

教育用資料

2024年7月版

コンプライアンスブック

Compliance Book

ブランドメンバー資格申請テスト付き(巻末)

NU SKIN®

ニュースキンジャパン株式会社

www.nuskin.com

本誌に記載されているすべてのものに関して、無断掲載・複製を禁じます。

©2009 Nu Skin Enterprises, Inc., Nu Skin Japan Co., Ltd. NSE Products, Inc. Printed in Japan 90024356

コンプライアンス: 法令遵守。社会規範に反することなく、ビジネス活動を行うこと。

ニュースキンは、コンプライアンスを尊重し、ブランドメンバーが正しい活動をおしてビジネスを発展できるようサポートすることで、社会における信頼性の向上を目指します。

CONTENTS

ニュースキン ビジネスを円滑に、よりよく行うために	4
正しいビジネスは、正しいマナーから	5

スポンサリングについて

1 その人はブランド メンバーになれる人ですか？	6
2 ニュースキンのブランド メンバーであることを伝えてありますか？	7
3 アポが取れた！ さあ、伝えるぞ！ ちょっと待って、マナーは大丈夫ですか？	8
4 『ニュースキンへのご案内』を使って説明していますか？	9
5 クーリング・オフ制度についてきちんと説明しましょう	10
6 ニュースキンが発行した資料を使いましょう	11
7 購入契約書を発行していますか？	12
8 だれでもすぐに収入が得られるような説明をしていませんか？	13
9 化粧品や健康食品について、誇大な説明をしていませんか？	14
10 必要以上に製品の購入をすすめていませんか？	15
11 「もう少し考えてから……」と言う人を、無理に引き止めていませんか？	16
12 パーソナルケア製品の説明は、 医薬品医療機器等法で定められた範囲で表現していますか？	17
13 特定の体質や症状に対し、その改善に役立ち安全であるかのように、 SNSに投稿したり話したりしていませんか？	18
14 製品に痩身効果があると説明していませんか？	19
15 効能効果があるという誤った認識で、病気の方に製品をすすめていませんか？	20
16 からだの組織機能に作用するような話をしていませんか？	21
17 最上級の表現を使用していませんか？	22
18 ソーシャル メディアやWebサイトを正しく使っていますか？	23
19 ビジネス活動において送信するEメールやメッセージについて	24
20 個人情報保護法の説明	24
COLUMN あなたの声は届いていますか？	25
COLUMN 栄養補助食品（健康食品）と医薬品医療機器等法	26

法律について

1 特定商取引に関する法律（以下、特定商取引法）の概要	27
特定商取引法の説明 その1 訪問販売・電話勧誘販売の場合	28
特定商取引法の説明 その2 連鎖販売取引の場合	30
2 医薬品医療機器等法などの概要	35
医薬品医療機器等法の説明 医薬品医療機器等法	35
医薬品の範囲に関する基準の説明 医薬品等適正広告基準	38
健康増進法の説明 その1 健康増進法	40
健康増進法の説明 その2 ガイドライン留意事項	40
景品表示法の説明 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）	41
3 個人情報保護法に関する概要	41

※「ブランド メンバー資格申請テスト（書類申請用）」は巻末をご覧ください。

ニュースキンビジネスを円滑に、 よりよく行うために

初めてニュースキンの話を聞く人は、ブランドメンバーの行動を注意深く見ています。そして、「ニュースキンって、どんな会社なんだろう」「断ったら怒るだろうか」「無理やり買わされたらどうしよう」というような、興味と不安をいっぱいもっています。

ここで、皆さんが注意しなければならないことは、ニュースキン製品のよさを理解してほしいがために熱心になりすぎて、周りが見えなくなることです。

例えば、相手の方が困った顔をしているのに、延々と話を聞かされたらどうでしょう。その人はニュースキンに対してよいイメージをもたないかもしれません。

ニュースキンのビジネスを正しく知ってもらうためにも、相手の立場になり、「大切な時間を、自分の話を聞くために割いていただいている」という心構えでお伝えしていきましょう。残念ながら断られた場合でも、快く、その辞退を受け入れましょう。それが、次のスポンサリングにつながるのです。

ブランドメンバーは、ニュースキンを躍進させる人です。よいイメージも、悪いイメージもブランドメンバーの行動ひとつで決まります。一人ひとりが正しい行動をとることで、ニュースキンの素晴らしさを伝えていきましょう。

正しいビジネスは、正しいマナーから

ニュースキンのブランドメンバーは、ビジネスを行ううえで、マナーとルールを守る義務があります。

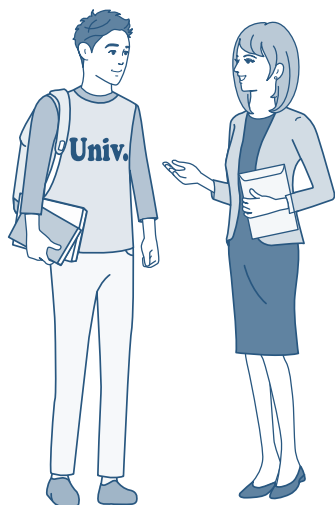
あなたが良識ある行動をとれば、相手に安心感を与え、あなたへの信頼が生まれるはずで。大切なのは、自分本位にならず、常に相手の立場で考えること。コミュニケーションが一方的になると、トラブルのリスクが高まります。正しいビジネスをするためのマナーを心がけ、確かな信頼関係を築いていきましょう。



1 その人はブランドメンバーになれる人ですか？

規約

あと1ヵ月で20歳なら、先に話を聞いたほうが得するよ。



あと1ヵ月で20歳でしょ

ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

相手がブランドメンバーになれる人かきちんと確認したうえで、正しくスポンサリングをしましょう。

POINT

日本でブランドメンバー登録をして、ブランドメンバーになるには、20歳以上である必要があります。あと1ヵ月で20歳であれば、1ヵ月待ち20歳になってからビジネスの話をしてください。なお、学生は、ブランドメンバー登録ができません。このような登録要件をきちんと確認したうえで、正しくスポンサリングをしましょう。

- 「ブランドメンバーになるための要件」については、「ニュースキンへのご案内（概要書面）」内の「ブランドメンバー規約 第1章」をご確認ください

日本でブランドメンバーになろうとする場合、20歳に達していなければならないこと、また、20歳に達していても学生はブランドメンバーになれないことを明記しています。

※ 公務員は、国家公務員法および地方公務員法により、副業を行うことが禁止されています。よって、公務員もブランドメンバーになることができません。

2 ニュースキンのブランドメンバーであることを伝えてありますか？

法律

久しぶりに会ってゴハンでも食べない？



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

最初にニュースキンのブランドメンバーであることを伝え、ニュースキンビジネスの話をする了解を得てから会いましょう。

POINT

「いきなりビジネスの話をしたと言ったら、断られるかもしれない」。そのような心配から、ついニュースキンのブランドメンバーであることを伝え損ねてしまう人がいます。しかし、一緒に食事を楽しむに来ていた人が、ビジネスの話ばかりをされたら、どのように感じるでしょうか。騙されたと思うかもしれません。このような誤解をなくすため、ビジネスの勧誘をする場合は、勧誘が目的であることを相手に伝えることが、法律で義務づけられています。目的をきちんと伝えて、お互いに気持ちよく会いましょう。オンラインでも対面でも、相手と会う際には、必ずニュースキンのブランドメンバーであることを伝え、ブランドメンバー用名刺を渡すなど、オンラインでも確実に連絡が取れる連絡先を伝えてください。

- 特定商取引法：連鎖販売取引「氏名等の明示」 詳しくは P30 参照

ニュースキンのブランドメンバーであること、ニュースキンビジネスに勧誘したい旨の話をする事、製品と役務の種類を、相手に明確に伝えなければならないと法律に定められています。

3

アポが取れた！さあ、伝えるぞ！
ちょっと待って、マナーは大丈夫ですか？

法律

マナー

もっともっと伝えたいことがあるの。



ちょっと待って

正しいビジネスを行うためには

会う時間帯、声の大きさなどに
配慮して、相手や周囲の人たちの
迷惑にならないように
しましょう。

POINT

製品の素晴らしさやビジネスの魅力について語りたいと思う気持ちが強く、つい熱心に話し込んでしまい、時間や周囲の様子に気がつかなくなってしまうことがあります。 「カフェやファミリーレストランなどで長時間居座る」「大きな声で話す」などは、常識と照らし合わせてもマナー違反です。また、早朝・深夜など不適切な時間帯に誘ったり、説明を行ったりすることは、法律にも触れる行為と見なされています（目安として朝8時以前、夜9時以降の勧誘行為は避けましょう）。自分本位にならずに相手に配慮し、客観的にも適切と見なされる条件の下で、勧誘・契約の話を進めましょう。

