

平成24年8月9日

平成23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23年4月1日から平成24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。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課 担当者：瀬戸口、宮原
電話：03(3507)8800（内線2462、2464）

平成23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24年8月9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 消費者庁

(1) 概況

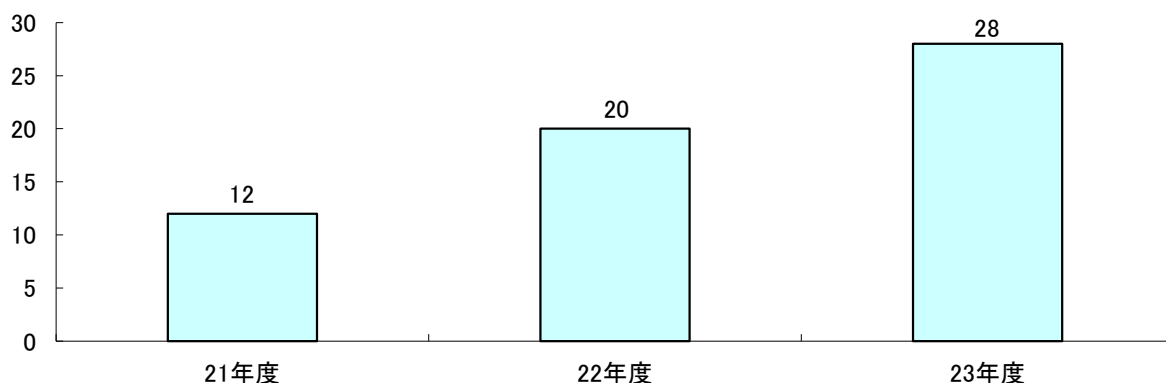
消費者庁は、景品表示法違反被疑事件について調査を行い、違反する事実があると認められたときは、措置命令など所要の措置を講じている。

平成23年度における調査件数は、前年度から繰越しになっている259件、年度内に新規に着手したものの570件の合計829件であり、このうち、平成23年度に処理した件数は659件である。659件の内訳は、措置命令が28件、注意が405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1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53件、違反事実がなかったなどのために調査を打ち切ったものが172件となっている。

措置命令件数（平成21年8月以前は排除命令件数。以下同じ。）については、平成21年度は12件、平成22年度は20件、平成23年度は28件となっている。

平成23年度に処理したもののうち、消費者庁及び公正取引委員会地方事務所・支所等が行った調査の結果を踏まえて行ったものは、措置命令9件（北海道事務所、中部事務所、近畿中国四国事務所、近畿中国四国事務所四国支所、九州事務所）、注意160件、調査を打ち切ったものなどが18件となっている。

過去3年間の措置命令・排除命令件数の推移



※ 平成21年8月末日までは公正取引委員会における排除命令件数、同年9月以降は消費者庁における措置命令件数である。

表1 調査件数等の推移

(単位：件)

年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度 (※3)
前年度からの繰越	243	90	259	170
新規件数	職権探知	491	178	—
	情報提供(※1)	355	392	—
	(2,999)	(3,718)	(3,667(※2))	—
小計	459	846	570	—
調査件数	702	936	829	—
処理件数	措置命令	12	20	18
	警告	6	2	54(※4)
	注意	396	412	
	都道府県移送	14	2	—
	協議会処理	65	31	—
	打切り等	119	210	—
	小計	612	677	659
次年度への繰越し	90	259	170	—

※1 外部から提供された情報のうち、景品表示法違反被疑事案として処理することが適切と思われた情報の件数。括弧内の数字は外部から提供された情報の総数。

※2 うち食品表示に関する内容が含まれる情報件数は1,022件。

※3 平成24年6月30日現在の件数

※4 平成24年度以降においては、「警告」、「注意」の区分を廃止し、行政手続法上の「行政指導」にあたる「指導」の件数としている。

表2 平成23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	警告	注意	合計
食品	5	0	98	103
被服品	5	0	78	83
住居品	1	0	71	72
教養娯楽品	1	0	41	42
教養・娯楽サービス	2	0	29	31
車両・乗り物	7	0	11	18
保健衛生品	2	0	15	17
土地・建物・設備	0	0	17	17
運輸・通信サービス	0	0	15	15
教育サービス	4	0	7	11
金融・保険サービス	1	0	4	5
その他	0	0	21	21
合計	28	0	407	435

(注) 関係する商品役務が2以上にわたる事件があるため、本表の合計は表1の合計と一致しない。

表3 平成23年度における公正取引委員会が関わった事件処理件数

(単位：件)

公正取引委員会 地方事務所・支所等	措置命令	警告	注意	合計
北海道事務所	2[0]	0[1]	14[12]	16[13]
東北事務所	0[0]	0[0]	9[5]	9[5]
中部事務所	2[1]	0[0]	38[33]	40[34]
近畿中国四国事務所	1[5]	0[0]	50[61]	51[66]
中国支所	0[1]	0[1]	9[14]	9[16]
四国支所	1[1]	0[0]	14[19]	15[20]
九州事務所	3[2]	0[0]	23[59]	26[61]
沖縄総合事務局 総務部公正取引室	0[0]	0[0]	3[2]	3[2]
合計	9[10]	0[2]	160[205]	169[217]

(注) []内は平成22年度の件数(以下表5まで同じ)

(2) 表示事件

ア 平成23年度の措置命令は、次のとおり、すべて表示事件であり、その件数は合わせて28件である(別紙1参照)。

- ・ 中古自動車の走行距離・修復歴等に関する不当表示 7件
- ・ 学習塾の大学合格実績に関する不当表示 3件
- ・ 塩の製造方法等に関する不当表示 1件
- ・ 専門学校就職率に関する不当表示 1件
- ・ 住宅用太陽光発電システム設置による利回り等に関する不当表示 1件
- ・ スポーツクラブにおける浴場利用役務に関する不当表示 1件
- ・ 紳士服等の販売価格に関する不当表示 5件
- ・ 遠近両用眼鏡の販売価格等に関する不当表示 1件
- ・ 干しそばの原材料に関する不当表示 1件

- ・ 美術品等の比較対照価格に関する不当表示 1件
- ・ 生食用かきを用いた料理の殺菌状態に関する不当表示 1件
- ・ 痩身効果を標ぼうする食品の効果・価格に関する不当表示 2件
- ・ 和牛預託取引に関する不当表示 1件
- ・ スクーバダイビングの講習料金に関する不当表示 1件
- ・ 化粧品の美容効果等に関する不当表示 1件

表4 表示事件の内訳

(単位：件)

関係法条	措置命令	警告	注意	合計
第4条第1項第1号(優良誤認)	19[16]	0[0]	169[233]	188[249]
第4条第2項適用	3[0]	—	—	3[0]
第4条第1項第2号(有利誤認)	11[6]	0[2]	202[350]	213[358]
第4条第1項第3号	0[2]	0[0]	29[39]	29[41]
無果汁	0[0]	0[0]	0[1]	0[1]
原産国表示	0[2]	0[0]	17[27]	17[29]
消費者信用	0[0]	0[0]	0[0]	0[0]
不動産おとり広告	0[0]	0[0]	1[0]	1[0]
おとり広告	0[0]	0[0]	11[11]	11[11]
有料老人ホーム	0[0]	0[0]	0[0]	0[0]
合計(延べ数)	30[24]	0[2]	400[622]	430[648]

(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の合計と一致しない。

イ 平成23年度においては、次の2業種における価格の表示について、景品表示法違反と消費者被害を未然に防止するため、注意事例の概要等を取りまとめて公表した(別紙1参照)。

- ・ スクーバダイビングにおける講習料金等に関する表示
- ・ 葬儀事業者における葬儀費用に関する表示

(3) 景品事件

平成23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	警告	注意	合計
懸賞景品告示	0[0]	0[0]	14[6]	14[6]
総付景品告示	0[0]	0[0]	6[3]	6[3]
業種別景品告示	0[0]	0[0]	0[0]	0[0]
合計(延べ数)	0[0]	0[0]	20[9]	20[9]

(4) 行政不服審査法に基づく異議申立て

平成23年度において、措置命令に対して行われた行政不服審査法に基づく異議申立て事件の状況は次のとおりである。

表6 異議申立てに対する決定の状況

申立人	事案の概要	関係法条	決定内容
(株)アギト	<p>(株)アギトは、ウェブサイトを通じて、「凄オク」と称するペニーオークションサービス（以下「本件役務」という。）及び同社が本件役務に出品している商品（以下「本件商品」という。）を供給するに当たり、</p> <p>① 遅くとも平成23年1月ころから同年2月ころまでの間、ウェブサイトのトップページにおいて「全品新品保証付 最大9割引の 新感覚オークション」と、また、当該ウェブサイトにおける「凄オクとは？」という本件役務を紹介するページにおいて「凄オクのオークションは、全品0円からスタート！最低落札価格もありません！だから、市場価格の60%～90%引きでの落札も当たり前！」と</p> <p>② 平成23年2月ころから同年3月ころまでの間、ウェブサイトのトップページにおいて「最大9割引スーパーオークション」と記載の上、液晶テレビ等の画像とともに「83%OFF」、「78%OFF」等と、また、当該ウェブサイトにおける「凄オクとは？」という本件役務を紹介するページにおいて「最大9割引！平均割引率はなんと約75%！」と記載していたが、実際には、本件役務を利用して落札するためには落札価格のほかに多額の入札手数料がかかることがあるものであり、必ずしも本件役務を利用すれば、本件商品を著しく安価に手に入れることができるのではなく、また、必ずしも本件商品の価格が著しく安価になるとはいえなかった。</p>	第4条第1項第1号及び第4条第1項第2号	棄却 23.6.7

(5) 審決取消請求訴訟

景品表示法が消費者庁に移管された平成21年9月より前に公正取引委員会が行った行政処分（排除命令）に対して不服がある者は公正取引委員会に対し審判を請求することができた。また、審判の結果（審決）に対しては東京高等裁判所に取消訴訟（審決取消請求事件）を提起することができる。

