

平成 28 年 6 月 17 日

平成 27 年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組

消費者庁では、不当な表示及び過大な景品類の提供行為に対して、景品表示法の規定に基づいて厳正・迅速に対処するとともに、同法の普及・啓発に関する活動を行うなど、表示等の適正化に努めています。

この度、別添のとおり、平成 27 年 4 月 1 日から平成 28 年 3 月 31 日までの消費者庁における景品表示法の運用状況等を取りまとめましたので、公表します。

なお、本稿は平成 27 年度における運用状況等を取りまとめたものなので、本稿で用いられている景品表示法の条項番号は、固有名詞の中に含まれているものを除き、不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律（平成 26 年法律第 118 号。平成 28 年 4 月 1 日施行）が施行される前の条項番号となっています。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課 担当者：橋本、山田  
電話：03(3507)8800（代表）

## 平成27年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組

平成28年 6月17日

消費者庁表示対策課

### 第1 景品表示法違反被疑事件の処理状況

#### 1 国（消費者庁及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等）

##### (1) 概況

消費者庁は、景品表示法違反被疑事件について調査を行い、違反する事実があると認められたときは、措置命令の名宛人となるべき者に対し、予定される措置命令の内容等を通知し、弁明書及び証拠書類等を提出する機会を付与し、弁明の内容等を踏まえて措置命令を行っている。

また、措置命令を行うに足る事実が認められなかった場合であっても、景品表示法に違反するおそれがあるときは、関係事業者に対し、是正措置を採るよう指導している。

平成27年度における調査件数は、前年度から繰越しとなっている138件、年度内に新規に着手した430件の合計568件である。同年度における処理件数は、措置命令が13件、指導が178件のほか、都道府県による処理が適当として都道府県に移送したものが78件、公正競争規約により処理することが適当として当該公正競争規約を運用している公正取引協議会等に移送して同協議会等が処理したものが21件などの合計380件である。

措置命令の件数については、平成25年度は45件、平成26年度は30件、平成27年度は13件となっている。

平成27年度に処理したもののうち、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等が行った調査の結果を踏まえて消費者庁が行ったものは、措置命令6件（中部事務所、近畿中国四国事務所、近畿中国四国事務所中国支所、九州事務所）、指導57件、調査を打ち切ったもの等8件である。

#### 過去3年間の措置命令件数の推移

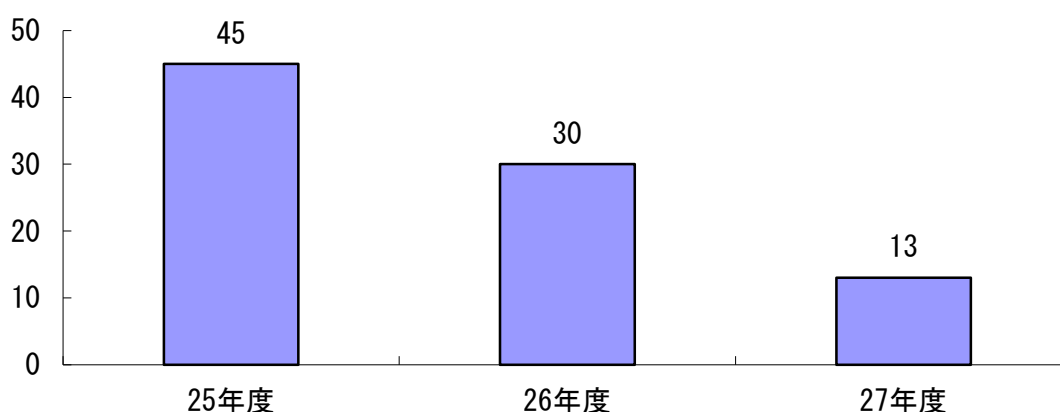


表1 調査件数等の推移

(単位：件)

年度		平成25年度	平成26年度	平成27年度
前年度からの繰越し		180	202	138
新規件数	職権探知	128	151	129
	情報提供 <sup>注1</sup>	560 (5,858)	289 (6,336)	301 (9,667 <sup>注2</sup> )
	小計	688	440	430
調査件数		868	642	568
処理事件数	措置命令	45	30	13
	指導	373	294	178
	都道府県移送	15	38	78
	協議会処理	33	18	21
	打切り等	200	124	90
	小計	666	504	380
次年度への繰越し		202	138	188

(注1) 外部から提供された情報に基づき、景品表示法違反被疑事案として処理することが適当と思われた事案数。括弧内の数字は外部から提供された情報の総数。

(注2) このうち食品表示に関する内容（外食等、役務に分類されるものは含まない。）が含まれる情報数は892件。

(注3) 単位は、「情報提供」欄の括弧内の数値は情報数であり、それ以外は事案数。

表2 平成27年度における処理事件の商品役務別分類

(単位：件)

商品役務	措置命令	指導	合計
食品 <sup>注</sup>	7	56	63
被服品	0	18	18
住居品	2	23	25
教養娯楽品	1	19	20
教養・娯楽サービス	0	11	11
車両・乗り物	2	2	4
保健衛生品	0	10	10
土地・建物・設備	0	2	2
運輸・通信サービス	0	10	10
教育サービス	0	4	4
金融・保険サービス	0	2	2
その他	1	21	22
合計	13	178	191

(注) 外食等、役務に分類されるものは含まない。

表3 平成27年度における公正取引委員会地方事務所・支所等が調査を行った事件処理件数

(単位：件)

公正取引委員会 地方事務所・支所等	措置命令	指 導	合 計
北海道事務所	0[1]	4	4
東北事務所	0[0]	1	1
中部事務所	1[1]	8	9
近畿中国四国事務所	2[1]	19	21
中国支所	1[2]	4	5
四国支所	0[1]	10	10
九州事務所	2[2]	11	13
沖縄総合事務局	0[0]	0	0
合計	6[8]	57	63

(注) [ ]内は平成26年度の件数（以下表5まで同じ。）

## (2) 景品表示法と健康増進法との一体的な執行

国民の健康志向の高まりから、いわゆる健康食品が広く普及している中、インターネット等を利用した広告・宣伝が活発に行われている。このような広告・宣伝の中には、虚偽・誇大広告や不当表示に当たるおそれのあるものも見受けられ、これら虚偽・誇大広告等に対する厳正な法執行が求められている。

上記虚偽・誇大広告等に対しては、景品表示法及び健康増進法に基づく法執行が考えられるところ、消費者庁では、より効果的な法執行を行うため、表示対策課食品表示対策室において、両法の一体的な運用に努めている。

平成27年度においては、いわゆる健康食品に関して、景品表示法に基づく措置命令6件（後記(3)参照。）のほか、健康増進法第32条第1項の規定に基づき1件の勧告、同法第31条第1項（誇大表示の禁止）に違反するおそれがある事案について27件の指導を行った。

## (3) 表示事件の処理状況

平成27年度に措置命令を行った事件は、次のとおり、全て表示事件であり、その件数は計13件である（別紙1参照。）。

- ・中古自動車の修復歴に関する不当表示及び中古自動車に関するおとり広告 1件
- ・健康食品の痩身効果に関する不当表示 4件
- ・即席スープの痩身効果に関する不当表示 1件
- ・パズル雑誌の懸賞企画の当選者数に関する不当表示 1件
- ・窓用フィルムの施工による室温低下効果に関する不当表示 1件
- ・空気清浄機の空気清浄効果に関する不当表示 1件
- ・債務整理・過払い金返還請求に係る役務の料金値引き等期間に関する不当表示 1件
- ・ブレンド茶の原材料原産地に関する不当表示 1件
- ・中古自動車の修復歴に関する不当表示 1件
- ・健康食品の疾病予防効果に関する不当表示 1件