- 特定商取引法：訪問販売「指示等」 詳しくは P29 参照
- 電話勧誘販売「指示等」 詳しくは P29 参照
- 連鎖販売取引「指示」 詳しくは P33 参照

正当な理由もなく早朝・深夜に勧誘活動をしたり、長時間にわたって製品やビジネスを説明したりするなど、相手が迷惑を覚えるような行為は、法律で禁止されています。

4

『ニュースキンへのご案内』を使って説明していますか？

法律

ビジネスについては頭の中に入っているから、
資料がなくても説明できる。



説明は自分でできるから、
概要書面はあとで
渡せばいいよね

ちょっと待って

正しいビジネスを行うためには

相手に『ニュースキンへのご案内』を
渡し、ニュースキンビジネスを
きちんと説明しましょう。オンライン
上で勧誘する際など直接手渡し
できない場合でも、速やかに
送付するようにしましょう。

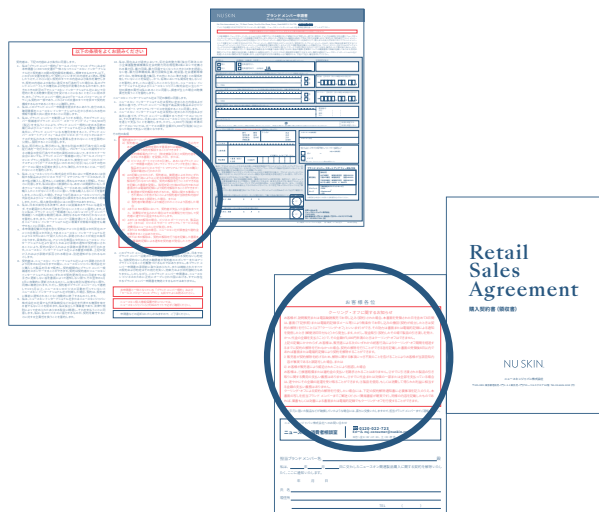
POINT

どんなにきちんと説明したつもりでも、相手が自分と同じように理解したとは限りません。説明したはずなのに誤解され、苦情になる場合もあります。トラブルを起こさないために、ビジネスの説明をするときには、法律で定められた「概要書面」を基に説明することが義務づけられています。ニュースキンの場合は、『ニュースキンへのご案内』が、その概要書面に該当します。オンライン上で勧誘する場合も、なるべく事前に『ニュースキンへのご案内』を相手に送付し、それを基に説明しましょう。「概要書面」は契約締結前に相手に交付されていなければならない書類です。契約を交わすときは、同書面が必ず相手の手元にあるようにしましょう。

- 特定商取引法：連鎖販売取引「書面の交付」 詳しくは P32 参照

勧誘した人が「契約をしたい」と言ってくれた場合には、契約を締結する前に必ず「概要書面」を渡さなければならないと、法律で定められています。

買ってすぐに製品をキャンセルしたいと言われたが断った。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには
お客様からの返品や交換の
要請には、ニュースキン独自の
返品方針も併せて伝えましょう。

POINT

クーリング・オフ制度は、ブランドメンバー契約と製品販売では期間とルールが異なります。それぞれの内容については、書面を用いて必ず説明しなければなりません。
※どちらも起算日に注意してください。

- 特定商取引法：訪問販売「契約の申込みの撤回または契約の解除（クーリング・オフ制度）」
詳しくは P30 参照
- 電話勧誘販売「契約の申込みの撤回または契約の解除（クーリング・オフ制度）」
詳しくは P30 参照
- 連鎖販売取引「契約の解除（クーリング・オフ制度）」 詳しくは P34 参照

契約の解除を求められた場合、それを拒否したり、クーリング・オフに必要な事項を故意に告げなかったりするものは、違法行為となります。相手の立場になって、迷惑行為と取られないスポンサーリングをするように心がけましょう。

自分でチラシやプレゼン資料をつくらう！



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには
ニュースキンが制作したチラシ、
資料、公式 Web サイト、
アプリなどを使いましょう。

POINT

ブランドメンバーは、印刷物、Web サイト、ブログ等、いかなる媒体でも会社の許可なしに独自で広告宣伝を行うことはできません。製品やビジネスの説明の際には、ニュースキンが発行した最新の資料を使いましょう。

- 「ニュースキンが発行した資料」については、「ニュースキンへのご案内（概要書面）」内の「ブランドメンバー規約 第 3 章」をご確認ください

すぐに使って欲しいから急いで製品だけ渡した（送った）。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

ブランドメンバーが小売顧客に製品を販売する際には、「購入契約書（領収書）」を小売顧客に交付しなければなりません。

POINT

契約を交わす際は、必要な書類を交付すると共に、クーリング・オフや返品制度について説明する義務があります。電子決済（PayPay、LINE Pay等）で製品代金やセミナー参加費を徴収した場合でも、書面の「購入契約書（領収書）」を渡す必要があります。オンライン（Zoomやダイレクトメッセージ等）でやり取りする際はご注意ください。

- 特定商取引法：訪問販売「書面の交付」 詳しくは P28 参照
- 電話勧誘販売「書面の交付」 詳しくは P28 参照

すぐに儲かって、生涯ずっと7桁の収入が入ってくるよ。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

ニュースキンビジネスの収入は、活動の結果により得られることを伝えましょう。

POINT

ニュースキンビジネスの収入は、製品を小売することや、自分が築き上げたグループの製品流通量に応じて得られるものです。よって、収入が必ず保証されるものではありませんし、だれでも簡単に収入が得られるものでもありません。また、ビジネス活動をするには交通費などの経費もかかります。収入については、「セールス パフォーマンス プラン」を基に説明し、必ず経費がかかること、一定の収入が約束されたものではないことも説明しましょう。

- 特定商取引法：連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 「ブランドメンバーの責任」や、「セールス パフォーマンス プラン」については、「ニュースキンへのご案内（概要書面）」内の「ブランドメンバー規約」「セールス パフォーマンス プラン（報酬制度）」をご確認ください

法律では、「毎月高額な収入が必ず得られる」など、事実ではないことを話して勧誘してはならないと定められています。また、ブランドメンバー規約で、ブランドメンバーは、自己の支出に対し責任を負うことと、一定の収入や何らかの利益が保証されるものではないことが明記されています。

ニュースキン製品を使用してガンが治った人がいる。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

医薬品ではなく、健康維持を目的とする、栄養補助食品であることを伝えましょう。特定の病気や症状が治るといふ説明をしたり、SNSへの投稿（動画やイラスト等を含む）をしたりしないようにしましょう。

POINT

ファーマネックス製品は、医薬品ではなく、栄養補助食品です。医薬品と同じような表現（「病気を治す」「病気を予防する」など）を使用することは、医薬品医療機器等法・健康増進法・景品表示法に抵触するだけでなく、特定商取引法の禁止行為にも抵触します。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- ガイドライン留意事項：事実に相違すること又は誤認させることが明らかであると判断できる表示 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

何らかの病気を患っている人に対し、あたかも病院の治療を受けなくてもいいかのような誤解を与えることは、法律で禁止されています。また、栄養補助食品であるにもかかわらず、病気の治療や予防に主眼をおいた説明やセールストークを行うと、「無承認無許可の医薬品」と見なされます。さらに、このような行為は、特定商取引法第 34 条（P31 参照）にも関連し、「商品の不実告知」という違法行為となります。

いっぱいすすめて全部買ってもらう。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

相手にご購入の余裕ができたときに、ご連絡をいただくようにしましょう。また、製品の返品や解約を引き留めることはやめましょう。

POINT

ニュースキン ビジネスは、自己資本の範囲で堅実にやるべきビジネスです。自己資本のない人に借金をさせて購入をすすめることは、ブランドメンバー規約で禁じられていますが、ブランドメンバー自身が借金することもおすすめしておりません。無理のない範囲で製品を購入してくださるお客様やダウンラインを増やし、確実に製品が流通するよう安定したグループを構築しましょう。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 「ブランドメンバーの遵守事項」については、「ニュースキンへのご案内（概要書面）」内の「ブランドメンバー規約 第 2 章」をご確認ください
製品購入代金の融資の紹介、斡旋を行わないよう明記されています。

