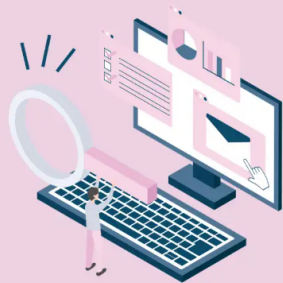


広告事例研究 vol.15:美容編



化粧品で「ニキビパッチ」
をどう表現するか？

__c0__さま、こんにちは。
薬事法広告研究所です。

薬事法広告研究所では、
名前の通り、日々さまざまな広告事例を分析し、研究しています。

「広告事例研究」は、広告制作の参考になる具体的な事例を通じて、
効果的な広告表現のポイントをわかりやすくお届けするコンテンツです。

第2木曜日は【美容編】、第4木曜日は【ヘルスケア編】をテーマに、
それぞれの分野に特化した事例をお届けします。

「ニキビパッチ」をご存じですか？
韓国コスメから若い世代を中心に人気となった「ニキビの上に貼るパッチ」
のことです。最近増えている、いわゆる「ニキビパッチ」には
色々な商品や広告がありますが、その中でもルールを把握した上で、
上手く表現を工夫されている**KOSEの事例**をご紹介します。

—— 広告事例研究 vol.15 ——

化粧品で「ニキビパッチ」は言える？

まず、化粧品で「ニキビ」が標ぼうできるのは、
洗浄により汚れを落とす洗顔料などで「ニキビを防ぐ」のみです。
パッチのように洗浄を伴わないもので「ニキビ」への効果を述べることは
できません。

また、化粧品は疾患のある所に使用するかのような標榜はできないため、
いくらパッチで物理的に見えないように隠すとしても、
「ニキビパッチ」とダイレクトに述べることはリスクがあります。
では、KOSEの商品では、どのような工夫をされているのでしょうか。



集中部分ケアタイプ

ごめんね素肌
キニシナイパッチ

46枚入り

Maison K O S É

🛒 ご購入はこちらから

《出典》

KOSE「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」／アクセス：2025年3月10日

<https://www.kosecosmeport.co.jp/clearturn/collaboration/wcsc.html>

まず、商品名は「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」。

「ニキビパッチ」とは述べていません。

では、広告を切り取りながら見ていきましょう。

1. 巧みな悩み訴求とイラストで、描かれていない「ニキビ」が浮上！

- ☒ 外的刺激から保護したい
- ☒ 直接メイクをしたくない
- ☒ 肌悩み、ケアもしたいし隠したい



《出典》

KOSE「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」／アクセス：2025年3月10日

<https://www.kosecosmeport.co.jp/clearturn/collaboration/wcsc.html>

「外的刺激から保護したい」、「直接メイクをしたくない」、
「肌悩み、ケアもしたいし隠したい」。

私も若い頃ニキビに悩んだ経験がありますが、同じことを感じていました。

また、イラストからニキビに悩む年代を対象としていることや、貼る部位が頬やあごなどのニキビが出やすい場所であることが読み取れます。頬にほんのり赤味がある点も、肌の血色と見せつつ、ニキビの炎症を想起する方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

イラストの周りに「ニキビ跡もカバー」とありますが、この表現も「分かっていらっしゃるな!」と感じるポイントです。まず、ニキビ跡を治すかのような表現は、化粧品效能の逸脱となりますが、既に炎症が収まりニキビが治った後の「ニキビ跡」に使用し、物理的に隠すことは表現として可能です。ここで、「ニキビ跡を隠したい」ではなく、「ニキビ跡も」と書くことで、「ニキビも、ニキビ跡も隠したい」と考えている方には伝わる表現だと思います。「てにをは」も重要なポイントだな・・・と改めて感じました。

POINT
01.

**ポツンとできた肌悩み★
こっそりカバーして
キニシナイ**

気になるトラブルスポット★を集中ケアしながら、外的刺激*からガード。
極薄パッチなので、目立ちにくく、上からメイクもできます。
密着性も高く、剥がれにくい!

「出典」
KOSE「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」／アクセス：2025年3月10日
<https://www.kosecosmeport.co.jp/clearturn/collaboration/wcsc.html>

「ポツンとできた肌悩み★ こっそりカバーしてキニシナイ」
「気になるトラブルスポット★を集中ケアしながら、外的刺激*からガード。」

前提として、国内の化粧品のニキビパッチ広告では「ニキビ」の文言自体を避け、単に気になる箇所のことを指して「スポット」と呼ぶケースが主流となっているようです。これは今回の「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」の広告でも同様で、商品を使用する箇所を「トラブルスポット」「ぽつんとできた肌悩み」と表現しています。ここで注目すべきは「ポツンとできた肌悩み」「トラブルスポット」についている「★ニキビ跡・シミ・ソバカスなど」の注釈です。「ニキビ」ではなく「ニキビ跡」、また、シミ・そばかすなど、疾患であるニキビに使用するものではないことをしっかりフォローされています。

