

化粧品・サプリメント・健康食品のセールスコピーに必須

薬機法 NG 表現集

薬機法で使ってはいけない NG 表現と置き換え表現

薬機法とは？

薬機法とは、「医薬品、医療機器などの品質、有効性及び安全性の確保に関する法律」で、公的には医薬品医療機器等法と略します。以前は、薬事法とっていましたが、平成 26 年 11 月 25 日から、薬事法の一部を改正されたことにより、名称が「薬機法」に改められました。

医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器などを取り扱い、品質や有効性、安全性の確保のための法律なのです。

もし、違反するとどうなるの？

薬機法違反をした場合、行政指導が入る場合があります。

商品が出荷停止になったり、広告規制違反として、2 年以下の懲役もしくは 200 万以下の罰金、またはその両方が科せられることもあるのです。

何よりも、企業の社会的な信頼の失墜といった大きな問題にもなりかねないので、注意が必要です。

薬機法 NG 集と置き換え表現

化粧品や健康食品などの広告には薬機法（薬事法）上様々な規制がかかります。
以下は、化粧品の広告サンプル（実際の商品の広告ではありません）です。
これを見て、**薬機法上、どこが問題になるか**、みつけられるでしょうか？
このあとで、実際に添削したものをお見せするので、まずはこちらをご覧ください。

Before



しっとりしたテクスチャーが心地よいローションです。

肌の奥までしっかりと浸透し、豊かな潤いが嬉しい！

バラの香りで心までリラックスしてくれる効果も。

たるみが気になっていた肌がふっくらと持ち上がります。

保湿・保水力で外的刺激からお肌をバリア！！

自ら潤うお肌に。しっとり、柔らかなお肌へと整えます。

30種類以上の美容成分充実配合！

*アレルギーテスト済み

通常価格 4000円

容量 250ml

引き続き、こちらをご覧ください。医薬部外品の広告文になります。

《低刺激でしみにくい！！ABローションがついに発売！！シミのない肌へ～》

保湿力と保水力に特化した20種類の成分を配合。

5つの無添加で、お肌の悩みが深い方でもお使いいただけます。



ビタミンC誘導体がメラニン生成を抑え、シミのない美しい肌に。

化粧品業界初のアルブチンA酸（※実際にはありません）を配合！！

スズランの香りで癒やされながら、透き通る肌へ。

肌が引き締まりハリのある肌、アンチエイジング効果も期待できます。

通常価格：2,500円

容量150ml

いかがでしたか？

では、次のページから、上記の文章のどこがNGになるのか、どんな表現にしたらいいいのかを見てみましょう。

薬用化粧品：薬事法 NG 表現、置き換え例



※二重線の上書いてあるのが置き換えできる表現です。
線の下が NG の理由です。

角層のすみずみ
肌への浸透は角層までしかうたえません。角層より深い部分の標榜は不可です。

トル
たるみへの効果は化粧品では NG。

自ら潤う肌は、肌機能そのものに関わる表現とみなされ、薬事法的には NG です。

弾力のある肌
肌内部からふっくらするといったイメージが問題。弾力のある肌といった表現なら OK です。

*全ての方にアレルギーが発生しないということではありません。と、追記をしなくてはなりません。
「アレルギーテスト済み」の表示をする場合は、その文字と同じ程度の大きさで、アレルギーが必ず発生するものではない意味の文言を追記する必要があります。

しっとりしたテクスチャーが心地よいローションです。
~~肌~~の奥までしっかりと浸透し、豊かな潤いで気持ちまで嬉しい！

バラの香りで心までリラックスしてくれる効果も！
~~たるみ~~が気になっていた肌がふっくらと持ち上がります。
保湿・保水力で外的刺激からお肌をバリア！！
~~自ら潤うお肌~~に。しっとり、柔らかなお肌へと整えます。

30種類以上の美容成分充実配合！
*アレルギーテスト済み
通常価格：4,000円（税抜き）
容量：250ml

毎日をリラックスタイムにしませんか？
精神への作用も NG です。

充実配合は、薬事法的には問題ありませんが、景表法的に充実の根拠を求められる可能性があります。

「バリア」ワードが自動検出で NG になる可能性があります。

こちらは医薬部外品になります。

化粧品とは少し異なってくるので注意が必要です。

注意！！
安全性を保障しない範囲では、低刺激性の表現は可能です。しかし、キャッチフレーズなどで強調することはできません。

シミを予防します。

薬用化粧品の効果を逸脱してしまいます。

透明感のある美肌

透明・白肌は薬用化粧品の効果以上になってしまいます。

これまであきらめていた方でもお使いいただける

NGではありませんが、避けたほうがよい。
「肌」「悩み」がひっかかる表現になる。

《~~低刺激性~~でしみにくい！！AB ローションがついに発売！！

シミのない肌へ～》

保湿力と保水力に特化した20種類の成分を配合。

5つの無添加で、お肌の悩みが深い方でもお使いいただけます。

ビタミンC誘導体がメラニン生成を抑えます。

化粧品業界初のアルブチンA酸（※実際にはありません）を配合！！

スズランの香りで癒やされながら、透き通る白肌へ。

肌が引き締まりハリのある肌へ。~~アンチエイジング~~効果も期待できます。

通常価格：2,500円

容量150ml

景表法的に無添加の内容を示す必要があります。

化粧品と間違えないように、
医薬部外品と付記。

トル

特化したはNGです。

景表法的に初の根拠を求められる可能性があります。

エイジングケア

※エイジングケアとは、年齢を重ねた肌に応じたお手入れをすること。（潤いを与えること）

若返りの効果を表す、アンチエイジングという表現はNG。「エイジングケア」と書く場合には、※で注釈を付記する必要があります。

健康食品、サプリメント関連の NG 集と置き換え表現

健康食品の場合には、その商品が身体の機能に直接作用したり、直接改善したりするような表現は NG となります。ですから、体全体を指す表現や、具体的な器官を意味しない表現、あるいは主観的な気持ちの表現に置き換える必要があります。