大丈夫、サポートするから、今日ここで決めようよ。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには
「もう一度考えてから結論を出したい」「今すぐに決められない」と話す相手には無理にその場で決めず、相手が納得して決められるよう配慮しましょう。

POINT

一緒にニュースキンビジネスをしたいという気持ちが強ければ強いほど、つつい熱のこもった説明をしてしまうことがあるのではないのでしょうか。相手が明確に断らなくても、時計をチラチラ見たり、「夕飯の支度がある」と言い出したり、困った表情をしている場合は、相手の気持ちを察して、話を続けることは止めましょう。また、明確に断った人を再度勧誘することは法律（再勧誘の禁止）で禁じられています。話を聞いてくれたお礼を述べ、次に会う機会をつくってもらえるように、気持ちよく話を終えることが大切です。

- 特定商取引法：訪問販売「再勧誘の禁止」「禁止行為」「指示等」 詳しくは P28、29 参照
電話勧誘販売「再勧誘の禁止」「禁止行為」「指示等」 詳しくは P28、29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」「指示」 詳しくは P31、33 参照

契約をさせるためにサインを強要したり、相手をひどく困惑させたりしてはいけないと法律に定められています。

ニュースキン製品を使ったら、シワがなくなったの！



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

法律に則った表現で、製品の特徴を相手に伝えましょう。

POINT

パーソナルケア製品の説明は、医薬品医療機器等法で定められた「化粧品の効能の範囲」以外の表現を使用することはできません。ニュースキン製品のよさを伝えたいために、つい上記のように「シワがなくなったの」などと、言いたくなることがあるかもしれませんが、P38の「化粧品の効能の範囲」をよく確認して、その範囲内の表現のみ使用するようにしましょう。また、「最高にうるおう」といった最大級の表現は、相手が、もっとも効果の表れる製品であると受け取り、虚偽誇大になる可能性があるため使用してはいけません。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
- 医薬品等適正広告基準：化粧品の効能の範囲 詳しくは P38 参照
効能効果等又は安全性についての最大級の表現又はこれに類する表現の禁止 詳しくは P39 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

化粧品の説明をする際に、人に話すことができる効能の範囲は決まっています。それ以外の表現を使用することはできません。さらに、「最高にうるおう」などの最大級の表現も禁止されています。なお、最上級の表現は、栄養補助食品の場合でも禁止されています（P22 参照）。

※「医薬品医療機器等法の施行について」とは、医薬品、医薬部外品、化粧品等の効能の範囲を定めた、厚生労働省が出した通達のこと。

※「医薬品等適正広告基準」とは、医薬品医療機器等法第 66 条第 1 項の解釈や広告の適正をはかるために遵守すべき事項を内容とした、厚生労働省が示した基準のこと。

ニュースキン製品なら、どんな肌質の人にも合うわよ。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

肌が弱いなど使用に不安がある人には、事前のパッチテストや皮膚科医等への相談をおすすめしてください。相手に十分配慮することを心がけましょう。

POINT

具体的な効能効果を述べて、だれでも確実に成果を得られるかのような、誤解を招く表現を、SNSへの投稿やセールストークで使用してはいけません。また、だれが使用しても安全であるかのように受け取れる表現も禁止されています。個人差があるということを、明確に相手に伝えるようにしてください。実感したことを話すときも自分の体験談として話すことは避け、使用感のみを、過度な表現にならないようにして伝えましょう。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
- 医薬品等適正広告基準：効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止 詳しくは P39 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

個人の実感でしかないのに、だれでも確実に効能効果が得られるかのような、誤解を招く表現を使用することは禁止されています。

ニュースキン製品を飲むと、痩せるよ。



ちょっと待って
正しいビジネスを行うためには

摂れば痩せるかのようにSNSに投稿したり、話したりするのではなく、補助的食品であることを伝えましょう。

POINT

「痩せる」という表現やビフォー&アフターの写真等を、SNSへの投稿やセールストークで使用することはできません。また体験談、伝聞、他者の表現を通じて、効果がある可能性を表示することもできないので、気を付けましょう。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止「疾病の治療又は予防を目的とする効能効果の表現」 詳しくは P37 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

成分が医薬品に該当しないものでも、説明で医薬品的な効能効果を伝えと、その製品は医薬品として見なされるため、表現には最大限の注意をはらわなければなりません。

ニュースキン製品は体力増強、病中病後の
体力低下時の栄養補給ができます。



ちょっと待って

正しいビジネスを行うためには

ファーマネックス製品は、健康な成人を対象に開発された製品です。特定の病気や症状が治るといふ説明をしたり、SNSへの投稿（動画やイラスト等を含む）をしたりしないようにしましょう。

POINT

栄養補助食品は、あくまでも栄養成分を補給するものであり、病気の方にすすめるものではありません。それにもかかわらず、あたかもからだの機能や構造に影響を及ぼすかのような表現をすると、医薬品と判断されてしまいます。また、つい言ってしまいがちな、「疲労回復」「食欲増進」「老化防止」などの表現は、医薬品医療機器等法では禁止されています。不適切な表現を用いて製品をすすめる行為は、病気の方が適切な医療機会を逸してしまうことにもつながり、健康増進法の違反となります。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止「身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効能効果の表現」「疾病等による栄養素の欠乏時等に使用することを特定した表現」 詳しくは P37 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

「体力増強」という言葉は、身体の組織機能の一般的増強・増進をさせるという効能効果の表現であり、「病中病後の体力低下時」という言葉は、病気によって栄養成分が欠乏した際に摂取することを特定した表現であるため、いずれも、医薬品医療機器等法に抵触します。

ニュースキン製品は、免疫機能を高めて、
風邪を治してくれるのよ。



ちょっと待って

正しいビジネスを行うためには

「免疫機能を高める」のではなく、「からだ全体に働きかける」ことを伝えましょう。

POINT

栄養補助食品が、医薬品のように「免疫機能を高める」ことはありません。製品のよさを伝えるために言ったとしても、相手が誤認するような表現は、SNS上でも禁止されています。また、「内臓脂肪を燃やす」「活性酸素の除去」といった表現も禁止されています。つい使ってしまうような言葉なので、気を付けましょう。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止「身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効能効果の表現」 詳しくは P37 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

栄養補助食品であるにもかかわらず、身体の組織機能を高めるような表現をすると、医薬品と同様の効能効果をもつ製品と見なされます。

ファーマネックスの製品は最高だって投稿しておこう！



ちょっと待って

正しいビジネスを行うためには

見た人が誤解するような表現は避け、表現できる範囲で製品のよさを正確に伝えましょう。

POINT

健康維持や健康増進といった効果は、皆がまったく同じように得られるものではありません。栄養補助食品の効果を左右する、健康状態や生活習慣など多くの要因が、人によって異なるからです。そのため、独自の判断でファーマネックスの製品が最高であるといった誇大な表現を、ソーシャルメディア（SNS）をはじめ、あらゆる媒体において、表示することは禁止されています。ほかにも、「最高のダイエット食品」「最高級」「抜群」「世界一」「医薬品を超える脅威の栄養補助食品!」といった、優秀性について著しく誤認させる表現も使用できません。

- 特定商取引法：訪問販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
電話勧誘販売「禁止行為」 詳しくは P29 参照
連鎖販売取引「禁止行為」 詳しくは P31 参照
- 医薬品医療機器等法：誇大広告等 詳しくは P36 参照
- 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくは P40 参照
- 不当景品類及び不当表示防止法：不当な表示の禁止 詳しくは P41 参照

食品として販売する物は、広告そのほかの表示をするとき、品質、規格等の内容について、著しく人を誤認させてはいけなく、法律で定められています。なお、最上級の表現は、化粧品の場合でも禁止されています（P17 参照）。

ソーシャルメディア（SNS）で、ビジネスへの参加を募ってみよう！



ちょっと待って

正しいビジネスを行うためには

他者（個人・団体・企業）のInstagram等のソーシャルメディアやWebサイトに相手の承諾なくビジネスを目的としたダイレクトメールを送信したり、出会い系アプリやマッチングサイトで製品販売やスポンサリング等の勧誘を行ったりすることはできません。