平成23年度において、裁判所に係属した審決取消請求事件の状況は次のとおりである。

表7 審決取消請求事件に関する決定の概要

事件名	審決における違反事実の概要	決定年月日	決定内容	決定の概要
ミュー(株)による審決取消請求事件（被告：公正取引委員会）	ミュー(株)（被審人）は、本件商品をたばこの先端に付着させ喫煙すれば、ニコチンがビタミンに変化してニコチンが減少する等により、喫煙による害が軽減されるかのように表示していたが、公正取引委員会が当該表示の	最高裁 23.6.7	1. 上告棄却 2. 上告不受理	1. 本件上告理由は、民事訴訟法に規定する

事件名	審決における違反事実の概要	決定年月日	決定内容	決定の概要
	<p>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、被審人は期限内に当該表示の裏付けとする資料を提出したものの、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>※東京高裁における審決取消訴訟（請求棄却 22. 11. 26） （判決の概要）</p> <ul style="list-style-type: none"> 原告が被告に提出した資料が景品表示法 4 条 2 項の「合理的な根拠」に該当しないとした本件審決の認定した事実について、それを立証する実質的証拠があるか否かが審理の対象となる。 原告が提出した資料はいずれも問題となった表示を裏付ける合理的な根拠を示すものということはできない。 等 			<p>事由に該当しない。</p> <p>2. 本件申立ての理由によれば、上告審として事件を受理すべきとは認められない。</p>

2 都道府県

景品表示法第 7 条は、都道府県知事が、景品表示法違反があると認めるときはその行為の取りやめなど必要な事項を指示することができる」と規定しており、景品表示法違反被疑事件は、都道府県によっても処理されている。

最近の都道府県による指示件数は、表 8 のとおりである。平成 23 年度においては、12 都道府県において 22 件の指示が行われている（別紙 2 参照）。22 件すべてが表示事件であり、概要は次のとおり。

- ・ 水産品・水産加工食品に関する不当表示 3 件（北海道、京都府及び愛媛県）
- ・ 牛肉料理の原材料原産地に関する不当表示 2 件（北海道及び宮崎県）
- ・ 健康食品に関する不当表示 2 件（東京都）
- ・ 麦茶飲料に関する不当表示 1 件（東京都）
- ・ 化粧品に関する不当表示が 1 件（埼玉県）
- ・ オールセンサー付ガスコンロパック等の二重価格表示に関する不当表示 2 件（茨城県及び埼玉県）
- ・ 外壁塗装工事の二重価格表示に関する不当表示 1 件（栃木県）
- ・ 食品小売店の二重価格表示に関する不当表示 1 件（北海道）

等

指示を受けた事業者がその指示に従わないなどの理由により、都道府県知事から消費者庁長官に対して、措置請求が行われたものはない。

また、防災・節電商品の不当な二重価格表示等のおそれがある広告を行っていた 13 事業者に対し、平成 23 年 12 月 1 日、5 都県（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県及び静岡県）合同で文書により表示の改善を指導するとともに、業界団体（8 団体）に対しても、表示の適正化に向けて自主的に取り組むよう要望している。

過去3年間の指示件数の推移

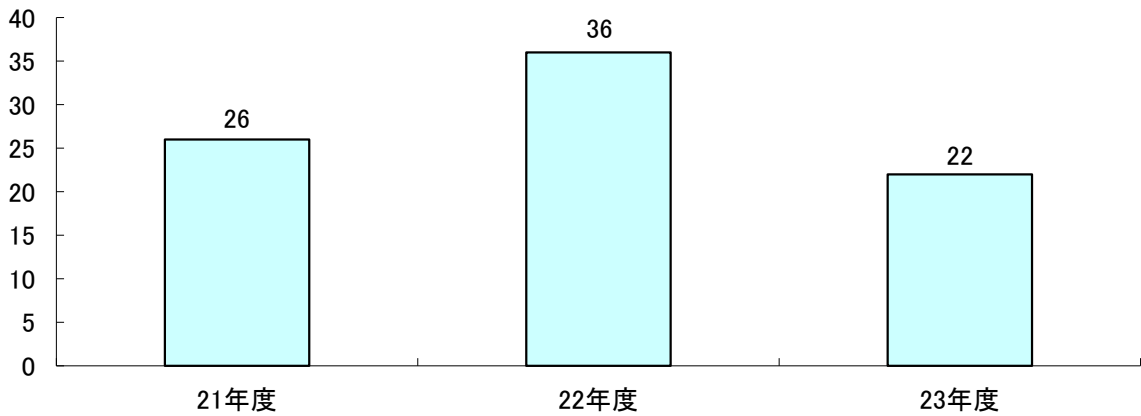


表8 都道府県による指示件数

年 度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度(※)
都道府県による 指示件数	26 件 (北海道 1 件) (栃木県 1 件) (千葉県 1 件) (東京都 12 件) (岐阜県 1 件) (静岡県 1 件) (京都府 1 件) (兵庫県 2 件) (徳島県 1 件) (愛媛県 1 件) (高知県 2 件) (熊本県 2 件)	36 件 (北海道 2 件) (茨城県 1 件) (栃木県 6 件) (千葉県 1 件) (東京都 12 件) (新潟県 3 件) (岐阜県 1 件) (静岡県 1 件) (大阪府 1 件) (和歌山県 2 件) (島根県 2 件) (徳島県 1 件) (福岡県 1 件) (佐賀県 1 件) (沖縄県 1 件)	22 件 (北海道 3 件) (茨城県 1 件) (栃木県 1 件) (埼玉県 4 件) (東京都 3 件) (神奈川県 2 件) (静岡県 1 件) (愛知県 1 件) (京都府 1 件) (愛媛県 1 件) (大分県 3 件) (宮崎県 1 件)	4 件 (東京都 4 件)

※ 平成 24 年 6 月 30 日現在の件数

第2 表示等の適正化への取組状況

1 公正競争規約

公正競争規約（以下「規約」という。平成24年6月30日現在105件（景品37件、表示68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各業界が設定する景品類の提供又は表示に関するルールであり、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23年度においては、4件の規約案について新設又は変更の認定申請を受け付け、うち1件の規約（スポーツ用品の表示に関する公正競争規約）の変更について認定を行った。

なお、平成24年度には、仏壇の表示に関する公正競争規約の新規設定について平成24年4月12日付で認定を行った。このほか2件の規約（包装食パンの表示に関する公正競争規約及び不動産の表示に関する公正競争規約）の変更について、いずれも平成24年5月17日付で認定を行った。

2 インターネット等における表示等の適正化への対応

(1) インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項の公表

消費者庁は、平成23年3月11日、インターネット消費者取引研究会報告書「インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について」（以下「研究会報告書」という。）を公表した。この研究会報告書では、インターネット消費者取引に係る表示について事業者が守るべき事項を、消費者庁として提示することとした。このことを踏まえ、消費者庁は、インターネット上のサービス5類型についての景品表示法上の考え方をとりまとめ、平成23年10月28日、「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」（以下「インターネット留意事項」という。）を公表した。

インターネット消費者取引と景品表示法との関係に関しては、既に「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項」（公正取引委員会、平成14年6月5日）（以下「電子商取引ガイドライン」という。）において基本的な考え方が提示されている。一方、インターネット留意事項は、電子商取引ガイドラインが示されてから7年が経過し、インターネット消費者取引にも新たなサービス類型が現れてきていることから、これら新たなサービス類型について特に景品表示法上の問題点及び留意事項を示したものである。

なお、平成24年に入ってから、商品・サービスを提供する店舗を運営する事業者が、口コミ投稿の代行を行う事業者に依頼して、口コミサイトの口コミ情報コーナーに、口コミを多数書きこませる行為があったことが問題となったことから、こうした行為に関する景品表示法上の考え方を明らかにするために、インターネット留意事項を一部改定し、平成24年5月9日に公表している。

(2) 電子商取引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23年度においては、電子商取引表示調査員から1,118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27サイト25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に関するメールを送信した。

(3) インターネット上の広告表示適正化に関する国際的取組への参加

インターネットにおいて生じる問題は、国内にとどまるものではないことから、OECD加盟国を中心とした国々の消費者保護機関等から成るICPEN（消費者保護及び執行のための国際ネットワーク）の枠組の下で、参加各国の関係当局がインターネット上の広告表示について共通のテーマを選定し、法令違反の疑いがないかを一斉に点検するInternational Internet Sweep Daysに参加するなど、諸外国の関係当局との連携を深めている。

平成23年度においては、9月に、「Use (and misuse) of Third Party Authority」をテーマとして実施されたInternational Internet Sweep Daysに参加し、消費者庁は「震災に関連する商品に関して、効果・性能について、専門家など第三者が推薦する表示」を点検の対象とした。電子商取引表示調査員から報告を受けた150件について点検した結果、景品表示法上問題となるおそれがあると思われる表示を行っていた31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に関するメールを送信した。

3 関係行政機関との連携強化等

(1) 関係省庁との連携

不適切な食品表示に関する監視強化等の観点から、平成23年6月29日、食品表示に係る省庁（消費者庁、警察庁、農林水産省）の局長級による食品表示連絡会議を開催した。また、関東地域の関係省庁等の担当課長等による食品表示連絡会議にも参加し、連携を深めている。

(2) 都道府県との連携

都道府県における景品表示法の執行力の強化に向けた取組を支援するため、平成23年10月から平成24年1月にかけて、公正取引委員会地方事務所・支所等と協力して、関東甲信越地区、北海道・東北地区、中部地区、近畿地区、中国地区、九州・沖縄地区、四国地区のブロックごとに都道府県との連絡会議を順次開催した。

また、平成23年6月及び同年9月に都道府県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、公正取引委員会地方事務所・支所等とともに、都道府県が行う景品表示法の運用に関して助言を行うなど、都道府県との協力関係の強化に努めている。

さらに、平成23年度においては、公正取引委員会地方事務所・支所等及び都道府県と情報共有の緊密化を図るため、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）を整備し、平成24年4月1日から運用を開始している。

4 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（平成21年8月以前にあっては公正取引委員会）及び公正取引委員会地方事務所・支所等（平成23年4月から相談業務を行っている）が受け付けた相談件数は、表9のとおりであり、平成23年度においては、17,205件（前年度16,772件）の相談を受け付けている。具体的な相談内容としては、商品の効果・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、食品の表示に関する相談、商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、商品に対する放射性物質の検査結果の表示に関する相談、景品類の提供限度額に関する相談等が挙げられる。