表4 表示事件の内訳

(単位：件)

関係法条	措置命令	指導	合計
第4条第1項第1号（優良誤認）	11[27]	87	98
第4条第2項適用	8[13]	0	8
第4条第1項第2号（有利誤認）	2[3]	46	48
第4条第1項第3号	1[1]	21	22
無果汁	0[0]	0	0
原産国表示	0[0]	19	19
消費者信用	0[0]	0	0
不動産おとり広告	0[0]	0	0
おとり広告	1[1]	2	3
有料老人ホーム	0[0]	0	0
合計（延べ数）	14[31]	154	168

(注) 関係法条が2以上にわたる事件があるため、本表の合計は表1の数値と一致しない。

## (4) 景品事件の処理状況

平成27年度における処理状況は次のとおりである。

表5 景品事件の内訳

(単位：件)

関係告示	措置命令	指導	合計
懸賞景品告示	0[0]	15	15
総付景品告示	0[0]	12	12
業種別景品告示	0[0]	1	1
合計（延べ数）	0[0]	28	28

## (5) 行政処分取消訴訟等

平成27年2月27日付けで株式会社翠光トップライン及び株式会社ジェイトップラインに対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行ったことに対し、同年3月18日、同社らが裁判所に対して、同命令の取消し及び同命令により被ったとする損害の賠償を求めて提訴した（訴訟係属中）。

平成28年3月10日付けで株式会社村田園に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行ったことに対し、同月25日、同社が裁判所に対して、同命令の取消しを求めて提訴した。

## 2 都道府県知事

都道府県知事は、景品表示法第12条第11項及び不当景品類及び不当表示防止法第12条の規定による権限の委任等に関する政令第10条の規定に基づき、自らの判断と権限によって景品表示法を運用することができる。

最近の都道府県知事による法的措置の件数は、表6のとおりである。なお、都道府県知事による法的措置件数は、平成26年11月末日までは指示件数、同年12月1日以降

は措置命令件数である（ただし、平成26年度の措置命令件数は0件。）。

平成27年度においては、3県において3件の措置命令が行われている（別紙2参照）。3件全てが表示事件であり、中古自動車の修復歴に関する不当表示事件、牛肉の銘柄に関する不当表示事件、小顔矯正と称する役務の効果に関する不当表示事件があった。

過去3年間の法的措置件数の推移

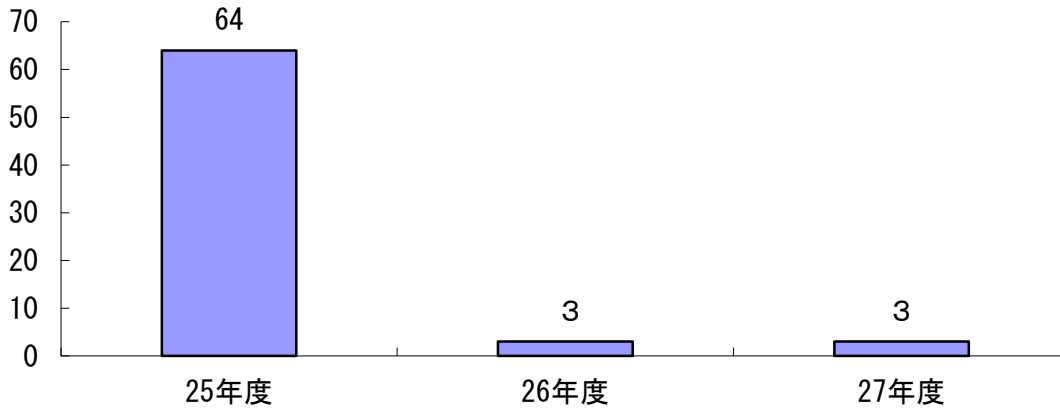


表6 都道府県知事による法的措置件数

年 度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
都道府県知事による法的措置件数	64件 (北海道 36件) (群馬県 1件) (埼玉県 11件) (東京都 3件) (新潟県 1件) (岐阜県 1件) (静岡県 2件) (愛知県 2件) (奈良県 2件) (和歌山県 1件) (山口県 3件) (徳島県 1件)	3件 (埼玉県 1件) (東京都 2件)	3件 (埼玉県 1件) (岐阜県 1件) (広島県 1件)

## 第2 表示等の適正化への取組状況

### 1 「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律」の施行

景品表示法への課徴金制度導入を内容とする「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律」が平成26年11月19日に成立し、平成28年4月1日から施行された。

本改正法は、違反行為を防止するため不当表示を行った事業者に経済的不利益を課す課徴金制度を導入するとともに、併せて一般消費者の被害回復を促進する観点から、所定の手続に沿って消費者に自主返金を行った場合に、返金相当額を課徴金額から減額する、又は返金相当額が課徴金額を上回るときは課徴金の納付を命じないことを内

容とするものである。

本改正法施行に当たり、当該課徴金制度に係る商品又は役務の売上額の算定方法及び返金措置の対象となる一般消費者を特定する要件等を定めた「不当景品類及び不当表示防止法施行令」、課徴金対象行為に該当する事実の報告方法及び返金措置に関する計画の認定申請に係る手続の詳細等を定めた「不当景品類及び不当表示防止法施行規則」並びに課徴金額の算定方法や「相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否か等についての考え方を示した「不当景品類及び不当表示防止法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）に関する考え方」等を制定・策定し、公表した。

## 2 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置に係る執行状況

消費者庁は、景品表示法第7条第1項の規定に基づき事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、その措置について必要な指導及び助言をすることができる（景品表示法第8条）。

また、消費者庁は、事業者が正当な理由がなくて景品表示法第7条第1項の規定に基づき事業者が講ずべき措置を講じていないと認めるときは、当該事業者に対し、景品類の提供又は表示の管理上必要な措置を講ずべき旨の勧告をすることができるとともに（景品表示法第8条の2第1項）、勧告を行った場合において当該事業者がその勧告に従わないときは、その旨を公表することができる（同条第2項）。

上記に係る消費者庁の執行状況は表7のとおりである。

表7 事業者が講ずべき措置に係る処理状況

	平成26年度	平成27年度
指導及び助言	1	84
勧告	0	0
公表	0	0

## 3 公正競争規約

公正競争規約（以下「規約」という。平成28年3月31日現在104件〔景品37件、表示67件〕）は、景品表示法第11条の規定により、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて事業者又は事業者団体が設定する景品類の提供又は表示に関する自主的なルールであり、①不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するために適切なものであること、②一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと、③不当に差別的でないこと、④規約に参加し、又は規約から脱退することを不当に制限しないことの4つがその認定要件となっている。

消費者庁は、商品・サービスの表示方法の複雑化、消費者ニーズの多様化等の状況の変化を踏まえ、表示の適正化及び過大な景品類の提供の防止が図られるよう、一般消費者による適正な商品・サービスの選択に資する観点から、規約の設定・変更等に関する指導を行ってきている。

