

コンプライアンス ブック

教育用 資料
2009年12月版



NU SKIN[®]
THE DIFFERENCE. DEMONSTRATED.™

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、ディストリビューターが正しい活動をとおして
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。

ニュー スキン ジャパン 株式会社

〒163-1323 東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー23階 www.nuskin.co.jp

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. Printed in Japan

ニュー スキンは、「社会における信頼性の向上」を目的とし、正しいビジネス活動のためのトレーニングを実施しています。

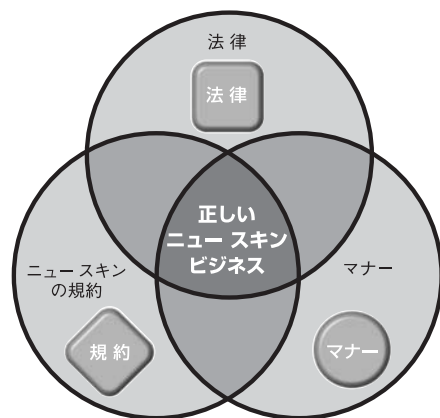
コンプライアンス プログラム

ニュー スキン ジャパンでは、「ニュー スキンの社会における信頼性を向上させることで、ディストリビューターのビジネスをより良くサポートする」ことを目的とした、トレーニングプログラム「コンプライアンス プログラム」を実施しています。このプログラムでは、本テキストなどを使用し、正しいビジネス活動をするための、コンプライアンス（法令遵守）に関する正確な知識を身につけていただきます。

ぜひ、正確な知識を習得し、今後のビジネス活動に反映してください。

では、具体的な正しい行動とは、どのようなものなのでしょうか？

ニュー スキン ビジネスを行ううえで守らなければならないことは、以下の3つに分類されます。



意識したいのは、3つが重なった「正しいニュー スキン ビジネス」の部分です。常にこの図を思い浮かべるようにして、ビジネスを行うようにしましょう。

ニュー スキン ビジネスを始めるには、「コンプライアンス テスト」合格が必須です。

ニュー スキン ビジネスを始めるには、本テキストで学習したあと、「コンプライアンス テスト」を受け、それに合格することが必須条件です。

※「コンプライアンス テスト」の解答方法は、裏表紙をご覧ください。

CONTENTS

ニュー スキン ビジネスを円滑に、より良く行うために 4

スポンサリングについて

1	その人はディストリビューター登録できる人ですか？	5
2	ニュー スキンのディストリビューターであることを伝えてありますか？	6
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？	7
4	『ニュー スキンへのご案内』を使って説明していますか？	8
5	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？	9
6	製品の効能や効果について、誇大な説明をしていませんか？	10
7	「今は製品を買う余裕がない…」と言われているのに執拗にすすめていませんか？	11
8	売れなかった製品はインターネットで販売できると説明していませんか？	12
9	「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？	13
10	パーソナルケア製品(ファーマネックス製品の「ディープ リリーフ」含む)の説明は、薬事法で定められた範囲で表現していますか？	14
11	必ず効果が表れるかのように話していませんか？	15
👉	ちょっと一息	16
12	病気の診断、治療、予防を示す表現をしていませんか？	17
13	病気の方に、間違った説明で製品をすすめていませんか？	18
14	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？	19
15	最上級の表現を使用していませんか？	20
16	ビジネス活動において送信するEメールについて	21
17	個人情報について	21

法律について

1	特定商取引に関する法律の概要	22
	特定商取引法の説明 その1 訪問販売の場合	23
	特定商取引法の説明 その2 連鎖販売取引の場合	25
2	薬事法などの概要	29
	薬事法の説明 その1 薬事法	30
	薬事法の説明 その2 薬事法の施行について	32
	薬事法の説明 その3 医薬品等適正広告基準	33
	健康増進法の説明 その1 健康増進法	34
	健康増進法の説明 その2 ガイドライン留意事項	34
	景品表示法の説明 その1 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）	35