でも、これらの表現から、ニキビと敢えて書かなくてもニキビに悩む方には十分伝わるのではないのでしょうか。

2. それはニキビじゃありません!「見せる」技術の巧みな表現



《出典》

KOSE「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」／アクセス：2025年3月10日

<https://www.kosecosmeport.co.jp/clearturn/collaboration/wcsc.html>

このイラストを見た時、一瞬ニキビの画像が書かれているのかと思いました。しかし、ご覧のとおり、6つのイラストはパッチを使用しているときのイメージ図であり、パッチの特徴を述べているだけです。

最初に「極薄 厚さ0.05mm」と書かれていますが、薄さを表現したいのであれば、このようにパッチをぷっくりと描く必要はないはずです。でも、敢えてパッチの中央を膨らませ、グラデーションをかけることで、まるで炎症で赤くなったニキビかのような印象を与えることに成功しています。色を赤ではなく、緑にされている点も、露骨に炎症を想起させない配慮になっています。

なんてことない使用方法の説明イラストからも、本来訴求したいニキビへの使用を匂わせる巧みなテクニックが光っています。

3. これもニキビじゃない！でも、ニキビに悩む人への目配せは完璧



★ ニキビ跡・シミ・ソバカスなど ※ 乾燥・摩擦による

※使用イメージ

《出典》

KOSE「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」／アクセス：2025年3月10日

<https://www.kosecosmeport.co.jp/clearturn/collaboration/wcsc.html>

この使用画像も絶妙です！

「気になるトラブルスポット」のフキダシの先を見ると、

なめらかな頬にポツンと何かがあります。
これこそニキビでは！？と思うものの、よく見るとニキビにしては
色あせていて、ニキビ跡にも見えます。そして、しっかり
「★ニキビ跡・シミ・ソバカスなど」と注釈が書かれています。

POINT
02.

気になる部分をカバーしながら集中ケア

角質柔軟	透明感ケア	肌あれケア
サリチル酸	ナイアシンアミド・BG(保湿)	CICA・ ヨクイニンエキス・BG(保湿)

ビタミンC誘導体(製品の抗酸化剤)

CICAはポリザンクエクス、ヨクイニンエキスはバトムホウ薬学エキス、ビタミンC誘導体はリン酸アスコルビルNaのことで、

ノンcomedジェニック
テスト済み
(ニキビの元になりにくい処方)

パッチ
テスト済み

アレルギー
テスト済み

スティンキング
テスト済み

すべての方にアレルギーや皮膚刺激が起きない、刺激感が無い、comed(ニキビの元)ができないというわけではございません。

「出典」
KOSE「ごめんね素肌 キニシナイパッチ」／アクセス：2025年3月10日
<https://www.kosecosmeport.co.jp/clearturn/collaboration/wcsc.html>

POINT 2 では、成分が紹介されていますが、特記している成分は
サリチル酸、ナイアシンアミド、CICA、ヨクイニンエキス。
いずれもニキビケアの広告では頻出ワードですから、ニキビをケアしたい、
今まさにニキビに困っている人であれば、ピンとくるのではないのでしょうか。

さらにノンcomedジェニックテスト済みでニキビのもとになりにくい処方
であることを始め、計4つのテスト済みであることが書かれており、
まさに、ニキビに悩む方に対する目配せは完璧！
法的観点からは隙のない構成でありながら、すべての要素が合わさり、
ニキビを出さずとも「ニキビパッチ」であることを伝えられています。

今回のまとめ

韓国をはじめとした海外のコスメには、
日本では言えない使用目的を持つものも少なくはありません。
今回取り上げたニキビパッチも、その中の一つです。
本来のニキビパッチは、ニキビに貼り、目立たないようにカバーしながら
ニキビを治すことを目的としています。日本の薬機法では「ニキビに貼る」
ということも、「ニキビを治す」ということも表現できません。

そんな中、本広告のように商品の持つ魅力や消費者のニーズを汲み、
期待に応えられる商品であることを暗示しながらも
ルールの枠をはみ出さない巧みさはとても参考になります。

とはいえ、コンプライアンスと訴求力のバランスはなかなか難しいもの。
広告の表現に迷った際は、お気軽に【薬事法広告研究所】までご相談ください。

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

【ご注意】

- ・コンプライアンスの判断状況は時代とともに変わっていく可能性があり、
将来に向けて永続的に問題が無いと断言できるものではありません。
- ・広告研究テーマに取り上げた広告において、キャプチャーとして
取り上げていない部分には、関連法規上、問題ある表現が
含まれている可能性があります。

【PR】 [採用難の解決策！RPA自動化で生産性改善](#)

学べる情報配信のバックナンバーはこちら

«【契約社限定】学べる情報配信»

『広告事例研究～美容編～』

発行者 鈴木幸治

編集人 稲留万希子

発行元 薬事法広告研究所

東京都中央区京橋 2-7-14 ビュレックス京橋5階

[HP](#)

[お問い合わせ](#)

▼配信停止はこちら



Copyright(c)2025 薬事法広告研究所 All rights reserved.

本メールマガジンに掲載された記事を許可なく転載することを禁じます。

