

ニュースキンジャパン ソーシャルメディアガイドライン

Nu Skin Japan
Social Media Guidelines

2023年12月版



Direct Selling: The Original Social Network

ダイレクト セリングは ソーシャル ネットワークの起源

ニュースキンを支えているのは、人から人へ
製品の良さを伝えていく口コミの力。

テクノロジーが日々進化する一方、
「ニュースキンを伝えたい」という想いは
変わることなく受け継がれています。

ニュースキンは、積極的なソーシャル
メディアへの参加をサポートします。



Definition Of Social Media

ソーシャルメディアとは

主にインターネット上で提供されるメディアのうち、個人による情報発信や、個人間のコミュニケーションや情報流通の機会を提供するメディアを総称するものです。

ソーシャルメディアは、あなたのパーソナルな体験を共有することで、友人・知人のネットワークをより豊かにしてくれます。

ニュースキン ビジネスにおいては、1対1の関係づくりを原則として、あなたに共感する人との人間関係の輪を広げることができます。

※ソーシャル ネットワーキング サービス (SNS) : ソーシャル メディアの1つ。Facebook、Instagram、twitter、Line、動画共有サービス(YouTube等)、口コミサイト(カカクコム、食べログ等)、ソーシャル ニュースサイト、掲示板、wiki等がこれに含まれますが、これらに限られるものではありません。



Social Media Provides Many Opportunities

ソーシャルメディアが もたらす機会

- 人間関係を構築し、知り合いを増やす
- コミュニケーションを取る
- 新しい情報を共有する
- 会社や仲間との関係を深める
- 連絡を取る手段として利用する
- 個人的な体験や感想を共有する
- セルフブランディングを実践する

どんなツールを使っても
「ニュースキンをどう伝えるか」という
基本ルールは変わりません



Getting Started

ソーシャルメディアを始めよう

- 目的を明確にしよう
「知り合いを増やしたい」「体験を共有したい」など
- 目的に合ったソーシャルメディアを選ぼう
- 個性や興味に合うソーシャルメディアを選ぼう
地域、年齢、性別など対象とされているユーザーやコンテンツの種類を確認
- ルールを遵守しよう
 - 参加するソーシャルメディアのガイドライン、利用規約
 - ニュースキンのブランドメンバー規約
 - 関連法規

※詳しくは「コンプライアンスブック」をご覧ください。



Getting Started

ビジネスで利用するソーシャルメディアのアカウントを申請しよう

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いましょう（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。

https://experience.nuskinlistens.com/jfe/form/SV_cM92n8uojLXpjV3



申請すると、どうなるの？

SNS限定イベントやキャンペーン、
各種SNSサポートの対象者となります。



ソーシャルメディアをビジネスに活用するために 守るべき原則

現代の消費者は、情報の真偽性に対して極めて敏感になっています。製品の素晴らしさやダイレクト セリングのよさを訴えても、なかなか伝わらないものです。

投稿を行う際には、消費者の目線を忘れないようにしましょう。

「法定表示」を正しく行うことで、コンプライアンスを遵守しましょう。見る人にとっても役立つ情報を提供できます。

消費者が受け取るメッセージの多くは...
話がうますぎる
具体的な情報が少なすぎる
大げさで、「今すぐ」とあおるばかり

だからこそ、消費者目線の原則を忘れずに...

現実的な内容を投稿しよう

オバートークを避け、分かりやすい内容を

詳細な情報を提供しよう

「法定表示」のリンクを含め、閲覧者に情報の導線を

相手のペースに合わせてよう

押し付けにならないよう、投稿を目にする人の気持ちを考えよう



ソーシャルメディアをビジネスに活用するために 守るべき基本ルール

すべてのブランドメンバーは、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場合、以下の利用方法を遵守してください。

1. ニュースキン製品やブランドをおすすめするために使用するソーシャルメディアのアカウント（ID、URL等）を、以下のページよりニュースキンジャパンへ申請してください。
https://experience.nuskinlistens.com/jfe/form/SV_cM92n8uojLXpjV3
2. ソーシャルメディアのアカウント名、氏名、ページタイトル、その他の名称に、ニュースキンの商標、商号および製品名等またはそれに類する名称を使用しないでください。
3. 投稿欄、コメント欄、ハッシュタグ等において、ニュースキン以外の事業者の商標、商号および製品名等またはそれに類する名称、医薬品、医療機器等の品質、有効性および安全性の確保等に関する法律（薬機法）に抵触する表現などに言及することはできません。
4. 各ソーシャルメディアの利用規約を遵守してください。実名での登録が義務づけられている場合には、実名で登録してください。また、営利目的での利用を明示的に禁じている場合には、当該のソーシャルメディアをビジネスで利用することはできません。
5. ソーシャルメディア上で、ニュースキンのブランドメンバーであることをプロフィール欄に記載したい場合には、必ず、「ニュースキン インディペンデント ブランドメンバー」「ニュースキンブランドメンバー」と記載してください。ニュースキンジャパンや関連企業と雇用関係にあると誤解を与えるような記載はできません。

（次ページに続く）



ソーシャルメディアをビジネスに活用するために守るべき基本ルール

(続き)

6. プロフィール欄や不特定多数が閲覧できる状況で、会員番号を掲載することはできません（10ページ参照）。
7. ニュースキンは、ブランドメンバーが独自に用意したコンテンツが関連法規およびニュースキンブランドメンバー規約を遵守しているかどうかを、最終的に判断する権利を有します。
8. ニュースキン製品をおすすめしたり、ビジネスへ勧誘したりする内容を含む投稿は、特定商取引法上の「広告」に当たり、「法定表示」をすることが義務づけられています。製品やビジネスについての内容が含まれる投稿の場合、必ず指定のURL www.nuskin.jp/law をコメント欄等に記載してください。
9. ステルスマーケティングは景品表示法上禁止されています。広告であることを消費者が認識できるよう、URL www.nuskin.jp/law を記載してください（64ページ参照）。※2023年10月更新
10. ニュースキンビジネスやそれに関連する情報について投稿を行う場合には、相手の了承のもと、プライバシー設定を行う必要があります（15ページ参照）。
11. 製品やビジネスについて、ダイレクトメッセージ等の機能を使って特定の個人に送信する場合には、Eメールを利用した勧誘行為に対するオプトイン規制と同様、相手の明示的な承諾が必要になります。
12. 第三者の著作権、肖像権等一切の知的財産権を侵害することは禁じられています。
13. 第三者から見て、ニュースキンの公式アカウントや公式ウェブサイトであるかのような印象を与えるようなデザインやコンテンツは認められません。
14. 特定のウイルスや病気と結びつけた表現、またそれらを含むコメントやハッシュタグ等をつけての投稿はできません（63ページ参照）。