「コンプライアンス テスト」の解答方法

	「コンプライアンス テスト」の解答方法	36
	コンプライアンス テスト	38
	コンプライアンス テスト 解答欄	39

ニュー スキン ビジネスを円滑に、 より良く行うために

初めてニュー スキンの話を聞く人は、ディストリビューター1人ひとりの行動を注意深く見えています。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 スキン製品の良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 スキンに対して良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。

ディストリビューターは、ニュー スキンを躍進させる人です。良いイメージも、悪いイメージもディストリビューターの行動ひとつで決まります。1人ひとりが正しい行動をすることで、ニュー スキンの素晴らしさを伝えていきましょう。

スポンサリングについて

1

その人はディストリビューター登録できる人ですか？

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。



POINT

日本でディストリビューター登録ができるのは、20歳以上であることが条件です。あと1ヵ月で20歳であれば、あと1ヵ月待ってからニュー スキンの話をしましょう。また、20歳を過ぎていても、学生はディストリビューターになることができず、卒業後6ヵ月以上経過しなければ、登録することができません。このような登録要件をきちんと確認をしたうえで、正しくスポンサリングしましょう。

- ディストリビューター規約：セクション3「ディストリビューターになるための要件」
詳しくは「ニュー スキンへのご案内」をご確認ください

日本でディストリビュータ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、成人に達していても学生はディストリビュータ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、公務員もディストリビューター登録できません。

2

ニュー スキンのディストリビュータ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 スキンのディストリビュータ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 スキンのディストリビューターであることを伝え損ねてしまう人がいるようです。しかし、一緒に食事をすることを楽しみにして来た人が、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。

■ 特定商取引法：連鎖販売取引「氏名等の明示」 詳しくはP25参照

ニュー スキンのディストリビューターであること、ニュー スキン ビジネスに勧誘したい旨の話をする
こと、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

24時間営業だから大丈夫。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るようです。「お店に長時間居座る」「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。しかも、長時間にわたって勧誘を続けたり、早朝・深夜など不適切な時間帯に会うことは、法律にも触れる行為と見なされています（目安として、夜9時以降に会うことは避けましょう）。自分本位にならず、相手や周りへの気配りを忘れないようにしましょう。

■ 特定商取引法：訪問販売「指示」 詳しくはP24参照
連鎖販売取引「指示」 詳しくはP26参照

正当な理由もなく早朝・深夜に勧誘活動をしたり、大きな声を出し威圧的な態度で相手に接するなど、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。

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。



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。

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。

■ 特定商取引法：連鎖販売取引「書面の交付」 詳しくはP28参照

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。

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 コンペンセーション 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P26参照

■ ディストリビューター規約：セクション4「ディストリビューターの責任」
セクション5「セールス コンペンセーション プラン」
詳しくは「ニュー スキンへのご案内」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、ディストリビューター規約で、ディストリビューターは、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。

「ライフバック」を飲んで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。

POINT

ファーマネックス製品は、薬事法第2条が定めるところの医薬品ではなく、栄養補助食品になります。栄養補助食品は、不足しがちな栄養を補うための「食品」ですから、同法第66条により、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）は使えません。製品の説明をする際は、これらのことを踏まえて、P29の薬事法の説明をよく読んでから行うようにしましょう。

正しい
おすすめの方

「ライフバック」で、不足しがちな栄養成分をバランス良く補給できます。

- ガイドライン留意事項：事実と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P34参照

ガンのような重篤な病気の人に対し、あたかも病院の治療を受けなくてもいいかのような誤認を与えることは、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（本テキストP26参照）にも関連し、「商品の不実告知」という違法行為となります。

※「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して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等の適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）に係る留意事項について」といい、健康増進法第32条3等の規定に基づいて、厚生労働省が出した通達のこと。