POINT

ニュースキンビジネスのためにソーシャルメディアを利用する際や、ビジネスや製品について投稿する際は、事前に最新版のソーシャルメディアガイドラインをよく読み、ルールを遵守したビジネス活動を行ってください。

- 「ソーシャルメディアガイドライン」については、公式Webサイト内「オフィス」をご覧ください
- ニュースキンビジネスでソーシャルメディアを活用するには、利用するアカウントをニュースキンジャパンに申請する必要があります
下記のURLから、アカウント申請を行きましょう（所要時間5分程度）
※アカウント名を変更した場合は、必ず再申請してください。



- 特定商取引法：電話勧誘販売「氏名等の明示」「書面の交付」 詳しくは P28 参照
連鎖販売取引「氏名等の明示」「書面の交付」 詳しくは P30、32 参照

電子広告メールに関する「オプトイン規制（事前に承諾を得ていない広告メールを送信することを禁止する規制）」では、「ブランドメンバーが、ビジネス活動において送信するEメールやメッセージ」（以下、広告メール）も対象となっています。これに違反した場合、業務改善命令や業務停止命令、刑事罰などの罰則が科せられます。そのため、以下のことを遵守するようにしてください。

◆広告メールを送信する場合

あらかじめ請求があった場合、もしくは事前に「広告メールの受信を承諾するか否か」を確認し、相手の方から「承諾」の返事を受け取った場合のみ、その後も広告メールを送信することができます。

※ ニュースキンビジネスや製品に関する情報が記載されたメールは、すべてオプトイン規制の対象となります。

例) ミーティングの連絡、新製品の紹介など

※ ブランドメンバーであるか否かにかかわらず、すべての人から、事前に承諾を得る必要があります。

例) ポイント照会 (V&G) に表示されているダウンラインの方など

※ 一度承諾を得れば、その後、広告メールを送信する度に、承諾を得る必要はありません。

※ 一度承諾を得ても、「後日、承諾を取りやめる旨の申し出があった場合」や「相手がブランドメンバーをやめた場合」には、速やかに広告メールの送信を中止してください。

※ 以下の場合は、広告メールを送信できません。

相手がブランドメンバーもしくはショッピングメンバーで、ポイント照会 (V&G) 内「グループ」ページの氏名欄に、「Eメール アドレスを含む個人情報の公開を承認しない」というプライバシー保護のための「P」マーク表示がある場合。

◆承諾を得た場合、その記録を保管すること

「承諾を得た日にち」「承諾された広告メールの内容」がわかる書面もしくはEメールやメッセージを、最後の広告メールの送信から3年間保管する必要があります。

ニュースキンビジネスでは、スポンサリングなどで個人情報を伺う機会が多くあります。その際に注意していただきたいのが、個人情報の取り扱いについてです。個人情報保護法に則り、以下のことを遵守してください。

- ・個人情報の取得および利用目的は、適切な顧客管理や、ニュースキンご登録後のサポートのためであることを相手の方にお伝えすること。
- ・ニュースキンビジネス以外で、個人情報を利用したり、ご本人の同意なく第三者へ提供したりしないこと。
- ・いただいた個人情報を紛失することのないよう、管理すること。

■ 個人情報保護法に関する概要：詳しくはP41以降を参照

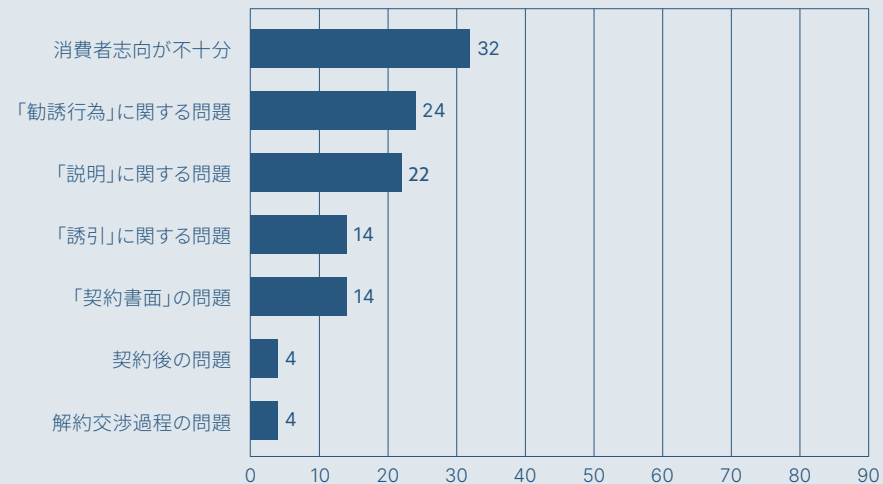
あなたの声は届いていますか？

責任ある行動とトークを身につけるためには、まず、相手の声に耳を傾けなければなりません。思いもよらないところにビジネスのリスクは潜んでいます。どのような場面で問題が起きやすいのか、しっかりと把握しておきましょう。

訪問販売についての相談内容 (問題性ありの事例)

公益社団法人 日本訪問販売協会 令和5年10月発行「2023年度 訪問販売ホットライン受付概要」より
相談受付総件数245件のうち 問題性あり62件の項目別順位

問題性ありの項目：複数選択



COLUMN

栄養補助食品（健康食品）と医薬品医療機器等法

口から摂取するものは、「医薬品（医薬部外品を含む）」と「食品」に大別され、さらに食品は、「保健機能食品」と「一般食品」に分類されます。栄養補助食品が属するのが、この「一般食品」。つまり、制度上、栄養補助食品は、野菜や穀類などと同等に見られているということです。だからこそ、栄養補助食品は、効能効果を前面に出すために開発されている医薬品とは大きな違いがあるといえるでしょう。

例えば、栄養補助食品は、1日目安量は記載されているものの、用法用量（飲む期間、間隔、量など）を特定することはできません。また、医薬品を連想させる「服用」という言葉を使うこともできず、「食べる」「摂取する」「摂る」といった言葉を使わなければなりません。もちろん、しばしば漢方で使われる「好転反応」「めんけん反応」が、食品によって引き起こされることもないため、「一時的に体調が悪くなっても、飲み続ければよくなる」といったすすめ方は、法律に抵触することになります。もし、ファーマネックス製品を摂取したことによって、使用者の体調に変化が表れたら、「すぐに摂取を中止すること」と「医師に相談すること」をおすすめしてください。

では、食品だからといって、「食べ物に含まれる成分の働き」を伝えればいいのかという、ここでも問題が生じてきます。

緑茶に含まれる成分のカテキンを例にとって考えてみましょう。カテキンは、血中のコレステロール値を下げる働きやガンを予防する効果があると考えられています。

しかし、カテキンを含む栄養補助食品の予防効果を説明した場合、医薬品もしくは、医薬品と同等の効果があると相手に誤解を与える可能性があります。そしてこの行為は、「医薬品的な効能効果を説明しながら栄養補助食品をすすめた」つまり、「無承認無許可の医薬品を販売した」として医薬品医療機器等法に違反することになってしまうのです。そのため、食べ物も持っている効能効果を利用して製品をすすめることも難しいわけですね。

以上のことをよく確認し、正しいスポンサリングの知識を身につけるようにしましょう。

ニュースキン ビジネスは、ブランドメンバーが正しくビジネスを行うことで成り立ちます。そのためには、これから紹介していく多くの規制を必ず守らなければなりません。これらに違反すると、ブランドメンバーが罰則の対象になるだけでなく、ニュースキンジャパン自体も処分の対象になります。うっかり法律違反をしないように以下の内容を踏まえて、ニュースキン ビジネスをさらに発展させてください。