表9 相談件数

（単位：件）

年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
相談件数	19,121	16,772	17,205

5 景品表示法の普及・啓発

消費者庁及び公正取引委員会地方事務所・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、地方自治体、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23年度においては、消費者団体、地方自治体、事業者団体等が全国各地で開催する講習会等に、計121回講師を派遣している。

1 平成23年度の措置命令

No	事件名	事件概要	違反法条
1	(株) K & S トレーディングに対する件 (23.4.8)	<p>(株)K&Sトレーディングは、「ヤフーオークション」と称するサイトにおいて中古自動車を販売するに当たり、平成22年6月21日に販売していた中古自動車に係る表示に関し、例えば、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 24台の中古自動車について、同サイトの商品説明の「走行距離」欄に、当該中古自動車の走行距離計が示す数値の近似値を記載</p> <p>② 4台の中古自動車について、同サイトの商品説明の「修復歴」欄に、「なし」と記載</p> <p>①について、実際には、走行距離計の交換等を行うことにより、走行距離計が示す数値を仕入れ時のオートオークション出品票（以下「出品票」という。）に記載の走行距離数から過少に表示していた。</p> <p>②について、実際には、出品票に骨格部位が損傷するなど修復歴を示す記号が記載されたものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
2	(有) K U C に対する件 (23.4.8)	<p>(有)KUCは、(株)K&Sトレーディングを通じて「ヤフーオークション」と称するサイトにおいて中古自動車を販売するに当たり、平成22年6月21日に販売していた中古自動車に係る表示に関し、例えば、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 24台の中古自動車について、同サイトの商品説明の「走行距離」欄に、当該中古自動車の走行距離計が示す数値の近似値を記載</p> <p>② 9台の中古自動車について、同サイトの商品説明の「修復歴」欄に、「なし」と記載</p> <p>①について、実際には、走行距離計の交換等を行うことにより、走行距離計が示す数値を仕入れ時のオートオークション出品票（以下「出品票」という。）に記載の走行距離数から過少に表示していた。</p> <p>②について、実際には、出品票に記載された走行距離は「94,948マイル」であり、キロメートルに換算すると約152,800キロメートルであった。</p>	第4条 第1項 第1号
3	(株)市進ホールディングスに対する件 (23.4.26)	<p>(株)市進ホールディングスは、子会社が経営する学習塾等（以下「市進グループ学習塾」という。）を通じて提供する大学入学試験受験対策用に開設した講座等の受講生の募集に当たり、例えば、平成22年5月及び同年10月に配布した高校生向けパンフレット、中学生向けパンフレット等において、「2010年春 市進教育グループ市進ウイングネット 主要大学合格実績（抜粋）」等と記載し、市進グループ学習塾の受講生の平成22年度大学入学試験の合格実績を表示していた。</p> <p>実際には、当該合格実績は、他の事業者が経営する学習塾が大学入学試験受験対策用に開設した講座の受講生等の平成22年度大学合格実績を加算していたものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
4	(株)市進ウイングネットに対する件 (23.4.26)	<p>(株)市進ウイングネットは、自社が運営する「市進ウイングネット」と称する映像授業配信システムを利用した大学入学試験受験対策の映像授業の受講生の募集に当たり、平成22年4月に配布したパンフレット等において、「2010年春 市進ウイングネットグループ主要大学合格者数速報」等と記載し、当該映像授業の受講生の平成22年度大学入学試験の合格実績を表示していた。</p> <p>実際には、当該合格実績は、(株)市進ホールディングスの子会社等が経営する学習塾等の受講生であって、当該映像授業を受講していない者の平成22年度大学合格実績を加算していたものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
5	(株)ウィザスに対する件 (23.4.26)	<p>(株)ウィザスは、自社が経営する「第一ゼミナール」、「第一ゼミ予備校」及び「ファロス個別指導学院」と称する学習塾（以下これらを総称して「本件3学習塾」という。）において大学入学試験受験対策用に開設した講座の受講生の募集に当たり、平成22年3月31日等に配布した新聞折り込みチラシ等において、「2010年度合格速報」等と記載し、本件3学習塾の受講生の平成22年度大学入学試験の合格実績を表示していた。</p> <p>実際には、当該合格実績は、他の事業者が経営する学習塾等の受講生及び自社が経営する本件3学習塾以外の学習塾の受講生の平成22年度大学合格実績を加算していたものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
6	日本緑茶センター(株)に対する件 (23.6.14)	<p>日本緑茶センター(株)は、「セルリアンシーズ・シーソルト(顆粒)」と称する食用塩を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>(1) 商品ラベルにおいて</p> <p>ア 平成14年8月頃から平成21年10月頃までの間、「純粋さを追及するため海水を自然蒸発させて製造されます。自然塩ならではのまろやかな旨味をお楽しみください。」及び「※本品は凝固防止剤や添加物を一切使用しておりません。」と記載</p> <p>イ 平成21年11月頃から「最初から最後まで塩田で天日の力を使い、結晶させた完全天日塩です。」及び「※本品は凝固防止剤や添加物を一切使用しておりません。」と記載</p> <p>(2) 自社ウェブサイトにおいて、平成18年10月1日から平成22年12月14日までの間、「純粋さを追及するため海水を自然蒸発させて製造しています。精製塩のとがった辛みとは異なる、自然塩ならではのまろやかな旨味をお楽しみください。」と記載</p> <p>実際には、天日蒸発による海塩を溶解して洗浄した後、釜で乾燥させたものであり、天日塩とはいえないものであった。また、本件商品は、凝固防止剤が添加されているものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
7	学校法人北海道安達学園に対する件 (23.6.29)	<p>学校法人北海道安達学園は、同学園が経営する「専門学校札幌デザイン学院」等の4つの専門学校において、専門課程を提供するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>(1) 平成21年7月頃から平成22年3月頃までの間に配布したパンフレットにおいて、「北海道安達学園と北海道内大学・短大・専門学校との就職率を比べてみました。」と記載した上で、同学園の専門学校及び北海道内の大学等の平成20年3月卒業生の就職率として、「札幌スクールオブビジネス 97.1%」、「大学 64.9%」等と記載</p> <p>(2) 平成21年10月1日付け新聞広告において、平成21年3月卒業生の就職率について「就職率 99.2%」等と記載</p> <p>(1)について、実際には、</p> <p>ア 同学園の専門学校における平成20年3月卒業生の就職率は、卒業時である平成20年3月末時点に就職した者及び就職が内定した者（以下「就職者等」という。）に、同年4月から同年6月までの間の就職者等を加えた数を分子として、平成20年3月末時点の就職者等及び就職を希望する者（以下「就職希望者等」という。）の数を分母として</p> <p>イ 北海道内の大学等における平成20年3月卒業生の就職率は、平成20年3月末時点の就職者等の数を分子として、厚生労働省北海道労働局による調査においては、平成20年3月末時点の就職希望者等の数が分母とされていたにもかかわらず、就職を希望しない者等が含まれる卒業生の数を分母として算出したものであった。これにより、北海道安達学園は、自らが経営する専門学校の平成20年3月卒業生の就職率が、北海道内の大学等の就職率よりも高率であると表示していたものであった。</p> <p>(2)について、実際には、</p> <p>ア 同学園の専門学校における平成21年3月卒業生の就職率は、卒業時である平成21年3月末時点の就職者等に、同年4月から同年8月までの間の就職者等を加えた数を分子として、平成21年3月末時点における就職希望者等から同年8月時点において就職の斡旋を希望しない者等を分母として</p> <p>イ また、アの分子については、2専門学校で教育する専門分野に係る企業等への就職者等だけではなく、当該専門分野以外の企業等への就職者等及びアルバイトに就いた者を就職者等に含めて算出した数値を、2専門学校の平成21年3月卒業生の同年3月末時点における両専門学校で教育する専門分野に係る企業等への就職率として表示していたものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
8	(株)日本ホットライフに対する件 (23.7.15)	<p>(株)日本ホットライフは、自社又は子会社を通じて住宅用太陽光発電システムを供給するに当たり、平成21年10月頃から平成22年6月頃までの間、戸建住宅への投函等により配布したチラシにおいて、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 「電気買取り価格2倍引き上げで、192,000円/年の節約(利益)！」と記載</p> <p>② 「単純利回りは、なんと約8.0%!!」、「導入費用の回収期間は13年となり、回収後の13年以降は、しっかり貯蓄にまわせます。」等と記載</p> <p>①について、実際には、本件発電システムによる発電電力の全量買取りを前提としているが、4キロワット型の本件発電システムを設置した場合、電力会社が買い取る余剰電力は、通常、全発電電力の過半を超える程度であり、「太陽光発電の余剰電力買取制度」の下では、年間192,000円の利益を得ることはできないものであった。</p> <p>②について、実際には、年間192,000円の利益を得ることができないこと、機器の破損や経年劣化などにより保証期間経過後に機器の交換又は修理を要する場合には、所要の費用の負担が発生することから、8.0%の利回り及び13年の回収期間を実質的に達成できず、本件発電システムの設置後、恒常的かつ安定的に利益を得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
9	(株)東祥に対する件 (23.7.21)	<p>(株)東祥は、自社が経営する「ホリデイスポーツクラブ」と称するスポーツクラブにおいて浴場利用役務を提供するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 札幌北24条店等13店舗に設置した浴場について、新聞折り込みチラシ及び自社ウェブサイトにおいて「天然鉱石ラジウム温泉<露天風呂>」等と記載</p> <p>② 弘前店等13店舗に設置した浴場について、新聞折り込みチラシ及び自社ウェブサイトにおいて、「ヘルストン温泉<露天風呂>」等と記載</p> <p>実際には、当該店舗は、温泉法(昭和23年法律第125号)第15条第1項に規定される許可を得たものではなく、また、同店舗の浴場の浴槽の温水は、水道水、井戸水又は工業用水を加熱した上で医薬部外品を用いたものであって、同法第2条第1項に規定される温泉ではなかった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事件概要	違反法条
10	(株)AOKI に対する件 (23.7.26)	<p>(株)AOKIは、自社が経営する「AOKI」と称する店舗を通じて衣料品等を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成21年12月31日から平成22年1月3日までの間、テレビコマーシャルにおいて、「スーツ・コート・ジャケット 全品半額」との文字を強調した映像、「スーツ、コート、ジャケット、全品半額」との音声等を放送</p> <p>② 平成22年6月5日に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「開店1周年全品半額」と強調して記載</p> <p>①について、実際には、メンズスーツ、メンズコート及びメンズジャケットのうち表示価格が一定金額以上等の商品のみ、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>②について、実際には、メンズスーツ、メンズジャケット、メンズスラックス及びメンズカジュアルパンツのうち表示価格が一定金額以上等の商品のうち1点のみ、新聞折り込みチラシに印刷された割引券を持参した場合に限り、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>なお、①の映像とともに、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が表示されていたが、表示時間が短く、明瞭に表示されていたとはいえないものであり、また、②の新聞折り込みチラシにおいて、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が記載されていたが、「開店1周年全品半額」との強調した表示と比べて文字が著しく小さいなど、明瞭に表示されていたとはいえないものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
11	青山商事(株) に対する件 (23.7.26)	<p>青山商事(株)は、自社が経営する「洋服の青山」と称する店舗を通じて衣料品等を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成22年5月13日から同年6月5日までの間、テレビコマーシャルにおいて、「総力祭 全品半額」との文字を強調した映像、「総力祭、全品半額」との音声等を放送</p> <p>② 平成22年5月29日に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「総力祭 全品半額」と強調して記載</p> <p>実際には、メンズスーツ、メンズジャケット、メンズスラックス及びメンズカジュアル商品のうち表示価格が一定金額以上等の商品並びに男性用礼服、シャツ、ネクタイ、シューズ及びレディススーツのうち特設コーナーに陳列された商品のみ、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>なお、①の映像とともに、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が表示されていたが、表示時間が短く、明瞭に表示されていたとはいえないものであり、また、②の新聞折り込みチラシにおいて、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が記載されていたが、「総力祭 全品半額」との強調した表示と比べて文字が著しく小さいなど、明瞭に表示されていたとはいえないものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
12	(株)コナカ に対する件 (23.7.26)	<p>(株)コナカは、自社が経営する「紳士服のコナカ」と称する店舗を通じて衣料品等を供給するに当たり、平成22年6月19日に配布した新聞折り込みチラシの表面において、「本日より全品半額以下」と強調して表示していた。</p> <p>実際には、メンズスーツ及びメンズジャケットのうち表示価格が一定金額以上等の商品のうち1点のみ、新聞折り込みチラシに印刷された割引券を持参した場合に限り、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>なお、新聞折り込みチラシにおいて、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が記載されていたが、「本日より全品半額以下」との強調した表示と比べて文字が著しく小さいなど、明瞭に表示されていたとはいえないものであった。</p>	第4条 第1項 第2号