※ 栄養補助食品に関してのケーススタディはP18からを参照。

お金を借りてでも買ったほうが得だよ。



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。

POINT

ニュー スキン ビジネスは、自己資本の範囲で堅実に行うべきビジネスです。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、ディストリビューター規約で禁じられていますが、ディストリビューター自身が借金をすることもおすすめしていません。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。

- ディストリビューター規約：セクション34「ディストリビューターの遵守すべきガイドライン」
詳しくは「ニュー スキンへのご案内」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。

在庫になったらインターネットで販売すればいいよ。



ちょっと待って！
正しいビジネスを行うためには

ダウンラインの個人消費量や、
予定販売量を確認して、過剰購入にならないようにアドバイス
してあげましょう。

POINT

在庫をもたないように説明していても、ダウンライン自身が安易な気持ちから「一度にまとめて買うと面倒がはぶける」と、大量に製品を購入してしまう場合があります。万が一、在庫になった場合は、ニュー スキン ジャパンの返品制度を利用するように説明してあげましょう。ディストリビューターが、「返品するとグループの人に申し訳ない」「会社に売れなかったことがわかってしまう」という思いから、ネットオークションやディスカウント ショップなどで販売してしまうと、ディストリビューター規約違反になります。ニュー スキン ビジネスは、皆が正しい行動をすることで発展するビジネスです。ダウンラインのサポートもしっかり行うようにしましょう。

- ディストリビューター規約：セクション10「製品およびセールスエイドの注文」
セクション22「小売店等の販売場所における販売ポリシー」
詳しくは「ニュー スキンへのご案内」をご確認ください

ディストリビューターは、適切な量の在庫を超える注文を行うことを、規約によって禁じられており、毎月の購入額の少なくとも80%を自ら消費するか、顧客に販売済みであることを証明する必要があります。また、ドラッグストア、スーパー、バザー等において、製品を販売してはならないことも明記されています。

サインしてくれるまで帰さないから。



ちょっと待って！
正しいビジネスを行うためには

帰りがっている相手を無理に
引き止めず、もう一度、聞いて
もらえる機会を伺いましょう。

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、つい強硬な態度で臨んで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、無理に引き留めることは法律で禁止されています。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：連鎖販売取引「禁止行為」、「指示」 詳しくはP26参照

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てはいけませんと法律に定められています。

※ 2009年12月に特商法の改正が行われ、訪問販売取引の「再勧誘の禁止」が追加されました。これにより、一度断った人を、期間を置かず再度勧誘することが禁止されます（冷却期間の詳細などは、追って通達などで示される予定）。現段階でも、消費生活条例として、この法律の導入が、全国の都道府県で進んでいます。スポンサリングの際は、ニュースキンの話を聞いてもらえるか、必ず確かめましょう。

製品の説明をする際も法律を意識して正しく伝えましょう。

製品の説明をする際にも、法律が関係してきます。ここからは説明時の表現に関する法律を紹介しますので、ついうっかり言ってしまっていないか、確認してください。それでは、最初にパーソナルケア製品のスポンサリングのケーススタディをご紹介します。

10

パーソナルケア製品（ファーマネックス製品の「ディープリリーフ」含む）の説明は、薬事法で定められた範囲で表現していますか？

法律

「フェイス リフト パック」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るようにしましょう。

POINT

パーソナルケア製品（ファーマネックス製品の「ディープリリーフ」含む）の説明は、薬事法で定められた「化粧品の効能効果の範囲」以外の表現を使用することはできません。ニュー スキン製品の良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、言いたくなることもあるかもしれませんが、P32の「化粧品の効能効果の範囲」をよく確認して、その範囲内の表現にとどめるようにしましょう。また、「シワとりの決定版」といった最大級の表現は、相手が、最も効果の表れる製品であると受け取ってしまう可能性があるため使用しないようにしましょう。

