務の提供



「公正な競争をゆがめる」
行為を制限している。

倫理綱領・企業行動憲章・
プロモーションコード・公正競争規約の関係

**業界が
自主的に
取組むことが
大事なんだ！**



社会活動
倫理綱領

行動基準
企業行動憲章

事業活動
プロモーションコード

営業活動
公正競争規約



プロモーションコードについて



プロモーションコード制定の経緯

平成5年「倫理綱領」を制定、その基本理念に基づいて、取引に関連する接待及び贈答品、寄付、調査・研究その他の支援に対する報酬等についても関連法規や諸規約の遵守を求めたが、

さらに

☆医療機器が有する公益性の観点から、取引の透明性をより高める必要性

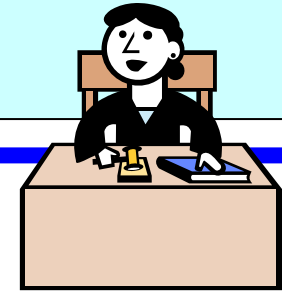
☆業界に共通する具体的な行動基準の制定が強く求められている。

☆「公正競争規約」策定の為に実施した実態調査の結果、各企業が「倫理綱領」だけでは具体的な問題に対する対応が困難であることが示された。

☆「公正競争規約」の制定に先立ち平成 9年 1月

「医家向け医療用具業 プロモーションコード」を制定した。

プロモーションコードの内容



1. 会員企業の責務と行動基準
2. 経営トップの責務
3. 製品開発
4. 製造・製造販売
5. 市場調査
6. 広告宣伝(プロモーション用印刷物及び広告等の表示)
7. 製造販売後調査(市販後調査)等の実施
8. 販売活動
9. 講演会等の実施
10. 未承認医療機器の学術展示
11. 国外におけるプロモーション(国外における医療機器情報の提供)
12. 「本コード」と「公正競争規約」との関係

1. 会員企業の責務と行動基準

① 会員企業の責務

会員企業は、自社の医療機器取扱い企業として自社のプロモーションに関する責任を有する認識のもとに適正なプロモーションを遂行できるよう社内管理体制を確立しなければならない。



② 会員企業の行動基準

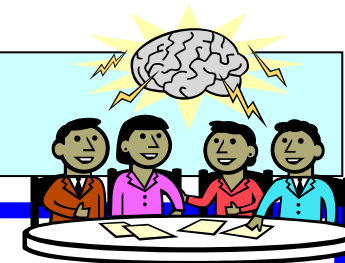
会員企業は、医療機器を取り扱う企業として、社会的使命を認識して、関連法規・法令を遵守し、倫理綱領、企業行動憲章及びプロモーションコードに基づく明確な行動基準を作成し、社員がこれに則って行動するよう教育・訓練しなければならない。

2. 経営トップの責任

会員企業の経営トップは、医療関連企業として社会からの期待と信頼に応えるため、「企業行動憲章」に基づき、自らの高い倫理観と強い責任感を持って次の事項を実行する。

- (1) 本コードの実現に向けて、関係者への周知徹底と社内体制の整備を行い、自ら模範となる行動を率先、実行する。
- (2) 本コードに反するような事態が発生した場合は、自らの責任と権限において問題解決にあたり、速やかな原因究明と再発防止に最善を尽くす。

3. 製品開発



- (1) 医療機器の開発に当たっては、生命倫理及び環境の保全並びに資源の保護に配慮し、科学の進歩に則した優れた製品の実現に努力しなければならない。
- (2) 医師や他社等のノウハウを尊重するとともに、不公正な手段を用いて情報等を収集したり、又は秘密を漏洩してはならない。
- (3) 有効性・安全性等の有用性を実証するための臨床試験（治験）の実施に当たっては不公正な手段を用いてはならない。

4. 製造・製造販売



- (1) 医療機器の製造・製造販売に当たっては、関係法令を遵守し、これに違反しないよう万全を尽くさなければならない。また、製造・製造販売した医療機器に欠陥があったときは速やかに対策を講じなければならない。
- (2) 医療機器の製造・製造販売に当たっては、環境保護について配慮を行うとともに、当該医療機器の廃棄等につき医療機関に対し十分な説明を行い、あるいは注意を喚起しなければならない。

5. 市場調査



- (1) 市場調査に当たっては、関係法令等を遵守し、直接間接を問わず不公正な手段を用いた活動を行ってはならない。
- (2) 公表された情報、公知の情報、第三者から正当に入手した情報以外の非公開情報の取扱いには十分に注意し外部に漏洩してはならない。
- (3) 入手した個人情報の取り扱いに関しては、「個人情報保護に関する法律」(個人情報保護法)に基づいて取り扱うこと。

6-1 広告宣伝 関連法規の遵守

薬事法第8章医薬品等の広告に規定(第66条~68第条)