平成27年度においては、12件の規約の変更を認定した。

なお、規約等の内容に実質的な変更があったものは次のとおりである。



表8 規約等の内容に実質的な変更があったもの

種別	表示・景品の別	変更等の対象となる規程	変更の概要	告示日等
食品のり	表示	施行規則	過大包装に係る規定の見直し、板のり規格の明確化及び板のり換算枚数の表示等の変更を行った。	平成27年5月15日承認
自動車	表示	施行規則	車両の価格に諸費用を加えた「支払総額」を表示する場合に関する規定の新設、ランキング表示に関する規定の変更、ガソリン車及び電気自動車の燃料消費率の定義規定の新設、競り上げや入札により販売する場合の表示に関する規定の新設等を行った。	平成27年6月4日承認
ペットフード	表示	規約及び施行規則	ナチュラル等の表示基準の追加、療法食の定義及び表示基準の追加、成分表示の表現等の変更を行った。	平成27年7月14日認定、承認 平成27年7月28日官報告示
仏壇	表示	施行規則	「漆仕上げ」の定義の明確化等を行う変更を行った。	平成27年9月14日承認

#### 4 電子商取引表示監視調査システムによる常時監視の実施

消費者向け電子商取引の健全な発展と消費者取引の適正化を図る観点から、一般消費者に「電子商取引表示調査員」を委嘱し、インターネット上の広告表示の調査を委託して、電子商取引表示監視調査システムを通じて問題となるおそれがあると思われる表示について報告を受けている。電子商取引表示調査員からの報告は、景品表示法違反事件の端緒の発見、景品表示法違反行為の未然防止の観点から行う事業者への啓発活動に活用している。

平成27年度においては、電子商取引表示調査員から1,177件のインターネット上の広告表示について報告を受けた。さらに、景品表示法違反につながるおそれがあるなどの問題があると認められた46サイト29事業者に対し、景品表示法違反行為の未然防止の観点から啓発のメールを送信した。

#### 5 関係行政機関との連携等

都道府県等における景品表示法の執行力の強化に向けて、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等と協力して北海道・東北地区、関東甲信越地区、中部地区、近畿地区、中国地区、四国地区、九州・沖縄地区のブロックごとに年2回都道府県等との連絡会議（景品表示法ブロック会議）を順次開催し、都道府県等（及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等）の景品表示法担当職員向けに研修を実施した。



各地区の実施状況は表9のとおりである。

表9 平成27年度における景品表示法ブロック会議の開催状況

第1回 (平成27年)	第2回 (平成28年)	ブロック	参加都道府県等
4月24日	1月27日	北海道・東北	北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
4月14日	2月2日	関東甲信越	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県
4月10日	1月28日	中部	富山県、石川県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
4月16日	2月3日	近畿	福井県、滋賀県、京都府、大阪府、大阪市、兵庫県、奈良県、和歌山県
4月15日	1月19日	中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
4月21日	1月22日	四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
4月23日	1月26日	九州・沖縄	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

さらに、表9の研修とは別に、平成27年5月及び11月にも、都道府県等において景品表示法の執行に従事している職員を対象とした同法の執行研修を実施した。このほか、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等とともに、都道府県等が行う景品表示法の運用に関して助言を行うなど、都道府県等との協力関係の強化に努めている。

なお、平成24年度からは、景品表示法に関する調査情報等を共有するネットワーク（景品表示法執行NETシステム）の運用を開始し、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等及び都道府県等との情報共有の緊密化を図っている。

## 6 景品表示法に関する相談業務

消費者庁は、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等とともに、景品表示法違反行為の未然防止等の観点から、商品・サービスに関する表示の方法や具体的な景品類の提供の方法について、事業者等からの相談に応じている。

景品表示法に関して消費者庁及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等が受け付けた相談件数は、表10のとおりであり、平成27年度においては、17,534件（前年度19,990件）の相談を受け付けた。具体的な相談内容としては、メニュー・料理等の食品表示に関する相談、商品又は役務の効果・性能の表示に関する相談、商品の原産国の表示に関する相談、商品又は役務を供給する際の二重価格表示に関する相談、取引に附随して提供する経済上の利益に関する相談等があった。

表10 相談件数

(単位：件)

年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
相談件数	20,646	19,990	17,534

## 7 景品表示法の普及・啓発

消費者庁及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等は、景品表示法の普及・啓発、同法違反行為の未然防止等のために、消費者団体、地方公共団体、事業者団体や広告関係の団体が主催する景品表示法に関する講習会、研修会等に職員を講師として派遣している。

平成27年度においては、消費者団体、地方公共団体、事業者団体等が全国各地で開催する講習会等に、計151回講師を派遣した。

また、平成27年度は、前記第2の1の「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律」の施行を踏まえ、全国の主要都市（札幌市、仙台市、さいたま市、東京、横浜市、名古屋市、金沢市、京都市、大阪市、神戸市、広島市、高松市及び福岡市の13都市）で合計15回、同改正法に係る課徴金制度の説明会を実施した。

## 1 平成 27 年度に措置命令を行った事件

No	事件名 (命令年月日)	事 件 概 要	違反法条
1	株式会社オートアクションに対する件 (27.5.1)	株式会社オートアクションは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、 ① 中古自動車24台について、「Goo関西版」と称する中古自動車情報誌（以下「Goo関西版」という。）において、「修無」と記載することにより、あたかも、当該中古自動車の車体の骨格部位に修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際には、当該中古自動車は、オートオークションからの仕入れ時に提示されるオークション出品票に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。 ② 中古自動車8台について、Goo 関西版において、当該中古自動車の情報を掲載することにより、あたかも、掲載日以降、当該中古自動車を販売することができるかのように表示していたが、実際には、当該中古自動車は、最初に情報を掲載した日より前の日に売買契約が成立しており、取引に応じることができないものであった。	第4条 第1項 第1号 及び 第4条 第1項 第3号 (おとり 広告)
2	株式会社全日本通販に対する件 (27.5.22)	株式会社全日本通販は、「すこやか酵母」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成26年8月12日から同年10月13日までの間、新聞折り込みチラシ等において、例えば、「ムリな食事制限なしで12kg体重減!」、「私のダイエットはもうキツイ我慢なし!」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。	第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)
3	株式会社日本イルムスに対する件 (27.11.10)	株式会社日本イルムスは、「薬膳めかぶスープ」及び「薬膳めかぶスープ極」と称する即席スープ（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、 ① 薬膳めかぶスープについて、平成26年2月頃から同年12月頃までの間、 ② 薬膳めかぶスープ極について、平成27年1月頃から同年4月頃までの間、 牛乳販売業者を通じて一般消費者に配布したチラシにおいて、例えば、「ネバネバパワーと燃焼力で、強力なスッキリ感!」、「薬膳めかぶスープダイエット」、「16kgも痩せて、お腹 <sup>ウエスト</sup> スッキリ!」、「超低カロリーだから、無理な食事制限なし! 1日1杯でOK!」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。	第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)