正しい
すすめ方の例

「フェイス リフト パック」は、キメを整え、肌にみずみずしいハリを与えます。

- 薬事法の施行について：化粧品の効能効果の範囲 詳しくはP32参照
- 医薬品等適正広告基準：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P33参照

化粧品の説明をする際に、人に話すことができる効能効果は決まっています。それ以外の表現を使用することはできません。さらに、「決定版」などの最大級の表現も禁止されています。

※「薬事法の施行について」とは、医薬品、医薬部外品、化粧品等の効能効果の範囲を定めた、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、薬事法第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。

11

必ず効果が表れるかのように話していませんか？

法律

「トゥルー フェイス エッセンス プラス」なら、1週間で肌のたるみが解消するわよ。



ちょっと待って！
正しいビジネスを行うためには
だれにでもすぐに効果が表れるかのような表現は避け、自分の使用感（詳しくはP33参照）であることを明確にしましょう。

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、誤解を招く話をしてはいけません。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るようにしましょう。

正しい
すすめ方の例

「トゥルー フェイス エッセンス プラス」は、肌に潤いとハリを与える美容液です。

- 医薬品等適正広告基準：効能効果等又は安全性を保證する表現の禁止 詳しくはP33参照

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。



ちょっと一息

ここまでいろいろなケーススタディを見てきましたが、皆さんは正しくスポンサリングできていたでしょうか。次のページからは、ファーマネックスの製品についてのケーススタディが始まりますが、その前に、ここでは、栄養補助食品と薬事法がどのようにかわるのかを確認しておきましょう。

栄養補助食品（健康食品）と薬事法

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。

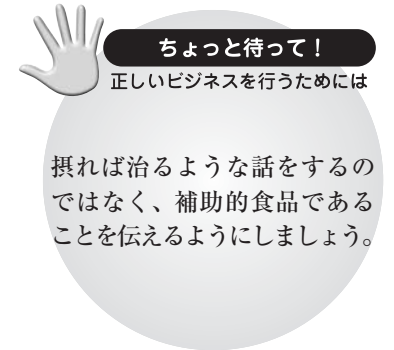
例えば、栄養補助食品は、1日目安量は記載されているものの、用法用量（飲む期間、間隔、量など）を特定することはできません。また、医薬品を連想させる「服用」という言葉を使うこともできず、「食べる」「摂取する」「摂る」といった言葉を使わなければなりません。もちろん、しばしば漢方で使われる「好転反応」「めんけん反応」が、食品によって引き起こされることもないため、「一時的に体調が悪くなくても、飲み続ければ良くなる」といったすすめ方は、法律に抵触することになります。もし、ファーマネックス製品を摂取したことによって、使用者の体調に変化が表れたら、「すぐに摂取を中止すること」と「医師に相談すること」をおすすめ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

では、食品だからといって、「食べ物をもつ働き」として伝えればいいのかというと、ここでも問題が生じてきます。栄養補助食品と通常の食品とは、同じ表現を使って説明したとしても、受け取る側の印象が違うからです。

緑茶に含まれるカテキンの成分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。そしてカテキンを含む緑茶について、これらの効果を説明しても緑茶が医薬品と誤解されることはありません。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」として薬事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。

このように栄養補助食品には、多くの制限が課せられています。では、これらの厳しい法律に抵触せずに、どのようにスポンサリングすればいいのかということですが、それは次のページから紹介していますので、それらをよく確認し、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。

「コレステイン」を飲むと、コレステロール値が下がるよ。



POINT

特定の病気に対して「効く」「治る」「予防する」「〇〇病の方に良い」という表現を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、気をつけるようにしましょう。

正しい すすめ方の例

「コレステイン」は、脂肪分の多い食事を好まれる方におすすめします。

■ 薬事法：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P31参照

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ようと、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。