ソーシャルメディアをビジネスに活用するために守るべき基本ルール



プロフィール画面を正しく設定しよう

背景画像や
プロフィール画像



ニュースキンの製品写真や商標、
ロゴを使用することはできません。



人物写真の背景にサイネージ
等が写り込んだものはOKです。

職業欄やプロフィールに、ニュースキと雇用関係があるように
表記することや、会員番号を掲載することはできません。



ニュースキインディペンデントブランドメンバー
ニュースキブランドメンバー

※ブランドメンバーと名乗ることは、義務ではありません。



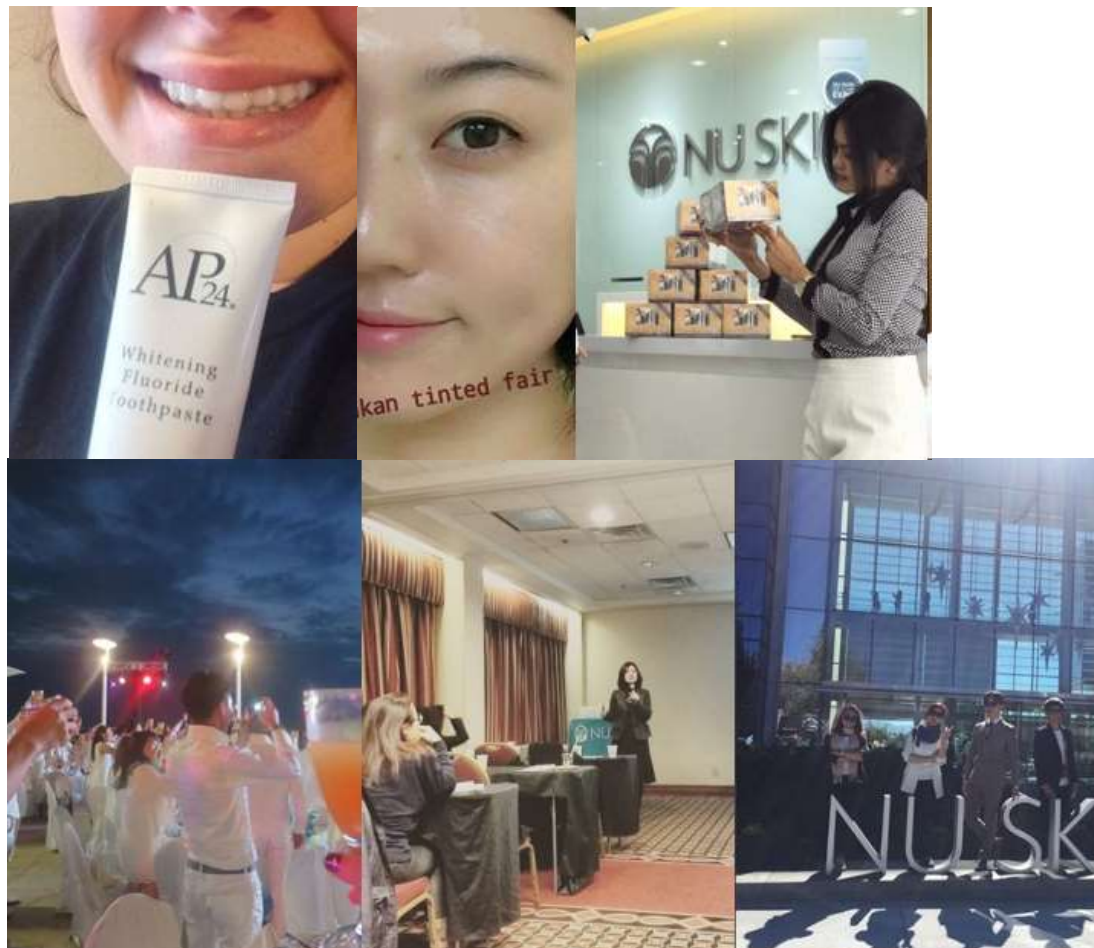
勤務先：ニュースキジャパン、Nu Skin Enterprises、NSJ、NSE
職業：ニュースキンの正規代理店 広告代理店 販売代理店
その他：会員番号 JA0000 など



Do: Share Your Life With Nu Skin With Appropriate Photos

ソーシャルメディアで ニュースキンのある生活をシェアしよう！

※それぞれの画像には各種ルールが適用されます。必ず次ページ以降の詳細を熟読してください。



ソーシャルメディアで「できること」

- ニュースキンの製品を使用した感想やニュースキンのビジネスに関わる体験をシェアすること
※各ルールが適用されます。
- 新しい友だちや知り合いを増やすこと
- 他の人をサポートし、関わり合うこと
- ニュースキンの公式ウェブサイトへリンクすること
- ニュースキンのブランドメンバーだと伝えること
- ニュースキン社が運営する公式ファンページに参加すること
- ニュースキンから提供された公式コンテンツ（写真、動画）をシェアすること
- ニュースキン社の公式イベント（インセンティブトリップ、コンベンションなど）に参加した様子を写した写真や動画をシェアすること



ソーシャルメディアで「やってはいけないこと」

- 公開の場で勧誘行為を行うこと（不特定多数の人にニュースキン製品の購入をすすめたり、ビジネスへの参加を促したりするなど）
- ニュースキンのロゴをプロフィールの写真に使用すること
- ニュースキンがブランドメンバー向けに提供するウェブサイトを除き、製品販売（eコマース等）を目的としたウェブサイト、ページ、アカウント等を作成・利用すること
- ビジネスや製品を紹介する目的で第三者が制作した画像、著名人の推薦、その他第三者のコンテンツを使用すること
- オークションサイトへ出品すること
- 第三者から見て、ニュースキンの公式アカウントや公式サイトであるかのような印象を与えること



Three Content Types

3種類の投稿コンテンツ

本ガイドラインでは、ニュースキンのブランドメンバーとしてソーシャルメディアに投稿できるコンテンツを3種類に分け、それぞれにルールを設けています。投稿に当たっては、以下の各セクションを熟読し、ルールや注意事項を遵守するようにしてください。

ニュースキンビジネスに関する投稿



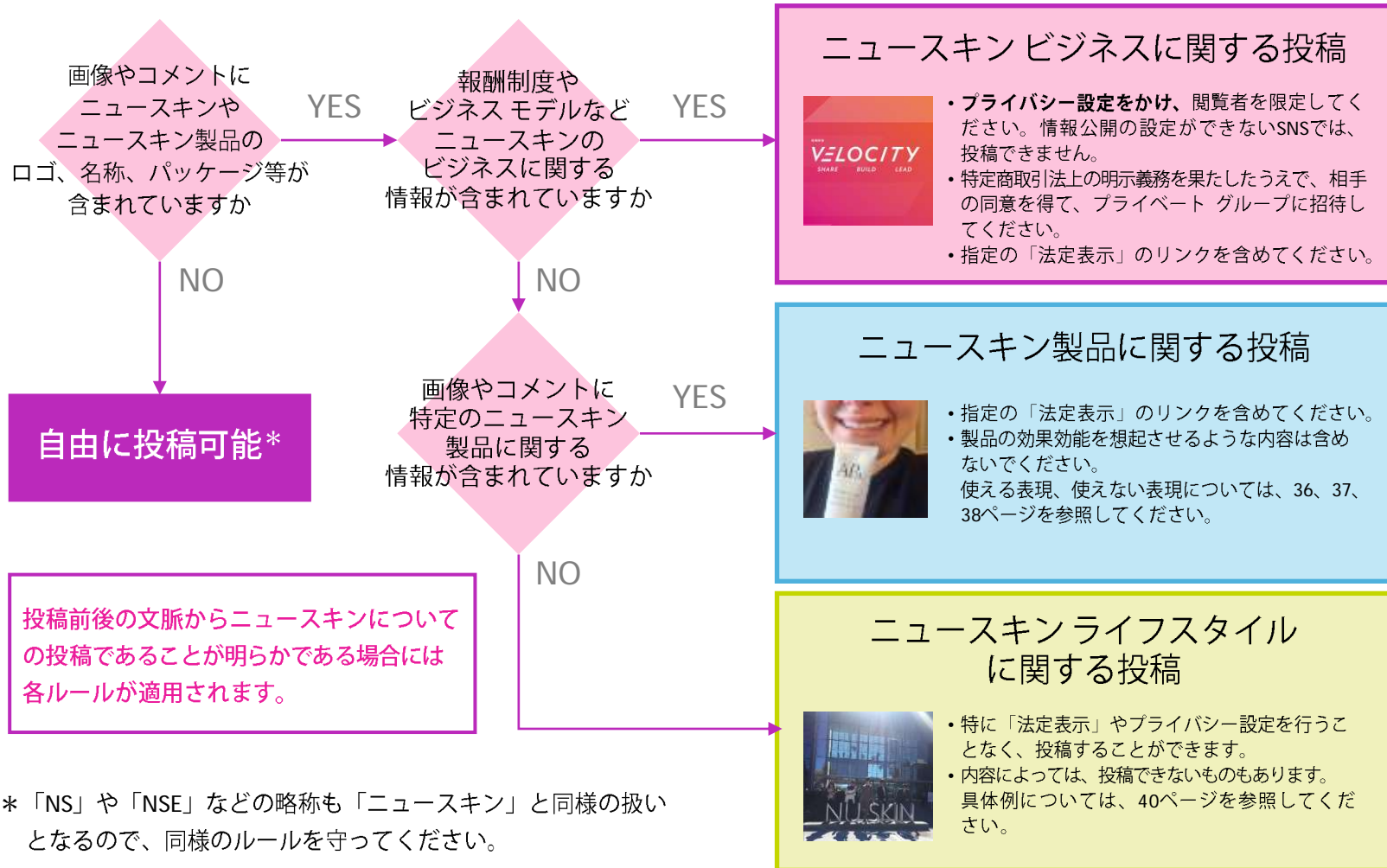
ニュースキン製品に関する投稿



ニュースキン
ライフスタイルに関する投稿



ルール概要：3種類の投稿コンテンツと適用規則



* 「NS」や「NSE」などの略称も「ニュースキン」と同様の扱いとなるので、同様のルールを守ってください。



Sharing Nu Skin Business Opportunity

ビジネスの機会についての の投稿

ビジネスの機会についての投稿は、特定商取引法のもと、さらに厳しいルールが課されます。

従来と同様、勧誘活動に対する相手からの明示的な同意を得たうえで、閲覧者を制限する必要があることをしっかり押さえましょう。



ビジネスの機会についての投稿に関するルール

定義

「ビジネスの機会についての投稿」とは、以下の内容を画像、動画、コメント欄等を含む投稿を指します。

- ニュースキンのビジネスモデルについての説明
- 報酬制度の概要や詳細な情報
- ニュースキン社主催のビジネス イベントやインセンティブ トリップ等についての情報
- ブランドメンバー主催のセミナーやイベントの告知

基本ルール

日本では、特定商取引法の定めにより、連鎖販売取引に関する勧誘を行うに当たっては、勧誘に先立って勧誘を受ける方の同意を得ること、そして必要な情報をすべて提供することが義務づけられています。必ず、以下の基本ルールを守ってください。