1 特定商取引に関する法律（以下、特定商取引法）の概要

特定商取引法とは、訪問販売や電話勧誘販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律です。

ニュースキン ビジネスと特定商取引法

ニュースキン ビジネスを行うにあたり、特定商取引法の対象となる取引類型には以下の3つがあります。

I 訪問販売

<訪問販売の定義>

お客様の家を訪ね、製品の説明をし、購入の申し込みを受けたり、その場で販売する取引のこと。

II 電話勧誘販売

<電話勧誘販売の定義>

電話をかけ、通話内で製品の説明をし、契約の申し込みを受けて製品を販売する取引のこと。Zoom や LINE 電話などのオンライン通話なども対象になる。

III 連鎖販売取引

<連鎖販売業の定義>

製品を購入し、それを再販することで特定利益が得られるビジネスであると説明して勧誘し、特定負担を伴う商品の販売に係る取引をすること。

そして、さらにこの取引のなかに細分化された規制があり、ニュースキン ビジネスに特に深くかかわってくるものが以下の5つの規制です。

- i 氏名等の明示
- ii 禁止行為
- iii 広告の表示（法定表示）
- iv 書面の交付
- v 契約の解除（クーリング・オフ制度）

では、それぞれの取引類型に応じた規制を具体的に見ていきましょう。

特定商取引法の説明 その1

訪問販売・電話勧誘販売の場合

第3条、第16条 事業者の氏名等の明示

事業者は、訪問販売および電話勧誘販売を行うときは、勧誘に先立って、消費者に対して、次の事項を告げなければなりません。

- ① 事業者の名称
- ② 契約の締結について勧誘をする目的である旨
- ③ 販売しようとする商品（権利、役務）の種類

MEMO

自分はニュースキンのブランドメンバーであること、ニュースキンの製品を購入してもらうための話であること、具体的にどういった製品を扱っているのかを、きちんと説明しなければなりません。

第3条の2、第17条 再勧誘の禁止

事業者が、訪問販売および電話勧誘販売をしようとするときは、

- ① お客様が当該勧誘を受ける意思があるかどうかを確認（努力規定）、
- ② そのお客様が「契約締結をしない旨の意思」を表示した場合は、その後の「当該」契約についての勧誘の継続や再来訪による勧誘はしてはならないこととなります。

MEMO

相手に、「今は忙しい」といったような、はっきりとしたお断りの意思表示がなかったとしても、相手の表情や態度などをくみとるよう心がけましょう。

第4条、第5条、第18条、第19条 書面の交付

事業者は、契約の申し込みを受けたときや契約を締結したときは、以下の事項を記載した書面を申し込み者に渡し、その申し込み者に書面の内容を十分に読ませなければならないことになっています。

- ① 販売価格（役務の対価）
- ② 代金（対価）の支払時期、方法
- ③ 商品の引渡時期（権利の移転時期、役務の提供時期）
- ④ 契約の申し込みの撤回（契約の解除）に関する事項
- ⑤ 事業者の名称、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑥ 契約の締結を担当した者の氏名
- ⑦ 契約の申し込みと締結の年月日
- ⑧ 商品名、商品の商標または製造業者名
- ⑨ 商品の型式または種類（権利、役務の種類）
- ⑩ 商品の数量
- ⑪ 商品に隠れた瑕疵がある場合の販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
- ⑫ 契約の解除に関する定めがあるときは、その内容
- ⑬ そのほか特約があるときは、その内容

MEMO

ニュースキンの製品を販売した際には、上記の事項を反映し作成しているニュースキンの「購入契約書（領収書）」を、相手に渡さなければなりません。

第6条、第21条 禁止行為

訪問販売および電話勧誘販売においては、以下の不当な行為を禁止しております。

- ① 売買契約等の締結について勧誘を行う際、または申し込みの撤回（契約の解除）を妨げるために、重要事項について事実と違うことを告げること
 - ② 売買契約等の締結について勧誘を行う際、または申し込みの撤回（契約の解除）を妨げるために、故意に事実を告げないこと
 - ③ 売買契約等の締結について勧誘を行う際、または申し込みの撤回（契約の解除）を妨げるために、威迫して困惑させること
- また、訪問販売においては、以下も禁止されています。
- ④ 勧誘目的を告げない誘引方法（いわゆるキャッチセールスやアポイントメントセールスと同様の方法）により誘引した消費者に対して、公衆の出入りしない場所で、売買契約等の締結について勧誘を行うこと

MEMO

ニュースキンの製品をすすめる際に、あまりに熱心になりすぎて、上記のようなことをしてしまう場合があるようですが、これらはすべて違法行為です。

第7条、第22条 指示等

主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第3条から第6条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、訪問販売および電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、当該違反又は当該行為の是正のための措置、購入者又は役務の提供を受ける者の利益の保護を図るための措置その他の必要な措置をとるべきことを指示することができる。

- 一 訪問販売および電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約に基づく債務又は訪問販売および電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の解除によって生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。
- 二 訪問販売および電話勧誘販売に係る売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であって、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの（特商法第6条第1項第1号から第5号、第21条第1項第1号から第5号までに掲げるものを除く）につき、故意に事実を告げないこと。
- 三 前2号に掲げるもののほか、訪問販売および電話勧誘販売に関する行為であって、訪問販売および電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

※上記に掲出されている条項は、本テキストには記載されていないものも含まれています。

MEMO

契約の解除を求められた場合、それを拒否したり、クーリング・オフに必要な事項を故意に告げないのは、違法行為となります。相手の立場になって、迷惑行為と取られないスポンサリングをするように心がけましょう。

第9条、第24条 契約の申込みの撤回または契約の解除（クーリング・オフ制度）

訪問販売および電話勧誘販売に際し、消費者が契約を申し込んだり、契約をした場合でも、前出の第4条、第5条、第18条、第19条の書面を受け取った日を起算日として8日間以内であれば、消費者は事業者に対して、書面または電磁的記録（Eメール等）により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）をすることができます。

MEMO

クーリング・オフに関しては、ニュースキンの独自の規約を適用とするため、「ニュースキンへのご案内（概要書面）」内の「ブランドメンバー規約」をご確認のうえ、それを確実に遵守するようにしてください。

第9条の2、第24条の2 通常、必要とされる分量を著しく超える商品等の契約の解除（過量販売）

訪問販売および電話勧誘販売で契約した商品等の量が、通常必要とされる量を著しく超えている場合、その契約から1年以内に限り、当該契約の解除等を申し出ることができます。

MEMO

正当な理由なく、過量に製品を販売することは不適切な行為となるため、相手の状況に応じた製品販売を行うようにしましょう。なお、本規定は、事業者の販売方法によっては、行政処分（法第7条 指示等および第8条 業務停止命令）の対象行為にも該当します。

特定商取引法の説明 その2

連鎖販売取引の場合

第33条の2 氏名等の明示

統括者（連鎖販売業を実質的に掌握している者）、勧誘者（統括者が勧誘を行わせる者）または一般連鎖販売業者（統括者または勧誘者以外の連鎖販売業を行う者）は、連鎖販売取引を行うときは、勧誘に先立って、消費者に対して、次の事項を告げなければなりません。

- ① 統括者、勧誘者または一般連鎖販売業者の氏名（名称）（勧誘者、一般連鎖販売事業者にあつては、統括者の氏名（名称）を含む）
- ② 特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘をする目的である旨
- ③ その勧誘に係る商品または役務の種類

MEMO

ニュースキンのブランドメンバーであること、ニュースキン製品の具体的な説明を行うことは「訪問販売」と同じですが、「訪問販売」が製品購入のための勧誘であるのに対し、「連鎖販売取引」では、ニュースキンビジネスを行うために勧誘しているということをはっきりと相手に伝えなくてはなりません。

第34条 禁止行為

連鎖販売取引についての契約の締結について勧誘を行う際、または取引の相手方に契約を解除させないようにするために嘘をつくことや脅かすこと等の不当な行為を禁止しております。

具体的には、

- ① 勧誘に際し、または契約の解除を妨げるために、商品の品質・性能等、特定利益、特定負担、契約解除の条件、その他の重要事項について事実を告げず、あるいは事実と違うことを告げること。
- ② 勧誘に際し、または契約の解除を妨げるために、相手方を威迫して困惑させること。
- ③ 勧誘目的を告げない誘引方法（いわゆるキャッチセールスやアポイントメントセールスと同様の方法）により誘引した消費者に対して、公衆の出入りしない場所で、特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘を行うこと。

MEMO

「ニュースキンビジネスをすれば、だれでもすぐに儲かるかのように説明する」「ブランドメンバー申請手続きをするまで話を続ける」といった行為は、上記の規制に抵触しています。大きな脚色などはせずに、事実のみを相手に伝え、相手の意向もくむようにしましょう。

第35条 連鎖販売取引についての広告

統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について広告するときは、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、その連鎖販売業に関する次の事項を表示しなければならない。