No	事件名	事件概要	違反法条
13	はるやま商事(株)に対する件 (23.7.26)	<p>はるやま商事(株)は、自社が経営する「紳士服はるやま」と称する店舗等を通じて衣料品等を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成21年12月30日から平成22年1月3日までの間、テレビコマーシャルにおいて、「初売り全品半額」との文字を強調した映像及び「初売り全品半額」との音声並びに「全品半額」との文字を強調した映像及び「4日間限りの全品半額」との音声を放送</p> <p>② 平成22年6月19日に配布した新聞折り込みチラシの表面において、「全品半額の7日間!」と強調して記載</p> <p>①について、実際には、メンズスーツ、メンズジャケット、メンズコート、メンズカジュアル商品、ワイシャツ及びネクタイのうち表示価格が一定金額以上等の商品のみ、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>②について、実際には、メンズスーツ及びメンズジャケットのうち表示価格が一定金額以上等の商品のうち1点のみ、新聞折り込みチラシに印刷された割引券を持参した場合に限り、表示価格の半額で販売するものであり、また、男性用礼服及びメンズスラックスについては、特設コーナーに陳列された商品のみ、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>なお、①の映像とともに、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が表示されていたが、表示時間が短く、明瞭に表示されていたとはいえないものであり、また、②の新聞折り込みチラシにおいて、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が記載されていたが、「全品半額の7日間!」との強調した表示と比べて文字が著しく小さいなど、明瞭に表示されていたとはいえないものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
14	(株)フタタに対する件 (23.7.26)	<p>(株)フタタは、自社が経営する「紳士服のフタタ」と称する店舗等を通じて衣料品等を供給するに当たり、平成22年12月25日に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「全品半額」と強調して表示していた。</p> <p>実際には、メンズスーツ及びメンズジャケットのうち表示価格が一定金額以上等の商品のみ、新聞折り込みチラシに印刷された割引券を持参した場合に限り、表示価格の半額で販売するものであった。</p> <p>なお、新聞折り込みチラシにおいて、表示価格の半額で販売される商品の適用条件が記載されていたが、「全品半額」との強調した表示と比べて文字が著しく小さいなど、明瞭に表示されていたとはいえないものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
15	(株)フィッシュランドに対する件 (23.8.31)	<p>(株)フィッシュランドは、自社及び子会社が経営する「ドクターアイズ」と称する店舗等を通じて遠近両用眼鏡を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成22年1月から平成23年7月までの間に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「(最高品質・国内トップメーカーレンズ使用)」、「ドクターアイズならなんと!! 8,800円税込特価」と記載</p> <p>② 「全店 7,000本のフレームから自由にお選びください。」と記載</p> <p>①について、実際には、8,800円で購入できる本件商品に用いられているレンズは、本件商品を購入しようとする者に選択できるレンズのうち最も品質が低いものであり、より高品質のレンズを選択した場合の販売価格は13,800円ないし68,800円であった。</p> <p>②について、実際には、8,800円で購入できる本件商品に用いられているフレームの種類数は、平成22年12月3日時点において、全ての直営店及び子会社経営店の合計で1,691種類であった。</p>	第4条 第1項 第2号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
16	(株)アイランド食品に対する件 (23.9.9)	<p>(株)アイランド食品は、「乾自然薯そば」、「乾尾瀬自然薯そば」及び「乾そば(白川郷合掌そば)」と称する干しそばを供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 乾自然薯そばについて、平成14年1月頃から平成23年7月頃までの間、商品包装紙等において「自然芋そば」、「深山に自生する山芋は粘り強くて器量良し」等と記載</p> <p>② 乾尾瀬自然薯そばについて、平成15年5月頃から平成23年7月頃までの間、商品包装紙において、そば粉の配合割合を記載することなく「尾瀬自然薯そば」、「山奥の自然の恵みをいっぱいうけて自生している自然薯は味よし香りよし器量よし」等と記載するとともに、「本品は地元で育った純良なそば粉を使用したおそばです」と記載</p> <p>③ 乾そば(白川郷合掌そば)について、平成22年11月頃から平成23年7月頃までの間、商品包装紙において、そば粉の配合割合を記載することなく、「白川郷合掌そば」等と記載</p> <p>①について、実際には、原材料として使用されている自然薯の粉末は極めて少量(配合割合約0.019%)であり、使用されている自然薯の粉末は、山野に自生する自然薯を原材料とするものではなかった。</p> <p>②について、実際には、原材料として使用されている自然薯の粉末は極めて少量(配合割合約0.019%)であり、使用されている自然薯の粉末は、山野に自生する自然薯を原材料とするものではなかった。また、使用されているそば粉は、外国産の玄そばを原材料とするものであり、原材料に占めるそば粉の配合割合は約12%であった。</p> <p>③について、実際には、原材料に占めるそば粉の配合割合は約12%であった。</p>	第4条第1項第1号
17	(株)トップアートに対する件 (23.10.20)	<p>(株)トップアートは、通信販売の方法により美術品、工芸品等を販売するに当たり、例えば、平成20年11月28日付けの新聞広告において、「ルノワール 作品番号20949 春の花」と称する絵画の複製画について、「特別謝恩価格」、「本日より3日間限り、9,800円でお届け!」、「※4日目以降は当社通常販売価格1点12,000円となります。」と記載するなど、「特別謝恩価格」等と称する販売価格に、当該販売価格を上回る価額の「当社通常販売価格」等と称する比較対照価格を併記又は同一視野内に表示していた。</p> <p>実際には、「当社通常販売価格」等と称する比較対照価格は、同社が本件商品について実際に販売した実績のない価格であった。</p>	第4条第1項第2号
18	(株)アールディーシーに対する件 (23.10.28)	<p>(株)アールディーシーは、自社が運営する「がっぺん寿司」等と称する店舗を通じて生食用かきを用いた料理を提供するに当たり、例えば、平成22年10月22日に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「無菌生かき乱れ喰い祭!!」、「マイクロバブルとオゾンによる殺菌システムで無菌化」等と表示していた。</p> <p>実際には、同社は、細菌が全く存在しない生食用かきの仕入れ、又は細菌の無い状態にするための特別な加工を行っておらず、本件料理は、細菌の全く無い状態では提供されていなかった。</p>	第4条第1項第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
19	(株)リアルに対する件 (23.11.25)	<p>(株)リアルは、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 「黒瘦減粒」と称する食品について、平成22年7月20日から平成23年9月7日までの間、ウェブサイトにおいて、「余分なブヨブヨを燃やして流す！ Wのパワー！」等と記載</p> <p>② 「ピュアスルー」と称する食品について、平成22年4月26日から平成23年9月7日までの間、ウェブサイトにおいて、「決して食事制限はしないでください このバイオ菌が 恐ろしいまでにあなたのムダを強力サポート」等と記載</p> <p>③ 「黒瘦減粒」について、平成22年7月20日から平成23年9月7日までの間、ウェブサイトにおいて、「通常販売価格12,000円のところ インターネット特別価格2980円」と、「インターネット特別価格」と称する実際の販売価格(2,980円)に、「通常販売価格」と称する比較対照価格(12,000円)を併記</p> <p>①及び②については、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、同社から資料が提出されたが、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とは認められないものであった。</p> <p>③について、実際には、「通常販売価格」と称する比較対照価格は、同社が実際に販売した実績のない価格であった。</p>	第4条第1項第1号及び第4条第1項第2号(第4条第2項適用)
20	(株)ビューティーサイエンスに対する件 (23.11.25)	<p>(株)ビューティーサイエンスは、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 「黒瘦減粒」と称する食品について、平成22年4月頃から平成23年8月頃までの間、ウェブサイトにおいて、「気になる部分を何とかしましょう！余分なブヨブヨを燃やして流す！ Wのパワー！」等と記載</p> <p>② 「ピュアスルー」と称する食品について、平成22年7月頃から平成23年8月頃までの間、ウェブサイトにおいて、例えば、「決して食事制限はしないでください このバイオ菌が 恐ろしいまでにあなたのムダを強力サポート」等と記載</p> <p>③ 「黒瘦減粒」について、平成22年4月頃から平成23年8月頃までの間、ウェブサイトにおいて、「通常販売価格12,000円のところ インターネット特別価格2980円」と、「インターネット特別価格」と称する実際の販売価格(2,980円)に、「通常販売価格」と称する比較対照価格(12,000円)を併記</p> <p>①及び②については、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、同社から資料が提出されたが、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とは認められないものであった。</p> <p>③について、実際には、「通常販売価格」と称する比較対照価格は、同社が実際に販売した実績のない価格であった。</p>	第4条第1項第1号及び第4条第1項第2号(第4条第2項適用)