- 閲覧者を制限するプライバシー設定を行うこと
- 勧誘を受ける方の明示的な同意を得ること
- 「法定表示」を行うこと（www.nuskin.jp/law へのリンクを記載すること）

ビジネスの機会についての投稿に関するルール

投稿内容のガイドライン

ビジネスの機会に関する投稿において、収入に関する虚偽または誤解を招く情報やブランドメンバー規約に違反する説明を行うことはできません。ビジネスの機会に関する投稿においては、下記のガイドラインを遵守しつつ、ニュースキンビジネスが自分の生活にどのようなプラスの影響を与えたかを伝えるものとしてください。

1. 自分の氏名を伝えてください。
2. 自分が日本で活動するニュースキンブランドメンバーであることを伝えてください。
3. ライフスタイルまたは収入についての説明を行う際には、会社が提供する最新の「ブランドメンバーの報酬について」を提供してください。
4. ニュースキンブランドメンバー規約のすべての要件を遵守してください。

※上記の情報開示のルールについては、ミーティングやセミナーでのプレゼンテーション、ソーシャルメディアへの投稿、パワーポイント等のプレゼンテーションファイル、その他収入の機会についての説明等が提供される場所すべてにおいて適用されます。

(次ページに続く)

ビジネスの機会についての投稿に関するルール

投稿内容のガイドライン（続き）

- 「ボーナス」または「報酬」ではなく「収入」や「利益」について説明する際には、当該の収入を得るために必要な経費を差し引いたものを示すと共に、そうした経費について十分な説明を行ってください。
- 特定のピンタイトルまたは報酬の水準について、どのくらいの時間が必要であるかについて、断定的な説明はできません。
- ニュースキンから受け取ったボーナス明細書や銀行口座上の振込額を見せることはできません。
- 一定のシステムに従う等の条件によって、成功や収入が約束されているように説明したり、思わせたりすることはできません。
- 現在の仕事や学校を辞めたり、ローンを組んだり、借金をしたりすることをすすめてはいけません。
- ニュースキンビジネスを、実際よりも簡単であるように思わせてはいけません。
- ニュースキンビジネスにかかる時間を、実際よりも少ないように思わせてはいけません。
- 本ガイドラインに合致しないコンテンツを、再シェア、リツイート、「いいね」等で拡散させてはいけません。

ビジネス、収入に関するOK/NG表現

ビジネスに
関する投稿

製品に関する
投稿

ライフスタイルに
関する投稿

取引に関する
ルール

OK&NG投稿
事例集

OK

下記の用語およびそれに類する表現は、虚偽を含まず、またガイドラインを遵守する場合に限り、使用することができます。

- 自由な働き方
- 時間の自由
- これまでの学歴や職歴を問わない
- 特別な資格が要らない
- 平等なチャンス

NG

下記の用語およびそれに類する表現は、収入の機会を伝える文言として使用することができません。

- 受動的収入
- 権利収入
- 不労所得
- 確実な成功・保証された・約束された
- 簡単、だれでもできる
- 印税的な収入
- 一攫千金、すぐに稼げる

ビジネスの機会に関する投稿：画像によるOK例

「1対1」など特定の条件下でOK

基本ルール（閲覧者の制限、相手の同意、法定表示の記載）を満たすことにより、下記の投稿および情報提供（テキスト、画像、動画等）を行うことができます。（48ページ参照）



セールスパフォーマンス
プラン（報酬制度）の説明



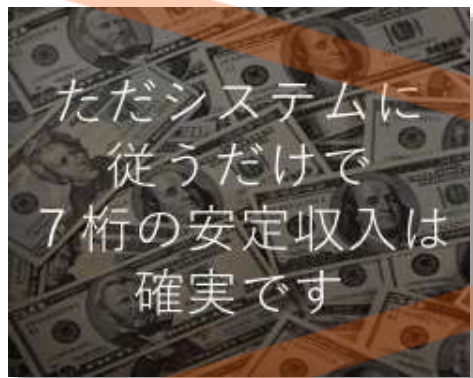
トリップやインセンティブなど
の内容や取得条件



ビジネス セミナーなどの
開催に関する情報

ビジネスの機会に関する投稿：画像によるNG例

どんな場合でも NG



一定の収入を
約束するような文言



「権利収入」など、実態と異なる
NG文言（詳細は20ページ参照）



非現実的な期待感を抱かせる
説明や画像イメージの使用

ビジネスの機会に関する投稿：画像によるNG例

どんな場合でも NG (続き)



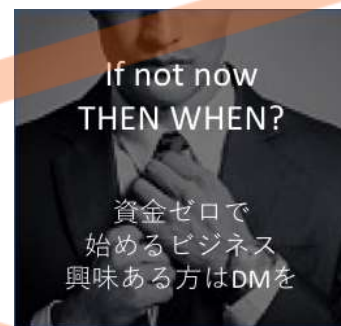
権利的収入であなたにも
手に入るライフスタイル



このビジネスとの出会いが
私の人生を変えた



だれにでもできるビジネスで夢の
ライフスタイルを手に入れました!!



- たとえ自己所有のものであっても、高級車やヨット、豪邸などの写真をビジネスの機会と結びつけて投稿することはできません。
- これは、実際にこうした極めて大きな成功を収めるブランドメンバーがごく一部であるという事実により、非現実的な期待感を生み出すという点で不適切だと考えられる理由によります。
- また、引用句などの形をとりながら、ビジネス勧誘などを行うことも、ライフスタイルの投稿を逸脱し、ビジネスの機会に関する投稿を行っていると考えられます。こうした投稿は、ビジネスの機会に関する投稿についてのルール内で行う必要があります。

ソーシャルメディアを利用して ビジネスの機会を伝えるには

「1対1」など特定の条件をクリアしよう

1

1対1のメッセージ機能や、他の人が閲覧できないプライベート グループなど、指定された人だけが見ることのできる伝達手段やスペースを確保してください。

2

相手の人が「ニュースキンビジネスについて説明や勧誘を受けること」について同意していることを、必ず確認してください。

3

オンラインのみのやり取りを続けることは避け、直接相手の方に会って、特定商取引法で定められた「概要書面」を、できるだけ早く手渡ししましょう。

4

左の条件を満たした閲覧者に対してのみ、ソーシャルメディア上で、ビジネスに関する投稿や情報の提供を行うことができます。その際、適宜指定の「法定表示」のリンクを含めてください。

考え方と注意事項

- 閲覧者が限定されていない環境のもとでは、ビジネスの具体的な話をすることはできません。
- ただしライフスタイルを中心としたイメージを投稿するのは可能です（39ページ以降を参照）。特に閲覧者を制限しないソーシャルメディアへの一般的な投稿は、ライフスタイルについての投稿とし、閲覧者に対する自然な興味喚起を図ってください。
- ライフスタイルについての投稿にも、一定のルールが課されます。必ず39ページ以降を熟読してください。
- ソーシャルメディア上での勧誘活動において大切なことは、相手の人に正しいイメージと情報を伝え、興味をもってもらうことです。1対1のメッセージ機能などを使っても、一方的でしつこい勧誘は、効果的でないばかりか、苦情などのトラブルの元になります。

「法定表示」を行うための 公式ウェブサイト リンク

ビジネスの機会について投稿する際には、以下のリンクを必ず掲載してください。



＜なぜ公式ウェブサイトへのリンクが必要なのでしょうか＞

特定商取引法のもとでは、「連鎖販売取引に係る者が連鎖販売取引に関する広告をする際には、重要事項を表示する」ことが義務づけられています。これを「法定表示」と言います。

ニュースキンのブランド メンバーがソーシャル メディア上での投稿で製品やビジネスの機会等を紹介する場合には、この広告に該当すると判断されます。

リンクを掲載し「法定表示」を行うことで、特定商取引法を遵守し、消費者に対して透明性を確保することができます。

ソーシャル メディアを正しく使い、健全なビジネスを実践するためにも、必ず「法定表示」を行いましょう。



Sharing Nu Skin Products

製品についての投稿

公式ウェブサイトへのリンクを含めることで、
ニュースキン製品の使用感についてのさまざまな
投稿を行うことができます。

友人や知人に対して、自然に興味を引くような
投稿をすれば、製品についての会話のきっかけ
となるでしょう。



製品についての投稿に関するルール

定義

「製品についての投稿」とは、以下の内容を画像、動画、コメント欄等を含む投稿を指します

- 特定のニュースキン製品、パッケージ、ロゴ、名称等の紹介
- 製品の使用感に関する個人の感想
- 製品の広告やプロモーション

基本ルール

- 製品の使用感等を伝える投稿を行う際には、消費者に対する透明性と最高水準のコンプライアンスを確保するため、「法定表示」を行う必要があります（35ページ参照）。
- 製品の使用感等について、ソーシャルメディアの投稿を通じて正しく効果的に伝えることで、製品をおすすめしている相手に対してポジティブな影響を与えることができます。
- あなたは、ブランドメンバーとして、文字どおりニュースキンブランドの顔となります。ニュースキンのイメージとブランドのスタンダードを遵守しながら、製品の使用感を誤解なく誠実に伝えることが大切です。
- 製品の使用感等について投稿を行う際は、本ガイドラインおよびブランドメンバー規約を必ず守ってください。本ガイドラインの条件を満たさない投稿を行うことはできません。