No	事件名 (命令年月日)	事 件 概 要	違反法条
4	源平製薬株式会社 に対する件 (27.12.3)	<p>源平製薬株式会社は、「LAPURA」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成25年7月26日から平成27年5月1日までの間、情報誌等において、例えば、「『ダイエットサポートがこの1粒で！ ※目安 短期間で-3kgの秘密とは・・・？』」、「寝る前にたった1粒。 ※目安 短期間ではっきりと変化が」と記載の上で「届いてすぐに飲んでみる。なんのことはない健康食品・・・と思ったら、短期間ではっきりとした変化が！続けていると、規則正しくスッキリしはじめたのがよくわかる。」、「寝る前の1粒（目安）だからすっごく楽。なんとなくウエストがちょっとゆるくなったような・・・」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、短期間で容易に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)
5	アイア株式会社 に対する件 (27.12.8)	<p>アイア株式会社は、「クロスワードパクロス」、「ナンプレマガジン」、「ナンプレジャンプ」、「ペイントロジック」、「スーパーペイントロジック」、「漢字王」、「ペイントロジックベストセレクションVol.7」及び「ナンバーネットロジック」と称する懸賞付きパズル雑誌（以下これらを併せて「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、本件商品のうち、平成26年1月27日発売の「クロスワードパクロス2014年3月号」の誌面上で実施した「全問豪華スペシャルプレゼント」と称する応募者の中から抽せんにより賞品又は賞金（以下これらを併せて「賞金等」という。）の提供の相手方を定める賞金等の提供企画（以下「懸賞企画」という。）において、「Special Present 現金10万円 1名様」、「Special Present 現金5万円 1名様」、「Special Present 32V型液晶テレビ 1名様」、「Special Present ルンバ 1名様」、「Special Present PHILIPS ノンフライヤー 1名様」等と記載することにより、あたかも、本件商品の誌面上で実施した懸賞企画においてはそれぞれの賞品等について誌面上に記載された当選者数と同数の賞品等が提供されるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品の誌面上で実施した一部の懸賞企画においては誌面上に記載された当選者数を下回る数の賞品等の提供を行っていた。</p>	第4条 第1項 第2号
6	株式会社ダスキン に対する件 (27.12.11)	<p>株式会社ダスキンは、「遮熱・UVカットタイプ（Nano80S）」と称する窓用フィルムの施工サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、平成26年4月頃から同年6月頃までの間、ダイレクトメールにおいて、「室温の上昇を抑える！最大-5.4℃※ 空調効率アップ!」と記載することにより、あたかも、本件役務の提供を受けることで、本件役務の提供を受けない場合と比して、室温の上昇が最大で摂氏5.4度抑えられるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)

No	事件名 (命令年月日)	事 件 概 要	違反法条
7	株式会社ユーコーに対する件 (28.1.26)	<p>株式会社ユーコーは、空気清浄機（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、日刊新聞紙に掲載した広告において、例えば、「21畳対応 防ダニ 除菌 抗ウイルス 花粉 保湿」、「ファンの力で浮遊物を吸込み、プラズマイオンを部屋中に放出！約21畳まで対応のハイパワーで広いリビングにもこれ1台でOK！」と記載するとともに、「ダニ抑制」及び「カビ抑制」と題するグラフをそれぞれ掲載することにより、あたかも、21畳の生活空間において、本件商品を1台使用すれば、防ダニ、除菌、抗ウイルス、花粉除去、保湿、悪臭除去、カビ除去の効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)
8	弁護士法人アディーレ法律事務所に対する件 (28.2.16)	<p>弁護士法人アディーレ法律事務所は、債務整理・過払い金返還請求に係る役務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、自らが運営するウェブサイトにおいて</p> <p>① 例えば、平成27年8月3日から同月12日までの間、「法律相談実績25万人 ありがとう10周年」、「返金保証キャンペーン」、「継続決定!」、「2015 8/3⑩→2015 8/31⑩」、「アディーレ法律事務所は、2014年10月、創立10周年を迎えました。今後も、皆さまが債務整理・過払い金のご相談を気軽に行えるよう、今だけの期間限定で「返金保証キャンペーン」を実施いたします!」、「3つのお約束」、「POINT1 ご満足いただけなかった場合、着し金を全額返金! (90日以内)」、「POINT2 借金を完済した方は、過払い金返還の着し金が無料!」、「POINT3 現在返済中の方は、相談前の過払い金診断が無料!」、「対象 完済した業者※に対する過払い金返還請求を、当事務所に依頼された方について、通常債権者1社につき4万3200円(税込)の着し金を無料とします。 ※完済していない業者(残債のある業者)に対する過払い金返還請求の場合は、着し金が1社につき1万800円(税込)となります。」と記載することにより、あたかも、当該期間内において本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、契約から90日以内に契約の解除を希望した場合に着し金を全額返金するかのように、過払い金返還請求の着し金が無料又は値引きとなるかのように、及び借入金の返済中は過払い金診断が無料となるかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成26年11月4日から平成27年8月12日までの期間において、契約から90日以内に契約の解除を希望した場合に着し金を全額返金すること、過払い金返還請求の着し金を無料又は値引きとすること、及び借入金の返済中は過払い金診断を無料とすることを内容とするキャンペーンを実施していた。</p> <p>② 例えば、平成26年10月1日から同年11月3日までの間、「法律相談実績15万人 もっと身近な弁護士に」、「笑顔満点キャンペーン」、「2014 10/1⑩▶11/3⑩」、「当事務所は2004年の設立以来、法律相談の実績が累計15万人を突破しました。」、「感謝の想いを胸に、これからもひとりでも多くの困っている方が笑顔になってもらえるよう、期間限定で「笑顔満点キャンペーン」を実施いたします!」、「借金を完済した方へ まだ間にあう! あなたの過払い金の消滅を防止! 過払い金返還の着し金</p>	第4条 第1項 第2号



No	事件名 (命令年月日)	事 件 概 要	違反法条
		<p>が無料!」、「現在、返済中の方へ 借金?貯金?ホントはどっち?相談前に無料で計算! 過払い金診断が無料!」、「対象 完済した業者※に対する過払い金返還請求を、当事務所に依頼された方について、通常債権者1社につき4万3200円(税込)の着し金を無料とします。 ※完済していない業者(残債のある業者)に対する過払い金返還請求の場合は、着し金が1社につき1万800円(税込)となります。」と記載することにより、あたかも、当該期間内において本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、過払い金返還請求の着し金が無料又は値引きとなるかのように、及び借入金の返済中は過払い金診断が無料となるかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成25年8月1日から平成26年11月3日までの期間において、過払い金返還請求の着し金を無料又は値引きとすること、及び借入金の返済中は過払い金診断を無料とすることを内容とするキャンペーンを実施していた。</p> <p>③ 例えば、平成25年7月1日から同月31日までの間、「逃げ得は許さない!」、「1ヵ月限定」、「過払い金消滅防止キャンペーン」、「あなたの過払い金は消滅寸前?」、「過払い金返還着し金⇒0円無料 キャンペーン期間 2013年7月1日~7月31日まで」、「対象 完済した業者※に対する過払い金返還請求を、当事務所に依頼された方について、通常債権者1社につき4万円(税込4万2000円)の着し金を無料とします。 ※完済していない業者(残債のある業者)に対する過払い金返還請求の場合は、着し金が1社につき1万円(税込1万500円)となります。」と記載することにより、あたかも、当該期間内において本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、過払い金返還請求の着し金が無料又は値引きとなるかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成22年10月6日から平成25年7月31日までの期間において、過払い金返還請求の着し金を無料又は値引きとすることを内容とするキャンペーンを実施していた。</p>	
9	株式会社村田園 に対する件 (28.3.10)	<p>株式会社村田園は、「村田園万能茶(選)」、「大阿蘇万能茶(選)」、「村田園万能茶(粹)」及び「大阿蘇万能茶(粹)」とそれぞれ称する茶(以下「本件商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、平成21年7月頃から平成27年12月までの間、容器包装において、例えば、「村田園万能茶(選)」にあつては、「阿蘇の大地の恵み」、「どくだみ・柿の葉・とうきび・はと麦・甜茶・くま笹・あまちゃづる・はぶ茶 甘草・大豆・田舎麦・桑の葉・枸杞・ウーロン茎・びわの葉・浜茶」と記載し、日本の山里を思わせる風景のイラストを記載することにより、あたかも、本件商品の原材料が日本産であるかのように示す表示をしていたが、実際には、「大麦」の一部及び「どくだみ」の一部以外の原材料は外国産であつた。</p>	第4条 第1項 第1号
10	合同会社アサヒ 食品に対する件 (28.3.15)	<p>合同会社アサヒ食品は、「スリムオーガニック」と称する食品(以下「本件商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、平成25年11月頃から平成27年12月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「今までにない スッキリの理由とは!」、「秘密その1 新成分ガセリ菌SP配合!!」、「新成分ガセリ菌SPが強力にダイエットを襲う!! あなたをモテボディに!!」、「甘いものは我慢したくない!という方にオススメ! 糖質完全サポート成分ギムネマをたっぷり配合! 砂糖は人間が働くためのエネルギーとしてと</p>	第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)