「オーバードライブ」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

病気の際に効果があるような表現はせず、不足しがちな栄養成分が補給できるということを伝えましょう。

※病気の方には、ファーマネックス製品を摂取する前に、必ず医師に相談するようお願いしましょう。

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、薬事法では禁止されています。

正しい
すすめ方の例

「オーバードライブ」は、運動時に失われる栄養成分を補給します。

■ 薬事法：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P31参照

「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、薬事法に抵触します。

「シーズナル ケア」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。良い製品であること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。つい言ってしまいそうな言葉なので、気をつけるようにしましょう。

正しい
すすめ方の例

「シーズナル ケア」は、季節の変わり目の健康維持に役立ちます。

■ 薬事法：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P31参照

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。

パーソナルウェブサイトには、 ファーマネックスの製品は最高だって書いておこう！



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
良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、上記のようにウェブサイトをはじめ、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。

■ 健康増進法：誇大表示の禁止 詳しくはP34参照

■ 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P35参照

食品として販売する物の、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いと、法律で定められています。

2008年12月1日より、特定商取引法の改正に伴い、特定電子メールに関する「オプトイン規制（事前に承諾を得てない広告メールを送信することを禁止する規制）」が導入されました。このオプトイン規制では、「ディストリビューターが、ビジネス活動において送信するEメール」（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

あらかじめ書面で、「広告メールの受信を承諾するか否か」を確認してください。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

※ディストリビューター登録をしてい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) PLAZA内のV&Gに表示されているダウンラインの方、パーソナル ウェブサイトから製品を購入された方 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「相手がディストリビューター契約を解除した場合」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。

相手がディストリビューターもしくはプリファード カスタマーで、PLAZA「ポイント照会」内「サークル 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何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。

相手の方には、個人情報保護法にのっとり、以下のことを遵守する旨、お伝えください。

- ・個人情報の取得目的や利用については、ニュー スキンに登録するために必要であること。
- ・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。

ニュー スキン ビジネスは、ディストリビュータ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、ディストリビュータ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2つがあります。

I 訪問販売

<訪問販売の規定>

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、その場で販売したりする方法。

II 連鎖販売取引

<連鎖販売業の規定>

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
- 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

訪問販売の場合

第3条 事業者の氏名等の明示

事業者は、訪問販売を行うときは、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 スキンのディストリビューターであること、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4条、第5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^{かた}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。

6条 禁止行為

訪問販売においては、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
- 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 指示

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、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供者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、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 訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申し込みの撤回若しくは解除を妨げるため、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、顧客又は購入者若しくは役務の提供者を受ける者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、訪問販売に関する行為であって、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供者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 契約の申し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、書面により申し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」のディストリビューター規約 セクション13：「小売顧客への払い戻し方針」を参照し、それを確実に遵守するようにしてください。

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っては、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

ニュースキンのディストリビューターであること、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
- 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」「契約書にサイン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。大げさな脚色などはせずに、事実のみを相手に伝え、相手の意向も汲むようにしましょう。

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が必要とすることなどの事実を、しっかり説明するようにしましょう。

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 ジャパンの制作物は、すべて上記の項目を反映しています。そのため、ニュー スキン ジャパンの許可なしに、スポンサリング用に独自のチラシなどを作成し、配布することはできません。

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。

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、上記のルールとともに、「ニュー スキンへのご案内」のディストリビューター規約 セクション33：「ディストリビューターのクーリング・オフについて」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 薬事法などの概要

薬事法とは、医薬品、医薬部外品、化粧品等の品質、有効性およ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 ビジネスと薬事法

ニュー スキン ジャパンは化粧品、医薬部外品を取り扱っているため、ビジネスを行う場合、薬事法の「第66条 誇大広告等の禁止」に抵触する可能性が高くなります。この「広告等」という言葉ですが、これに何が含まれるかというと、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、スポンサリングの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、ディストリビューターが独自で行うセミナーなどに、ディストリビューター以外の人が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、薬事法がいうところの「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、薬事法をみただけでは分かりにくい部分もあるので、ここでは、この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。また、薬事法だけでなく、健康増進法や景品表示法といった法律も関係してくるため、それらも紹介しています。