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
21	(株)安愚楽牧場に対する件 (23.11.30)	<p>(株)安愚楽牧場は、「黒毛和種牛売買・飼養委託契約」と称する契約に基づく役務を提供するに当たり、例えば、平成23年7月21日を発売日とする「あるじゃん」平成23年9月号に掲載した広告において、「これは、安愚楽牧場の繁殖牛、つまり、子牛を出産させるために飼育している母牛のオーナーになってもらう制度です。繁殖牛が子牛を産むと、安愚楽牧場が買い取り、買取代金から牛のエサ代などを差し引いた金額を『利益金』としてオーナーの方にお支払いします。」、「万一、契約期間中にオーナーになっていただいた牛が死亡した場合は、安愚楽牧場が保有する代替牛を提供しますから、ご安心ください。」、「1年目に1頭目の子牛誕生。」、「2年目に2頭目の子牛誕生。」等と、遅くとも平成19年3月頃以降、「あるじゃん」、「週刊ダイヤモンド」、「レタスクラブ」等の雑誌広告において、本件契約を締結すれば、オーナーは契約期間を通じて繁殖牛の所有者となる旨を表示していた。</p> <p>実際には、遅くとも平成19年3月頃以降、各事業年度末において、同社が飼養する繁殖牛の全頭数は、オーナーの持分及び共有部分を合計した数値に比して過少であった（比率：55.9パーセント～69.5パーセント。このため、安愚楽牧場は、オーナーを管理するシステム上、繁殖牛を割り当てることのできないオーナーに対し、雌の子牛、雌の肥育牛その他の牛を割り当てていた。）。</p>	第4条 第1項 第1号
22	(有)モアナエモーションに対する件 (24.2.9)	<p>(有)モアナエモーションは、「PADIオープンウォーターダイバーコース」と称するスクーバダイビングの技能認定を受けるための教育コースを提供するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成23年5月27日を発行日とする「ホットペッパー」と称する月間クーポンマガジン（町田・厚木・相模原地域版）の平成23年6月号において、「ダイビングライセンス取得！各月先着5名 ¥10000ポッキリ」と記載し、その上に、「【費用】<input type="checkbox"/>なし<input checked="" type="checkbox"/> ¥10000<input type="checkbox"/>学科, 教材, 海洋実習, 申請料, 保険料, お店から海までの送迎費 <input type="checkbox"/>他器材貸出代」と記載</p> <p>② 遅くとも平成20年2月から平成23年11月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「今ならPADIライセンスが1万円（税込）ポッキリで取得できる！！」と記載し、その下に、「※別途、機材のレンタル代金はかかります。」と小さく記載</p> <p>実際には、平成23年4月から同年6月までの間において、本件役務の提供を受けるためには、1万円の教育コース料金を支払うほか、約2万円のダイビング器材のレンタル料金を支払い、さらに、約16万円のドライスーツを購入する必要があるものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
23	岩切自動車こと岩切明春に対する件 (24.2.28)	<p>岩切自動車こと岩切明春は、中古自動車を販売するに当たり、「カーセンサー中・南九州版」と称する中古自動車情報誌の「2011 Vol. 6」に掲載した中古自動車のうち、①8台について「修復無」と記載し、②2台について走行距離数を表示していた。</p> <p>①について、実際には、修復歴のあるものであった。</p> <p>②について、実際には、走行距離計が示す数値よりも走行距離数を過少に表示していたものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
24	(株)オートプレ ンティに対す る件 (24.2.28)	(株)オートプレ ンティは、中古自動車を販売するに当たり、以下の とおり表示していた。 ① 「カーセンサー関東版」と称する中古自動車情報誌の「201 1 Vol. 2」号から「2011 Vol. 10」号までに掲載し た中古自動車のうち4台について、「修復無」と記載 ② カーセンサー関東版の「2011 Vol. 5」号から「201 1 Vol. 10」号までに掲載した中古自動車のうち5台につい て、走行距離計が示す数値の近似値を記載 ①について、実際には、修復歴のあるものであった。 ②について、実際には、オートオークションへの出品時に提示さ れた出品票に走行距離計の改ざんを示す記号が記載された、走行距 離が不明なものであった。	第4条 第1項 第1号
25	ガレージZ EROこと奥津 明夫に対する 件 (24.2.28)	ガレージZEROこと奥津明夫は、中古自動車を販売するに当 り、「Goo静岡版」と称する中古自動車情報誌の「11.03. 11」号、「11.04.11」号、「11.04.25」号、「1 1.05.08」号、「11.05.22」号及び「11.06. 06」号に掲載した中古自動車のうち13台について、「修無」と 表示していた。 実際には、修復歴のあるものであった。	第4条 第1項 第1号
26	(株)キガサワに 対する件 (24.2.28)	(株)キガサワは、中古自動車を販売するに当たり、以下のとおり表 示していた。 ① 「カーセンサー北陸・甲信越版」と称する中古自動車情報誌の 「2011 Vol. 5」号及び「2011 Vol. 7」号に掲載 した中古自動車のうち5台について、「修復無」と記載 ② カーセンサー北陸・甲信越版の「2011 Vol. 7」号に掲載 した中古自動車のうち1台について、走行距離計が示す数値の近 似値を記載 ①について、実際には、修復歴のあるものであった。 ②について、実際には、出品票に走行距離計の交換を示す記号が 記載されたものであり、同社は、走行距離計が交換される前と交換 された後の走行距離を合算した数値よりも過少に表示していたもの であった。	第4条 第1項 第1号
27	Benets aこと小林隆 幸に対する件 (24.2.28)	Benetsaこと小林隆幸は、中古自動車を販売するに当たり、 以下のとおり表示していた。 ① 「Goo九州版」と称する中古自動車情報誌の「11.02. 13」号、「11.03.10」号及び「11.06.12」号に 掲載した中古自動車のうち4台について、「修無」と記載 ② 「カーセンサー福岡・佐賀版」と称する中古自動車情報誌の「2 011 Vol. 2」号及び「2011 Vol. 9」号に掲載した 中古自動車のうち2台について、「修復無」と記載 ③ 「カーセンサーnet」と称する中古自動車情報サイトの平成 23年5月6日時点及び同年9月8日時点に掲載した中古自動車 のうち2台について、「修復歴」欄に「なし」と記載 実際には、修復歴のあるものであった。	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
28	(株)リソウに対する件 (24.3.8)	<p>(株)リソウは、「リペアジェル」と称する化粧品を販売するに当たり、平成22年8月3日から同年12月3日までの間、新聞折り込みチラシにおいて、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 「生命体を配合した日本初の化粧品！ 効果を実証された生命体！ 生命体なら62歳でもここまで若く！ 生命体なら54歳でも理想の肌に！ 使うほど驚きを実感！ 8倍の効果！」等と記載</p> <p>② 「日本初の快挙！国連から特別功労賞！」、「今までにない生命体技術が世界的な評価を受け、日本で初めて化粧品会社が国連から受賞されました。この賞は特別功労賞といって年に二人以上は受賞されない極めて重みのある賞です。」等と記載</p> <p>①について、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、同社から資料が提出されたが、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とは認められないものであった。</p> <p>②について、実際には、同社が受賞した特別功労賞は国際連合の表彰ではなく、また、本件商品に用いられている技術が世界的な評価を受けた事実はなかった。</p>	第4条 第1項 第1号

2 平成23年度の注意事件

消費者庁は、違反行為の存在を疑うに足る証拠は得られなかったが、景品表示法違反につながるおそれのある行為がみられた場合には、未然防止の観点から注意を行っている。

(1) 特定業種における注意事例公表の概要

消費者庁は、次の2業種における価格の表示について、景品表示法違反と消費者被害を未然に防止するために、注意事例の概要等を取りまとめて公表した

案件名	注意の内容
スクーバダイビングショップにおける料金等の表示の適正化について (23. 11. 11)	① 講習受講の際のダイビング器材のレンタル料金等に係る不当表示のおそれがあるもの（例：ダイビング器材のレンタル料金の表示がなかった事例等） ② 講習の受講料金等に係る不当表示のおそれがあるもの（例：講習の受講料金について、「キャンペーン特別価格」と記載し、「通常価格」より安くすると表示しながら、「通常価格」で提供した実績がなかった事例等）
葬儀事業者における葬儀費用に係る表示の適正化について (24. 2. 3)	① 葬儀費用について不当表示に該当するおそれのあるもの ○ 新聞折り込みチラシに、葬儀費用について、「〇〇倶楽部」の会員となれば、会員特典として式場費が50%引きになるなどと記載し、その上部に「新△△プラン●●円」と表示していたが、実際には、当該プランは会員特典の対象外であったもの ○ 新聞折り込みチラシ等に、葬儀費用について、「無料会員登録で〇〇万円のお得」と示し、会員登録すれば通常費用から値引きすると表示していたが、実際には、誰でも容易に会員費用で葬儀を行うことができるものであり、非会員に適用される費用の適用実績はほとんどなかったもの ② 葬儀費用について不当表示に該当するおそれのある比較広告 ○ 新聞折り込みチラシ等において、自社と他社の葬儀費用を比較し、自社が割安であると示しているが、実際には、同一の基準によって比較しているとは認められず、他社に比べて自社の葬儀費用が割安であると見せかけるおそれのあるもの