No	事件名 (命令年月日)	事 件 概 要	違反法条
		<p>ても必要な成分ですが、摂り過ぎてしまうと脂肪として蓄えられます。糖質は脂肪よりも先にエネルギー源として代謝されるので、砂糖をたくさん摂ってしまうといつまでも脂肪がエネルギーに変わりません。」「スリムオーガニックはこの糖質も完全にサポートする成分ギムネマが配合されているので、甘いものを我慢できない方にお勧めです！！」、「L-カルニチン L-カルニチンは加齢や食事内容により不足しがちな成分です。スリムオーガニックはそのL-カルニチンを高配号。エネルギーの消費にアプローチし、若々しく燃えやすい身体づくりをサポートします。」「レスベラトロール 無理な食事制限はしたくないという方のために！ “いつまでも若くいたい” 注目の成分レスベラトロールで若々しさをサポート！！」等と記載することにより、あたかも、対象商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は資料を提出しなかった。</p>	
11	<p>有限会社ペルシャンオートに対する件 (28.3.23)</p>	<p>有限会社ペルシャンオートは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、中古自動車17台について、ヤフー株式会社が運営する「ヤフオク！」と称するインターネットオークションサイトにおいて、商品説明の「修復歴」欄に「なし」と記載することにより、あたかも、当該中古自動車の車体の骨格部位に修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際には、当該中古自動車は、有限会社ペルシャンオートがオートオークションに出品した際の出品票に、車体の骨格部位に損傷があるもの又は修復されているものを示す記号が記載された修復歴があるものであった。</p>	<p>第4条 第1項 第1号</p>
12	<p>株式会社えがおに対する件 (28.3.30)</p>	<p>株式会社えがおは、「えがおの黒酢」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成25年3月19日から平成27年5月30日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「アミノ酸一般食酢の120倍のえがおの黒酢でダイエットサポート！」、「『黒酢』に含まれたアミノ酸のメラメラパワー！」、「不足していたのはメラメラ力だったんですね・・・」、「人より効果が出にくい私。最初からアミノ酸を使ってたら・・・」、「タンスの奥のジーンズが出せた！」、「運動量は変わらないのに遂に出産前のスタイルに！」、「えがおの黒酢であつという間の目標達成！その仕組みとは？」、「たとえば、脂肪1kg（約7,000kcal）を燃やすにはこんな運動&amp;食事制限が必要なんです。」「ウォーキング約63時間！」、「平泳ぎ約13時間！」、「絶食約7日！」、「こんなに？できない！」、「そこで注目したいのが人が本来持っている“メラメラ力！”という名の力！」、「そうです！このメラメラ力！をサポートすれば本来の力をぐんぐん高めることが出来るのです！！」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p>	<p>第4条 第1項 第1号 (第4条 第2項 適用)</p>
13	<p>ココナッツジャパン株式会社に対する件</p>	<p>ココナッツジャパン株式会社は、「エクストラバージンココナッツオイル」と称する食品及び「エクストラバージンココナッツオイルカプセル」と称する食品（以下これらを併せて「本件商品」という。）</p>	<p>第4条 第1項 第1号</p>

No	事件名 (命令年月日)	事 件 概 要	違反法条
	(28.3.31)	<p>を一般消費者に販売するに当たり、平成26年3月頃から平成27年11月頃までの間、自社ウェブサイト(商品紹介ページ、これにリンクさせたページ及び更にそれにリンクさせたページ全体)において、例えば、「ココナッツオイルで認知症の予防・改善」、「ココナッツオイルでガン予防」、「ココナッツオイルでウイルス感染を防ぐ」、「ココナッツオイルが心臓病を予防する理由」、「ココナッツオイルがアルツハイマー病に効果がある理由」、「ココナッツオイルに含まれるのは中鎖脂肪酸ですから、すぐにエネルギーとなってくれるため体内に溜まることはありません。むしろ体内に溜まっている脂肪をエネルギーに換えてくれるので、便秘だけでなく、ダイエットにも効果を期待することができます。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、認知症、ガン等の各種疾病を予防する効果等が期待できるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p>	(第4条 第2項 適用)

## 2 平成 27 年度の指導

### (1) 表示事件

#### ア 第 4 条第 1 項第 1 号（優良誤認）

品質、規格その他の内容について、著しく優良であると誤認されるおそれのある表示

事 件 概 要
A は、ベッド（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、カタログにおいて、ホルムアルデヒドの含有量が低い F☆☆☆☆相当の材料を使用しているなどと記載することにより、あたかも、本件商品に使用している合板は JAS 法に規定されている等級格付けにおいてホルムアルデヒドの放散量が最も少ないとされる最上位規格の「F☆☆☆☆」に該当する合板であり、健康に配慮した無害な材料を使用した商品であるかのように示す表示をしていたが、実際には、本件商品に使用した合板の一部は「F☆☆☆☆」の格付け基準を満たすものではなかった。
B は、料理（以下「本件料理」という。）を提供するに当たり、メニューにおいて、ブランド和牛の名称を記載することにより、あたかも、本件料理に当該ブランド和牛の肉を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、当該ブランド和牛ではない和牛の肉を使用していたなど、本件料理の一部に、表示された食材を使用していなかった。
C は、中学校の補習教育に係る役務を提供するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、公立中学校の合格者数、昨年と比較した合格者の増加割合、合格者の体験談を掲載するとともに、合格者が受講した講習等の年間受講実績等を記載することにより、あたかも、公立中学校の入学試験の合格実績が、例えば数か月の学習コースを複数受講するなど約 1 年間にわたり C の講座を受講した生徒のものであるかのように示す表示をしていたが、実際には、模擬試験を受けたに過ぎない生徒を含めた合格者数を表示していたものであった。
D は、デジタルコンテンツ（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、過去に販売された複数のデジタルコンテンツを完全に収録したなどと記載することにより、あたかも、本件商品は、過去に販売された複数のデジタルコンテンツを販売当時の内容そのままに完全に収録されているかのように示す表示をしていたが、実際には、過去に販売されたデジタルコンテンツの内容の一部を削除するなど販売当時の内容そのままに完全に収録されていないものであった。
E は、タブレット端末（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、データ受信時の最大速度は〇Mbps などと記載することにより、あたかも、本件商品の受信時の最大通信速度が〇Mbps であるかのように示す表示をしていたが、実際には、本件商品の受信時の最大通信速度は、〇Mbps を下回るものであった。
F は、二酸化塩素を利用した空間除菌を標ぼうするグッズ（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、本件商品のパッケージ等において、部屋に置くだけでウイルス対策、除菌、消臭などと記載することにより、あたかも、本件商品を室内などの空間に置くだけで、本件商品から放出される二酸化塩素が、ウイルス、細菌などを除菌するとともに、消臭するかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果がもたらされるとまでは認められないものであった。
G は、オーディオ機器を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、特に音質に配慮した高性能な部品〇を使用などと記載することにより、あたかも、特に音質に配慮した部品〇を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際に