(次ページに続く)

Product Testimonial Guidelines

製品についての投稿に関するルール

基本ルール（続き）

- 具体的な表現については、付則「製品説明のOK／NG表現集」（36、37、38ページ）をご参照ください。
- 製品の価格、割引率、在庫の有無などの情報を含めることはできません。取引を進める方法については、44ページ以降を参照してください。
- SNS上のプロモーションや広告は、フォロワーや「友達申請」を承認済みの相手のみ可能です。「公開」にしたり、「友達の友達」または特定の年代、居住地等に対して行うことは禁止されています。バナー広告やクリック報酬型広告など、その他のオンライン広告も禁止されています。

投稿内容のガイドライン

ニュースキンは、常にもっとも厳格な倫理的基準に適う、誠実な行動にコミットしています。それは、製品やビジネスの機会に関する説明においても同様です。承認された説明のみを使用することは、ニュースキンのイメージを維持し、健全なビジネス成長を実現するうえで不可欠な条件です。

1. 正直に事実のみを伝えてください。事実と反して誇張したり、誤解を招いたりする説明は認められません。
2. 会社が認める製品説明のみを使用してください。製品に関するすべての説明は、会社が提供する製品情報ページ、およびビジネスサポート マテリアルやトレーニング資料の内容と一致する必要があります。

（次ページに続く）

製品についての投稿に関するルール

投稿内容のガイドライン (続き)

3. たとえ事実であっても、会社が提供するビジネス サポート マテリアルで認められた範囲を超えた個人的な体験を投稿することはできません。具体的な表現については、付則「製品説明のOK/NG表現集」(36、37、38ページ)をご参照ください。
4. 製品の使用に際しての不明点や不安点は、医師や薬剤師等に相談するよう伝えましょう。
5. 適切な表現の範囲で、個人的な製品の使用感を伝えましょう。
6. 特定商取引法上の「法定表示」を行いましょう(35ページ参照)。
7. 製品が病気を治したり予防したりするような説明をしてはならないし、そう誤解させるような表現も使ってはいけません
8. 当社製品を使用した結果、特定の病気、身体の組織機能、症状が治療・改善・予防されたと説明すること、またそうした内容を暗にほのめかすことは認められません。承認された製品説明と異なる説明をしてはいけません。許諾された表現の範囲内で説明しましょう。
9. 会社の公式ウェブサイトや会社発行のビジネス サポート マテリアルに載っていない表現は使ってはいけません
10. 使用許諾を得ずに第三者の写真、動画、文章などを使用したり、著名人に協力を依頼したりして製品のプロモーションをしてはいけません。

製品に関する投稿：画像や動画に関するルール

画像や動画等のビジュアル表現は、ニュースキン製品を利用して一般消費者が得られる使用感を伝える有効な手段です。製品の使用感を伝える画像や動画を投稿する際には、関連法規およびニュースキンのブランドメンバー規約を遵守する必要があります。特に、以下のガイドラインを必ず守りましょう。

1. 使用前と使用後の写真を並べる、いわゆる「ビフォー&アフター写真」は、製品の効果効能を根拠なく示すものと見なされるため、原則として使用することはできません。また、そうした内容を暗にほめかす投稿も認められません。
2. 他社製品を対象として比較実験を行うこと、ニュースキン製品を使って独自の実験を行うこと、また他社製品を誹謗中傷することは認められません。
3. ニュースキンのブランドイメージに合う画像や動画を使用してください。撮影する際は、特に以下のポイントを考慮し、ニュースキンブランドを正しく表現したビジュアルとしてください：
ライティング、服装、背景、メイク
4. 写真は、一般の消費者が製品を使用した時に体感できるベネフィットを正しく伝えるものとしてください。
5. 写真は、法的に承認された説明と矛盾なく一貫するものとしてください。

(次ページに続く)

製品に関する投稿：画像や動画に関するルール

(続き)

6. 人物を写真に収める場合には、おすすめしている製品の種類に合わせて服装等にも注意を払い、ニュースキンのブランドイメージを伝えるのにふさわしい表現としてください。過激な印象の写真や肌の露出が多すぎる写真は、ニュースキンのブランドイメージには合いません。
7. 写真は、元の撮影素材をそのまま使用してください。レタッチソフト等を使用し、画像に修正を加えることは認められません。
8. 公式コンテンツとしてニュースキンジャパンが制作・提供しているものを使用できます。なお、再投稿する場合には、編集することなく、元の素材をそのまま使用してください。
9. 自分で撮影した写真以外の画像を使用する場合には、必ず事前に使用許諾をとってください。また、事前の許可なく、有名人や他社の商標等のイメージを使用しないでください。

製品に関する投稿：画像によるOK例



ただし

- 上記のように、特定製品についておすすめする意図をもって投稿する場合、製品およびニュースキンについて詳しい情報を入手できる公式ウェブサイト等へのリンクを含めてください（35ページ参照）。ハッシュタグ等に具体的な製品名を含めるようにしましょう。
- 使用感についての説明は、関連法規の範囲を逸脱してはいけません。効果効能を示唆するような説明はしないでください（36、37、38ページ参照）。

製品に関する投稿：画像によるNG例



- 製品の効果効能を約束したり、事実を誤認させたりするようなビフォー&アフター画像や投稿は、いかなる場合もできません。
- 他社製品を対象として比較実験を行うこと、ニュースキン製品を使って独自の実験を行うこと、また他社製品を誹謗中傷することは認められません。

Product Testimonial Post: Visual Examples

製品に関する投稿：画像によるNG例

ビジネスに
関する投稿

製品に関する
投稿

ライフスタイルに
関する投稿

取引に関する
ルール

OK&NG投稿
事例集



ニュースキン製品、安く売ります

「この投稿をご覧になっている方だけ、
30%OFFのXXX円で製品を提供します!」

等のコメントの掲載

- ソーシャルメディアであっても、1対1の人間関係を通じて製品流通を広げるといった原則は変わりません。
- ソーシャルメディアや独自のウェブサイトなどを使って、製品販売や広告を行うことはできません。
- コメント欄で、価格情報、割引率、在庫などの情報を掲載することはできません（48ページ参照）。
- ソーシャルメディアでは、「あなた自身」をアピールし、1対1の関係をつくり上げることを原則としてください。

「法定表示」を行うための 公式ウェブサイト リンク

ニュースキン製品について投稿する際には、以下のリンクを必ず掲載してください。



＜なぜ公式ウェブサイトへのリンクが必要なのですか＞

特定商取引法のもとでは、「事業者が広告をする際には、重要事項を表示する」ことが義務づけられています。これを「法定表示」と言います。

ニュースキンのブランド メンバーがソーシャル メディア上での投稿で製品やビジネスの機会等を紹介する場合には、実質的に製品の広告宣伝を行っていると判断されます。

リンクを掲載し「法定表示」を行うことで、特定商取引法を遵守し、消費者に対して透明性を確保することができます。

ソーシャル メディアを正しく使い、健全なビジネスを実践するためにも、必ず「法定表示」を行いましょう。



附則：製品説明のOK／NG表現集 1

化粧品の説明において認められる表現 ※以下の56項目に限定されます。

(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」に関する表現)

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

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。

注4：(56)は、効能評価試験済みの製品に限る。

附則：製品説明のOK／NG表現集 2

化粧品の説明においてOK／NG表現

- ・ パーソナルケア製品および、ファーマネックス製品「ディープリリーフ」に関する表現

OK	NG
すっきりシャープな印象に	小顔効果、リフトアップ効果
すっぴん肌にも自信がもてる	にきびが消える、シミが消える
美しく年を重ねたい方に	アンチエイジング

栄養補助食品の説明においてOK／NG表現

- ・ からだの組織機能の増強、増進を目的とする効能効果の表現

OK	NG
いきいきとした毎日をサポート	細胞の活性化
栄養バランスが気になる方に	体質改善
元気と若々しさをサポート	体力増強
食生活が乱れがちな方に	食欲増進
ダメージに負けない体づくりを目指す方に	風邪予防、病気に対する自然治癒力が増す
糖質の補給、失われがちなビタミン・ミネラルの補給	疲労回復、新陳代謝を盛んにする
負けない体づくりのために	免疫機能を高める
若々しさをサポート、年齢を感じさせない毎日に	活性酸素の除去、老化防止

※製品説明の表現は、最新の「ニュースキンカタログ」または公式ウェブサイトを参照してください。

(次ページに続く)

