

3²products

即！理解できるステマの法規制と 売れるメーカーが実践し始めた対処法

PR歴 12 年 炎上経験 0 件のPRのプロが解説



ご存じだとは思いますが、
2023年10月～景品表示法が改正されました。
かみ砕くとステマの法規制というところになります。

売れるメーカーは規模に関わらず、この変化を
逆に**チャンス**と取って行動し、すでに他と差をつけ始めています。

本資料では法改正の概要と、
12年間化粧品市場を分析してきたうえでの
法律に対応した**今一番アツい**高い販促手法をご紹介します。

法改正にどのように対応すればいいか迷っている方だけでなく、
今より商品の認知度を上げていきたいメーカー様必見です！

景品表示法

企業が商品やサービスの販売にあたって「消費者を誤認させるような不当な広告をすること」と「消費者の判断を誤らせるような過大な景品の提供をすること」を禁止する法律

ステマ

マーケティングの手法のうち、それが宣伝であると消費者に悟られないように宣伝を行うこと。

1 「TikTok」を運営するByteDanceは2019年7月~2021年12月にかけて、20人のインフルエンサーに対価を支払って人気の動画を転載するよう依頼していたものの「#PR」などの広告表記をしておらず、「誤認や不信感を与えた」として2022年1月、おわびの文章をホームページで謝罪

2 2019年にはウォルト・ディズニー・ジャパンが映画「アナと雪の女王2」の宣伝のために複数の漫画家に感想などを描いた漫画をSNSで発信してもらうよう依頼していたのに、広告と明示していなかったとしてホームページで謝罪、

3 京都市が、市の取り組みをPRするため人気漫才コンビにツイッターで情報発信をってもらう対価として100万円を支払う契約を吉本興業と結んでいたにもかかわらず、漫才コンビのツイートの中に「広告」と明示していなかった

-NHK NEWS WEB引用

法改正に伴い、御社責任の対応幅が変更になります。
法対応できていないサンプリング施策の場合、**法律違反**になります。

10月法改正後の変更点

10月法改正後の変更点		
景表法	内容	<p>※※ステマを行った場合、法律違反となる※※</p> <ul style="list-style-type: none">■投稿必須・保証<ul style="list-style-type: none">・#PR必須 関係性の明示・PR表記必須により、すべての投稿で『薬機法』チェックが必須■投稿任意<ul style="list-style-type: none">・投稿を促す運用をしてはいけない（※当選率アップ等）
	対応責任	<ul style="list-style-type: none">■投稿必須・保証<ul style="list-style-type: none">・商品メーカー■投稿任意<ul style="list-style-type: none">・なし

景品表示法

薬機法

違反すると...

措置命令・課徴金
(対象商品の売り上げの3%)

課徴金
(期間中における対象製品の売上の4.5%)



特に気を付ける点

- ・優良誤認表示の禁止
- ・有利誤認表示の禁止
- ・2023.10月～事業者（広告主）による
作為的・コントロール下にある情報の禁止
- ・虚偽・誇大広告の禁止
- ・未承認の医薬品等の広告の禁止
- ・2023.10月～インフルエンサー投稿を
実施した場合、薬事チェックが必要に

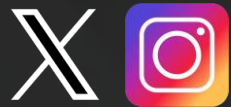
景品表示法やステマについて正しい知識を持ったうえで、

- ① SNSアカウントの運営上のルールを作り、社内で共有する。
- ② 社員、外注、インフルエンサーと認識をすり合わせる。
- ③ 誤解を生まない表現方法をマニュアル化、定期的に周知する。



PR不要：一般インフルエンサーsurvey

通常のインフルエンサー施策では得ることの難しい、製品に対する忖度の無い商品評価を得るためのアンケートを実施。今後の製品開発や営業活動に繋げるためのリアルなデータを得ることが出来る。気に入った製品は任意でSNSで紹介されることもあり、PR投稿とは異なるオーガニックに近い情報の拡散も見込める。
※景表法・薬機法対応不要（消費者庁・弁護士事務所確認済 202309）



PR必須：一般インフルエンサープロモーション

情報に敏感かつ共感性の高い一般インフルエンサーに、製品を使用・体験いただき、PR表記を付けてSNSで紹介してもらう。SNS上での認知やUGCの獲得を行いたい場合にオススメ。
※景表法・薬機法対応必須

**御社の目的・スタンスにあわせて、
オススメのプランをご提案させていただきます。**

インフルエンサーキャスティングのご紹介

企業（商品）と、消費者を一般インフルエンサーのレビューでつなく
インフルエンサーマーケティングサービスをご提供します。



弊社ネットワークの会員サイトで、商品をトライアルしたい方を募り、選定。
商品を使用した付度なしのアンケートを集計し、Excelデータを御社に納品で施策完了。
※任意で自身が得意なSNSで拡散してくれることがあります。