<p>は、部品○より安価な汎用部品を使用しているものであった。</p>
<p>Hは、大学受験向けの学習指導に係る役務を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、○年度において△大学に合格した受講者の数がこれまでの記録を更新したなどと記載することにより、あたかも、○年度における△大学に合格した受講者の数がこれまでの記録を更新したかのように示す表示をしていたが、実際には、前年度における合格者数を下回るものであり、これまでの記録を更新したものではなかった。</p>
<p>Iは、家庭用電気製品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、抗菌加工などと記載することにより、あたかも、本件商品の特定部分に抗菌加工が施されているかのように示す表示をしていたが、実際には、本件商品の特定部分は、日本工業規格で定められた「抗菌加工製品－抗菌性試験方法・抗菌効果」において規定する、抗菌効果があると判断する基準を満たす抗菌加工が施されているものではなかった。</p>
<p>Jは、宿泊を伴う資格取得のための講座に係る役務（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、設備が充実した宿泊施設などと記載することにより、あたかも、本件役務において使用する宿泊施設において、記載された設備が利用できるかのように示す表示をしていたが、実際には、記載された設備の一部は、数年以上前から使用できないものであった。</p>
<p>Kは、身体に貼付して使用する健康器具（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、パンフレットにおいて、放射される特殊な遠赤外線の効果で健康維持などと記載することにより、あたかも、本件商品が発する特殊な遠赤外線が人体の奥深くまで浸透することにより、人体に対する健康維持効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果がもたらされるとまでは認められないものであった。</p>
<p>Lは、寝具用掃除機（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、布団の中のダニを叩き出してそのほとんどを吸引・除去などと記載することにより、あたかも、本件商品を使用することにより、寝具の内部に存在するダニのほとんどを表面に叩き出して吸引、除去することができるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果がもたらされるとまでは認められないものであった。</p>
<p>Mは、旅客自動車運送事業に係る役務（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、同業他社と比較して最大の自動車を使用しているなどと記載することにより、あたかも、本件役務に同業他社と比較して最も大きい自動車を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、同業他社と比較して最も大きい自動車を使用しているものではなかった。</p>
<p>Nは、○旅館の宿泊役務を廉価で提供するクーポン（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、充実設備の新館に御宿泊いただけますなどと記載することにより、あたかも、本件商品を購入することにより、○旅館にある宿泊施設のうち「新館」と称する施設に宿泊できるかのように示す表示をしていたが、実際には、宿泊先が「新館」と称する施設と比較して設備の劣る「旧館」と称する施設となる可能性のあるものであった。</p>
<p>Oは、精米（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、容器・包装及びチラシにおいて、新潟○コシヒカリなどと記載することにより、本件商品が新潟県○地区を産地とするコシヒカリを原料玄米に使用した商品であるかのような表示をしていたが、実際には、新潟県○地区を産地とするコシヒカリを使用したものではなかった。</p>

<p>Pは、とろみ調整食品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、容器・包装において、製法特許第〇号などと記載することにより、あたかも、本件商品が製法特許を用いて製造されたかのような表示をしていたが、実際には製法特許を用いて製造されたものではなかった。</p>
<p>Qは、野菜加工品を販売するに当たり、容器・包装において、すりおろし生〇などと記載することにより、あたかも、本件商品は生の〇をすりおろした商品であるかのように示す表示をしていたが、実際には、水戻しした乾燥〇のフレークをすりおろした商品であった。</p>
<p>Rは、サプリメント（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、減量・運動嫌いな貴方も、無駄なく凸凹マッチョでモテる男に、あの頃の自慢のマッチョに、若々しい引き締まりボディになどと記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰もが容易にたくましく引き締まった体に変貌するかのように示す表示を行っていたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。</p>
<p>Sは、酪農食品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、〇のバター（プレーン）、新食感の△バターなどと記載することにより、あたかも、本件商品がバターであるかのように示す表示をしていたが、実際には、「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」（昭和26年厚生省令第52号）第2条第14項に規定する「バター」に該当するものではなかった。</p>
<p>Tは、加工魚介類（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、プライスラベルにおいて、原料原産地として静岡と記載することにより、あたかも、本件商品に使用されている〇が静岡産であるかのように示す表示をしていたが、実際には、静岡産〇よりも安価な中華人民共和國産〇が使用されているものであった。</p>
<p>Uは、野菜加工品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、容器・包装において、〇日分の野菜などと記載し、あたかも、本件商品を摂取すれば〇日分の野菜が摂取できるかのように示す表示をしていたが、実際には、△日分しか摂取できないものであった。</p>
<p>Vは、チョコレート（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、食事の前に食べるだけ、チョコで目指せマイナス〇kg、野菜級の低△だから食事前に食べるだけ！食事はいつもの通りで大丈夫などと記載することにより、あたかも、本件商品を摂取すれば、特段の運動や食事制限を行うことなく、容易に痩身効果を得られるかのように表示していたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。</p>
<p>Wは、各種食品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、新聞折り込みチラシ及び自社ウェブサイトにおいて、本件商品の写真を掲載するとともに、「機能性食品」と記載することにより、あたかも、本件食品が食品表示法上の「機能性表示食品」として、特定の保健の用途を期待できる食品であるかのように示す表示をしていたが、実際には、本件食品は「機能性表示食品」等として認められるものではなかった。</p>
<p>Xは、サプリメント（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、〇水素は、△カルシウムに水素原子を吸蔵させました、宇宙一小さい水素原子が強力な抗酸化力により、老化、ガン、糖尿病、高血圧等の生活習慣病の原因である活性酸素を除去などと記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、容易にガン、糖尿病、高血圧などの治癒又は予防、健康保持増進等の効果が得られるかのような表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。</p>



<p>Yは、はちみつを販売するに当たり、リーフレットにおいて、信頼される品質、製造品質保証 ISO9001 取得などと記載していたが、実際には、ISO を取得しているものではなかった。</p>
<p>Zは、アイスクリーム類（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、無添加・無着色の手造りソフトミックスなどと記載することにより、あたかも、本件商品は、食品添加物は含まれていないかのように示す表示をしていたが、実際には、原材料として、安定剤が使用されているものであった。</p>
<p>AAは、スープを販売するに当たり、容器・包装において、有機Oなどと記載することにより、あたかも有機 JAS 規格に適合した農産物を原材料に使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、有機 JAS 不適合資材が使用された農産物を原材料とした商品であった。</p>