第66条: 誇大広告等(虚偽・誇大広告等の禁止)

第67条: 特定疾患用の医薬品の広告制限

第68条: 承認前の医薬品等の広告の禁止

他 「医薬品等適正広告基準」

昭和55年10月9日薬発第1339号厚生省薬務局長通知



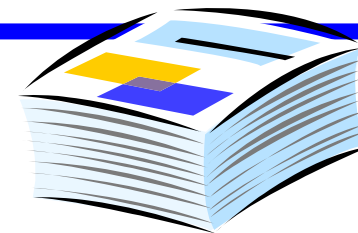
薬事法第10章雑則情報の提供等に規定

第77条の3: 情報の提供等

- ・有効性・安全性に関する事項
- ・適正使用のための必要な情報

6-2 広告宣伝で守るべきプロモーションコード

- (1) 効能・効果、使用目的等の記載注意点
- (2) 有効性・安全性に関する記載注意点
- (3) 不具合情報の記載注意点
- (4) 他製品との比較の記載注意点
- (5) 他社および他社製品の中傷・誹謗の記載の禁止
- (6) 例外的データは避ける
- (7) 誤解を招く表現や、品位を損なう表現はしないこと
- (8) 販売名・規制区分・一般的名称・医療保険償還上の取扱い明記
- (9) 社内における審査管理体制の確立



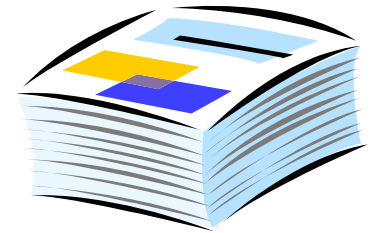
6-2

(1) 効能・効果、使用目的等は承認、認証を受けた範囲を逸脱しないこと。

🔒 広告宣伝は承認・認証の範囲内であること。

🔒 都合悪いようなことは小さく記載するようなバランスを欠く表現はしない。

🔒 添付文書の内容と整合性が取れていること。



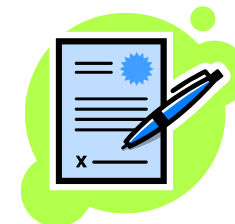
6-2

(2) 有効性・安全性に関しては、虚偽、誇大な表現、又は誤解を招く表現を用いない。
「不具合が少ない」等安全性を特徴の一つとする場合は限定条件なしに用いず、根拠となるデータの要約を付記する。

 **有効性・安全性**の保証を最大級の表現で強調することは不適切

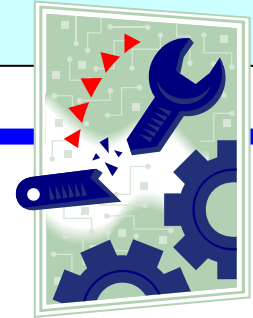
 **安全性の表現は注意**が必要

「安全性が高い」、「副作用(不具合が少ない)」、「危険性が少ない」等の抽象的な表現のみを特長にしたりキャッチフレーズにすることの禁止
記載する場合はデータに基づき具体的に記載すること



6-2

(3) 有効性に偏らず不具合(副作用)等の 安全性情報も公平に記載



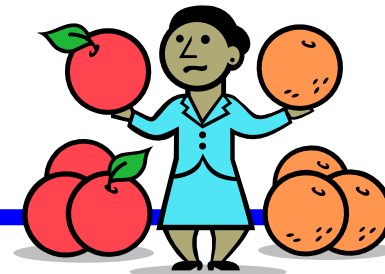
- 🔒 不具合等の安全性情報もバランスよく提供
- 🔒 警告・禁忌等の安全性情報も有効性情報と同様に
バランスよく記載

6-2

(4) 他社製品との比較は客観的データに基づくこと

原則として固有名詞ではなく一般的名称を使用


- 🔒 他社品との比較は誤解を招く表現は避け、客観的データに基づくこと
- 🔒 名称は一般的名称を使用




6-2

(5) 他社および他社製品を中傷・誹謗した記載及び表現をしない。

- 中傷 ⇒ **事実無根**を言い立てること
- 誹謗 ⇒ **事実**であるがそれにより**相手を不愉快**にさせること

 中傷・誹謗と取られないように充分配慮して、製品パンフレット等を作成する。

 自社製品に有利な点を強調した競合品との偏った比較データを記載した場合も、中傷・誹謗にあたる恐れがある。



6-2

(6) 例外的なデータを取り上げ、一般的事実のような印象を与えるような表現はしない。

- 🔒 都合よいデータのみを引用し誤解を招く表現はしない。
- 🔒 有効症例のみを取り纏めた症例集は使用しない。



6-2

(7) 誤解を招く表現、品位を損なう写真やイラスト等は使用しない。

- 🔒 写真やイラスト等の視覚に訴えるものは暗示的影響を与えたり誤解を招きやすいので注意が必要
- 🔒 医療機器の社会的イメージを高める責務がある。
- 🔒 製品の注意を引くことのみ重点をおき、イメージを損なうことがあってはならない。