附則：製品説明のOK／NG表現集 3

栄養補助食品の説明においてOK／NG表現（続き）

- ・ 病気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

OK	NG
食生活が乱れがちな方に	胃腸障害時に
はつらつとした毎日をサポート	病中病後の体力低下時に
毎日忙しく過ごしている方に	肉体疲労時に

- ・ からだの特定部位への「栄養補給」「健康維持」を表示し、当該部位の改善、増強等ができる旨の表現

OK	NG
「うっかり」「もやもや」が気になる方に、冴えた毎日に	脳の発育に役立つ
乾杯が好きな方に	肝臓の健康のために
しょぼしょぼが気になる方、パソコン作業が多い方に	目の健康に役立つ
夜のお付き合いが多い方に、乾杯が多い方に	肝機能の向上

※製品説明の表現は、最新の「ニュースキンカタログ」または公式ウェブサイトを参照してください。

Sharing Nu Skin Lifestyle

ライフスタイル イメージ についての投稿

ビジネスに関する具体的な情報や特定の製品の名称を含まず、ニュースキンのロゴや商標が含まれている投稿を行うことができます。

ニュースキン社主催のイベントやインセンティブトリップに参加したときの画像や動画も、ここに含まれます。



ライフスタイル イメージの投稿に関するルール

定義

「ライフスタイルイメージの投稿」とは、以下のいずれにも該当する投稿を指します。

次の内容を含むこと

- ニュースキンと関わるポジティブなライフスタイル
- エクスペリエンスセンターや、ニュースキン社が主催するイベントでの体験
- ニュースキンのロゴや社名の入ったバナーや建築物 など

次の内容を含まないこと

- ニュースキンの特定製品
- 収入の可能性、セールスパフォーマンスプラン（報酬制度）やビジネスセミナー等についての具体的な情報についてのコメントや画像 など

※画像、イラスト、動画、キャプション、コメント、ハッシュタグ等において、特定製品の名称やイメージを含む場合には、「製品の使用感等を伝える投稿」と見なされ、詳細な製品情報等へのリンクと共に投稿する必要があります。また、上記にニュースキンのビジネスの機会についての具体的な情報を含む場合には、「ビジネスの機会を伝える投稿」と見なされ、閲覧者の事前の同意およびプライバシー設定を行う必要があります（詳細は各ガイドライン参照）。

ライフスタイル イメージの投稿に関するルール

基本ルール

ライフスタイルに関する投稿は、プライバシー設定や「法定表示」を行うことなく、自由に行えます。

ニュースキンブランドのイメージ喚起を目的として当社が制作・提供する公式コンテンツは、「法定表示」やプライバシー設定を行うことなく、一定の条件下で自身のソーシャルメディアに投稿することができます。

ブランドメンバーは、ニュースキンの製品やビジネスの機会に関する具体的な情報を含まない限り、ニュースキンのコーポレートロゴを含むサイネージ、イベントバナー、建築物等が写った画像や動画を「法定表示」やプライバシー設定を行うことなく、自由に投稿することができます。原則として、自ら撮影した画像または動画を投稿しましょう。

ライフスタイル イメージの投稿に関するルール

投稿内容のガイドライン

1. ライフスタイルのイメージ投稿には、背景にニュースキンのコーポレートロゴやサインージを含むことができます。ただし、ニュースキンのブランドイメージに合致しない投稿を行うことはできません。
2. 特定製品を取り上げて投稿を行う場合には、製品に関する投稿と見なされます。そうした場合には、具体的な情報が得られるリンクを含むことが必要となります（製品に関する投稿のガイドライン参照）。
3. 写真や動画は、必ずニュースキンのブランドイメージに合致したものとしてください。清潔感、若々しさ、品性を保ちましょう。
4. 常に誠実であることを心がけ、誤解を招く表現は避けてください。ニュースキンのライフスタイルを非現実的なイメージで伝えるような素材は使わないでください。
5. 会社が提供する公式コンテンツは、提供された形のまま使用してください。独自の編集を加えることは認められません。
6. 他の人が撮影した写真や動画を使用する際には、必ず使用許諾を取ってください。また、許可なく有名人や他企業の商標等を使用しないでください。

ライフスタイル イメージに関する投稿： 画像によるOK例

ビジネスに
関する投稿

製品に関する
投稿

ライフスタイルに
関する投稿

取引に関する
ルール

OK&NG投稿
事例集



製品体験会やセミナーの様子



引用句、スローガン（ハッシュタグ等に
ニュースキン関連のキーワードを含める）



ニュースキンの施設等で撮影した画像
（ロゴや社名が写り込んでいるもの）



ニュースキン主催のイベントや
トリップで撮影した画像

- ライフスタイルに関する投稿は、自身の日常的な生活を切り取ったスナップを始め、上記のようなさまざまなコンテンツを含みます。これらは、特に「法定表示」等を行わなくても、自分のソーシャルメディアのページに投稿することができます。
- 引用句などを含め、ニュースキンビジネスについての具体的な情報を含まないように気をつけてください。

Rules For Product Sales Through Social Media

ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

あなたの投稿がきっかけでニュースキン製品に興味をもち、詳しい説明を聞かせてほしいという人が現れたとき、どのように製品をおすすめすればよいでしょうか。

1対1の関係を深めながら、取引を進めていくには、特定商取引法の理解と遵守が大切になります。

以下のページをよく読み、正しい取引を行うようにしましょう。



ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

基本の考え方

ニュースキンビジネスは、**マス（不特定多数）向け**の小売販売と異なり、製品の良さを口コミで丁寧に伝えていくことを大切にしています。

ソーシャルメディアは、まったく新しい方法で人々を結びつける力をもっており、また個人の発信力を劇的に高めてくれる便利なツールです。しかし、ソーシャルメディアを通じて製品の販売等の取引を進める場合でも、**1対1の関係を中心に置く**という原則に変わりはありません。

ニュースキンビジネスでいう「1対1の関係」とは、あなたが特定の相手を個人的にサポートすることで、相手が「製品を購入する」、あるいは「会員登録をする」という意思の形成にあなた自身が関与することを意味しています。

また、コミュニケーションの手段が変わっても、従来と同様に「特定商取引法」を理解し、遵守しなければなりません。

上記のポイントを踏まえておけば、以下に詳しく説明するルールをよりよく理解することができるでしょう。



ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

定義

「ソーシャルメディアを通じた取引」とは、以下の行為またはそれに類する行為を指します。

- ニュースキン製品に関する詳しい情報（価格、ベネフィット、購入方法など）を提供する
- 製品等をすすめる目的で直接会うためのアポイントをとる
- 購入の意思をもった相手に製品を小売したり、ショッピングメンバー登録をすすめる

基本ルール

• ソーシャルメディアを通じた取引を行う際、もっとも基本的なルールが3つあります。

1対1で取引を進めること

最初のダイレクトメッセージで、
ニュースキン製品を販売する意図が
あることを伝えること

返品ルールを説明すること

- 不特定多数の人が閲覧できる形で製品の宣伝や販売を行うことはできません。
- 製品販売の意図を告げずに取引を進めたり、相手に直接会う約束をしたりすることはできません。
- 1対1のやり取り（取引のプロセス）は、他の人が閲覧できない形で行ってください。
- 小売販売を行う場合には、クーリング・オフ等について明記した「購入契約書（領収書）」を発行してください。

Rules For Product Sales Through Social Media

ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

取引の流れ：3ステップ

投稿できっかけ
相手の興味を引く



- 法定表示の掲載
- 相手の興味を引く程度の情報量にとどめる

1対1で情報提供

ダイレクトメッセージ、直接会う等



- 必ず初めに相手から「説明・勧誘を受ける同意」を得る
- 承諾後、詳細な情報を提供

製品の販売 (小売)
またはメンバー登録



- 重要事項の説明 *オフライン同様
- 直ちに書面を交付
「契約書面」「購入契約書(領収書)」等

※各ステップの詳細は次のページを参照

ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

取引の流れ：詳細

投稿

(相手の興味を引く)

- 投稿の目的は、相手の興味を引くことです。
- 「興味があればDMください」等のメッセージをコメント欄等に掲載し、1対1のやりとりを促すことができます。
- 投稿の中に、価格、割引率、在庫数などの情報を含めることはできません。
- 12～43ページの投稿内容に関するルールを遵守してください。

1対1のやり取り＝勧誘

(ダイレクトメッセージ、直接会う等)

- 投稿の内容について相手から「詳しく知りたい」というコメントやメッセージをもらったら、以下を明示して、必ず初めに相手から「説明・勧誘を受ける同意」を得てください。

製品紹介の場合：

- 1.氏名・ニュースキンのブンドメンバーであること
- 2.化粧品や健康食品等を取扱っていること
- 3.製品の紹介をしたいこと
4. www.nuskin.jp/law を再度掲載
5. 通信販売業としての法定表示 (49、50ページ参照)

ビジネス紹介の場合：

- 1.氏名・ニュースキンのブランドメンバーであること
 - 2.化粧品や健康食品等を取扱っていること
 3. 特定負担を伴うビジネスを紹介したいこと
 4. www.nuskin.jp/law を再度掲載
- メンバー登録するに当たっては、契約締結前までに必ず概要書面「ニュースキンへのご案内」を渡し、内容を口頭で説明すること。
 - 相手が勧誘を承諾しなかった場合、それ以上のアプローチを行うことはできません。

製品の販売 (小売)