(2) その他の注意事件

ア 表示事件

(ア) 第4条第1項第1号事件（優良誤認）

注意の内容
【冷凍食品の内容に係る不当表示】 冷凍食品の販売業等を営むA社に対し、商品パッケージ等において、実際には、イタヤ貝の貝柱が用いられているにもかかわらず、「シーフード〇〇」と称する冷凍食品について、「原材料名 えび、いか、帆立貝柱、〇〇」等と示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。
【バッグの素材に係る不当表示】 衣料品の販売業を営むB社に対し、商品の下げ札において、実際には、本体部分の素材が合成皮革であるにもかかわらず、バッグについて、「本体 牛革」と示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。
【学習塾による合格実績に係る不当表示】 学習塾を営むC社に対し、新聞折り込みチラシ、ウェブサイト及びポスターにおいて、実際には、当該合格実績にはグループ会社の合格実績が加算されているものであるにもかかわらず、入学試験対策講座の受講生の募集に当たり、

中学、高校及び大学の入学試験の合格実績
を示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。
なお、当該チラシには、グループ会社の合格実績を加算している旨も記載されていたが、当該合格実績の表示に比して明瞭に記載されていたとはいえないものであった。

(イ) 第4条第1項第2号事件（有利誤認）

注 意 の 内 容
<p>【注文住宅の販売価格に係る不当表示】 ハウスメーカーD社に対し、新聞折り込みチラシ等において、実際には、建物本体価格のほかに、別途、付帯工事費等を支払う必要があるにもかかわらず、注文住宅について、 「建物本体価格 ***万円（税込）」と記載し、建物本体価格のみの支払いで注文住宅が購入できるよう に示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。 なお、当該チラシには、当該建物本体価格には付帯工事費等が含まれていない旨も記載されていたが、当該建物本体価格の表示に比して明瞭に記載されていたとはいえないものであった。</p>
<p>【インプラントの料金に係る不当表示】 歯科を営むE社に対し、ウェブサイトにおいて、実際には、当該「ご愛顧価格」と称する料金は2か月前までに適用されていた料金であって、最近相当期間にわたって販売されていた価格とはいえないものであるにもかかわらず、インプラントの施術料金について 「インプラント1本 ご愛顧価格¥77、*** → 消費税還元価格¥74、***税込」 等 と示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。</p>
<p>【パソコン教室の料金に係る不当表示】 パソコン教室を営むF社に対し、店舗周辺に配布したチラシ等において、実際には、当該料金のほかに、別途、「コース料金」と称して21、***円～115、***円を支払う必要があるにもかかわらず、パソコンについて、 「月々 *、***円習い放題」と記載し、当該料金のみの支払いでパソコン教室を受講できるよう に示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。</p>

(ウ) 第4条第1項第3号事件

注 意 の 内 容
<p>【女性用下着の原産国に係る不当表示】 下着の製造販売業を営むG社に対し、新聞折り込みチラシにおいて、実際には、中華人民共和国において製造されたものであるにもかかわらず、女性用下着について、 「原産国：日本製」 と示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。</p>
<p>【バッグの原産国に係る不当表示】 バッグ等の販売業等を営むH社に対し、ウェブサイトにおいて、実際には、中華人民共和国において製造されたものであるにもかかわらず、バッグについて、 「生産国 日本」 と示す表示は、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。</p>
<p>【ホームセンターによるおとり広告】 ホームセンターを営むI社に対し、新聞折り込みチラシにおいて、実際には、当該炊飯器は取引を行うための準備がなされていないものであるにもかかわらず、炊飯器の写真と価格を掲載することは、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。</p>
<p>【不動産賃貸物件業者による不動産おとり広告】 不動産賃貸仲介業を営むJ社に対し、ウェブサイトにおいて、実際には、当該賃貸物件は既に成約済みであるにもかかわらず、賃貸物件を掲載することは、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。</p>

イ 景品事件

(7) 懸賞景品告示

注 意 の 内 容
<p>【潤滑油等の製造販売業者による懸賞景品企画】 潤滑油等の製造販売業を営むK社に対し、自動車用エンジンオイルを購入した者に対して、抽選により液晶テレビ（65,000円相当）を提供することは、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。 （取引の価額：2,000円、提供できる景品類の最高額：40,000円）</p>

(イ) 総付景品告示

注 意 の 内 容
<p>【コンビニエンスストアによる総付景品企画】 コンビニエンスストアを営むL社に対し、おせちを購入した者の先着50名に対して、ビール（5,208円相当）を提供することは、景品表示法違反につながるおそれがある旨注意した。 （取引の価額：17,300円、提供できる景品類の最高額：3,460円）</p>

平成23年度における都道府県による指示（公表されたもの）

指示日	都道府県名	事件概要	件数
23. 8. 5	宮崎県	自社が経営するリゾートホテルにおいて、平成22年9月19日から平成23年7月23日までの間、婚礼の際に提供されていたコース料理「Sincere（サンセール）」のうち、「宮崎産和牛のポワレ」と表示していた料理について、実際には、国産ホルスタインを使用していた。【第4条第1項第1号】	1件
23. 8. 11	埼玉県	化粧品の販売に当たり、平成23年5月11日付の新聞折込チラシに「この本体17,000円が無料 送料のみ966円」と表示し、通常はあたかも本体価格が17,000円で販売されているかのように表示していたが、実際には、平成21年度及び平成22年度において当該本体価格で販売された実績はないものであった。また、「この本体17,000円が無料」などとし、あたかも無料で入手できるかのように表示しながら、実際には、送料と称して商品代金を含む966円（税込）を消費者に負担させていた。【第4条第1項第2号】	1件
23. 8. 17	京都府	他社から仕入れたうなぎの白焼を自店舗内で加工したうなぎの蒲焼について、平成23年7月21日に宮崎県産と表示して販売したが、実際には、うなぎの白焼きの原料原産地が中国産のものであった。【第4条第1項第1号】	1件
23. 9. 27	茨城県 及び 埼玉県	平成23年1月3日から同年6月4日までの新聞折り込みチラシ及びホームページにおいて、 ① オールセンサー付ガスコンロパック等8商品について、セール価格を「パック特価」、「衝撃特価」などと表示し、これらに比べて高額な「標準工事費込み通常価格」、「ナカヤマ通常価格」などと表記した比較対照価格を併記していたが、実際には、これらの比較対照価格は最近相当期間にわたって販売されたものではなかった。 ② 収納ユニットプランと称する3商品について、毎回のチラシ等に「更に値下げ」と表示していたが、実際には、当該3商品の価格は値下げされていないものであった。【第4条第1項第2号】	2件
23. 10. 21	愛媛県	自社が運営する2店舗において販売するうなぎ蒲焼について、少なくとも平成21年9月から平成23年8月までの間、商品パッケージに「国産うなぎ蒲焼」、「鹿児島産」と、あたかも国産（鹿児島産）うなぎを使用しているかのように表示していたが、実際には、中国産うなぎを使用したものだった。【第4条第1項第1号】	1件
23. 11. 2	東京都	自社が製造・販売する麦茶飲料の自社ウェブサイトの表示において、 ① 「こだわり」として、「ミネラル補給に海洋深層水を使用」等と質の高いミネラルを含有した海洋深層水が相当量含まれているかのように表示していたが、実際には、この商品に使用されている海洋深層水は、原材料全体のわずか0.33%であった。 ② 「ミネラル」として、カリウム、リン、マンガンの3成分を強調した上、海洋深層水に質の高いミネラルが含有されていることを表示することで、その3成分の相当量が海洋深層水由来であると表示していたが、実際には、この商品に含まれるミネラルは、そのほとんどが原料麦由来のミネラルであって、海洋深層水由来のミネラルは極微量しか含まれていなかった。な	1件

指示日	都道府県名	事件概要	件数
		お、使用されている海洋深層水には、リン、マンガンは含まれていなかった。【第4条第1項第1号】	
23. 12. 12	栃木県	<p>自社が行う外壁塗装工事について、栃木県内で発行する新聞の広告等において、</p> <p>① 「80㎡の場合 通常価格 450,000 円→税込 384,000 円」と表示していたが、実際には、比較対照価格として記載された通常価格は、適用した実績のない価格であった。</p> <p>② 「今だけ特別キャンペーン」、「受付期間 本日より5日間」等とキャンペーン期間の受付期間内でのみ特別価格が適用されるかのような表示を行っていたが、実際には、受付期間終了後も割引後の価格が適用されていた。【第4条第1項第2号】</p>	1件
23. 12. 14	北海道	<p>平成21年7月26日から平成23年11月25日までの間、牛肉を「松阪牛」もしくは「神戸牛」として提供する意図で、商品包材に貼付のシールに「松阪」、「神戸」と印字し、また、商品包材に添付した証明書のコピーに「松阪牛」と記載していたが、実際には、産地を指定せずに仕入れた国産牛肉であった。【第4条第1項第1号】</p>	1件
23. 12. 20	北海道	<p>平成22年12月19日から平成23年5月24日までの間、インターネット上の楽天市場「オホーツク新世紀 網走蟹画廊」と称するホームページにおいて、「【北海道サロマ湖産】北海しまえび（ボイル冷凍・約500g）が激安!」、「自然豊かなサロマ湖で獲れた北海シマエビをお届け致します。」等と表示していたが、実際には、前記期間内における同社のシマエビの在庫は原産国がロシアのもののみであった。【第4条第1項第1号及び第4条第1項第3号】</p>	1件
24. 1. 12	東京都	<p>健康食品の商品パッケージやウェブサイトにおいて「ミネラル含有酵母【動物性鉄（豚）】」、「ローズヒップ」、「鉄（ヘム鉄）」、「動物性鉄（魚類由来）」と表示していたが、実際には、</p> <p>① 遅くとも平成20年12月以降に輸入・販売した商品については、米国製造元の仕様変更により、原材料に動物性鉄は使用されていなかった。</p> <p>② 遅くとも平成17年7月27日以降に製造された商品については、原材料がローズヒップからL-アスコルビン酸に変更されていた。</p> <p>また、健康食品の商品パッケージに「ヘム鉄」と表示していたが、実際には、平成20年4月25日以後のある時点以降に製造された商品については、米国製造元の仕様変更により、原材料にヘム鉄は使用されていなかった。【第4条第1項第1号】</p>	2件
24. 3. 5	北海道	<p>毎週水曜日の「パン3割引」というセールにつき、店頭POPにおいて、「生協通常価格」と称する価格を比較対照価格として用いていたが、当該価格は、コープさっぽろが過去に販売した価格よりも高額に設定されたものであり、「メーカー参考価格」であった。</p> <p>また、本件同様の行為は、毎月1日から3日までの「シリアル全品20%割引」及び毎月1回（日曜日）の「冷凍食品全品半額」においても行われていた。【第4条第1項第2号】</p>	1件

