

「これまではOKだった広告手法が規制を受けた。」「最新動向を踏まえて、広告の適法判断基準を持ちたい。」etc...
 このようなお悩みを抱える担当者様必見のセミナーです！！

化粧品広告の実務者が押さえておくべき 広告法規制動向と広告表現の重要ポイント

- ◆日 時：2021年2月12日(金) 13:00～15:30
- ◆会 場：自宅や職場など世界中どこでも受講可
- ◆受講料：1名につき42,900円(税込、資料付)

※会員登録(無料)をしていただいた方には下記の割引・特典を適用します。
 ・1名でお申込みされた場合、1名につき**39,600円(税込)**
 ・2名同時でお申し込みされた場合、**2名目は無料(2名で42,900円(税込))**

セミナーお申込みFAX

03-5857-4812

※お申込み確認後は弊社よりご連絡いたします。

講師

株式会社フィデス 代表取締役社長 久保 京子 氏

<ご略歴>

慶応義塾大学 文学部 人間科学専攻。専門は実証的社会心理学。卒業後、花王(株)調査部にて家庭用消費財におけるマーケティングリサーチ業務に従事。その後、サンウェブ工業(株)(現(株)LIXIL)にて商品企画、販売戦略立案などに携わる。1998年Webマーケティング会社を起業。2007年消費生活アドバイザーとして、(財)日本産業協会にて経済産業省委託事業「電子商取引モニタリング調査」に携わったことを契機にネットショップのコンプライアンス及びCS向上推進に傾注。2009年「株式会社フィデス」を設立し、ネット通販向け広告コンプライアンスサービスを提供開始。中小～大手企業に対し、法令順守の広告戦略、広告法務コンサルティング、社員教育を手がける。消費生活アドバイザーとして、表示の受け手である一般消費者目線を重視し、法令遵守のその先を目指す顧客満足度向上、お客様との長期的な信頼関係を築くコミュニケーションをサポートしている。

【プログラム】

Part1: 令和元年度の景品表示法処分動向

薬事関連商材の広告においても、実際の処分は薬機法より景表法による執行となっています。国や都道府県の景表法の運用状況を確認しながら、企業が注意すべきポイントを確認しましょう。

- 1-1処分傾向
- 1-2打消し表示認定
- 1-3管理上の措置と課徴金認定

Part2: 広告監視・規制動向

事業者調査や法執行は行政が行うものですが、そこにつながる端緒は、消費者や同業者、業界団体調査からの通報も見逃せません。注目を集めている監視事例を解説します。

- 2-1行政によるネット広告監視や消費者からの情報提供状況
- 2-2日本通信販売協会の広告実態調査から景表法措置命令
- 2-3アフィリエイト広告規制動向

Part3: 医薬品等適正広告基準改定(2017年)と化粧品等適正広告ガイドライン改定のポイント

厚労省が発する医薬品等適正広告基準の2017年改定と、それを受けて2020年6月に改訂された粧工連による化粧品広告ガイドラインの中から、特に広告に多用されている手法について確認します。
 (以下、解説例です。時間により変更になる可能性があります)

- 3-1イラスト・写真等による「保証表現」
- 3-2「使用体験談」の表現
- 3-3著名美容家の推奨
- 3-4「調査結果に基づく数値」の表現
- 3-5大学との共同研究

Part4: 処分事例検証(景品表示法違反)

「いつでも解約」「顧客満足度」「使用体験者の年齢」「お手入れなし・あり写真」に不当表示認定された、育毛剤の景表法措置命令事案を検証します。

『化粧品部外品広告』セミナー申込書

会社・大学			
住 所	〒		
電話番号		FAX	
お名前	所属	E-Mail	
①			
②			
会員登録(無料) ※案内方法を選択してください。複数選択可。		<input type="checkbox"/> Eメール <input type="checkbox"/> 郵送	

●セミナーの受講申込みについて●

必要事項をご明記の上、FAXでお申込み下さい。弊社で確認後、必ず受領のご連絡をいたしまして受講券、請求書、会場の地図をお送りいたします。

セミナーお申込み後のキャンセルは基本的にお受けしておりませんので、ご都合により出席できなくなった場合は代理の方がご出席ください。

受講料の支払いに関してはHPをご覧ください。
 ⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/entry>
 個人情報保護方針の詳細はHPをご覧ください。
 ⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/privacy>