

SNSに関するガイドライン

—より良いビジネスへの活用をしていただくために—



第〇版
2022年〇月〇日
作成元

ソーシャルメディア（以下、SNS）を上手く活用することでナリス化粧品の魅力を広く伝えることができ、売上拡大にもつながります。

ただし、SNS運用は成果が出やすい一方で常に炎上やブランドイメージダウンのリスクと隣り合わせです。

本資料では、
SNSを正しく活用する上でのガイドラインを記載しております。



本書はSNSの正しい活用方法のガイドラインを記載しています。

本資料のゴール（目的）

SNS活用に関する理解が深まり
ビジネスに繋げるために正しく活用できること

対象

ナリス化粧品 販売員のみなさま

利用範囲

業務上及びプライベートでのSNS活用

ON



OFF

本ガイドラインは2部構成となっています

1

SNSを正しく使う必要性

2

SNSの活用

本ガイドラインは2部構成となっています

1

SNSを正しく使う必要性

2

SNSの活用

SNSとは、
ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）
の略で、インターネットを介してコミュニケーションや情報の発信
をする機会を提供するサービスの総称のことです。

主に個人間のコミュニケーションや情報の発信を目的に利用
されています。



SNS	特徴
Twitter	- リアルタイム性のあるSNS - 短文（140文字以内）のコミュニケーション - RT（リツイート）機能による情報の拡散性に優れている - 利用者の平均年齢は36歳
Instagram	- ビジュアル訴求の高いSNS - ハッシュタグ（#）を使った検索をすることで自分の気になる情報を取得するユーザーが多い 10代・20代の女性の利用者が多い
Facebook	- 実名性が高いSNS - 現在は一般ユーザーよりもビジネスでの活用が多い - 登録者は、20代・30代が多い
LINE	- 全世代が利用するメッセージツール - LINE BOOM（旧タイムライン）では、ショート動画を投稿できフォロー機能が追加されたため、その他のSNS同様の使い方も可能に
TikTok	- 短時間の動画でさくっと見られることが特徴 10代・20代の利用者が半数を占める

メリット

- ・ 共通点や興味関心が似ている友だち・知り合いを増やせる
- ・ 年代・場所問わずコミュニケーションを取ることができる
- ・ タイムリーに情報の発信ができ、ビジュアルやテキストを用いてわかりやすく伝えることができる
- ・ セルフブランディングに活用できビジネスチャンスにつながる
- ・ 情報収集に役立つ（最近は「ググる」よりも「タグる」が多い）

ワンポイント
アドバイス

自分が経験したことを読み手にも分かりやすく伝えと共感を得られやすい傾向がある。



SNSの活用は多くのメリットがある一方で、常に炎上やブランドイメージダウンのリスクがあります。

SNSを活用する上での注意点

- 企業や組織のブランドイメージを損なう発言をしない。
- 第三者にアカウントを乗っ取られないよう、アカウント情報(IDやパスワードなど)の適切な管理を行う。
- 利用するサービスの規約を遵守する。

引用元：総務省 | SNS利用上の注意点

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/security/business/staff/14.html

SNSはインターネットと同様、一度発信された情報を 完全に取り消すことができません！

そのため、SNSでは個人情報・プライバシーに関する情報の公開には十分注意が必要です。

たとえば...

- 個人を特定されるような情報はなるべく書き込みを避ける
- 位置情報の流出に注意する
(GPS機能がついた写真には、撮影日時や撮影した場所の位置情報などが含まれている場合があります)
- 相手の了承なしに写真をSNSに公開しない

