

公開

公開日時： 2024-03-01



11:00:00



## 薬機法について企業やフリーランスが知っておくべきことは？

← → Paragraph B I @ 📷 📄 🗨️ 📌 📎



最近、薬機法などの規制が強化されています。わかさ生活でもコンプライアンスの重要性を感じています。

そこで今回は薬機法広告の専門家、好かれて売れる薬機法ライターならLife-lighterの橋本さんに企業やフリーランスが知っておくべきことについてお話を伺いました。

**WAKASAPort担当者：**橋本さんよろしくお願いいたします。

**橋本さん：**よろしくお願いいたします。

**橋：**まず企業もフリーランスの方もおさえておかなければならないのが、規制対象ですね。薬機法の規制対象は広告3要件「誘引性＝宣伝の意図があるか」「明示性＝商品名が明示されているか」「一般性＝一般人が容易に認知できるか」を満たすもののみです。

**W：**なるほど。逆に言えば広告3要件を満たさない場合、薬機法の対象にはならないということですか。

**橋：**おっしゃる通りです。

実質的に広告の3要件を満たしていれば、規制対象になります。

たとえば「広告ではありません」などと表示して規制を逃れようとしているケースを見かけますが広告3要件を満たしていれば意味がないんです。

**W**：なるほど。表向き広告3要件を満たしているかではなく実質的に判断されるんですね。具体的な事例などを教えていただけますか？

**橋**：たとえば個人が趣味で書いているブログ記事で「〇〇サプリメントを飲んだら痩せた」と書いても薬機法上、問題ありません。商品名を載せ、ネットに公開しているので明示性と一般性は認められますが、宣伝する意図がなく誘引性が認められないからです。

しかし、同じ個人ブログでもアフィリエイトをしている場合、話が変わってきます。

アフィリエイトをしている場合、商品を宣伝する意図（＝誘引性）があるとみなされ広告3要件を満たします。実際、2021年の3月17日にwebサイトで健康食品について「更年期障害、糖尿病に効く」などと表現したアフィリエイトの男性が薬機法違反で書類送検されています。

企業のHPでも同じ考え方です。

**W**：なるほど。

**橋**：ただこの3要件は今後変わっていく可能性があります。

現状、効果効能と商品はセットで表示しないと、基本的には薬事法違反にはなりません。

しかし近年、法の穴をつく手法が出てきているんです。

たとえばサプリメント市場でよく見られるのがサンプル購入者に、後日DMで成分の情報を提供するケースです。商品名の記載がないため広告3要件を満たさず、規制対象にはなりませんが、なかには「膝の痛みに効く」などと書かれていることも。

ほかにも新聞で、ある成分の効能の解説記事を掲載し、数日後にその成分を配合した商品の情報を掲載するといった手法もあります。こちらも効能と商品がセットで表示されていないので規制できません。

**W**：こんな感じで今の広告3要件には抜け穴があるんですね。

**橋**：またSNSを使っている企業は、今後運用の仕方に配慮が必要です。

2022年にジャーナリストの誹謗中傷裁判で「いいね」が肯定的な意思表示になるとの判決が出ました。

この判決によって、次のようなことが起こり得ます。

たとえばA社の商品の感想を、一般人の太郎君がSNSに投稿したとします。

この時点では太郎君の投稿はA社の広告とみなされることはありません。

A社による宣伝の意図＝誘引性は認められないからです。

しかしA社が太郎君の投稿に対して「いいね」などのリアクションをすれば、それは肯定的な意思表示をしたものと判断されます。つまりA社による宣伝の意図＝誘引性が認められ太郎君の投稿は、A社の広告とみなされます。

太郎君の投稿に違反表現があった場合、A社が違反したことになるわけです。

**W**：企業で運営するSNSでもお客様の混乱を招かないようなアクション・注意が必要ということですね。実際の例で紹介いただくとわかりやすいです。ありがとうございます。

**W**：橋本さんは薬機法広告の専門家として活躍しておられますが、どんなところにやりがいを感じてお仕事をされていますか？こだわりなどもあれば教えてください。

**橋**：色んな案件に携われることですかね。薬機法ができる記事案件だけでなく、広告や動画原稿制作などの案件も入ってきます。

また、私は常に「お客様の気持ちに配慮した表現」を意識しています。

たとえば、お客様の悩みにつけこんで、不安を煽って買わせるような広告もありますよね。

例

「太っている人は恋愛対象外」

「薄毛の人は生理的に受け付けない」

こうした“コンプレックス広告”は今は逆効果。お客さんを不快にするだけです。ブランドの印象も悪くなりますし、なにより気分が悪いですよ。

お客さんに好かれる、気持ちよく買ってもらえる表現が大事なのです。

**W**：なるほど。本日はわかりやすく教えていただきありがとうございました。最後にフリーランスの方に向けて一言、お願いします。

美容健康ジャンルの案件には薬機法だけでなく、景品表示法などの知識も必要になってきます。市場が拡大している機能性表示食品や整体などのルールもおさえおかなければなりません。

この辺りの規制は割と頻繁に変わっていきますから、常にアンテナを張り知識をアップデートしていくことが重要です。

W：企業だけでなくフリーランスも、薬機法への配慮が必要であることがよくわかりました。本日はありがとうございました！

◆好かれて売れる薬機法ライターならLife-lighter 橋本 駿



専業薬機法ライターとして、法人案件を中心にライティングや広告制作、セミナーなどをおこなう。2022年からは薬機法ライターの育成事業も展開。消費者庁に公的文書の誤りを指摘・改善させた実績があり、消費者庁後援、公正取引協議会主催の資格試験「景品表示法務検定」のアドバンスクラスも所有。昨今の法規制や媒体審査の厳格化、消費者意識の変化などから「法を守るだけじゃない、好かれて売れる訴求」の必要性を感じている。

◆主要な実績・資格

- ・消費者庁に公的文書の誤りを指摘・改善させる
- ・景品表示法務検定（アドバンスクラス）
- ・食品の適正表示推進者（東京都福祉保健局主催）
- ・その他民間の薬機法関連資格

© WAKASA SEIKATSU Corporation