6-2

(8) 製品名称を主体とする広告では、販売名
規制区分、一般的名称、医療保険償還上の
取り扱いを明記する。
外部からの資料請求先も明記する。



- 🔒 専門誌等に掲載する、品名広告の場合はスペースが少ない場合が多いので情報の偏りがないようにする。
- 🔒 記載が無い内容を問合せするための資料請求先を明記
- 🔒 一般的名称は添付文書と整合する。
- 🔒 一般的名称は製品名と併記し有効性のキャッチコピーとはしない。

6-2

(9) 社内における審査管理体制の確立

広告宣伝用印刷物及び広告等は、社内における
審査管理体制を確立し、その審査を経た内容を使用する。



7. 製造販売後調査（市販後調査）等の実施



製造販売後の医療機器の適正な使用方法の確立という製造販売後調査（市販後調査）等の目的を正確に認識し、調査は科学的正当性に則り、かつ、関係法規と自主規範を遵守して実施し、販売促進の目的で実施しない。

- 🔒 調査はGPSP省令及び関連法規通知と公正競争規約に基づいて実施する。

GPSP省令：医療機器の製造販売後の調査及び試験の実施の基準に関する省令（平成17年3月23日厚生労働省令第38号）

8-1 販売活動で守るべきプロモーションコード

- (1) 公正な競争及び公正な取引の確保
- (2) 中傷・誹謗行為の禁止
- (3) 不公正な比較表作成の禁止
- (4) 役務の提供
- (5) 物品の提供
- (6) 金銭類の提供
- (7) 試用医療機器の提供
- (8) 医療機器の貸出
- (9) 顧客等の情報の秘密保持
- (10) 文書による契約の締結



8-1

(1) 公正な競争及び公正な取引の確保

- ・高い倫理観に基づき販売活動を行う
- ・独占禁止法等関連法規を遵守して

- 1) 公正かつ自由な競争に取り組む。
- 2) 医療機器業公正競争規約を守る。
- 3) 関連法規を守る。



8-1

(2) 中傷・誹謗行為の禁止

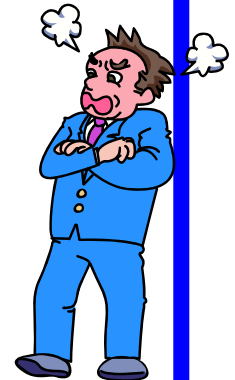
- ・他社及び他社品を中傷・誹謗をしてはならない。

中傷とは → 事実無根を言い立てること

誹謗とは → 事実であるがそれにより相手を不愉快にさせること

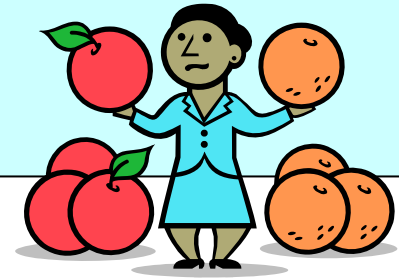
(注意)

中傷、誹謗により損害を与えた場合告訴対象になることがある。



8-1

(3) 不公正な比較表作成の禁止

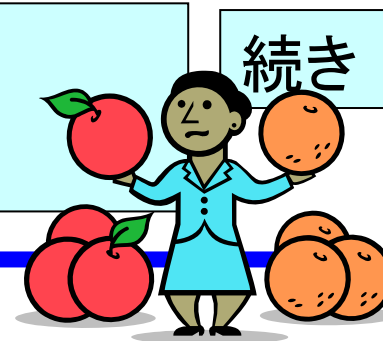


製品の比較表作成は、客観性のあるデータに基づいて行い、不公正な方法を用いてはならない。

製品の比較表は、顧客が同種の製品を選択するために、品質・規格・価格あるいは取引条件等を適切に判断し得る
具体的情報を提供するもの

8-1

(3) 不公正な比較表作成の禁止



比較表作成の際の注意

- 1) 実証されていないこと、実証され得ない事項を比較すること
- 2) 故意に事実を曲げ、自社の不都合な項目を除外すること
- 3) 顧客の製品選択に重要でない事項をあたかも重要であるかのように強調して比較すること
- 4) 不具合の事実を隠蔽すること
- 5) 顧客への情報提供ではなく競争相手、製品を中傷・誹謗する等を行ってはいけない。