それでは、次のページから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。

薬事法の説明 その1

薬事法

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。）

MEMO

薬事法では、医薬品は上記のように定義されています。つまり、医薬品ではない栄養補助食品を、あたかも二および三の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。

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

この条項は、パーソナルケア製品および、ファーマネックス製品の「ディープリリーフ」を扱う際の基本的なルールといえます。そのため、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るようにしてください。

●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、動脈硬化の方に
- ・肝障害、腎障害をなおす
- ・成人病、慢性疾患、婦人病を予防します
- ・アトピー性皮膚炎が完治
- ・頭痛、吐き気、腰痛、不眠、吹き出物、腹痛などを和らげる効果 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
- ・老化防止
- ・新陳代謝を盛んにする
- ・血液を浄化する
- ・心臓の働きを高める
- ・病気に対する自然治癒力が増す
- ・胃腸の消化吸収を増す 等

〔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〕

(不適例)

- ・病中病後の体力低下時に
- ・胃腸障害時に
- ・肉体疲労時に 等

〔「頭髪」、「目」、「皮膚」、「臓器」等の特定部位への「栄養補給」「健康維持」「美容」を標ぼうし、当該部位の 改善、増強等ができる旨の表現〕

(不適例)

- ・目の健康に役立つ
- ・脳の発育に役立つ
- ・肝臓の健康のために 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。

薬事法の説明 その2

薬事法の施行について

- 化粧品等の効能効果の範囲（パーソナルケア製品および、ファーマネックス製品の「ディープ リリーフ」に係る表現）

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

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、効能には含まないが、使用形態から考慮して、限定するものである

MEMO

パーソナルケア製品および、ファーマネックス製品の「ディープ リリーフ」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。

※「薬事法の施行について」とは、医薬品、医薬部外品、化粧品等の効能効果の範囲を定めた、厚生労働省が出した通達のこと。

薬事法の説明 その3

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

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・使用后」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

「フェイス リフト パックはシワとりの決定版」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は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、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、薬事法第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32条の2 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、著しく事実と相違する表示をし、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、それは事実と反するため、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、気をつけるようにしましょう。

健康増進法の説明 その2

ガイドライン留意事項

●事実と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、速やかに広告等の取下げ、内容の修正等の必要な指導を行われるとともに、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あ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、説明するようにしてください。

※「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等の禁止及び広告等の適正化のための監視指導等に関する指針(ガイドライン)に係る留意事項について」といい、健康増進法第32条3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 その1

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、又は事実と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ディストリビューターが独自で作成することを認めていませんが、インターネットに関しては、パーソナル ウェブサイトを作成することができます。ただし、ここで「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。「自分のサイトだから好きに宣伝してよい」というわけにはいきませんので、くれぐれも注意してください。もちろん、薬事法など、ほかの法令で禁止されている表現も使用できません。

<引用一覧>

「特定商取引に関する法律」

特定商取引に関する法律

経済産業省ホームページ「特定商取引法とは」

「薬事法」

薬事法

「医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止」（本テキストでは、薬事法内P31に記載）

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

「薬事法の施行について」

平成12年12月28日 医薬発第1339号

「医薬品等適正広告基準」

昭和55年10月9日 薬発第1339号

「健康増進法」

健康増進法

「ガイドライン留意事項」

平成17年6月1日 食安基発第0601001号、食安監発第0601002号

「不当景品類及び不当表示防止法」

不当景品類及び不当表示防止法

「コンプライアンス テスト」の解答方法

コンプライアンス テストは、以下の方法で受けることができます。
また、「コンプライアンス ブック」および「コンプライアンス テスト」は、PLAZAの「トレーニング資料館」からダウンロード可能です。

