

法律クリアの 広告コピー講座

◇ 7 ◇

今週の広告コピー参考実例

- ・完全返金保障付ですので、使ってみて効果を実感できなかつた場合には、いつでもお返しく下さいね
- ・万一、うるおいにご満足いただけなかつた場合には、商品到着後30日以内であれば、使用後の返品もお受けいたします

「効果が実感できなければ返金します」、「ご満足いただけなければ返金します」という表現をよく見かけます。前者は薬事法に抵触するおそれがありますが、後者は必ずしもそうとは限りません。いったい表現内容のどこに分かれ目があるのでしょうか。

返品・返金保証を謳う場合、それが安全性や効能効果の保証につながるとみなされると、違法表記となります。ここでは「効果の実感」と「ご満足」がキーワードになります。

「効果が実感できなければ返金」というと、消費者は「事業者が効果の実感を返金保証としてうけあっているのだから、商品の効果は保証されている」と受け止めるでしょう。つまり「この商品はどのような方にも100%効果があります」といっているのと、同じことにつながります。

それに対して「ご満足いただけなければ返金します」という表現は、「満足」を保証しているといえるでしょう。消費者の「満足」にはさまざまな意味

久保京子 プロフィール



86年慶応義塾大学文学部卒業後、花王株式会社に入社。07年から財団法人日本産業協会にて、電子商取引モニタリング調査に携わる。09年にネットショップの

広告表記や顧客サービスのコンサルティングを行う株式会社フィデスを設立、代表取締役社長に就任。

が含まれます。効能効果に限定されるものではなく、使い心地、香り、コストパフォーマンス、サービス対応などもありえます。保証の対象が効能効果や安全性につながると認められなければ、薬事法にひっかかることはありません。（そもそも、返品・返金は商品に何らかの不满があるために、消費者から要求されるものです）

ただし、同じ「ご満足いただけなければ返金します」という表記であっても、広告全体として安全性や効能効果の保証につながるとみなされる場合はダメです。

例えば、以下のようなケースがあります。

「まずは10日間のうるおい体験。万一、うるおいにご満足いただけなかつた場合には、使用後の返品もお受けいたします」

手にとって商品を選べない通販商品だからこそ、トライアル商品の提供や返品・返金保証は、消費者の購入への後押しや安心につながるマーケティング施策になります。表記内容に注意して上手に活用しましょう。

(毎週掲載)

返品・返金保証の表記、安全性を保証してはダメ