8-1

(4) 役務の提供

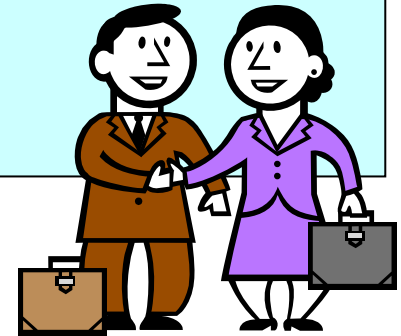


会員企業は、医療関係者または医療機関等に対して合理的根拠がある場合を除き、関係法令及び公正競争規約に抵触するような便益、労務、その他の役務の無償提供を行ってはならない。



8-1

(5) 物品の提供



会員企業が、医療関係者や医療機関等に提供できる物品は、法令・規則等に適合し、かつ医療機器の採用や適正使用に影響を与えるおそれがなく、正常な商慣習に照らして社会的に容認されるものでなければならない。

8-1

(6) 金銭類の提供

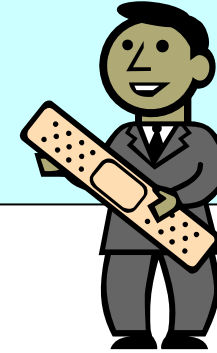


- ① 会員企業は、直接間接を問わず、医療機器の採用
または適正使用に影響を与えるおそれのある金銭類を
医療関係者または医療機関等に提供してはならない。

- ② 会員企業が医療関係者または医療機関等に提供できる
金銭類であっても、社会通念を超えて過大とならない
よう留意しなければならない。

8-1

(7) 試用医療機器の提供



医療担当者に対する情報提供の一手段として用いられる
試用医療機器の提供は、外観的特徴や品質・有効性・安全
性等に関する確認及び評価の一助として用いられる
必要最小限度に留めなければならない。

8-1

(8) 医療機器の貸出し

医療機関等に医療機器を貸し出しを行うときは、**予め**その目的、理由、最小限度の症例数・期間等を記載した**文書による確認**を行わなければならない。

8-1

(9) 顧客等の情報の秘密保持



会員企業は、業務上知り得た患者や治験、委託研究等の被験者の個人情報並びに顧客等の内部情報について、「個人情報の保護に関する法律」等に基づき当事者の了解なしに第三者への開示や販売促進等に用いてはならない。

8-1

(10) 文書による契約の締結



- ① 会員企業は、顧客との間における取引はもちろん医療機関や医師に対する研究、調査、講演の委託や依頼を行うにあたっては、契約書等の文書を取り交わすことにより、取引条件等の曖昧さを払拭して、安全かつ円滑で透明性の高い方法で事業活動を行わなければならない。
- ② 公的機関等との取引等においては、関係法令を遵守するとともに当該公的機関等が定める規則がある場合には、それに従って業務を処理しなければならない。

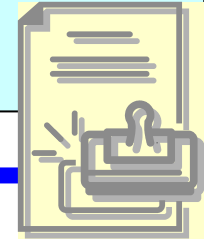
9. 講演会等の実施



会員企業が医療担当者を対象に行う製品に関する講演会は、出席者の専門的な情報を提供する学術的なものとする。

なお、講演会等に付随しての懇親行事や贈答品を提供する場合には、公正競争規約を遵守する。

10-1 未承認医療機器の学術展示で 守るべきプロモーションコード



学術研究の向上、発展を図ることを目的とし、当該学会の
大会長が出展を要請許可したものに限り、未承認医療機器の
展示が認められる。

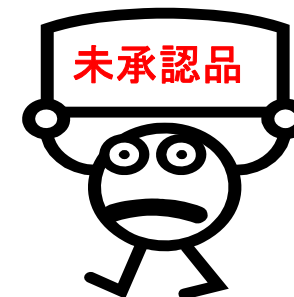
展示に当たり、業界自主基準である
「未承認医療用具等の展示に関するガイドライン細則」※
を遵守する。

※日本医療機器関係団体協議会（現日本医療機器産業連合会＝医機連）
平成2年8月発行

10-2 未承認医療機器の学術展示で 守るべきプロモーションコード

細則中の主なもの

- ① 当該医療機器が未承認であり、販売、授与できない旨が明示されていること
- ② 予定される販売名は標榜されないこと



11. 国外におけるプロモーション

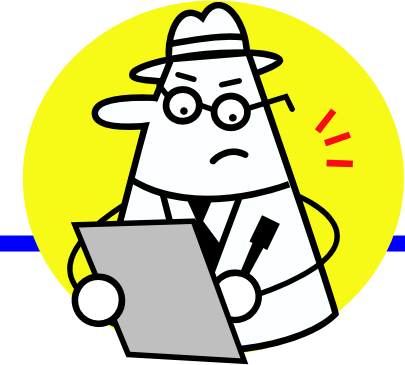
(国外における医療機器情報の提供)



