

広告事例研究：美容関連【vol.798】

～化粧品で「リペア」を使うには、どのような配慮が必要？～

出典：KOSEの「コスメデコルテ リポソーム アドバンス トリペアセラム」

=====

みなさま、こんにちは。

日頃より薬事法広告研究所をご利用いただき、誠にありがとうございます。

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【美容関連】、第4木曜日は【ヘルスケア関連】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。

早速ですが、本日は【美容関連】の広告事例をご紹介します。
ぜひ参考にしてみてください！

■□化粧品で「リペア」を使うには、どのような配慮が必要?□■

<キーポイント>

今回選んだのは、KOSE「コスメデコルテ リポソーム アドバンス トリペアセラム」です。

本来「リペア」とは、修復・補修といった意味を持つ表現です。

「それって、化粧品で標榜できる範囲を超えているのでは…？」

と疑問に思われた方も多いのではないでしょうか。

そこで今回は、「リペア」という表現を上手に使いながらも、
ルールを逸脱しないように工夫された「コスメデコルテ」の広告に注目してみました。

1. 唯一無二の製造技術や受賞実績にもとづく「革新のリペア美容液」とは？
2. 進化を続ける多重層バイオリポソームカプセルのテクノロジー
3. 誰もが使いやすい商品にこだわった製品設計

↓↓↓具体的な広告による解説はこちらから↓↓↓

URL: _____