SNSはリスクと隣り合わせであるということを理解し、利用しましょう。

1

ソーシャルメディアを
正しく使う必要性

2

ソーシャルメディアの活用

準備

- 目的の明確化
- 心得の認知
- SNS開設の準備



投稿

- ルールの遵守
 - 利用するSNSのガイドライン、利用規約
 - NBA（ナリスビューティアドバイザー）規約
 - 関連法規（薬機法や景品表示法など）



興味・関心

取引

- 安心 & 安全の取引



受注

準備

- 目的の明確化
- 心得の認知
- SNS開設の準備



投稿

- ルールの遵守
 - ー 利用するSNSのガイドライン、利用規約
 - ー NBA（ナリスビューティーアドバイザー）規約
 - ー 関連法規



興味・関心

取引

- 安心＆安全の取引



受注



SNS活用の目的を明確化し、目的に合ったSNSを選びましょう

目的設定

SNSを活用する目的を明確にしましょう

目的例

SNS活用の
メリット

- 知り合いを増やしたい
- 体験を共有したい（写真、動画等）

ツールの
選定

目的に合ったSNSを選びましょう

SNSの
種類

地域、年齢、性別など
対象とされているユーザーや
SNSの種類をしっかりと確認

※P10 主なSNSと特徴を参照

どんなSNSツールを使っても、
「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れてはいけません

SNS投稿を行う際には消費者目線を忘れないようにすることが大切です

消費者が受け取るイメージとは？

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。
一方的に製品の素晴らしさを訴えても、
なかなか伝わりません。



オーバーな表現を避け 現実的な内容を投稿しよう

オーバートークは消費者に不信感を持たせる要因にもなります。そのため、現実的で分かりやすい内容で投稿するようにしましょう。

詳細な情報を提供しよう

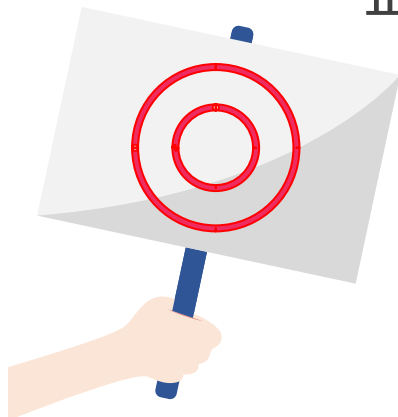
「法定表示」のリンクを含め、読み手に対して情報の導線をしっかりと明示し透明性の確保に努めましょう。

相手のペースに合わせよう

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ながら、発言には細心の注意を払いましょう。



発信していいこと/ダメなことをきちんと理解し
正しくSNSを利用しましょう



- ナリス化粧品の製品を使用した感想や、ナリス化粧品に関する体験をシェアすること

※各ルール（本ガイドライン及びソーシャルごとのメディアガイドライン）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
- ナリス化粧品の公式ウェブサイトへリンクを飛ばすこと
- ナリスビューティアドバイザーだと伝えること
- ナリス化粧品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



- 公開の場で勧誘行為を行うこと
- 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
- 指定のサイト以外の場所での投稿をすることなど
- 例）オークションサイトへ出品するなど
- 第三者から見て、ナリス化粧品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
- ナリス化粧品の製品写真や商標、ロゴをプロフィールの写真に使用すること
- 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

例）不特定多数の人にナリス製品の購入を勧めたり、ビジネス活動への参加を促したりするなど

SNSでプロフィール設定する際のルールについて、
Facebookの場合でOK例とNG例を解説します。

背景画像やプロフィール画像
(例) Facebook



プロフィール画像

OK例

プロフィール写真及び背景に製品やサインージュ(看板)等が写り込んだものはOKです。

NG例

ナリス化粧品の製品写真や商標、ロゴをプロフィール写真で使用することはできません。

職業の表記

OK例

- ・ナリスビューティアドバイザー
- ・NBA
(ナリスビューティアドバイザー)

NG例

勤務先	ナリス化粧品
職業	ナリス化粧品の ・ 正規代理店 ・ 広告代理店 ・ 販売代理店 と名乗ること
その他	会員番号 など

職業欄やプロフィールに、ナリス化粧品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。

ルール1. 守秘義務を遵守しましょう

業務上知り得た守秘義務がある情報を発信してはいけません。

（例えば、世の中に公に出される前の情報や、個人情報など）

ルール2. 自身のプライバシー保護に留意しましょう

自身のプライバシー保護にも気をつけましょう。SNSでは、自身が発信した情報を削除しても第三者によって保存され、消去できないことがあることに留意してください。

ルール3. 他社製品及び薬機法に触れる表現に注意しましょう

投稿・コメント・ハッシュタグ等において、ナリス化粧品以外の事業者の商標、商号および製品名等を使うことはできません。また、それに似た名称、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。

ルール4. 軽率な行動・発言は控えましょう

ナリス化粧品の関係者としての資質を問われかねないような軽率な発信は控えましょう。

また、伝聞や推測に基づく不確かな情報や無責任な情報ではなく、正確な情報を発信しましょう。

ルール5. 第三者の知的財産権の侵害の禁止

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。

ルール6. DMを使う時の注意点について

製品やビジネスについて、ダイレクトメッセージ（DM）等の機能を使って特定の個人に送信する場合には、相手の明示的な承諾が必要になります。

ルール7. ステルスマーケティングを行わない

SNSのインフルエンサーに対して、製品サンプルなどを含む物品・金品・サービスの提供やイベントに招待するなどし、インフルエンサーから製品などの発信をしてもらうステルスマーケティングを行うことはできません。