- 一 商品又は役務の種類
- 二 当該連鎖販売取引に伴う特定負担に関する事項
- 三 その連鎖販売に係る特定利益について広告するときは、その計算の方法
- 四 前3号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

MEMO

ニュースキンジャパンが指定する法定表示を明記することにより、上記の項目はすべて反映されます。ソーシャルメディア上でニュースキンビジネスの話をするときは、必ず法定表示を明記しましょう。

第36条の3・第36条の4 未承諾者への電子メール広告の提供の禁止

- ① 相手方となる消費者の承諾を得ないで電子メール広告を送信することの禁止
統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者は、以下の場合を除き、未承諾者への電子メール広告（その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売に関する広告）を送信することが禁止されました。
イ．相手方の請求に基づく場合
ロ．電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合における「メールマガジンに付随した広告」「フリーメール等に付随した広告」の場合
- ② 請求・承諾に係る記録の保存
統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者は、電子メール広告をするときは、相手方の承諾を得て、又は請求を受けたことの記録を作成し、これを3年間保存しなければなりません（但し、メールマガジンやフリーメールを利用した場合などで、電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合を除く）。

MEMO

たとえ、昔からの友人や知人であっても、ニュースキンビジネスに関する内容が記載されたEメールやメッセージを送る場合は、事前に相手の同意を得る必要があります。また、すでに相手とEメールのやり取りをしていますが、相手から送信を拒否してきた場合には、それ以降の送信はできません。さらに、電子メール広告をするときは、電子メール広告を拒否する方法が分かりやすく表示されていることが義務付けられていますので、十分注意をするようにしてください。

第37条 書面の交付

連鎖販売業を行う者は、連鎖販売取引について契約する場合には、それぞれ以下の書面を申し込みに渡し、その申し込みに書面の内容を十分に読ませなければならないことになっています。

A. 契約の締結前には、当該連鎖販売業の概要を記載した書面（概要書面）

概要書面には、以下の事項を記載することとなっています。

- ① 統括者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ② 連鎖販売業を行う者が統括者でない場合には、当該連鎖販売業を行う者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ③ 商品の種類、性能、品質に関する重要な事項（権利、役務の種類およびこれらの内容に関する重要な事項）
- ④ 商品名
- ⑤ 商品の販売価格、引渡時期および方法その他の販売条件に関する重要な事項（権利の販売条件、役務の提供条件に関する重要な事項）
- ⑥ 特定利益に関する事項
- ⑦ 特定負担の内容
- ⑧ 契約の解除の条件その他の契約に関する重要な事項
- ⑨ 割賦販売法に基づく抗弁権の接続に関する事項
- ⑩ 法第34条に規定する禁止行為に関する事項

B. 契約の締結後には、遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）

契約書面には、以下の事項を記載することとなっています。

- ① 商品の種類、性能、品質に関する重要な事項（権利、役務の種類およびこれらの内容に関する重要な事項）
- ② 商品の再販売、受託販売、販売のあっせん（同種役務の提供、役務の提供のあっせん）についての条件に関する事項
- ③ 特定負担に関する事項
- ④ 連鎖販売契約の解除に関する事項
- ⑤ 統括者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑥ 連鎖販売業を行う者が統括者でない場合には、当該連鎖販売業を行う者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑦ 契約年月日
- ⑧ 商標、商号その他特定の表示に関する事項
- ⑨ 特定利益に関する事項
- ⑩ 特定負担以外の義務についての定めがあるときは、その内容
- ⑪ 割賦販売法に基づく抗弁権の接続に関する事項
- ⑫ 法第34条に規定する禁止行為に関する事項

MEMO

ニュースキンジャパンが作成している「ニュースキンへのご案内」は、上記の必要事項を網羅しています。スポンサリングをする際は、必ず「ニュースキンへのご案内」をお渡しして、内容を相手に理解してもらってください。

第38条 指示

主務大臣は、統括者が第33条の2、第34条第1項、第3項若しくは第4項、第35条、第36条、第36条の3若しくは前条の規定に違反し若しくは次に掲げる行為をした場合又は勧誘者が第33条の2、第34条第1項、第3項若しくは第4項、第35条、第36条若しくは第36条の3の規定に違反し若しくは第2号から第4号までに掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その統括者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

- 一 その連鎖販売業に係る連鎖販売契約に基づく債務又はその解除によって生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。
- 二 その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引につき利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供してその連鎖販売業に係る連鎖販売契約（その連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあっせん又は役務の提供若しくはそのあっせんを店舗等によらないで行う個人との契約に限る。次号において同じ。）の締結について勧誘をすること。
- 三 その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売契約を締結しない旨の意思を表示している者に対し、当該連鎖販売契約の締結について迷惑を覚えさせるような仕方でも勧誘をすること。
- 四 前3号に掲げるもののほか、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売契約に関する行為であって、連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

- 2 主務大臣は、勧誘者が第33条の2、第34条第1項、第3項若しくは第4項、第35条、第36条、第36条の3若しくは前条の規定に違反し、又は前項各号に掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その勧誘者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。
- 3 主務大臣は、一般連鎖販売業者が第33条の2、第34条第2項から第4項まで、第35条、第36条、第36条の3若しくは前条の規定に違反し、又は第1項各号に掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その一般連鎖販売業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

※上記に掲出されている条項は、本テキストには記載されていないものも含んでいます。

MEMO

すぐに収入が得られ、しかも、それが確実であるかのようなスポンサリングをすることは違法行為です。最初はわずかな収入しか得られないこと、収入を得るためには努力を必要とすることなどの事実を、しっかり説明しましょう。

第40条 契約の解除（クーリング・オフ制度）

連鎖販売取引に際し、消費者が契約をした場合でも、「契約書面」を受け取った日（商品の引き渡しの方が後である場合は、その日）を起算日として20日間以内であれば、消費者は連鎖販売業を行う者に対して、書面または電磁的記録（Eメール等）により契約の解除（クーリング・オフ）をすることができます。

MEMO

契約のクーリング・オフに関しては、上記のルールと共に、「ニュースキンへのご案内（概要書面）」内の「ブランドメンバー規約」にも明記されていますので、そちらも確認して、遵守するようにしてください。

2 医薬品医療機器等法などの概要

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（医薬品医療機器等法）とは、医薬品、医薬部外品、化粧品等の品質、有効性及び安全性の確保等を目的とした薬事に関する基本の法律です。

ニュースキンビジネスと医薬品医療機器等法など

ニュースキンジャパンは化粧品、医薬部外品、栄養補助食品を取り扱っているため、ビジネスを行う場合、医薬品医療機器等法、健康増進法、景品表示法も正しく理解する必要があります。特に、医薬品医療機器等法「第66条 誇大広告等」と医薬品的な効能効果を標ぼうしない点に注意してください。この「広告等」という言葉には、宣伝活動はもちろんですが、ビジネス活動にかかわるものも含まれています。

具体的には、ニュースキン製品のパッケージから宣伝にかかわるすべて、スポンサリングする際のプレゼンテーション、特定製品に結びつく書籍・情報誌、インターネットによる広告などが規制の対象となります。また、ブランドメンバーが独自で行うセミナーなどに、ブランドメンバー以外の人に参加することも製品の広告活動であると見なされ、規制の対象となります。

このように、医薬品医療機器等法がいうところの「広告等」という言葉の中には、多くの意味が含まれています。そのため、医薬品医療機器等法を見ただけでは分かりにくい部分もあるので、ここでは、関連する法律を解釈したガイドラインなども引用してご説明します。

それでは、以下に紹介する規制をよく確認して、正しいビジネスを行ってください。

医薬品医療機器等法の説明

医薬品医療機器等法

第2条 定義

この法律で「医薬品」とは、次の各号に掲げる物をいう。

- 一 日本薬局方に収められている物
- 二 人又は動物の疾病の診断、治療又は予防に使用されることが目的とされている物であって、器具器械（歯科材料、医療用品及び衛生用品を含む。以下同じ。）でないもの（医薬部外品を除く。）
- 三 人又は動物の身体の構造又は機能に影響を及ぼすことが目的とされている物であって、器具器械でないもの（医薬部外品及び化粧品を除く。）
- 2 この法律で「医薬部外品」とは、次に掲げる物であって人体に対する作用が緩和なものをいう。
 - 一 次のイからハまでに掲げる目的のために使用される物（これらの使用目的のほか、併せて前項第二号又は第三号に規定する目的のために使用される物を除く。）であって機械器具等でないもの
 - イ 吐きけその他の不快感又は口臭若しくは体臭の防止
 - ロ あせも、ただれ等の防止
 - ハ 脱毛の防止、育毛又は除毛