以下は具体的な健康食品を例にして、NG 表現と、それに置き換えられる OK 表現の例です。これを見ると、具体的にどういう表現が NG でどういう表現が OK なのかがわかると思いますので、ぜひ参考になさってください。

赤字で書いてあるのが NG 表現、青字で書いてある方が置き換え表現です。下にポイントが書いてあります。

ダイエット食品の場合

・「バランスよく痩せたい方」

→ 「バランスの良いスリムなライフスタイルを送りたい方」

「痩せたい」は、「身体への作用」となる表現で使用不可です。どんなライフスタイルを送りたいかを表現することで表現します。

・「美肌になれる。効き目が早い！」

→ 「美容に気をかける。実感できる。」

「美肌になる」は肌の状態の改善を表すことになり、「身体への作用」になるため NG です。また、「美容に気をかける」は本人の意思なので表現できます。「効き目」が表現不可。「実感」で回避します。

・「私もお気に入りのダイエットサプリです。」

・「私もお気に入りのダイエットサプリです。」

→ 「ダイエットターをサポートサプリメントです。」

「ダイエットサプリ」という表現が、痩せることに効果があるように感じさせてしまいます。「サポート」を入れることで意味合いが変わってきます。まだ、ダイエットをサポートにできなかったのは、ダイエットをサポートでは、ダイエットに効果があると変わらない表現だからです。ダイエットターのサポートとすることで、健康や栄養面についてサポートする意味を含めるため、薬事的には OK になります。

・「健康的に美しく痩せたい！」

→ 「健康的に美しくなりたい！」

「痩せる」という表現は身体の機能改善になります。「美しくなりたい」はイメージであり、表現可能なので、美しくなりたいに置き換えてみましょう。

その他、様々なサプリメントの場合

「K ブルーベリーサプリは、目が疲れる方におすすめ！！疲れ目が改善します。」

→ 「パソコンをよく使う方におすすめ！新聞もスラスラ読める。」

「目の疲れが改善するサプリ」であることがわかります。効果効能はうたえないので、「読書好きな方、パソコンを多用する方」などとし、効果は生活自体のスムーズさと置き換えることいいでしょう。

「冷え性の方におすすめ。」

→ 「寒いのが苦手な方におすすめ」

「冷え性」など疾病を意味する表現はできません。

「グルコサミンで丈夫な足腰を」

→ 「グルコミサンでなめらかな毎日をサポート」

「丈夫な足腰」は身体の機能の改善を意味するので NG ワードになります。足腰が丈夫なることで、動きが滑らかになるイメージで表現します。

「有効成分が入っています。」

→ 「有用成分が入っています。」

「有効成分」は、健康食品の広告では NG になります。有効を有用とすることで、表現が可能になります。

「(〇〇は) 関節に柔軟性を与え、強くする働きがあります。」

→ 「(〇〇は) 健康維持に役立ちます。」

「関節に・・・」と言ってしまうと身体の機能改善を意味してしまいます。具体的な器官名を出さずに表現する必要があります。

「(商品名) は、1日3回、一回2粒ずつお召し上がりください。」

→ 「1日に5から6粒を目安に2、3回に分けてお召し上がりください。」

一日に何回、何粒などを明確に表記してしまうと、医薬品になってしまうため、このように目安の表現にします。

いかがでしたでしょうか？

薬機法は、化粧品の場合と健康食品などの場合とその意味あいが変わってきますから、それぞれ別物と理解する必要があります。

そもそも、化粧品は「医薬品」「医薬部外品」「化粧品」などに含まれるので、薬機法はしっかりと守らなくてはなりません。

しかし健康食品は、医薬品でも医薬部外品でもなく、医薬品のような効能を表現することはNGです。つまり、薬機法に違反するのではなく、薬機法に関わることで自体が違反になるのです。

たびたび薬機法は改善され、広告の審査も年々厳しくなっています。

特に最近は本当に厳しく、多くの企業様が何度も広告審査に落とされている話はよく聞きます。

薬機法は奥深く、非常に複雑なので、薬機法に抵触せず商品の魅力をアピールすることは難しいものですが、この表現集を見て、少しでも御社のお仕事に役に立ち、興味を持っていただければ幸いです。

当社ではこのような薬機法に抵触しない表現を考慮した上で、女性向けの商品の販促、ホームページ、ランディングページ、ステップメールなどの制作、ライティングや校正を行っています。

ご質問やお問い合わせがございましたら、お気軽にご連絡くださいませ。

株式会社ダリコーポレーション DALI CORPORATION Inc,

〒170-0013

東京都豊島区東池袋1-20-2

池袋ホワイトハウスビル4F

03-6907-3937

info@dali.co.jp

<http://dali.co.jp>