ルール8. ガイドラインを遵守しているかの判断について

ナリス化粧品は、ナリスビューティアドバイザーが独自に用意したコンテンツが関連法規およびナリスSNSガイドラインを遵守しているかに関して一切の責任を負いません。

ルール9. 法定表示の義務付けについて

ナリス化粧品に関する製品を販売目的で投稿したり、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。

※製品の宣伝を目的とする投稿の場合は、「法定表示」は不要です

法定表示 → 必ず指定のURL（<https://www.naris-online.jp/shop/pages/about.aspx>）をコメント欄等に記載してください。

準備

- 目的の明確化
- 心得の認知
- SNS開設の準備



投稿

- ルールの遵守
 - 利用するSNSのガイドライン、利用規約
 - NBA（ナリスビューティアドバイザー）規約
 - 関連法規



興味・関心

取引

- 安心 & 安全の取引



受注

ナリスビューティアドバイザーとしてSNSに投稿するコンテンツを大きく3種類に分け、ルールを設けています。

3つの投稿コンテンツ

SNS運用時の投稿に当たっては、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。

製品

リクルート

イベント
研修
その他

製品

概要

- ナリス化粧品の特定の製品、パッケージ等の紹介
- ナリス化粧品の製品の使用感に関する個人の感想

リクルート

- ナリス化粧品のビジネスモデルについての説明
- 報酬に関する制度の概要や詳細な情報
- ナリス主催のビジネスイベント等についての情報

イベント/研修
その他

- ナリスビューティーアドバイザー（NBA）主催のセミナーやイベントの告知
- ナリス社が主催するイベントや研修での体験

ポイント

- 製品の使用感等についての投稿を行う際は「化粧品の効能効果の範囲」を参考にしてください。
- NBAの独自の価格設定などの情報を含めることはできません。
- 販売を目的とする場合は、必ず法定表示を行ってください。

- SNS上のプロモーションや広告はフォローや「友達申請」を承認済みの相手のみ可能です。

- ナリス化粧品のロゴや社名の入ったバナーや建築物など「法定表示」を行わなくても自由に投稿することができます。
- 第三者（自分以外の人）の顔がハッキリと映らないようご注意ください。



投稿の際には、各コンテンツごとに定められた重要なポイントをおさえましょう

製品の投稿やダイレクトメッセージ等で製品の販売を目的とする場合は、
「法定表示」を行うために以下のリンクを必ず掲載してください。

<https://www.naris-online.jp/shop/pages/about.aspx>

◇ 法定表示の掲載の必要性について

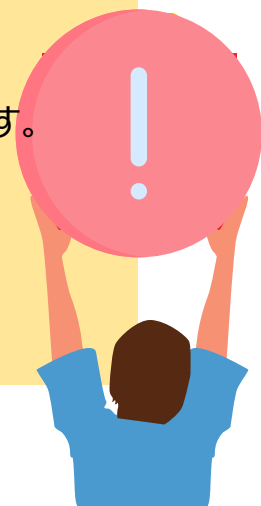
化粧品を販売するためには、薬機法をはじめ公正競争規約、景表法などの法律や化粧品業界の基準により定められた表示を実施しなければなりません。