イ 第4条第1項第2号（有利誤認）

事 件 概 要
<p>ABは、学習教材（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、記載された期間中に本件商品を購入した方だけにもれなく景品をプレゼントなどと記載していたが、実際には、当該記載された期間を過ぎても当該景品が付与されていたものであった。</p>
<p>ACは、化粧品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、顧客に送付したダイレクトメールにおいて、ダイレクトメールを持参してポイントカードを更新の上本件商品を御購入の方にポイント〇円分差し上げますなどと記載することにより、あたかも、当該ダイレクトメールを持参してポイントカードを更新した上で本件商品を購入すれば、〇円相当のポイントが付与されるかのように表示していたが、実際には、〇円相当より少ない△円相当のポイントが付与されるにすぎないものであった。</p>
<p>ADは、スポーツ指導に係る役務（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自らの会員に対して配布したチラシにおいて、お友達を紹介してくれた方と紹介を受けて新たに入会された方それぞれに、期間限定、〇組様限定で景品をプレゼントしますなどと記載することにより、あたかも、本件役務に被紹介者が入会した場合、紹介した会員及び被紹介者〇組に限り景品を提供するかのように表示していたが、実際には、記載された期間中の紹介者及び被紹介者の全員に景品を提供していた。</p>
<p>AEは、航空券を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、表示価格は航空会社予約手数料、旅客施設使用料、普通席座席指定料、当社手配手数料込みですなどと記載することにより、あたかも、ウェブサイト上の表示価格には手配手数料等の各種追加料金が含まれており、当該金額で各搭乗便の航空券を購入できるかのように表示していたが、実際には、一部の手数料は表示価格には含まれないものであった。</p>
<p>AFは、健康食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、〇日間全額返金保証などと記載することにより、〇日間いつでも返金可能であるかのように示す表示をしていたが、実際には、返金の申請期間が〇日間より短く、注文日から△日から◎日の期間に申請したものに限定されているものであった。</p>

（有利誤認のうち不当な二重価格表示）

二重価格表示は、事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以



下「比較対照価格」という。)を併記して表示するものであり、その内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択に資する面がある。しかし、二重価格表示において、販売価格の安さを強調するために用いられた比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、有利誤認に該当するおそれがある。

事件の概要例
<p>AGは、美容に係る役務（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、〇円のところ△円で御提供キャンペーンなどと記載することにより、あたかも、キャンペーン価格である△円で本件役務を利用できるかのように表示していたが、実際には、キャンペーン価格で利用できるのは、本件役務を初めて利用する者に限られていたものであった。</p>
<p>AHは、被服品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、メーカー希望小売価格〇円のところ△円などと記載することにより、実際の販売価格に、当該販売価格を上回る「メーカー希望小売価格」と称する価額を併記することにより、あたかも、本件商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、実際の販売価格がメーカー希望小売価格と称する価額に比して安いかのように表示していたが、実際には、本件商品は、AHのプライベートブランド商品であって、メーカー希望小売価格と称する価額は、AHが自ら設定した価格であった。</p>
<p>AIは、被服品等（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、市価〇円が△円などと、実際の販売価格に当該販売価格を上回る「市価」と称する価額を併記することにより、あたかも、本件商品の実際の販売価格が市価と称する価額に比して安いかのように表示していたが、実際には、市価と称する価額は、本件商品のメーカーが設定したメーカー希望小売価格であって、競争事業者の最近時の販売価格とはいえないものであった。</p>
<p>AJは、ダイビング用技能認定証取得のための講習に係る役務を提供するに当たり、通常価格〇円のところ△円などと、実際の販売価格に当該販売価格を上回る通常価格と称する価額を併記することにより、あたかも、実際の提供価格が通常価格と称する価額に比して安いかのように表示していたが、実際には、通常価格と称する価額は、最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p>
<p>AKは、理美容に係る役務を提供するに当たり、店外の看板等において、〇円が△円などと、実際の提供価格に当該提供価格を上回る価額の比較対照価格を併記することにより、あたかも、実際の提供価格が比較対照価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、当該比較対照価格は、AKにおいて提供された実績のないものであった。</p>
<p>ALは、冷凍食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシ及びウェブチラシにおいて、〇月末まで毎日実施!!、冷凍食品、店頭表示価格より全品4割引などと記載し、あたかも、店頭表示価格の4割引の価格で販売するかのような表示をしていたが、実際には、一部の店舗において店頭表示価格で販売した実績が全くないものであった。</p>
<p>AMは、加工魚介類を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、定価〇円、販売価格△円（税込）などと、実際の販売価格に当該販売価格を上回る「定価」と称する価額を併記することにより、あたかも、実際の販売価格が定価に比して</p>

<p>安いかのように表示していたが、実際には、「定価」と称する価額は実際に販売された実績のないものであった。</p>
<p>AN は、食肉（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、メーカー希望小売価格：○円（税込）、通常販売価格：△円（税込）などと、実際の販売価格に当該販売価格を上回る「メーカー希望小売価格」と称する価額を併記することにより、あたかも、実際の販売価格がメーカー希望小売価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、本件商品にはメーカー希望小売価格は設定されていなかった。</p>
<p>A0 は、洋菓子を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、ケーキ工場直売セール、期間限定、最大50%引きと記載の上、○チョコレートケーキ△号□円→●円などと、実際の販売価格に当該販売価格を上回る価額を併記することにより、あたかも、実際の販売価格が比較対照価格に比較して安いかのように示す表示をしていたが、実際には、比較対照価格は実際に販売された実績のないものであった。</p>
<p>AP は、食料品詰合せセットを販売するに当たり、店頭配布用パンフレット、ウェブサイト、店頭POP、店頭プライスボード、新聞折り込みチラシ、モバイルサイトにおいて、発売元希望小売価格の50%off、ⓧ税別○円を税別△円などと、実際の販売価格に当該販売価格を上回る「ⓧ」と称する価額を併記することにより、あたかも、実際の販売価格が発売元希望小売価格又はⓧと称する比較対照価格に比して安いかのように表示しているが、実際には、発売元希望小売価格又はⓧは、AP が卸売業者から小売価格を設定する際の参考価格としてAP のみに個別に提示された価格であった。</p>

ウ 第4条第1項第3号（指定告示）  
（原産国）

事 件 概 要
<p>AQ は、文房具等（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、本件商品に係る商標とともに○国の国旗の画像を表示していたが、この表示は、当該商品の原産国が△であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。</p>
<p>AR は、調理器具（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、○国製と表示していたが、この表示は、本件商品の原産国が△国であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。</p>
<p>AS は、菓子（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、容器包装において、原産国として○と表示していたが、この表示は、本件商品の原産国が△国であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。</p>

（おとり広告）

事 件 概 要
<p>AT は、○駅発着となる鉄道の回数乗車券（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、店頭で設置した看板において、○発着の回数券△円と記載することにより、あたかも、本件商品が△円で購入できるかのように表示していたが、実際には、本件商品は□か月にわたって売り切れの状態にあって、購入することができないものであった。</p>
<p>AU は、募集型企画旅行に係る役務（以下「本件役務」という。）を提供するに当</p>

たり、自社ウェブサイトにおいて、〇円などと記載することにより、あたかも、本件役務を〇円で提供するかのように表示していたが、実際には、本件役務の大部分について、〇円では提供しておらず、取引に応じることができないものであった。