会員企業は国外の医療担当者に提供する医療機器情報については、直接、間接を問わず当該国の法規制や業界の自主規制に従い提供する。

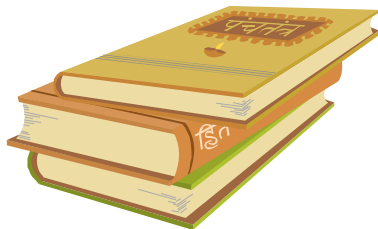


12. 「本コード」と「公正競争規約」との関係



「公正競争規約違反」は本コード違反となる。

「公正競争規約」に照らして違反でない場合でも、
本コード違反になることがある。



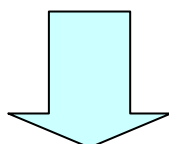
12-1-A

プロモーションコードと公正競争規約との関係

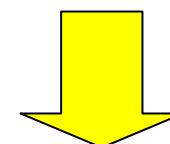
企業倫理委員会



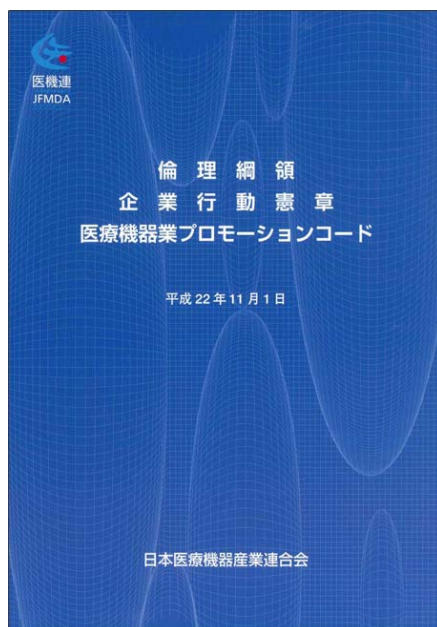
医療機器業公正取引協議会



プロモーションコードの管理・運用



公正競争規約の管理・運用



「企業倫理委員会」と「医療機器業公正取引協議会」

企業倫理委員会は、医療機器業公正取引協議会と連携して、会員企業の皆様と共に、

業界の秩序ある商慣習の改善

を目指します。

12-1-B プロモーションコードと 公正競争規約の比較



	法的根拠	拘束力	罰則
倫理綱領 企業行動憲章 医療機器業プロモーションコード	なし	なし	なし
医療機器業公正競争規約	あり	あり	あり

業界の自主ルールは、高い倫理とコンプライアンスを目指して
定めたものです。

日本医療機器産業連合会（医機連）

加盟20団体（傘下企業 約4900社 平成23年4月現在）

（社）日本画像医療システム工業会（JIRA）

（社）電子情報技術産業協会（JEITA）

医用電子システム事業委員会

（社）日本医療機器工業会（日医工）

日本医療器材工業会（医器工）

日本医療機器販売業協会（医器販協）

（社）日本ホームヘルス機器工業会（ホームヘルス）

日本医用光学機器工業会（日医光）

（社）日本歯科商工協会（歯科商工）

（社）日本分析機器工業会（分析工）