「法定表示」は、各法令で定められており、表示が義務付けられています。

また、ナリスビューティーアドバイザー（NBA）がSNS上で製品やビジネスの機会を紹介する場合は、特定商取引法の広告に該当すると見なされます。

そのため、上記のリンクを掲載し「法定表示」を行うことで、消費者に対して透明性の確保につながります。

ナリス化粧品の関係者としてSNS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。



製品に関する投稿をする際には、「化粧品の効能効果の範囲」を確認し 文章を構成するようにして下さい

化粧品の効能効果として広告することができる事項は、化粧品の効能効果の範囲（下記）に掲げる化粧品の効能の範囲とし、かつ当該製品について該当する効能の範囲とする。

【関連法令等】「化粧品の効能の範囲の改正について」（平成23年7月21日 薬食発0721第1号 厚生労働省医薬食品局長通知）

化粧品の効能効果の範囲

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

注 4) (56) については、日本化粧品学会の「化粧品機能評価ガイドライン」に基づく試験等を行い、その効果を確認した場合に限る。

（日本化粧品工業連合会「化粧品等の適正広告ガイドライン2020年版」参照）

販売ビジネスに関する投稿の注意点

投稿の内容に、報酬やビジネスモデルなどナリスの販売ビジネスに関する情報が含まれる場合は、より一層厳しい制限の元行ってください

Point1

閲覧者を特定する必要があるため、各種SNSで**プライバシー設定**を行ってください



Instagram

「設定」の
「プライバシー設定」
より設定



Twitter

「設定とプライバシー」の
「プライバシーと安全」
より設定



Facebook

「設定とプライバシー」の
「プライバシーセンター」
より設定



Point2

特定商取引法上の**明示義務を果たし相手の同意を得て**、プライベートなやり取り（DMやグループ LINEなど）を行ってください

Point3

指定の**「法定表示」リンク**を必ず含めてください

「法定表示」のリンクについては、P21を振り返りましょう



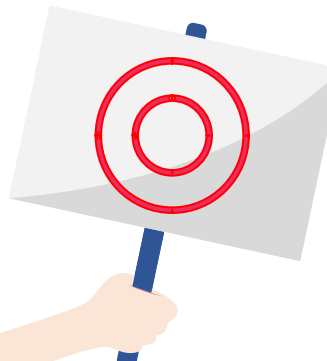
※詳細は、各SNSのマニュアルを確認下さい

「受動的収入」「不労所得」等の用語は使用できません

「自由な働き方」等は、虚偽を含まずガイドラインを遵守する場合に限り、使用可能です

OK※

以下の内容は、「1対1」、「虚偽を含まない」「基本ルールを満たす」など特定の条件下でのみOKです。

- 
- 自由な働き方
 - 時間に縛られない仕事
 - 学歴や職歴を問わない仕事
 - 特別な資格が要らない
 - 独立できる

※基本ルール（閲覧者の制限、相手の同意）を満たした上で、上記の投稿および情報提供（テキスト、画像、動画等）はOKです。

NG

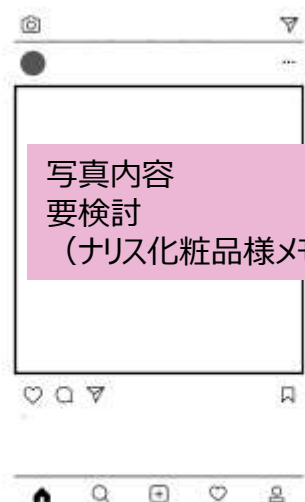
下記の用語およびそれに似ている表現は、使用することができません。

- 
- 権利収入
 - 不労所得になる
 - 印税的な収入
 - 将来が約束されているようなもの
 - 簡単、すぐに、誰でもできる
 - 一攫千金、すぐに稼げる

投稿の可否例（画像）

高額な商品が映っている写真をビジネスの機会と結びつけた投稿はNGです

OK※



※「1対1」など特定の条件下でのみ **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、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。

NG



- たとえ自己所有のものであっても、高額な時計などが映っている写真を ビジネスの機会と結びつけて 投稿することは不可です。
- 他のビジネスにまつわるSNS投稿の内容を引用するなど、ビジネス勧誘を行うことも誤解を招くため不可です。
- 一定の収入を約束するような文言や、「権利収入」など実際のビジネスと異なる文言は使用不可です。。

投稿の可否例（公式アカウント）

リポストや引用RTはOKですが、スクリーンショットでの再投稿は禁止となります

OK



- Instagramのリポスト
(ストーリーなどに表示させること)
- Twitterの引用RT
(コメントを書いて元の公式アカウントの投稿を拡散)



NG



- 公式アカウントのスクリーンショット
での投稿はNGです

投稿の可否例（製品の効能・効果）

製品に関する投稿をする際には、「化粧品の効能効果の範囲」を確認・参考にして文章を構成するようにしましょう

OK

- 「化粧品の効能効果の範囲」を参考にした、製品の効能・効果の投稿
- 適切な表現の範囲で個人的な使用感を伝達

NG

- 過度な表現の効能・効果の投稿
- 「病気が治る」「予防する」といったような表現の投稿
※「診療行為」に見なされたり、薬機法に触れる可能性があります。
- 他社製品との比較や他社製品の誹謗中傷に関する投稿