PLAZAの場合

「コンプライアンス ブック」で学習後、PLAZA上でオンラインの「コンプライアンス テスト」を受けます。

【PLAZA URL】 <http://plaza.nuskin.co.jp>

講習の場合

各ウォークインセンターなどで行われている、「コンプライアンス トレーニング」に参加し、「コンプライアンス テスト」を受け、提出する。

※ 講習に参加する場合は、PLAZAで予約をするか、ビジネスサポート(03-3599-4135)もしくは、ゴールド エグゼクティブ以上の方は、セールス担当者へお問い合わせください。

FAX、郵送の場合

「コンプライアンス ブック」で学習後、38、39ページの「コンプライアンス テスト」に解答し、当社に提出する。

【提出先】 FAX：03-5321-3860 「コンプライアンス テスト」係
郵便：〒163-1323 東京都新宿区西新宿6-5-1
新宿アイランドタワー 23階
ニュースキングジャパン(株) ディストリビューター コンプライアンス
「コンプライアンス テスト」係

「コンプライアンス テスト」は、全10問中8問以上の正解で合格です。
結果については、不合格の場合のみ、ニュー スキン ジャパンよりご連絡いたします。合格の場合は、PLAZAの「ポイント照会」で **CT** が表示されます。

注意事項

●LOI申請月に25歳以下の方について (当月末に26歳の誕生日を迎える者を除く)

- ・ LOI申請月の末日までにコンプライアンス テストが未提出の場合、LOI申請月を達成できません。
- ・ ディストリビューター登録月に、LOI申請はできません。

※ エグゼクティブ資格達成条件のひとつであるLOIモジュール提出の義務に、変更はありません。

●2010年1月から、全ディストリビューターについて

コンプライアンス テストの提出がなかった場合、スポンサー活動を行うことができなくなります。コミッションの支払いも停止されますので、ご注意ください。

本件についてご不明な点は、ビジネスサポート(03-3599-4135)もしくは、ゴールド エグゼクティブ以上の方は、セールス担当者へお問い合わせください。

コンプライアンス テスト

下記の問題を読み、正しいと思うものには「○」、間違っていると思うものには「×」を、右ページの解答欄に記入してください。

問 題

1	20歳を過ぎていれば、だれでもディストリビューター登録ができます。
2	ニュー スキン ビジネスについての話を聞いてもらう際、気軽に会っていただくために、ディストリビューターであることやビジネスの話をする事は伝えていません。
3	話を聞いてもらう際、会う時間帯や声の大きさなどを考慮して、相手や周囲の人達の迷惑にならないようにしています。
4	ニュー スキン ビジネスの話をする際は、相手に「ニュー スキンへのご案内」を渡し、きちんと説明しています。
5	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、一定の収入が約束されたものではありません。
6	ニュー スキン製品をおすすめする際、「この製品を使用したら、シワがなくなった」というような体験談を交えながら、おすすめしています。
7	製品の使用感には個人差があるので、「だれにでもすぐに効果が表れる」「だれが使用しても安全である」といった、効果や安全性を保証するような表現はしないようにしています。
8	ファーマネックス製品は医薬品ではなく、あくまでも健康維持を目的とした栄養補助食品であると説明することが重要です。
9	ファーマネックス製品は、特定の病気に対して「効く」「治る」「予防する」「○○病の方に良い」という表現はできません。また体験談、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ません。
10	ニュー スキンのディストリビューターとして、「特定商取引法」「薬事法」「健康増進法」などの関連法規を遵守し、規約を守って正しいビジネス活動をします。

FAX 03-5321-3860

ニュー スキン ジャパン 株式会社 コンプライアンス テスト係

記入後は、切り取り線に沿って切り取り、
FAXにてご返送ください。

ディストリビューター番号 JA

--	--	--	--	--	--	--	--

氏 名 _____

切り取り線

コンプライアンス テスト 解答欄

左ページの問題を読み、正しいと思うものには「○」、間違っていると思うものには「×」を、以下の解答欄に記入してください。

解 答 欄

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10