

法律クリアの 広告コピー講座

◇ 9 ◇

今週の広告コピー参考実例

- 翌日に違いが分かる美容液
- ご使用になった直後から、お肌全体のハリともちもちしたしっとり感。
- スキンケアの後もずーっとうるおいが長持ち。

今回は、「すぐに」効果が表れる、「ずーっと」効果が続くといった、**効能効果の発現程度**についての広告表現を見てみましょう。

◇

上記のような広告表現をサイト上で見かけました。

こうした速効性や持続性などの**効果が確実である**といったような表現は誤解を招き、違反表記となります。

(注：速効性や持続性などの効果について、承認を受けている場合はOKです)

一方、速効性の効果表現と似て異なる表現として、以下のようなものがあります。

- うるおいをすばやく角質層に届ける。
- ○○成分が、メラニンがシミに変わる角質の最深層まですばやく浸透。

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設立、代表取締役社長に就任。

違いは、同じ「速さ」をうたっていても、「**効能効果**」ではなく、「**物理的作用**」についての表現であるという点にあります。

この表現の場合、成分を角質層に速く届けるというだけで、**効能効果**が早く表れるということではないため、それが事実であればOKなのです。

単に、「NGワード」というとらえ方で広告を考えるのではなく、**薬事法規制の意味**を正しく理解して、**広告内容**を検討しましょう。

また、その化粧品等の**効能効果**や**物理的作用**として認められる内容について、その**事実と表現**できる範囲を、**製造販売事業者**に確認することが重要です。(おわり)

※「**広告コピー講座**」は今回で終了します。(編集部)

薬事法規制を理解し効果効能は正しく表記を