「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れず
インターネット上の特性を充分理解した上で、透明性が保障できるように運用しましょう

以下の表はリクルートに関する事項になります。SNS上でリクルートを行う際に必ず参照してください。

コンテンツ	カテゴリ	No.	概要
リクルート	自己開示	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ナリス化粧品 ナリス ビューティアドバイザーであることを伝えてください。
	規約遵守	3	ナリス化粧品ナリス ビューティアドバイザーの活動の関するすべての要件を遵守してください。
	収入	4	収入についての説明を行う際には、ナリス化粧品が提供する最新の「〇〇〇〇〇〇〇〇」を提供してください。
		5	「収入」や「利益」について説明する際には、そ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、経費についての誤解を与えないよう十分な説明を行ってください。
		6	特定の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、「〇ヶ月で達成できる」というような断定するような説明はできません。
		7	ナリス化粧品から手当などの明細書（含むボーナス）や、銀行口座上の振込額を見せることはできません。
		8	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。
	ビジネス説明	9	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。
		10	ナリスのビジネスを、実際よりも簡単であるように思わせてはいけません。
		11	ナリスの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。
	拡散	12	本ガイドラインに合致しないコンテンツを、リツイート、「いいね」等で拡散させてはいけません。

「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れず
インターネット上の特性を充分理解した上で、透明性が保障できるように運用しましょう

以下の p33～35のスライドは、製品に関する事項です。SNS上で製品の紹介・説明等を行う際に必ず参照してください。

【製品説明に関する事項】

- ・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。
- ・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、およびトレーニング資料の内容と一致している必要があります。（販売員用資料は除く。そもそもお客様に提示できないため）

【法定表示に関する事項】

- ・特定商取引法上の「法定表示」を行ってください。

【権利に関する事項】

- ・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。

「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れず
インターネット上の特性を充分理解した上で、透明性が保障できるように運用しましょう

【効能・効果に関する事項】

一、化粧品の効能効果の範囲を参考に適切な表現の範囲で、個人的な製品の使用感を伝えてください。

一、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。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。

一、「ビフォー & アフター写真」は、原則SNSに投稿することはできません。（製品の効果効能を根拠なく示すものと見なされるため）また、ビフォー & アフターの内容をほのめかすような文言を記載しての投稿も認められません。

一、ナリス製品と他社製品との比較実験を行うこと、ナリス製品を使ってナリスビューティーアドバイザー（NBA）自身が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。

「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れず
インターネット上の特性を充分理解した上で、透明性が保障できるように運用しましょう

【使用する画像・動画に関する事項】

一、ナリス化粧品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、ナリスブランドを正しく表現したビジュアルとしてください。
また、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た服装等、ブランドイメージにふさわしい表現をしてください。過激な印象の写真や肌の露出が多すぎる写真は、避けてください。

一、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。

一、公式コンテンツとしてナリス化粧品が提供した素材をSNS運用に使用できます。
なお、再投稿する場合には、編集することなく、提供した元の素材をそのまま使用してください。

一、ナリス化粧品の公式アカウントに掲載の写真を無断で使用することはできません。
公式アカウントの内容を拡散する場合は、「引用リツイート（RT）」など公式アカウントからの発信であることが分かるようにしてください。

一、自分で撮影したもの以外の画像・動画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。

「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れず
インターネット上の特性を充分理解した上で、透明性が保障できるように運用しましょう

以下の p36～37のスライドは、製品に関する事項です。SNS上で製品の紹介・説明等を行う際に必ず参照してください。

【イベント・研修時の画像・動画の使用に関する事項】

一、イベントや研修、その他の投稿には、背景にナリス化粧品のコーポレートロゴやサインージを含んだ状態での写真を投稿することができます。ただし、ナリス化粧品のブランドイメージに合致しない写真・内容は投稿できません。

一、イベントや研修、その他の様子を撮影した写真や動画を投稿する場合は、必ずナリス化粧品のブランドイメージに合致した清潔感、品性を保ったものとしてください。

一、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。

「ナリス化粧品をどう伝えるか」という基本意識を忘れず
インターネット上の特性を充分理解した上で、透明性が保障できるように運用しましょう

【規約遵守に関する事項】

一、常に誠実であることを心がけ、第三者に誤解を招く表現は避けてください。
また、日常を投稿する際はナリス化粧品のビジネスと結びつかないような表現を意識して、非現実的なイメージで伝えるような素材を使わないでください。※ p 29「投稿の可否例（画像）」参照