（社）日本コンタクトレンズ協会（コンタクト）

日本理学療法機器工業会（日理機工）

日本眼科医療機器協会（眼医協）

日本在宅医療福祉協会（日在協）

日本補聴器工業会（日補工）

商工組合 東京医療機器協会（東医協）

（社）日本補聴器販売店協会（JHIDA）

（社）日本衛生材料工業連合会（日衛連）

日本眼内レンズ協会（眼内レンズ）

日本医療用縫合糸協会（日縫協）

日本コンドーム工業会（コンドーム工）



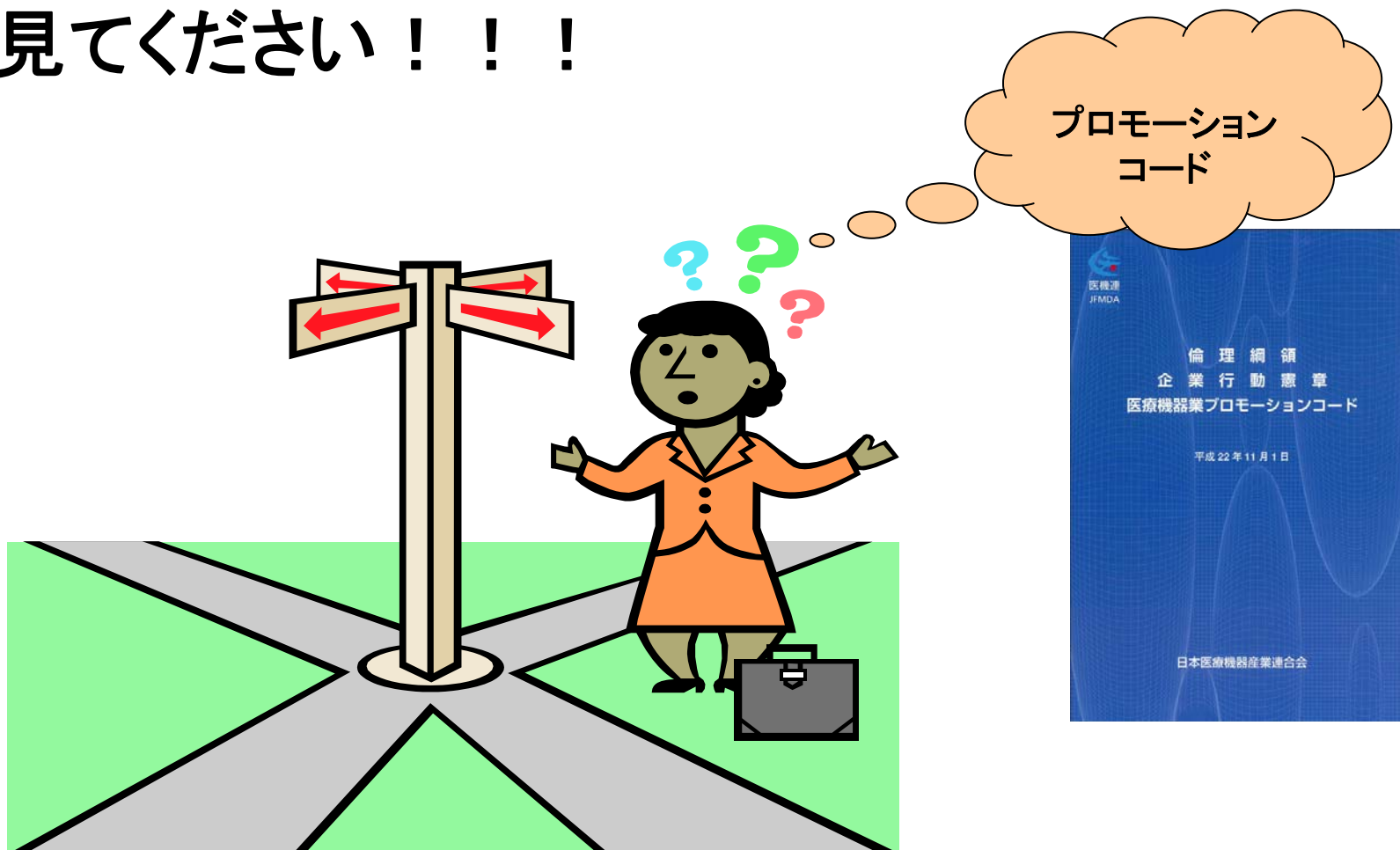
プロモーションコードを守る事は

企業の社会的地位、評価を高めます。



どうしよう？

迷ったら、医療機器業プロモーションコード
を見てください！！！！



ご参考

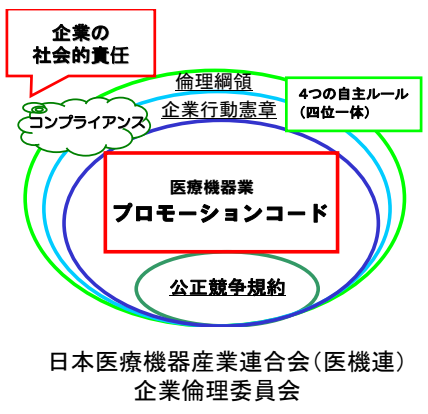
企業倫理委員会が作成した主な資料

- ・倫理綱領
- ・企業行動憲章
- ・医療機器業プロモーションコード
- ・企業倫理テキスト
- ・企業倫理ガイド
- ・医療機器取り扱い企業における個人情報の適正な取扱いのためのガイドライン
- ・学会寄付の取扱いに関するガイドライン
- ・広告適正ガイド
- ・プロモーションコードのしおり
- ・学会寄付のしおり



プロモーションコードのしおり

企業の社会的責任とプロモーションコード



プロモーションコードとは？

医機連会員企業は、倫理綱領の理念に立脚し、適正な事業活動を行うように、と制定された業界自主ルールです。

本しおりの目的

本しおりは、常時携帯し、プロモーションコードの一層の遵守励行をするためのものです。

プロモーションコード制定の経緯

1991年～92年の医療機器業界の不幸事に端を発し、業界は会員会社の合意で4つの自主ルールを策定しました。

1. 倫理綱領 (1993年医機連)
2. プロモーションコード (1998年医機連)
3. 公正競争規約 (1998年公取協)
4. 企業行動憲章 (2005年医機連)

(制定順)

