

ここほまれレギュレーションまとめ

○オファーについて

- ・定期コースであることの旨を必ず入れてください。(最近、厳しくなっているので必須項目です。)
- ・お試しで一回目で解約可能、ということを強く推さないでください。
強制ではないですが、「次回発送日 10 日前までのご連絡が必要です。」
を入れるようお願いいたします。
- ・限定〇名様、この記事限定というのは景表法(有利誤認)上 NG。
実際に在庫関係などで数量を限定していたり、記事限定の施策を行っている場合はこの限りではない。
- ・在庫を煽りすぎるのはNG。(有利誤認の恐れがあるため)
例:あと5つ 残りわずか タイマー付きなど。
売り切れたこともある(事実としてあります。)ので、早めに注文するのがオススメ!
くらいにとどめておいてください。
- ・初回の価格だけを示して、1日あたり〇円とするのは NG(有利誤認)。
2回目以降の1日あたりの価格も入れるのであれば OK。

○リスティングに関して

- ・商標、会社名、他社商標での出稿NG

○記事について

<薬事関連> ※特に順守すべき項目なので要確認!

- ・「コロナを予防」「コロナウィルスに効く」など、コロナを改善するかのような表現は NG。
- ・病名などを出して、それが治るかのような薬機法にふれる表現はNG。
NG例:シミ・シワが完全に消えた、歯周病が完璧に治った など
- ・機能性表示食品では、届け出表示を逸脱する表現はNG。
医薬部外品においても効果効能の範囲内で説明すること。
NG例:どんなに眠れない人でもすぐに眠れる、睡眠薬も顔負け など
- ・医薬関係者(医師、美容師、薬剤師、管理栄養士など)の推薦表現はNG。

NG例:〇〇医師監修、〇〇先生もオススメ、医師がその商品を絶賛する など

※弊社LP上に掲載されている医師パートでは基本的に一般論を述べてもらっています。
商品に直接関わらない一般論で用いることは可能です。

- ・効果効果について言及した体験談はNG。使用感の体験にとどめること。
NG例:「口臭がまったく気にならなくなりました。」
「シミがうすくなったような気がします。」
OK例:「楽しく会話ができるようになりました。」
「化粧の楽しみがひとつ増えました♪」

- ・「実感(実感力)」「安心」「安全」「自信をもってオススメ」

効果効果・安全性の保証にあたるため、これらのキーワードを用いるのはNG。

- ・他社商品の誹謗も薬事違反となるためNG。

漠然とした比較でも「効果効果等又は安全性を保証する表現の禁止」に抵触する可能性があるため、比較表現は基本用いないことを推奨します。

漠然の例:弊社の〇〇は、今までの〇〇とは違う。
かつてない(今までにない)〇〇。

肌トラブルの原因○○を含んでいません。

- ・浸透表現は「角質層までであること」を併記すること。
例：うるおいが肌へ浸透※ ※角質層まで

<一般>

- ・過激な性的描写はNG。（動画広告においても）
- ・他サイトの画像を無断で使用するのはNG。（許可済みならOKです。）
- ・テレビで放送されたような画像（フェイクニュース）の使用はNG。

○芸能人素材を用いる場合について

- ・芸能人の名前、画像をバナーや記事内で用いるときは、文脈上ネガティブワードがその芸能人 or 医師のマイナスイメージにならないようにしてください。
例：「ドブ臭い口臭が芸能人のケアで、、」「臭すぎる息が芸能人の、、」
- ・画像の加工、ビフォーアフター表現、断定表現、事実と異なる情報による紹介はNG。
※使用NGとなる可能性もあるため、順守願います。

広告審査機関などから指摘があった、かつ指摘が聞き入れられなかった場合、メディア様や弊社だけでなくASPにも火種が飛んでくるので注意の上、作成願います。運営者情報に載せているメールアドレス、電話番号などに薬事関連の注意や警告が来た場合には絶対に無視しないようにしてください。

弊社においても指摘があった場合は、早急に対処します。