一、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。

【その他】

一、特定の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。
その場合には、「法定表示」のリンクを貼ってください。※ p 26「特定商取引法に基づく表記」参照

製品やビジネスを、新型コロナウイルス感染症や経済的の混乱と結びつけて説明したり表現を含むコメントやハッシュタグを付けてSNSへの投稿はできません

新型コロナウイルス感染症に関する禁止事項



「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」といった紹介

- ナリス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ことはありません。
- 自己責任を明確にするためにも、不確かな情報や無責任な情報ではなく、正確な情報を発信しましょう。

「新型コロナウイルスの流行を考えると」

「こんな時には」といった前置きをした上での紹介

- 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してはいけません。

「生活必需品」としての紹介

- 「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が もたらす経済的影響」と結び付けての紹介

準備

- 目的の明確化
- 心得の認知
- SNS開設の準備



投稿

- ルールの遵守
 - ー 利用するSNSのガイドライン、利用規約
 - ー NBA（ナリスビューティーアドバイザー）規約
 - ー 関連法規



興味・関心

取引

- 安心＆安全の取引



受注

投稿

SNSの活用

- ✓ 投稿の目的は、あくまでも相手から興味関心をもってもらうことです。
- ✓ 「興味があればDMください」等のメッセージを投稿に追記するなどし、1対1のやりとりを促すことができます。



興味・関心

取引

1対1の情報提供

- ✓ 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。
- ✓ 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「○○○○○○○○」を渡し、内容を口頭で説明します。
- ✓ 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は不可です。



受注

DM「詳しく知りたい」

相手の興味を引く程度の情報量にとどめる



承諾後、詳細な情報を提供



投稿で相手から興味を得ることが出来たら、1対1で情報提供を行い取引をしましょう

取引の際には1対1のやりとり、概要書面の手渡し等、重要なポイントをおさえましょう

取引の概要

「SNS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。

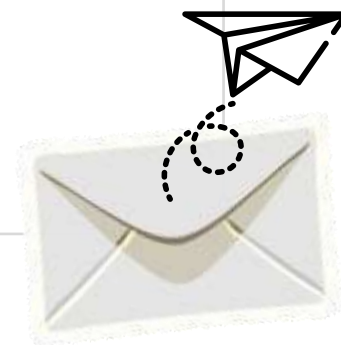
- ・ ナリス製品に関する詳しい情報（価格、購入方法など）を提供すること
- ・ 製品等をすすめる目的で直接会うためのアポイントをとること
- ・ 購入の意思をもった相手に直接製品を小売したり、メンバー登録をすすめること

注意点

- ✓ 不特定多数の人が閲覧できる状態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、取引を進めることや相手に直接会う約束を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、DMやメッセージLINEなど、他の人が閲覧できない形で行ってください。
- ✓ オンラインのみでのやり取りを続けることは避け、直接相手の方にお会いし、特定商取引法で定められた「概要書面」を早い段階で手渡ししましょう。
- ✓ 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。

ダイレクトメール（DM）を送る際は、以下の5項目を再度伝えてください

No.	項目
1	氏名、ナリスビューティーアドバイザー（NBA）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	特定負担を伴う製品、又はリクルートの紹介をしたいこと
4	法定表示の掲載 「 https://www.naris-online.jp/shop/pages/about.aspx 」
5	通信販売業としての法定表示



通信販売の法定表示

ナリスビューティーアドバイザー（NBA）がSNSのダイレクトメッセージ（DM）上で製品販売をする際には、

販売の前に、以下の「通信販売にかかる法定表示」に関する情報を必ず明示しなくてはなりません。

代金等の支払時期
代金等の支払方法
商品の引渡時期等
返品に関する事項（返品の可否・返品の期間等条件、返品の送料負担の有無）
販売業者の氏名（名称）、住所、電話番号
法人であって情報処理組織を使用する広告の場合に法人においては代表者名または責任者名
申込みの有効期限
引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合しない場合の販売業者の責任
ソフトウェアを使用するための動作環境
商品の売買契約を二回以上継続して締結する場合の販売条件
販売数量の制限等特別の販売条件
請求により送付する書面の価格
（電子メールで広告するとき）電子メールアドレス



NBAのみなさま
確認いただき、ありがとうございました！
SNSの正しい活用をお願い致します。



Mavis COSMETICS