またはメンバー登録

- 製品を販売するに当たっては、必ず「返品ルール」の説明を行い「購入契約書（領収書）」を直ちに書面で発行してください。
- 顧客から取得した個人情報は販売または会員登録以外の目的で使用せず、漏洩などしないよう厳重に取り扱ってください。
- 上記ルールは、直接会う場合、Eメール等を含むオンラインだけで取引が完結する場合のいずれにも当てはまります。

ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

通信販売の法定表示

通信販売とは、事業者が新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申し込みを受ける取引のこと（「電話勧誘販売」に該当するものを除く）を指し、ブランドメンバーがSNSのダイレクトメッセージだけで取引をする場合も通信販売に該当します。法律上必要とされる通信販売の法定表示は連鎖販売取引のそれとは異なるので、連鎖販売取引の法定表示のリンクである www.nuskin.jp/law を明示することは、通信販売の法定表示を明示していることにはなりません。また、通信販売においては、会社のリンクを使用することはできず、自分自身で必要な情報を開示しなくてはなりません。もしあなたがダイレクトメッセージだけで製品販売をする予定がある場合は、製品販売に先立って、ダイレクトメッセージ内で法定表示を明示する必要があります。通信販売の法定表示の項目は以下ですが、商品（指定権利）の売買契約の申し込みの撤回または解除に関する事項（返品規定）以外は、ダイレクトメッセージ内に明記しない代わりに、消費者からの請求があった場合に開示することも可能です。詳細は、下記消費者庁のウェブサイトをご参照ください。

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/mailorder/>

1. 販売価格（役務の対価）（送料についても表示が必要）
2. 代金（対価）の支払い時期、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. 商品（指定権利）の売買契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（返品の特約がある場合はその旨含む。）
5. 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号
6. 事業者が法人であって、電子情報処理組織を利用する方法により広告をする場合には、当該販売業者等代表者または通信販売に関する業務の責任者の氏名
7. 申込みの有効期限があるときには、その期限
8. 販売価格、送料等以外に購入者等が負担すべき金銭があるときには、その内容およびその額
9. 商品に隠れた瑕疵がある場合に、販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
10. いわゆるソフトウェアに関する取引である場合には、そのソフトウェアの動作環境
11. 商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び販売条件
12. 商品の販売数量の制限等、特別な販売条件（役務提供条件）があるときには、その内容
13. 請求によりカタログ等を別途送付する場合、それが有料であるときには、その金額
14. 電子メールによる商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス

ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

通信販売の法定表示をする際の具体例

以下の3項目は、ブランドメンバーがSNSのダイレクトメッセージ上で製品販売をする際に、必ず明示しなくてはなりません。製品販売につながりそうなときは、製品の販売に先立って、メッセージ内に入れてください。なお、これら以外の項目はダイレクトメッセージ上では明示を省略できますが、顧客から請求があった場合には、情報を開示しなくてはなりません。

通信販売に係る法定表示

※青字の項目は、各自の販売方法に基づく内容を明示してください。

- 1. 代金等の支払時期** : 顧客が支払う時期を明示します。
例) 前払い
- 2. 申し込みの有効期限** : 顧客の支払い期限を明示します。
例) ご注文から一週間たっても入金確認できない場合は、ご注文をキャンセルさせていただきます。
- 3. 返品規定** : 未使用・未開封の場合は、製品の受領から30日間は全額返金することを明示します。

OK & NG Visual Examples

OK&NG投稿事例集

以下のページを参照して、ソーシャルメディアガイドラインに沿った正しい投稿をしましょう。

製品説明の表現は、最新の「ニュースキンカタログ」や公式ウェブサイト、または公式SNSに記載されている表現を参考にする
とつくりやすくなります。



Direct Message

投稿事例集：ダイレクト メッセージ

ダイレクト メッセージでの会話のイメージ

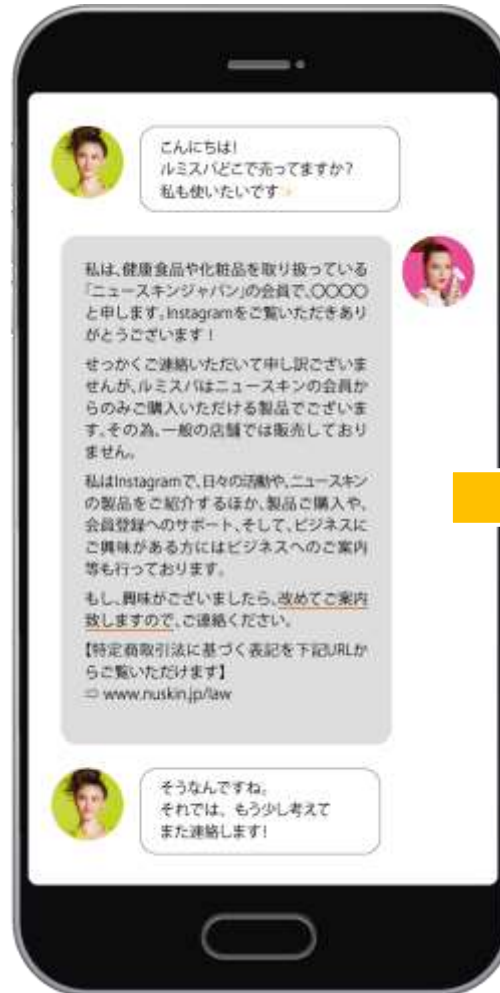
製品紹介の場合の注意点

※小売販売を含む

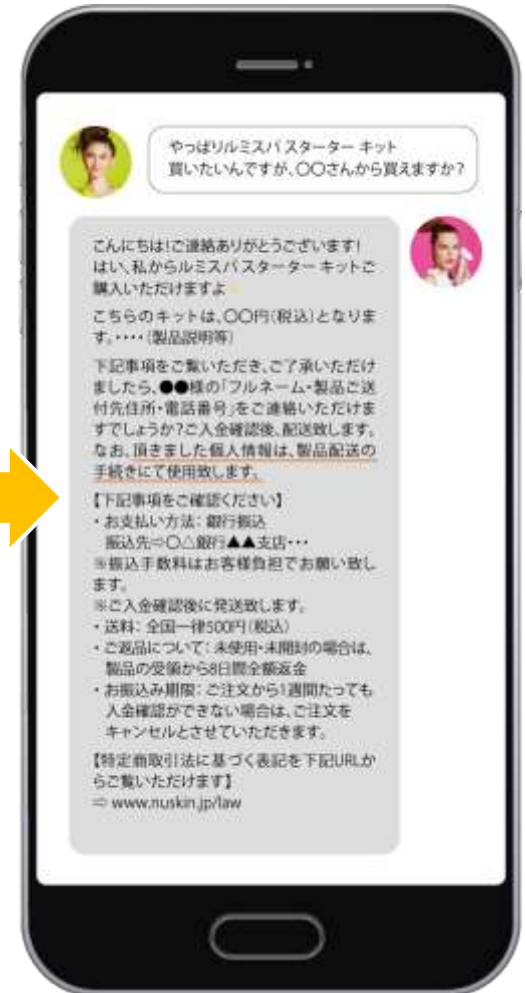
ダイレクトメッセージ（DM）内でも、再度以下の内容を伝えてください。

1. 氏名、ニュースキンのブランドメンバーであること
2. 化粧品や健康食品等を取り扱っていること
3. 製品の紹介をしたいこと
4. 法定表示の掲載
「www.nuskin.jp/law」
5. 通信販売業としての法定表示
 - 代金の支払時期
 - 返品規定
 - 申し込みの有効期限

1回目



2回目



Direct Message

投稿事例集：ダイレクトメッセージ

ダイレクトメッセージでの会話のイメージ

ビジネス紹介の場合の注意点

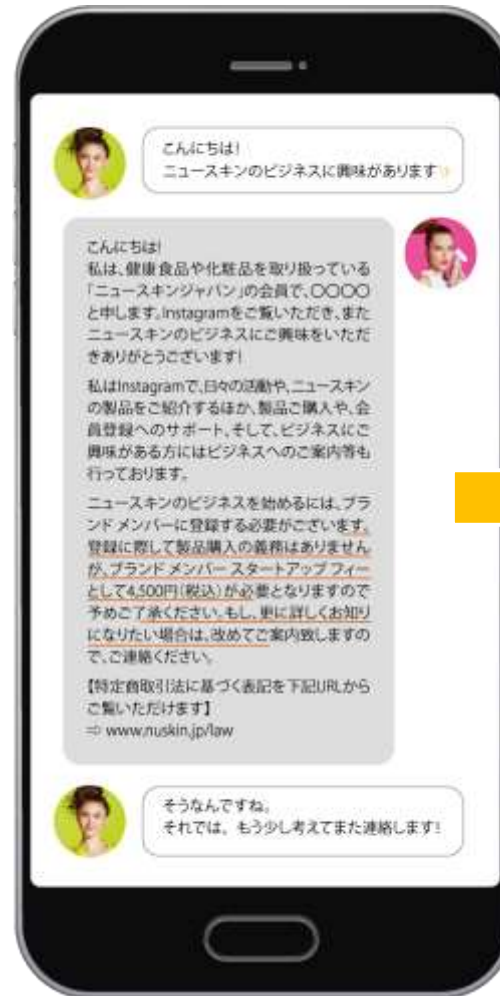
ダイレクトメッセージ（DM）内でも、再度以下の内容を伝えてください。

1. 氏名、ニュースキンのブランドメンバーであること
2. 化粧品や健康食品等を取り扱っていること
3. 特定負担を伴うビジネスの紹介をしたいこと
4. 法定表示の掲載