(2) 景品事件

ア 懸賞景品告示

(7) 第1項～第4項

景品類の限度額：取引価格の20倍の金額（当該金額が10万円を超える場合10万円まで）

景品類の総額：取引予定総額の2%まで

事 件 概 要
<p>AVは、住宅展示場に来場した一般消費者を対象に、抽選により、約〇円相当の住宅を約△円の自己負担（差額分を景品類として提供）で購入することができる権利を提供することを企画し、これを実施した。</p> <p>本件企画において、懸賞に係る取引の価額は□円と認められることから、懸賞により提供することができる景品類の最高額は◎円であるところ、提供される景品類の価額は、これを超えるものであった。</p>
<p>AWは、スポーツ施設を利用する一般消費者を対象に、抽選により、家庭電気製品等を提供することを企画し、これを実施した。</p> <p>本件企画において、懸賞に係る取引の価額は〇円であると認められることから、懸賞により提供することができる景品類の最高額は△円であるところ、提供される景品類のうち一部の価額は、これを超えるものであった。</p>
<p>AXは、オンラインゲーム上のイベントに参加した一般消費者を対象に、ゲーム上のランキングが上位となった者に現金〇円を提供することを企画し、これを実施した。</p> <p>本件企画において、懸賞に係る取引の価額は〇円であると認められることから、懸賞により提供することができる景品類の最高額は△円であるところ、提供される景品類の価額は、これを超えるものであった。</p>
<p>AYは、結婚式及び披露宴を挙行した契約者を対象に、抽選により、海外旅行等を提供することを企画し、これを実施した。</p> <p>本件企画において、懸賞に係る取引の価額は〇円であると認められることから、懸賞により提供することができる景品類の最高額は△円であるところ、提供される景品類の価額は、これを超えるものであった。</p>

(イ) 第5項

「二以上の種類の文字、絵、符号等を表示した符票のうち、異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法を用いた懸賞による景品類の提供」（以下「カード合わせ」という。）は全面禁止。

事 件 概 要
<p>AZは、偶然性を利用して提供するアイテムの種類が決まる方法により、アイテムの大部分を有料で提供しているところ、異なる〇種類のレアアイテムをそろえた者に対し、ゲームを有利に進めていくことが可能となる特定のアイテムを提供することを企画し、これを実施した。</p> <p>当該企画は、「カード合わせ」に該当するものであった。</p>

BA は、デジタルコンテンツの購入金額に応じて、購入した者に偶然性を利用して提供するカードの種類が決まる方法によりカードを提供し、指定されたカードを全てそろえた者に対し、特別なカードを提供することを企画し、これを実施した。  
当該企画は、「カード合わせ」に該当するものであった。

イ 総付景品告示

景品類の限度額：取引価格 1,000 円未満の場合、200 円

取引価格 1,000 円以上の場合、取引価格の 10 分の 2 の金額

事 件 概 要
BB は、食事の宅配サービス（最低取引価格 1,000 円以上）を利用した者に対して、もれなく〇円相当の商品を提供することを企画し、これを実施した。 これは、本件企画により提供できる景品類の限度額△円を超えるものであった。
BC は、定期購入の方法によって化粧品を一定の回数購入（最低取引価格 1,000 円以上）をした者に対して、もれなく、〇円相当の化粧品を提供することを企画し、これを実施した。 これは、本件企画により提供できる景品類の限度額△円を超えるものであった。
BD は、指定の書籍（最低取引価格 1,000 円未満）を購入した者に対して、もれなく、〇円相当の商品を提供することを企画し、これを実施した。 これは、本件企画により提供できる景品類の限度額 200 円を超えるものであった。
BE は、オンラインストレージサービス（最低取引価格 1,000 円以上）に加入した者に対して、もれなく、〇円相当の商品を提供することを企画し、これを実施した。 これは、本件企画により提供できる景品類の限度額△円を超えるものであった。
BF は、飲食店の宴会コース（最低取引価格 1,000 円以上）を利用した者に対して、もれなく、〇円相当の飲食物が提供されるクーポン券を提供することを企画し、これを実施した。 これは、本件企画により提供できる景品類の限度額△円を超えるものであった。

ウ 業種別景品告示

（雑誌業）

雑誌の発行を業とする者は、一般消費者に対し、懸賞により提供する景品類にあつては、懸賞景品告示の範囲を超えて景品類を提供してはならない。

事 件 概 要
BG は、雑誌を購入した一般消費者を対象に、抽選により、現金〇円を提供することを企画し、これを実施した。 これは、本件企画により提供できる景品類の限度額△円を超えるものであった。

なお、2（1）及び（2）における指導事案については、表示内容等を一部加工して記載している。



## 平成 27 年度において都道府県知事により措置命令が行われた事件

No	事件名 (命令年月日)	都道府県	事 件 概 要	違反法条
1	株式会社ローランインターナショナルにする件 (27.12.25)	埼玉県	株式会社ローランインターナショナルは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、中古自動車 61 台について、中古自動車情報誌において、あたかも、当該中古自動車の車体の骨格部位に修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際には、当該中古自動車は、オートオークションからの仕入れ時に提示されるオークション出品票に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。	第 4 条 第 1 項 第 1 号
2	有限会社鳥正に対する件 (28.2.3)	岐阜県	有限会社鳥正は、牛肉（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、少なくとも平成27年10月1日から同年12月20日までの間、店頭プライスカードに、「飛騨牛 岐阜県産 最上級品 [5等級]」と称する飛騨牛銘柄推進協議会発行のパックシール（以下「飛騨牛パックシール」という。）を貼付し、また、消費者の求めに応じて本件商品の商品パッケージに飛騨牛パックシールを貼付するなどし、あたかも、本件商品が飛騨牛であるかのような表示をしていたが、実際には、本件商品に用いていた牛肉の大部分が飛騨牛以外の牛肉であった。	第 4 条 第 1 項 第 1 号
3	株式会社元氣ファクトリーに対する件 (28.3.9)	広島県	株式会社元氣ファクトリーは、「小顔矯正」と称する役務（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、遅くとも平成 27 年 3 月以降、自らが運営するウェブサイトにおいて、例えば、「瞬間で小顔になる!」、「ゆがみによって広がった頭蓋骨の幅を狭め、鼻筋を通し立体的な小顔にします。」、「頭蓋骨も小さくなり、血行が良くなり、ゆがみも同時に整う施術法です。」等と記載することにより、あたかも、本件役務を受けることで小顔になるかのように示す表示をしていた。 広島県が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。	第 4 条 第 1 項 第 1 号 (第 4 条 第 2 項 適用)

(参考)

## 都道府県知事による法的措置件数の推移

年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	合計
北海道	1	36			37
青森					
岩手					
宮城					
秋田					
山形					
福島					
茨城	2				2
栃木	2				2
群馬		1			1
埼玉	9	11	1	1	22
千葉	1				1
東京	6	3	2		11
神奈川	1				1
新潟		1			1
富山					
石川					
福井					
山梨					
長野					
岐阜		1		1	2
静岡	3	2			5
愛知		2			2
三重					
滋賀					
京都	1				1
大阪					
兵庫					
奈良		2			2
和歌山	2	1			3
鳥取					
島根					
岡山					
広島				1	1
山口		3			3
徳島		1			1
香川					
愛媛					
高知					
福岡	1				1
佐賀					
長崎					
熊本					
大分					
宮崎					
鹿児島					
沖縄					
合計	29	64	3	3	99