プロモーションコードの内容

プロモーションコードで定める内容の項目を示します。

1. 会員会社の責務と行動基準
2. 経営トップの責務
3. 商品開発
4. 製造・製造販売
5. 市場調査
6. 広告宣伝(プロモーション用印刷物及び広告等の表示)
7. 市販後調査
8. 販売活動
 - 公正な競争及び公正な取引の確保、中傷・誹謗の禁止、不公正な比較表作成の禁止、役務の提供、物品、金銭類の提供等について規定されています。
9. 講演会等の実施
10. 未承認医療機器の学術展示
11. 国外におけるプロモーション
12. 「プロモーションコード」と「公正競争規約」との関係

プロモーションコード抵触事例

事例1) 中傷行為とみなされる事例
販売資料(滅菌手法等の比較表)に客観性のない不適正な比較を掲載：医機連プロモーションコードの8条2項(中傷・誹謗行為の禁止)に抵触

事例2) 誹謗行為とみなされる事例
他社の商品不具合の新聞記事等を、競合先の特定顧客先にメールにて配信：医機連プロモーションコードの8条2項(中傷・誹謗行為の禁止)に抵触

事例3) 薬事未承認品の雑誌等の広告
薬事未承認品を宣伝物(専門誌等)の取材に応じて性能等を記載した：医機連プロモーションコードの6条広告宣伝に抵触

社内における一元的な審査管理体制を確立しましょう！

用語の解説

プロモーション(PROMOTION)
医療機器の採用または使用に関係する適正な販売活動のことを意味します。

コード(CODE)
加盟団体の会員会社が遵守すべき行動基準(行動規範)を成文化したものです。

公正競争規約
公正競争規約とは、景品表示法第12条の規定により、公正取引委員会の認定を受けて、事業者または事業者団体が景品類または表示に関する事項について自主的に設定する業界のルールです。法的拘束力を有します。
詳細は医療機器業公正競争規約を参照下さい。

プロモーションコードの遵守が企業の成長基盤！

詳細は医機連発行「倫理綱領・企業行動憲章・医療機器業プロモーションコード」冊子をご参照下さい。
【主な内容】
・倫理綱領
・企業行動憲章
・プロモーションコード
・プロモーションコード解説
・資料：医療機器業公正競争規約
・資料：未承認医療機器等に関するガイドライン細則

日本医療機器産業連合会(医機連)
企業倫理委員会
〒162-0822
東京都新宿区下宮比町3番2号
(飯田橋スクエアビル8階)
電話：03-5225-6234
FAX：03-3260-9092
ホームページアドレス：www.jfmda.gr.jp

学会寄付のしおり



ご参考

※しおりのご要望は医機連事務局にご連絡ください

学会寄付のしおり

学会寄付に関するガイドライン

1. ステートメント
2. 行動指針
3. 行動基準

医学会への学会寄付に関する要望

1. ステートメント

医機連は、医学会（以下学会という）の協力・指導の基に、「倫理綱領」に規定している高品質で費用対効果に優れた技術を生み出し、より安全で有用性の高い医療機器の開発・製造に取り組み、「国民により良い医療を提供する」という社会的使命の一端を担うものとしての責務を果たすべく努力を続けてきている。

その一環として、学会における医学・医療の進歩・発展のための研究・研修に対して、支援・協力をを行っているところである。

この度、医機連では、学会開催に係わる従来からの寄付金の拠出に関して、寄付に関するガイドライン（以下、ガイドライン）を定め、学術性・透明性・公益性・妥当性等を従来以上に明確にし、医療機器業公正取引協議会の公正競争規約（「寄付に関する基準」）と合わせて対応することで、学会・医療機器業界双方の社会的評価を向上させるとともに、拠出した寄付金が、一層有効に活用されることで、医学・医療のさらなる進歩・発展に貢献出来るよう切望する。

1

2. 行動指針

会員企業は、学会寄付を行うに際しては以下のとおり行動するものとする。

- 1) 会員企業が学会に拠出する寄付は、医療機器産業の基盤を担う科学技術の振興を通して人々の健康福祉の向上を図ることを目的として行う社会貢献活動の一環である。従って、学会関係者が所属する医療機関における自社製品の選択や購入等を期待して寄付を行うものではない。
- 2) 会員企業は、学会へ拠出する寄付が上記の目的に合致して適正に使用されるように学会関係者に要請するものとする。
- 3) 会員企業は、募金者である学会関係者に事業計画書及び収支予算書を含む募金趣意書の提示を求めるとともに、透明性及び妥当性の観点から、事業終了後には事業報告書及び収支決算書の開示を求める等必要な要請を行うものとする。