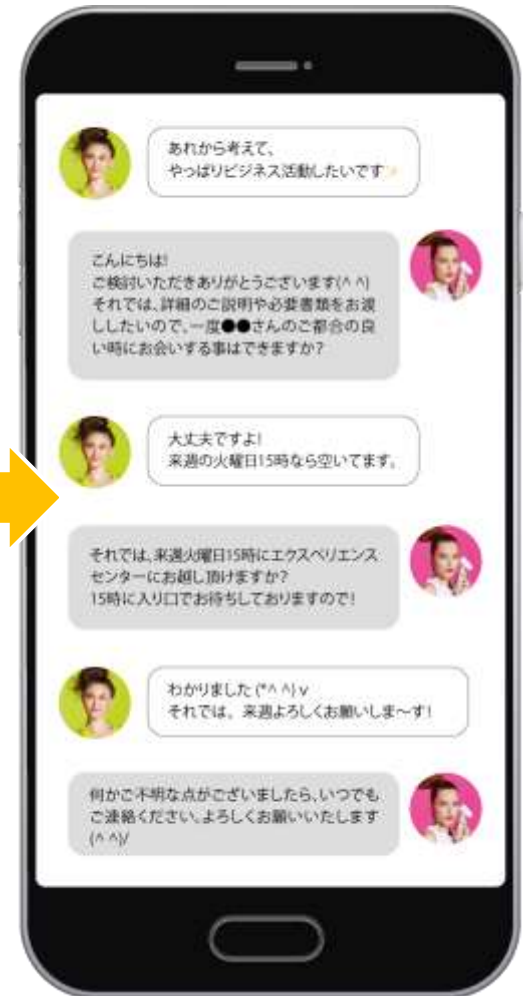
「www.nuskin.jp/law」

※ショッピングメンバーとブランドメンバーの違いを明確にお伝えしてあげる方が親切です。

1回目



2回目



Business/Lifestyle Claims: Visual Examples

投稿事例集：ビジネス、ライフスタイルに関する投稿 OK例

ビジネスに
関する投稿

製品に関する
投稿

ライフスタイルに
関する投稿

取引に関する
ルール

OK&NG投稿
事例集



123人がいいねしました

私と夫で、我が家の中庭の設備を新しくしました！
家族とBBQをするにも、チームのトレーニングをするにもぴったりな場所です 🍷 来週は、チームでトレーニングしたあとに、BBQパーティーを開催します 🍷！



123人がいいねしました

主婦だった私が今では起業家となり、そして強い女性になりました 🍷 「素晴らしいスキンケアと栄養補助食品を人に伝えて、自分やほかの人の生活をより豊かにできるビジネスがある」と、友人からすすめられて始めたこのビジネス 🍷 最初は、こんな自分になれるとは思っていませんでした。私のストーリーを聞きたいと思う方、メッセージをください！



123人がいいねしました

今日は人気のカフェで友人とランチ🍷！ランチの後は、開放的なオープンテラスでちょっとだけビジネスの時間🍷
好きな場所で好きな時間にできるこの仕事は、私のライフスタイルにピッタリで、本当に始めてよかったです！
この後は、友人とショッピングに行ってきます🍷

努力と優しさが成功の鍵

Business/Lifestyle Claims: Visual Examples

投稿事例集：ビジネス、ライフスタイルに関する投稿 NG例

ビジネスに関する投稿

製品に関する投稿

ライフスタイルに関する投稿

取引に関するルール

OK&NG投稿事例集



123人がいいねしました

あなたも、こんな風になるかも👉！「今の仕事に満足できない」「借金を完済したい」「自宅やクルマを買うおカネが必要」と思っているあなた👉
👉私が始めたビジネスで権利収入を得ませんか？
👉すべてはあなたの思いどおりになります👉
👉まずはご連絡ください！



123人がいいねしました

今月に入ってまだ4日なのに、私のチームは、すでにトゥースペースを250本も売りました（1本当たり約1,800円で計算してください!!）。
方法は、製品についてソーシャルメディアで簡単な投稿をしただけ👉。住宅ローンを全部返して子どもたちをサマーキャンプに行かせるほどの収入にもなります👉。初期投資0円👉SNSに投稿するだけで、だれでも簡単に稼げるビジネス。信じられないような話でしょ？でも本当の話なんです！>>>あなたにも、できます<<<



123人がいいねしました

私がこうしてショッピングを楽しんでいるのも、海外旅行にたくさん行けるのも、すべてはこのビジネスのおかげ👉！
私の素晴らしいチームのおかげで、今では寝ている間もお金が入ってくるんです👉。あなたも私のチームに参加して、不労所得を手に入れ、経済的に自由になりませんか？
👉私がお手伝いいたします！

元手ゼロでおカネを稼ぐことに興味がある人は？

Contests/Success Trip Claims: Visual Examples

投稿事例集：コンテスト、インセンティブトリップに関する投稿OK例

ビジネスに関する投稿

製品に関する投稿

ライフスタイルに関する投稿

取引に関するルール

OK&NG投稿事例集



123人がいいねしました

「いつか一緒にトリップに行こう」と目標を立ててから、ようやく一緒に来れた憧れのハワイ🌺🌺
この日のために頑張ったから、よろこびも人一倍🥳!
今日はこれから、ハワイアンショーを見に行っ
てきまへす👏



123人がいいねしました

チームの仲間とサクセス トリップを満喫中!
これからもトリップを達成し、仲間をサポート
できるよう、努力します👏 次のトリップの参加
条件も達成したい!!
素晴らしいメンバーに出会えて幸せです🥳🌺

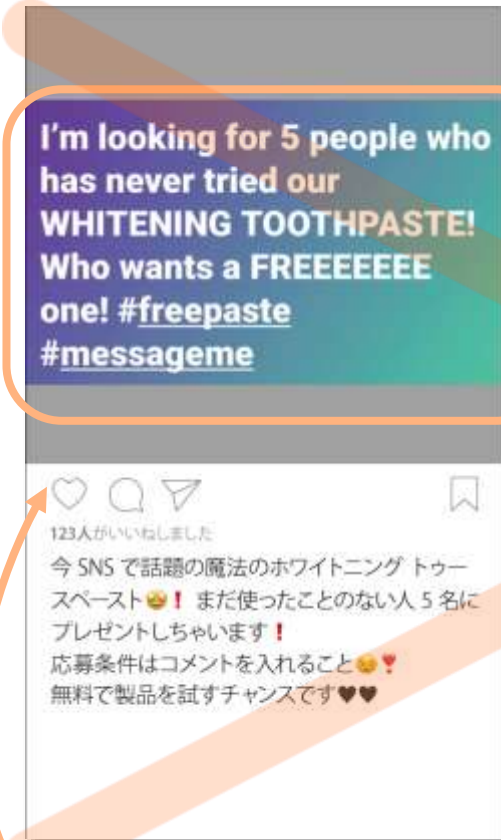


123人がいいねしました

チーム一丸となってビジネスに取り組んできた
努力が実り、ついに憧れの場所でのサクセス
トリップを達成しました! 美しい景色を眺め
ながら、素晴らしい仲間とのお祝い🥳
胸が高鳴ります👏👏

Contests/Success Trip Claims: Visual Examples

投稿事例集：コンテスト、インセンティブトリップに関する投稿
NG例



ホワイトニングトゥースペーストを
まだ使った事のない方5名募集中!
無料で製品が欲しい人はだれ!?