(参考1)

都道府県による指示件数の推移

年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度(※)	合計
北海道	1	2	3		6
青森					0
岩手					0
宮城					0
秋田					0
山形					0
福島					0
茨城		1	1		2
栃木	1	6	1		8
群馬					0
埼玉			4		4
千葉	1	1			2
東京	12	12	3	4	31
神奈川			2		2
新潟		3			3
富山					0
石川					0
福井					0
山梨					0
長野					0
岐阜	1	1			2
静岡	1	1	1		3
愛知			1		1
三重					0
滋賀					0
京都	1		1		2
大阪		1			1
兵庫	2				2
奈良					0
和歌山		2			2
鳥取					0
島根		2			2
岡山					0
広島					0
山口					0
徳島	1	1			2
香川					0
愛媛	1		1		2
高知	2				2
福岡		1			1
佐賀		1			1
長崎					0
熊本	2				2
大分			3		3
宮崎			1		1
鹿児島					0
沖縄		1			1
合計	26	36	22	4	88

※ 平成 24 年 6 月 30 日現在の件数

(参考2)

平成24年度（平成24年6月30日現在）の措置命令

No	事件名	事件概要	違反法条
1	(有)エム・ワイ産業に対する件 (24.4.19)	(有)エム・ワイ産業は、自動車のガソリンを販売するに当たり、遅くとも平成22年1月1日から平成23年12月31日までの間、自社が運営する竜ヶ崎給油所の店頭に設置した看板及び同給油所据付の計量器において、「ハイオク」と表示していた。 実際には、当該期間に「ハイオク」として販売した自動車ガソリンの大部分はレギュラーガソリンであった。	第4条 第1項 第1号
2	松村(株)に対する件 (24.4.27)	松村(株)は、振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品を供給するに当たり ① 平成22年10月発行の「Kimono Walker Vol. 6」と称する冊子及び同年12月発行の「S Cawaii! 特別編集 HAPPY♥きものcollection」と称する冊子において、例えば、「振袖 No. 4901」と称する本件商品について、「標準小売セット価格¥780,000をコーディネート価格¥498,000(税込)」 ② 平成23年7月発行の「Ray×S Cawaii! 特別編集 きものGirls BOOK」と称する冊子及び同年8月発行の「Kimono Walker Vol. 7」と称する冊子において、例えば、「振袖 S4304」と称する本件商品について、「一般小売店価格¥430,000を特約店セット価格¥348,000(税抜 ¥331,429)」と記載するなど、販売価格に、当該販売価格を上回る価額の比較対照価格を併記していた。 実際には、当該比較対照価格は、同社が任意に設定した架空の価格であった。	第4条 第1項 第2号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
3	<p>お茶の水女子 アカデミーこ と浜田敏彦に 対する件 (24.5.10)</p>	<p>お茶の水女子アカデミーこと浜田敏彦は、自らが経営する「お茶の水女子アカデミー」において入学試験受験対策用に開設した講座の受講生の募集に当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>(1) 平成23年10月頃から平成24年2月26日までの間に配布したパンフレットにおいて、「平成22、23年度 お茶の水女子アカデミー合格者」と記載した上で</p> <p>ア 看護大学、看護短大及び看護専門学校（以下「看護大学等」という。）の入学試験に合格した者として、延べ267名の受講生の氏名</p> <p>イ 理学療法及び作業療法等の医療系技術を専攻とする大学、短大及び専門学校（以下「医療系大学等」という。）の入学試験に合格した者として、延べ38名の受講生の氏名</p> <p>を記載</p> <p>(2) 平成21年10月頃から平成24年2月14日までの間、ウェブサイトにおいて、「看護医療系全国一の合格率（前年度合格率）大学91%（浪人生95%）短大92%専門学校97%」と記載し、当該期間において同じ数値を記載</p> <p>(1)アについて、実際には、本件講座の受講生であって看護大学等の入学試験に合格した者は、平成21年度の受講生（平成22年度の合格者）が延べ48名であり、平成22年度の受講生（平成23年度の合格者）が延べ49名であった。</p> <p>(1)イについて、実際には、本件講座の受講生であって医療系大学等の入学試験に合格した者は、平成21年度の受講生（平成22年度の合格者）及び平成22年度の受講生（平成23年度の合格者）のいずれにおいても皆無であった。</p> <p>(2)について、実際には、表示されていた数値は、実際の看護大学等の入学試験を受験した本件講座の受講生に占める合格者の割合（以下「合格者割合」という。）ではなく、合格者割合が高くなるように任意に設定した架空の数値であり、平成21年度以降の合格者割合は、当該数値を下回るものであった。</p>	<p>第4条 第1項 第1号</p>