- 二 人又は動物の保健のためにするねずみ、はえ、蚊、のみその他これらに類する生物の防除の目的のために使用される物（この使用目的のほかに、併せて前項第二号又は第三号に規定する目的のために使用される物を除く。）であって機械器具等でないもの
- 三 前項第二号又は第三号に規定する目的のために使用される物（前二号に掲げる物を除く。）のうち、厚生労働大臣が指定するもの
- 3 この法律で「化粧品」とは、人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう。ただし、これらの使用目的のほかに、二又は三に規定する用途に使用されることも併せて目的とされている物及び医薬部外品を除く。

第 66 条 誇大広告等

何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療用具の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。

- 2 医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療用具の効能、効果又は性能について、医師その他の者がこれを保証したものと誤解されるおそれがある記事を広告し、記述し、又は流布することは、前項に該当するものとする。

MEMO

医薬品や化粧品は、医薬品医療機器等法の第2条で定義されています。つまり、医薬品ではない栄養補助食品を、あたかも医薬品的な目的をもつかのように説明して販売すると、「無承認無許可医薬品」と見なされ、第 68 条「承認前の医薬品等の広告の禁止」に抵触します。この法律は、栄養補助食品やパーソナルケア製品を扱う際の基本的なルールです。上記の内容をしっかりと頭に入れて、今後のスポンサリングに役立ててください。

●医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止

食品の表示や広告物などを作成する際には、まず医薬品的な効能効果、用法用量の標ぼうや含有成分（原材料）の標ぼうの仕方について注意しなければならない。

疾病の治療又は予防を目的とする効能効果の表現

(不適例)

- ・糖尿病、高血圧、動脈硬化の人に
- ・生活習慣病予防
- ・アレルギー症状を緩和する
- ・ウイルスの予防に
- ・認知症予防 等

身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効能効果の表現

(不適例)

- ・疲労回復
- ・体力増強
- ・食欲増進
- ・新陳代謝を盛んにする
- ・老化防止
- ・アンチエイジング
- ・免疫力を高める
- ・脂肪燃焼を促進! 等

疾病リスクの低減に資する旨（医学的、栄養学的に広く確立されているもの）

(不適例)

- ・本品はおなかの調子を整えます
- ・この製品は血圧が高めの方に適する
- ・体脂肪を減らすのを助ける 等

人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つことに資する効果

(不適例)

- ・美肌、美白効果が得られます
- ・皮膚にうるおいを与えます
- ・美しい理想の体形に 等

MEMO

上記のような表現は、医薬品と誤認される可能性があるため、使用することができません。よく聞かれる言葉のように思われるかもしれませんが、これらの表現を使わずに製品説明をするように心がけましょう。

医薬品の範囲に関する基準の説明

医薬品等適正広告基準

●化粧品の効能の範囲（パーソナルケア製品に関する表現）

(1) 頭皮、毛髪を清浄にする。	(30) 肌にはりを与える。
(2) 香りにより毛髪、頭皮の不快臭を抑える。	(31) 肌にツヤを与える。
(3) 頭皮、毛髪をすこやかに保つ。	(32) 肌を滑らかにする。
(4) 毛髪にはり、こしを与える。	(33) ひげを剃りやすくする。
(5) 頭皮、毛髪にうるおいを与える。	(34) ひげそり後の肌を整える。
(6) 頭皮、毛髪のうるおいを保つ。	(35) あせもを防ぐ（打粉）。
(7) 毛髪をしなやかにする。	(36) 日やけを防ぐ。
(8) クシどおりをよくする。	(37) 日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。
(9) 毛髪をつやを保つ。	(38) 芳香を与える。
(10) 毛髪につやを与える。	(39) 爪を保護する。
(11) フケ、カコミがとれる。	(40) 爪をすこやかに保つ。
(12) フケ、カコミを抑える。	(41) 爪にうるおいを与える。
(13) 毛髪の水分、油分を補い保つ。	(42) 口唇の荒れを防ぐ。
(14) 裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。	(43) 口唇のキメを整える。
(15) 髪型を整え、保持する。	(44) 口唇にうるおいを与える。
(16) 毛髪の帯電を防止する。	(45) 口唇をすこやかにする。
(17) (汚れをおとすことにより) 皮膚を清浄にする。	(46) 口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。
(18) (洗浄により) ニキビ、アセモを防ぐ（洗顔料）。	(47) 口唇の乾燥によるカサツキを防ぐ。
(19) 肌を整える。	(48) 口唇を滑らかにする。
(20) 肌のキメを整える。	(49) ムシ歯を防ぐ（※）。
(21) 皮膚をすこやかに保つ。	(50) 歯を白くする（※）。
(22) 肌荒れを防ぐ。	(51) 歯垢を除去する（※）。
(23) 肌をひきしめる。	(52) 口中を浄化する（歯みがき類）。
(24) 皮膚にうるおいを与える。	(53) 口臭を防ぐ（歯みがき類）。
(25) 皮膚の水分、油分を補い保つ。	(54) 歯のやにを取る（※）。
(26) 皮膚の柔軟性を保つ。	(55) 歯石の沈着を防ぐ（※）。
(27) 皮膚を保護する。	(56) 乾燥による小ジワを目立たなくする。
(28) 皮膚の乾燥を防ぐ。	(※) 使用時にブラッシングを行う歯みがき類
(29) 肌を柔らかげる。	

注1：例えば、「補い保つ」は「補う」あるいは「保つ」との効能でも可とする。

注2：「皮膚」と「肌」の使い分けは可とする。

注3：（ ）内は、効能には含めないが、使用形態から考慮して、限定するものである。

注4：(56)は、効能評価試験済みの製品に限る。

MEMO

パーソナルケア製品に対して、上記の表に記載されている表現は使用できますが、それ以外の表現を使用することは禁止されています。使用してよい表現というものをしっかりと確認して、スポンサリングなどを行うようにしてください。

●効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止

医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具（以下、医薬品等）の効能効果等又は安全性について、具体的な効能効果等又は安全性を摘示して、それが確実であることを保証するような表現はしないものとする。

MEMO

「これを使えば、たるみがなくなる」などといった、必ずそうなることを保証するような具体的な効能効果を列挙する表現や、「自然由来の成分なので安全です」といった、だれが使用しても安全であるかのように受け取れる表現は禁止されています。また、「使用前・使用後」のような方法も、「私もそうなる」といった誤解を与える可能性があるため禁止されています。

●効能効果等又は安全性についての最大級の表現又はこれに類する表現の禁止

医薬品等の効能効果等又は安全性について、最大級の表現又はこれに類する表現はしないものとする。

MEMO

「最高にうるおう」といった、ニュースキンの製品が一番優れているかのような、最大級の表現をすることは禁止されています。

●他社の製品のひぼう広告の制限

医薬品等の品質、効能効果等、安全性その他について、他社の製品をひぼうするような広告を行わないものとする。

MEMO

ニュースキンの製品を、他社の製品と比較するような広告は禁止されています。たとえ、それが事実であっても、誹謗（ひぼう）していると見なされてしまいます。

●医薬関係者等の推せん

医薬関係者、理容師、美容師、病院、診療所その他医薬品等の効能効果等に関し、世人の認識に相当の影響を与える公務所、学校又は団体が指定し、公認し、推せんし、指導し、又は選用している等の広告は行わないものとする。ただし、公衆衛生の維持増進のため公務所又はこれに準ずるものが指定等をしている事実を広告することが必要な場合等特別の場合はこの限りでない。

MEMO

医薬関係者等が、ニュースキンの製品に関して「私はこの製品を推薦します」というような表現をしたり、推薦文を広告に引用することは禁止されています。

※「医薬品等適正広告基準」とは、医薬品医療機器等法第66条第1項の解釈や広告の適正をはかるために遵守すべき事項を内容とした、厚生労働省が示した基準のこと。

健康増進法の説明 その1

健康増進法

第31条 誇大表示の禁止

何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果その他厚生労働省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。

MEMO

ファーマネックス製品を紹介する際、「〇〇に一番効果的な製品」などと話してしまうことがあるかもしれませんが、それは事実に反するため、上記の健康増進法に抵触します。どのような状況であっても、相手を誤認させるということは禁止されているので、気を付けましょう。

健康増進法の説明 その2

ガイドライン留意事項

●事実に相違すること又は誤認させることが明らかであると判断できる表示

以下に例示するように、表示内容のみで、明らかに事実と相違する又は人を誤認させると判断できるものについては、速やかに広告その他の取下げ、内容の修正等の必要な指導を行われると共に、指導の結果等を当該都道府県等の区域を管轄する地方厚生局宛てに報告していただくようお願いする。

[表示例]

医者に行かずともガンが治る!