Product Claims: Visual Examples

投稿事例集：製品に関する投稿 OK例

ビジネスに
関する投稿

製品に関する
投稿

ライフスタイルに
関する投稿

取引に関する
ルール

OK&NG投稿
事例集



ホームスパでリラックス

Product Claims: Visual Examples

投稿事例集：製品に関する投稿 NG例



Business/Product Claims: Visual Examples

投稿事例集：ビジネス、製品に関する投稿 OK例



わが家は家族でジースリー ファン♡南国の太陽と大地が育んだスーパーフルーツ。野菜不足が気になり始めた頃、友達にすすめられて飲んでみたら、甘酸っぱい爽やかな味にはまっちゃいました！
β-カロテンはニンジンの約10倍、リコピンはトマトの約70倍もふくまれているんです！野菜嫌いのこどもにも飲みやすいと好評です♡

www.nuskin.jp/law

#g3 #ガック #野菜不足 #β-カロテン
#リコピン #ママと一緒に #炭酸水レシピ



わたしの手放せない必須アイテム、それはニュースキンのハンドサニタイザー♡手肌を清潔に保つのに、うるおいを守ってくれて、おまけにわたしの大好きなラベンダーの香り。いつもこの香りに癒されてます。ちいさな詰め替え容器がついているので、持ち運びも便利です。www.nuskin.jp/law

#ハンドサニタイザー #ラベンダーの香り
#ニュースキン #エスネピック



今日は子育ての合間に、仲間とオンラインで楽しくお仕事♡初めはぎこちなかったけど、慣れてくると意外と楽しいかも！自宅からセミナーに参加できるのは、子育て中のわたしにとって、とってもうれしい♡いつでも仲間とつながれるのもオンラインのおかげかな。

#ニュースキン #オンライン #カウンセリング
#子育てママ #時間の自由

Business/Product Claims: Visual Examples

投稿事例集：ビジネス、製品に関する投稿 NG例

ビジネスに
関する投稿

製品に関する
投稿

ライフスタイルに
関する投稿

取引に関する
ルール

OK&NG投稿
事例集



この製品を家族全員で摂ることをおすすめします。コロナウイルスが猛威をふるっている今、その感染症と闘うには、だれもが免疫システムを強化しなければならないのです！

少しの初期投資で誰でも簡単に不労所得が入ってくる！

こんな時代に頼りになるのはニュースキン！ニュースキンビジネスなら自宅から仕事ができ仕事を失う心配不要。だれもが求め、必要とする製品があるので安心
#こんなときだから#コロナ
#求人#権利収入#不労所得



私はカラダをしっかりガード。フリーラジカルと闘い、新型コロナウイルスに負けないように免疫力を高めています。
ファーマネックス ライフバック
ファーマネックス マリンオメガ
命を守るために家で過ごそう！
#コロナに負けるな #命をまもる

免疫力を上げて新型コロナウイルス感染症と闘うには？
「天国からの果実」を使ったジースリー ジュースがおすすめ！
この濃厚なフルーツ ジュースを飲めば、細胞を若返らせる強力な抗酸化成分とすべての必須栄養素が摂れるんです。酸味があってほんのり甘く、生後9ヵ月のお子様から99歳まで、みんなで飲めるおいしいドリンクです。
3月20日（金）限定で15%割引のプロモーションをやります♪
しかも送料無料！注文が殺到すること間違いなし！！詳しく知りたい方は、メッセージをください。安全に配慮し、身を守るための対策を取りましょう。
#コロナウイルス #抗酸化成分 #感染症対策 #期間限定 #強力
#細胞から若返る #免疫力アップ #安全対策

Product Claims: Visual Examples

投稿事例集：製品に関する投稿 NG例

ジースリー スーパーフルーツ ジュースがもっと必要な人はいませんか？

新型コロナウイルスに対する最大の防御は、あなたの免疫システムを高めること。マスクだけでは足りません！

#免疫力アップ #コロナ #スーパーフルーツジュース

特定のウイルスや病気と結び付けた表現、またそれらを含むコメントやハッシュタグ等をつけての投稿はできません。

#コロナ #COVID-19 #コロナに負けるな #withコロナ #ウイルス対策 #感染予防 #免疫力アップ #遺伝子ケア #抗酸化 #体質改善 #アトピー改善 #殺菌 #インフルエンザ対策 #かぜ予防

※これらに限られるものではありません。

「フリーラジカル」や「抗酸化力」について聞いたことはありませんか？あなたにどのくらい免疫力があるかご存知ですか？

フリーラジカルが強い = 抗酸化力が弱い = 免疫力が下がる = ウイルスに感染しやすい

フリーラジカルが弱い = 抗酸化力が強い = 免疫力が上がる = ウイルスに感染しない

[ウソのような本当の話]

シンガポールのあるビジネスマンが長期間海外出張し、新型コロナウイルス感染症にかかりました。彼はウイルスの潜伏期間に、家族と一緒に暮らしていました。でも妻と子どもは無事でした。妻子は長い間ジースリーを飲んでいたので抗酸化力が高まっていたのです。そのため免疫力も大きく高まり、コロナウイルスに負けませんでした。

#フリーラジカル #ウイルス対策 #コロナに負けるな #g3

//コロナウイルス//

新型コロナウイルスへの関心が急速に高まっている今、感染するリスクを減らすためには免疫力を高めることが「重要」だと、多くの人が再認識しています。

私の知人が、ニュースキンの製品に詳しい免疫学者（ニュースキンの社員でもブランドメンバーでもありません）とチャットしたそうです。その免疫学者は、「免疫力を高めるには靈芝EXが理想的だ。自分と家族のために注文している」と言ったそうです。

#免疫力強化 #コロナ予防 #靈芝EX #withコロナ

Important Notes on Business Posts

重要：投稿時のビジネス活動上のご注意

当社の製品やビジネスを、新型コロナウイルス感染症やその影響による経済的な混乱と結びつけて説明したり、そうした表現を含むコメントやハッシュタグを付けてソーシャルメディアに投稿したりすることはできません。

- 製品を「新型コロナウイルス感染症のリスクを予防または軽減できる」といった表現を使って紹介することはできません。
ニュースキン製品は医薬品ではないため、製品が何らかの病気または病状を治癒、治療、あるいは予防できるといった説明はできません。
- 製品を「新型コロナウイルスの流行を考えると」「こんなときには」といった前置きをしたうえで紹介することはできません。
直接的であれ間接的であれ、製品を紹介する際に新型コロナウイルス感染症に言及すると、上記の不適切な説明を暗示することになります。
- 製品を「生活必需品」として紹介することはできません。
「必需品」を強調することは、政府から推奨または公認を受けている製品だという誤った印象を与える恐れがあります。
- ビジネスを「新型コロナウイルス感染症の拡大をもたらす経済的影響」と結びつけて紹介することはできません。
- ニュースキンの名称や製品を使って、第三者団体（医療従事者や病院、慈善団体等）への寄付やサポートはできません。
ニュースキンが公式に実施している支援活動の紹介は可能です。ニュースキンの取り組みについて詳しくは、公式ウェブサイトをご覧ください。

重要：ステルスマーケティングは禁止されています

ステルスマーケティング：広告主が広告であることを隠したまま広告すること

一般的に消費者が広告を見るときは、「ある程度の誇張・誇大が含まれている」という計算をし、それを差し引いて商品・サービスを判断しています。しかし、広告であることがわからないとその計算ができないので、著しくよい商品・サービスだと誤解し、消費者の自主的かつ合理的な商品選択を阻害することになってしまいます。現在ではこのことが問題視され、ステルスマーケティングは景品表示法上禁止されています。

ブランドメンバーはニュースキン製品を紹介し販売する立場にあり、単なる商品愛用者ではありません。その立場にある者が、商品愛用者になりすまして口コミをすることは、ステルスマーケティングに該当する可能性が高いと考えられます。

これを防ぐためには、広告であることがその投稿からわかればよいということになります。投稿内で「PR」「広告」と記載することももちろん対策になりますが、ニュースキンでは製品やビジネスの投稿の際には法定表示（URL www.nuskin.jp/law）を記載するよう指導しています。この記載がステルスマーケティング防止の対策にもなると考えていますので、法定表示の記載は一層重要な守るべきルールとなります。



ソーシャルメディアを通じた取引に関するルール

よくある質問

Q: 投稿に製品の価格や割引率などの情報を掲載してもいいですか？

A: いいえ。小売価格はブランドメンバーが設定できるものであるため、製品価格等を掲載することは、その場で相手に購入を促す行為と見なされます。ニュースキン ビジネスでは、相手に製品のよさを口コミで丁寧に伝え、その価値を理解してもらうことが前提となるため、投稿に価格や割引率を明示し直接オンライン上で販売を行っているような表現を取ることができません。投稿は、あくまでも相手の興味を引くことを目的とし、「興味があればダイレクト メッセージをください」「質問は個別に受け付けます」等のコメントで、1対1のやり取りに導いてください。

Q: メルカリやYahoo! オークションに製品を出品してもいいですか？

A: いいえ。メルカリなどの個人間売買では、不特定多数の人が自由にアクセスし、製品を購入することができます。ニュースキンはダイレクト セリングの会社ですから、ダイレクト メッセージ機能を使って、ダイレクト（直接）に販売することが求められています。メルカリなど当社が承認したウェブサイトではない場合、1対1の関係を通じて製品のよさを伝えるというニュースキンの原則を守ることができないため、第三者が提供するプラットフォームに製品を出品することを禁止しています。

Q: 「勧誘の意図があること」を伝えるための例を教えてください。

A: 以下の例を参考にしてください。

製品販売の場合：「興味のある方に、私自身も愛用しているニュースキンのスキンケアやサプリをオススメしています。よろしければ、詳しい情報や購入方法を説明させていただきますね」

相手がビジネスに興味がある場合：「よろしければ、特定負担を伴うニュースキン ビジネスについて、詳しい情報や登録方法を説明させていただきますね」

discover the best you