商品の使用感、
デザインが刺さり
約**3,000**万円の売上

■背景・目的

Web卸、バラエティをチャネルとして新製品をリリース。費用はあまりかけられないが、商品に自信はあるので、良い販促を探している。

■結果

商品の使用感に対する評価が同ジャンルの中でも傑出して高く、デザインも人気ブランドと似ていたこともあり高い評価結果に。
2018年4月の発売後、2か月後に初期ロットが欠品。その後も欠品を繰り返し、1年後には平均月販5,000個まで伸びている。行った施策は女性誌への掲載が1回と同施策のみ。

K社
商品ジャンル：スキンケア系
販路：Web卸・バラエティ

自社で行うSNS施策や
キャンペーンの
反応率大幅UP

■背景・目的

これまでアーティストブランドとして販促は行ってこなかったが、新規ユーザーに商品を知ってもらうためにSNSの活用が必要と判断。既に動き始めているものもあるので、より相乗効果に繋がる施策を行っていきたい。

■結果

まずは1年間販促を行い、ある程度の認知と社内のノウハウを得ることが出来た。自社でも対応できる部分もあるため、今後は出来るだけ内製化を図りつつ、必要な販促のみ外部に依頼をしていく方針。

B社
商品ジャンル：メイク系
販路：EC

ブランド全体に対する
UGCの
大幅増加
継続的に獲得を狙う

■背景・目的

競合製品と比較した際、自社製品に対するUGCが不足しているという課題が出てきた。看板商品のリニューアルに伴い、ブランディングの一環としてUGCの獲得に力を入れていきたい。

■結果

2021年10月からシーズンごとに商品を変更しながら運用し大手美容メディアで賞も受賞。UGCの獲得は非常に重要で自然には中々増えていかないので、今後も継続的にUGCの増加を行っていきたい。ロゴの獲得、WEB上の情報が増えることで、店頭スタッフもオススメしやすくなっている。

T社
商品ジャンル：スキンケア・ボディケア
販路：自社店舗・EC

プラン	一般インフルエンサー Survey		一般インフルエンサー プロモーション	
目的	商品開発、営業活動に有効な、 ユーザーのリアルな声を集める。		SNS上での認知、UGC獲得。	
対価	アンケート回答		SNS拡散	
SNS拡散	任意		必須	
PR表記	不要		必須	
薬事チェック	不要		付帯	御社
レビュータイプ	購入	モニター	モニター	
予算感	50万円～	～50万円	70万円～	50万円～

御社の目的あわせてご選択ください。

一般インフルエンサーに特化した、12期目のマーケティング支援会社です。
 累計取引企業 **200**社、施策商品 **1,000**件以上、キャスティング **100,000**人の実績・ノウハウでご支援させていただきます。

- ・P&G株式会社
- ・ザボディショップジャパン株式会社
- ・マルマンH&B株式会社
- ・C Channel株式会社
- ・コンビ株式会社
- ・株式会社リベルタ
- ・株式会社アクシージア
- ・コスメテックスローランド株式会社
- ・株式会社クレア
- ・株式会社シズカニューヨーク
- ・株式会社かならぼ
- ・株式会社ミス・パリ
- ・株式会社アリミノ
- ・株式会社オージオ
- ・株式会社大広
- ・スタージュ株式会社
- ・レディーメイト株式会社
- ・株式会社ドクターケイ
- ・株式会社ハンズ
- ・株式会社ユイット
- ・Remain in株式会社
- ・日華化学株式会社
- ・株式会社ハイサイド・コーポレーション
- ・新日本製薬株式会社
- ・アンド・ナイン株式会社
- ・UUUM株式会
- ・株式会社マガジンハウス
- ・統一超商東京マーケティング株式会社
- ・株式会社エリザベス
- ・TBCグループ株式会社
- ・インターコスメ株式会社
- ・株式会社ビービーラボラトリーズ
- ・株式会社多田
- ・株式会社イシュア
- ・株式会社Dr.高須英津子コスメ
- ・株式会社ウテナ
- ・DASHING DIVA JAPAN株式会社
- ・株式会社ブリリアージュ
- ・株式会社黒龍堂
- ・株式会社アグレックス
- ・株式会社マートブル
- ・ジェイピーエスラボ株式会社
- ・ラボラトリーズ
- ・銀座ステファニー化粧品
- ・ロゼット株式会社

リピート発注80%以上の厳選担当者による 45分間無料相談会

- 新しく販促を考えている方
- 現状施行されているPR手法で不安点がある方
- 10月以降自社だけの対応が難しそうだとお考えの方

ぜひお気軽にご相談ください!!



3²products

社名：株式会社スリーツープロダクツ
住所：東京都港区六本木7-21-24
事業：インフルエンサーマーケティング
担当：太和田（タワダ）、片桐（カタギリ）
電話：03-5775-5624
Mail：mk@32products.com