[考え方]

通常、ガンのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。

MEMO

ガンのような重篤な疾病はもちろんのこと、糖尿病や高脂血症、心臓病、肝炎など、医師による診断や治療が必要な病気に対して、ニュースキンの製品を摂ることで、それが治癒するかのような説明は禁止されています。ニュースキン製品は薬ではなく食品であることを念頭において、説明してください。

※「ガイドライン留意事項」とは、正式には「食品として販売に供する物に関する健康増進効果等に関する虚偽誇大広告の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）」に係る留意事項」といい、健康増進法第31条等の規定に基づいて、厚生労働省が出した通達のこと。

景品表示法の説明

不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

第4条 不当な表示の禁止

事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号に掲げる表示をしてはならない。

- 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実に相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示

MEMO

ニュースキンジャパンでは、チラシなどの宣伝物をブランドメンバーが独自で作成することを認めていません。また、人に伝えるときにも、「世界一」や「最高」といった、ほかのものよりも優れているような表示をすることは法律（健康増進法および、不当景品類及び不当表示防止法）により禁じられています。もちろん、医薬品医療機器等法など、ほかの法令で禁止されている表現も使用できません。

3 個人情報保護法に関する概要

高度情報通信社会の進展に伴い、個人情報の利用が著しく拡大しています。個人情報はビジネスにとって非常に有益なものです。取り扱い方を間違えると個人の権利やプライバシーを侵害しかねません。そこで、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的として、個人情報保護に関する法律（個人情報保護法）が制定されました。

なお、以下、この法律でいう「本人」とは、個人情報によって識別される特定の個人のことをさします。つまりニュースキンビジネスでは、個人情報を提供してくれたグループのメンバーや顧客のことになります。

個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）

第2条 個人情報の定義

個人情報とは、生存する個人の情報で、氏名、生年月日、その他の記述により特定の個人を識別できる情報のことをいいます。また、他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができるものを含みます。

MEMO

あなたが取得したグループのメンバーや顧客の氏名や住所、電話番号、生年月日、Eメールアドレスなどはすべて個人情報にあたります。

第15条 利用目的の特定

個人情報を取得するときは、何に使うか目的を特定しなければなりません。

第16条 利用目的による制限

取得した個人情報は特定した利用目的の範囲内で利用する必要があります。

MEMO

ニュースキンビジネスの場合、個人情報を利用する目的は、製品の販売、製品やビジネスに関する情報の提供、グループ購入実績の管理、適正なビジネス遂行上必要なグループからの相談対応等になります。利用目的を超えて個人情報を利用するときは、本人の同意を得なくてはなりません。

第17条 適正な取得

個人情報を取得するときは、偽りその他の不正な手段で取得してはいけません。また、病歴や犯罪歴などの「要配慮個人情報」は、本人の同意を得ないで取得することはできません。

第18条 利用目的の通知・公表

個人情報の取得にあたっては、何に使うか利用目的をしっかりと個人情報を提供してくれる本人に伝えましょう。ただし、個人情報を取得する状況において利用目的が明らか場合には、逐一本人に伝える必要はありません。

第20条 安全管理措置

取得した個人情報は、漏洩、滅失またはき損の防止などを講じ、安全に管理しなくてはなりません。

MEMO

取得した個人情報が書かれている手帳やメモ、またパソコンやスマートフォンを安易に開いたままにしたり、紛失したりすることがないように厳重に管理しましょう。また、新しくご登録いただく方がオンラインから登録する際には、Eメール アドレスに間違いがないか、しっかりとサポートしましょう。仮にEメール アドレスを打ち間違えてしまい、そのアドレスが実在していた場合、第三者にすべての個人情報が漏洩してしまいます。

第23条 第三者提供の制限

個人情報を他人（本人以外の第三者）に渡す場合は、本人の同意を得る必要があります。ただし、以下の場合は同意を得る必要はありません。

- イ) 法令に基づく場合（例：警察からの照会）
- ロ) 人命に関わる場合で本人から同意を得るのが困難な場合（例：災害時）
- ハ) 業務を委託する場合

MEMO

自分の情報を他人に渡すときは、個人情報が悪用されないか、勝手に他人に渡されていないか、世間に漏洩されないかなど心配になるものです。個人情報を正しくビジネスに活用できるようにするためにも、本人に個人情報の利用目的を伝え、適正に取得し、きちんと管理しましょう。

第28条 開示

本人からの「個人情報の開示請求」には応じるようにしましょう。

MEMO

本人から個人情報の訂正や削除の依頼があった場合にも、対応しましょう。また、利用目的を問われた際には、きちんと回答しましょう。

<引用一覧>

経済産業省ホームページ「特定商取引法とは」

東京都福祉保険局／東京都生活文化局「健康食品取り扱いマニュアル」 薬事日報社刊

個人情報保護委員会ホームページ「中小企業サポートページ」

ブランドメンバー資格申請テストは、正しい活動によってビジネスを成長させていただけよう、ブランドメンバー登録するすべての方に受講していただいているものです。「ニュースキンへのご案内(概要書面)」「コンプライアンスブック」を読み、内容を理解したうえで解答してください。

※左のキトリ線で切り取ってご使用ください。

※オンライン申請の場合は、申請画面に表示されるブランドメンバー資格申請テストを受講してください。

■ 提出方法

「ブランドメンバー申請書」「本人確認書類」と共に、返信用封筒に入れて、当社へ送付してください。

※別途、ブランドメンバースタートアップフィー(税込4,500円)の支払いが必要です。

■ 問い合わせ先

ニュースキンジャパン株式会社 メンバー専用窓口(5番 ビジネス)
月～土 10:00～18:30(日・祝休)

☎ 0120-200-449(固定電話専用)

TEL 03-4540-7121

チャットサポート:公式Webサイト

(www.nuskin.com)内「チャットサポート」ページ

チャットサポート▶



キ
リ
ト
リ
線

解答用紙は裏面へ

問題をよく読み、正しいと思うものには「○」、間違っていると思うものには「×」を、右枠の解答欄に記入してください。

問題	解答欄
1 ニュースキン製品を小売り販売する際は、相手と親しい間柄であっても「購入契約書(領収書)」を書いて渡している。	
2 「これを使用したら、シワがなくなった」という体験談を交えながらルミスパ iOをおすすめした。	
3 製品を使い始めた方に「肌が赤くなった」と相談されたが、「使い続ければ症状は治まるから」と説明し、そのまま使用を継続してもらった。	
4 ニュースキンを紹介した友人から「今は関心がない」と言われた場合には、「興味がわいたら、いつでも声をかけてね」と伝えている。	
5 直接会って話さないとニュースキンのよさは伝わらないと思ひ、自分がブランドメンバーであることや、一緒にビジネスがしたいことを、事前に相手に伝えていない。	
6 ニュースキンビジネスに興味をもってもらえるよう、「だれでも簡単に成功できる」「すぐに儲かる」と伝えている。	
7 「ニュースキンへのご案内(概要書面)」の内容は、登録後に必ず渡して相手にしっかりと学んでもらう。	
8 小売りのあてがない相手に、日常生活で使いきれない数の製品注文をすすめてはいけない。	
9 ブランドメンバー登録は、登録者本人の意思が確認できれば、他の人が代わりに手続きをしても問題ない。	
10 ブランドメンバー契約後には、契約を継続するかどうか検討できるよう、20日間のクーリング・オフ期間が設けられている。	

キリトリ線

氏名	
会員番号 (JA番号)の有無	ショッピングメンバーの会員番号がある場合は、必ず記入してください。 <input type="checkbox"/> 会員番号なし <input type="checkbox"/> 会員番号あり 会員番号 <u>JA</u>