2

3. 行動基準

- 1) 学会開催運営に要する費用は、主催者学会及び参加者（会員）が主体となって負担頂くようお願いするものとする。我々事業者はそれを支援する立場にある。
- 2) 募金趣意書は、学会の開催態様が明らかになるよう事業計画書及び積算した内訳を含む収支予算書の提示をお願いするものとする。
- 3) 学会開催中に配布されるプログラムや抄録等に学会開催費用の一部を拠出した企業名の記載を透明性の観点からお願いするものとする。
- 4) 学会事業終了後6ヶ月以内に事業報告書及び決算報告書の開示をお願いするものとする。決算報告書は、予算書と対比して作成するものとし、予算額と決算額に大幅な乖離が生じた事項については、その理由の記載をお願いするものとする。

3

5) 募金活動の対象は、医療機器業界に限定することなく幅広く実施して下さいようお願いするものとする。

6) 募金に当たっては、事業実施に先立って十分な時間的余裕を持って募金趣意書の提示をお願いするものとする。

7) 学会開催に伴う懇親会費等の提供などは、主催者学会で負担でき、寄付金は、医学・医療の進歩・発展のための研究・研修など学会本来の目的に合致した活動のために使用して頂くようお願いするものとする。

8) 学会の会期中またはその前後の日程で実施される学会共催のセミナー等は、学会とは関連なく実施されることが明らかなものを除き、その収支を学会予算書へ計上されることをお願いするものとする。

9) 決算の結果、余剰金が生じた場合には、その使途を明記して頂くようお願いするものとする。

4

医学会への学会寄付に関する要望

医機連は、学術性・透明性・公益性・妥当性等を従来以上に明確にし、医療機器業公正取引協議会の公正競争規約（「寄付に関する基準」）と合わせて対応することで、学会・医療機器業界双方の社会的評価を向上させるとともに、拠出した寄付金が一層有効に活用されるよう、ガイドラインの内容を要望に置きかえ、「学会開催における医学会へのお祝い」文書として要望致します。

学会寄付に関しては医機連のガイドラインと医療機器業公正取引協議会の公正競争規約（「寄付に関する基準」）を参照の上、取り組まれるようお願いいたします。

日本医療機器産業連合会（医機連）
企業総務委員会
〒162-0822
東京都新宿区下宮比町 3番2号
（飯田橋スクエアビル 8階）
電話：03-5226-8234
FAX：03-3260-9092
http://www.jfmda.gr.jp

5

お問い合わせは

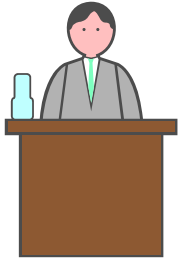
日本医療機器産業連合会（医機連）

The Japan Federation of Medical Devices Associations

〒162-0822 東京都新宿区下宮比町3番2号（飯田橋スクエアビル8階）

TEL：03（5225）6234 FAX：03（3260）9092

URL：http://www.jfmda.gr.jp/



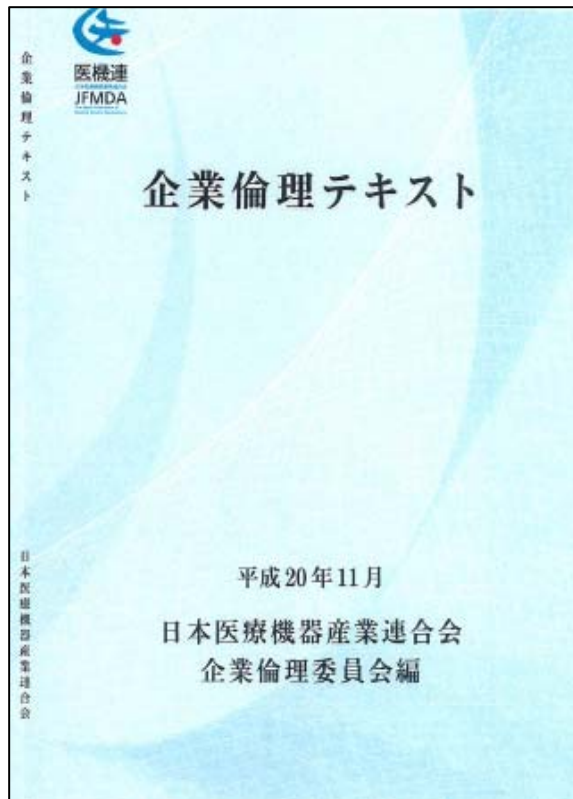
学会寄付の取扱いに関する ガイドラインについて

この度、医機連では「学会寄付の取扱いに関するガイドライン」を定め、会員企業の皆様に周知していくことになりました。ご理解とご協力をお願いいたします。

日本医療機器産業連合会（医機連）
企業倫理委員会



企業倫理テキスト



内容

- 法と倫理
- 社会環境と企業倫理
- コンプライアンス
- 医療に関連する法規
- 企業の社会的責任
- リスクマネジメント
- 業界の自主ルール

おわり