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
4	ニフティ(株)に対する件 (24.6.7)	<p>ニフティ(株)は、「@nifty WiMAX」と称するモバイルデータ通信サービスを提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、以下のとおり表示していた。</p> <p>(1) 平成23年4月27日から平成24年1月31日までの間、「他社サービス比較表 ~@niftyなら他社WiMAXサービスに比べても安い!~」、「料金の安さだけでなく、サービスの充実度も合わせて他社WiMAXサービスと比べてみてください! (2011年4月27日現在)」と記載の上、ニフティ(株)、UQコミュニケーションズ(株)、NECビッグロブ(株)及び(株)ヤマダ電機がそれぞれ提供する「Flat年間パスポート」と称するWiMAXサービスのプランの料金並びに電子メールサービス、ブログサービス等の有無を記載した一覧表を掲載し、当該一覧表において、ヤマダ電機が提供するFlat年間パスポートプランには電子メールサービスが付属していない旨を記載</p> <p>(2) ア 平成23年4月5日から平成24年1月31日までの間、「ノートPCにもスマートフォンにもこのアイテム1つでネットに繋げる」、「光ファイバーやADSLの代わりに・・・」と記載の上、「『@nifty WiMAX Flat 年間パスポート』なら、月額3,591円」と記載</p> <p>イ 平成23年12月14日から平成24年1月31日までの間、「自宅と外出用の回線を『@nifty WiMAX (ワイマックス)』だけにするととても節約できる上に、タブレットが3G回線よりもはるかに高速になります。」、「タブレットも自宅も“まとめて”WiMAX回線」と記載の上、「@nifty WiMAX (3,591円)のみ/月」、「@nifty WiMAX (ワイマックス) Flat 年間パスポート3,591円」と記載</p> <p>(3) Flat年間パスポートプランにあっては平成22年12月1日から平成24年1月31日までの間、Stepプランにあっては平成22年10月1日から平成24年1月31日までの間、登録手数料について「2,835円→キャンペーンにより0円」と記載</p> <p>(1)について、実際には、ヤマダ電機は、平成22年12月15日以降、Flat年間パスポートプランの無料オプションサービスとして電子メールサービスを提供しているものであった。</p> <p>(2)について、実際には、ニフティ(株)が提供する光ファイバー回線又は電話回線を利用したインターネット接続サービスと併用してFlat年間パスポートプランを利用した場合の月額費用が3,591円であり、Flat年間パスポートプランのみを利用した場合の月額費用は、3,853.5円であった。</p> <p>(3)について、実際には、Flat年間パスポートプランの提供を開始した平成22年12月1日以降及びStepプランの提供を開始した平成22年10月1日以降、それぞれのプランを登録手数料2,835円が必要なものとして提供したことはほとんどなかった。</p>	第4条 第1項 第1号 及び 第4条 第1項 第2号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
5	(株)アガスタに対する件 (24.6.14)	<p>(株)アガスタは、「ジオライトクールホワイト」及び「ジオライトウォームホワイト」と称する一般照明用電球形LEDランプ2商品を提供するに当たり、平成22年4月から平成23年10月頃までの間、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 商品パッケージの前面及び後面において「7W 60W電球相当」及び「※1 消費電力7.2Wで白熱電球60W型とほぼ同等の明るさです。」と記載</p> <p>② 自社ウェブサイトにおいて「※1 消費電力7.2Wで白熱電球60W型とほぼ同等の明るさです。」と記載</p> <p>実際には、ジオライトクールホワイトの全光束は350ルーメン、ジオライトウォームホワイトの全光束は300ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
6	(株)エコリカに対する件 (24.6.14)	<p>(株)エコリカは、「エコリカLED」等の商品名が付された一般照明用電球形LEDランプ8商品を提供するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① うち2商品については平成21年12月から平成22年11月までの間、商品パッケージの前面、左側面及び上面において「60Wクラス」と記載</p> <p>② うち2商品については平成22年11月から平成23年6月までの間、商品パッケージの前面及び左側面において「電球40W相当の明るさ」と、また、少なくとも平成23年11月、自社ウェブサイトにおいて「40Wクラス」と記載</p> <p>③ うち2商品については平成22年11月から平成23年6月までの間、うち2商品については平成22年12月から平成23年6月までの間、商品パッケージの前面及び左側面において「電球60W相当の明るさ」と、また、少なくとも平成23年11月、自社ウェブサイトにおいて「60Wクラス」と記載</p> <p>①及び③について、実際には、当該6商品の全光束は380～520ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該6商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②について、実際には、当該2商品の全光束は340ルーメン、420ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>なお、(株)エコリカは、うち6商品の商品パッケージの後面において、「◎60Wクラス：ダウンライト器具装着時で電球60W形相当」等と、また、うち2商品の商品パッケージの後面において、「◎40Wクラス：ダウンライト器具装着時で電球40W形相当」と記載していたが、これらの記載は、前記①～③の表示に近接しているものではなく、また、当該表示に比べて小さい文字でなされたものであることから、当該表示に接した一般消費者に認識されるものとは認められない。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
7	(株)エディオン に対する件 (24.6.14)	<p>(株)エディオンは、「プレミアムレッズ KE-6WE26-C」、「プレミアムレッズ KE-6WE26-W」、「プレミアムレッズ KE-7WE26-C」及び「プレミアムレッズ KE-7WE26-W」と称する一般照明用電球形LEDランプ4商品を供給するに当たり、平成22年5月から平成23年11月までの間、以下のとおり表示していた。</p> <p>① KE-6WE26-C及びKE-6WE26-Wについては商品パッケージの前面、右側面及び上面において「40W形相当」と、自社ウェブサイトにおいて「白熱電球40W相当。」と記載</p> <p>② KE-7WE26-C及びKE-7WE26-Wについては商品パッケージの前面、右側面及び上面において「60W形相当」と、自社ウェブサイトにおいて「白熱電球60W相当。」と記載</p> <p>①について、実際には、KE-6WE26-Cの全光束は400ルーメン、KE-6WE26-Wの全光束は300ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②について、実際には、KE-7WE26-Cの全光束は500ルーメン、KE-7WE26-Wの全光束は400ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
8	(株)オーム電機 に対する件 (24.6.14)	<p>(株)オーム電機は、「テラス LB-L40T-N」、「テラス LB-L40T-L」、「テラス LB-L60T-N」及び「テラス LB-L60T-L」と称する一般照明用電球形LEDランプ4商品を供給するに当たり、平成22年8月から同年11月までの間、以下のとおり表示していた。</p> <p>① LB-L40T-N及びLB-L40T-Lの商品パッケージの前面及び後面並びにPOPにおいて「一般電球の40W相当の明るさ」と記載</p> <p>② LB-L60T-N及びLB-L60T-Lの商品パッケージの前面及び後面並びにPOPにおいて「一般電球の60W相当の明るさ」と記載</p> <p>①について、実際には、LB-L40T-Nの全光束は280ルーメン、LB-L40T-Lの全光束は210ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②について、実際には、LB-L60T-Nの全光束は420ルーメン、LB-L60T-Lの全光束は330ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
9	(株)グリーンハウスに対する件 (24.6.14)	<p>(株)グリーンハウスは、「ヒカリオ GH-LB602N」、「ヒカリオ GH-LB602L」、「ヒカリオ GH-LB603N」及び「ヒカリオ GH-LB603L」と称する一般照明用電球形LEDランプ4商品を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成22年7月から平成23年10月までの間、GH-LB602N及びGH-LB602Lの商品パッケージの前面及び右側面において「一般電球形60W相当の明るさ*」と、その下に小さく「*直下照度による(弊社測定値)」と、また、商品パッケージの左側面において「一般電球形60W相当の明るさ 従来の60W電球置き換えに最適」と記載</p> <p>② 平成22年7月から平成23年10月までの間、自社ウェブサイトにおいて、GH-LB602N及びGH-LB602Lについて、「一般電球形60W相当の明るさ*」と、その下の離れた箇所に小さく「*直下照度による(弊社測定値)」と、また、「消費電力6.5W、60W相当のLED電球『ヒカリオ』」等と記載</p> <p>③ 平成22年12月から平成23年10月までの間、GH-LB603N及びGH-LB603Lの商品パッケージの前面及び右側面において「一般電球形60W相当」と、商品パッケージの後面において「一般電球形60W相当の明るさ 従来の60W電球置き換えに最適」と記載</p> <p>④ 平成22年12月から平成23年10月までの間、自社ウェブサイトにおいて、GH-LB603N及びGH-LB603Lについて、「一般電球形60W相当」と、その右の離れた箇所に小さく「*直下照度による(弊社測定値)」と、また、「消費電力7.7W、60W相当のLED電球『ヒカリオ』」等と記載</p> <p>実際には、GH-LB602Nの全光束は440ルーメン、GH-LB602Lの全光束は320ルーメン、GH-LB603Nの全光束は420ルーメン、GH-LB603Lの全光束は380ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該4商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
10	恵安(株)に対する件 (24.6.14)	<p>恵安(株)は、「KEIAN LED電球 KLED-E26DW6N」及び「KEIAN LED電球 KLED-E26LW6N」と称する一般照明用電球形LEDランプ2商品を供給するに当たり、平成22年8月から平成23年4月までの間、商品パッケージの前面、右側面、左側面、上面及び下面並びに自社ウェブサイトにおいて「60W相当」と表示していた。</p> <p>実際には、KLED-E26DW6Nの全光束は375ルーメン、KLED-E26LW6Nの全光束は250ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事件概要	違反法条
11	(株)光波に対する件 (24. 6. 14)	<p>(株)光波は、「シャイニングボール」との商品名が付された一般照明用電球形LEDランプ6商品を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① うち3商品については平成21年9月から平成23年12月までの間、自社ウェブサイトにおいて「明るい!白熱球40W相当」と記載された商品パッケージの画像を掲載し、当該画像をクリックすると当該画像が拡大されるように表示するとともに、「白熱球40Wの約1/9の消費電力で、白熱球のおよそ20倍の40,000時間もの設計寿命を持っています。」等と記載</p> <p>② うち3商品については平成21年9月から平成23年12月までの間、自社ウェブサイトにおいて「明るい!白熱球60W相当」と記載された商品パッケージの画像を掲載し、当該画像をクリックすると当該画像が拡大されるように表示するとともに、「白熱球60Wの約1/9の消費電力で、白熱球のおよそ20倍の40,000時間もの設計寿命を持っています。」等と記載</p> <p>①について、実際には、当該3商品の全光束は160~310ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該3商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②について、実際には、当該3商品の全光束は250~400ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該3商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
12	コーナン商事(株)に対する件 (24. 6. 14)	<p>コーナン商事(株)は、「L i f e - B A L L」との商品名が付された一般照明用電球形LEDランプ6商品を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① うち2商品については平成22年3月頃から平成23年12月頃までの間、商品パッケージの前面、右側面及び上面において「消費電力4.5Wで40ワット形電球相当の明るさ」と、平成23年4月から同年12月までの間、POPにおいて「電球40形相当の明るさ」と記載</p> <p>② うち2商品については平成22年3月頃から平成23年12月頃までの間、商品パッケージの前面、右側面及び上面において「消費電力5.7Wで60ワット形電球相当の明るさ」と、平成22年9月から平成24年2月までの間、自社ウェブサイトにおいて「白熱電球60ワット相当の明るさです。」と、平成23年4月から同年12月までの間、POPにおいて「電球60形相当の明るさ」と記載</p> <p>③ うち2商品については平成23年4月から同年12月までの間、POPにおいて「電球60形相当の明るさ」と記載</p> <p>①について、実際には、当該2商品の全光束は260ルーメン、320ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②及び③について、実際には、当該4商品の全光束は280ルーメン、430ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該4商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
13	スリー・アールシステム(株)に対する件 (24.6.14)	<p>スリー・アールシステム(株)は、「3R ENERGY 3R-LBA60CW」及び「3R ENERGY 3R-LBA60WW」と称する一般照明用電球形LEDランプ2商品を供給するに当たり、平成23年7月から同年10月までの間、商品パッケージの前面、左側面及び上面において「電球60W相当」と、また、自社ウェブサイトにおいて「電球相当60W」と表示していた。</p> <p>実際には、3R-LBA60CWの全光束は350ルーメン、3R-LBA60WWの全光束は280ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
14	セントレードM. E. (株)に対する件 (24.6.14)	<p>セントレードM. E. (株)は、「AVOX」との商品名が付された一般照明用電球形LEDランプ12商品を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① うち3商品については平成21年11月から平成23年11月までの間、商品パッケージの前面、右側面及び上面において、また、平成22年1月から同年5月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、「白熱電球40W相当の明るさ」と記載</p> <p>② うち3商品については平成22年5月から平成23年11月までの間、商品パッケージの前面、右側面及び上面並びに自社ウェブサイトにおいて「白熱電球40W相当の明るさ」と記載</p> <p>③ うち3商品については平成21年11月から平成23年11月までの間、商品パッケージの前面、右側面及び上面において、また、平成22年1月から同年5月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、「白熱電球60W相当の明るさ」と記載</p> <p>④ うち3商品については平成22年5月から平成23年11月までの間、商品パッケージの前面、右側面及び上面並びに自社ウェブサイトにおいて「白熱電球60W相当の明るさ」と記載</p> <p>①及び②について、実際には、当該6商品の全光束は240～320ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該6商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>③及び④について、実際には、当該6商品の全光束は400～540ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該6商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事件概要	違反法条
15	(株)タキオンに対する件 (24.6.14)	<p>(株)タキオンは、「テラス LB-L40T-N」、「テラス LB-L40T-L」、「テラス LB-L60T-N」及び「テラス LB-L60T-L」と称する一般照明用電球形LEDランプ4商品を供給するに当たり、平成22年8月から同年11月までの間、以下のとおり表示していた。</p> <p>① LB-L40T-N及びLB-L40T-Lの商品パッケージの前面及び後面並びにPOPにおいて「一般電球の40W相当の明るさ」と記載</p> <p>② LB-L60T-N及びLB-L60T-Lの商品パッケージの前面及び後面並びにPOPにおいて「一般電球の60W相当の明るさ」と記載</p> <p>①について、実際には、LB-L40T-Nの全光束は280ルーメン、LB-L40T-Lの全光束は210ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②について、実際には、LB-L60T-Nの全光束は420ルーメン、LB-L60T-Lの全光束は330ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号
16	リーダーメディアテクノ(株)に対する件 (24.6.14)	<p>リーダーメディアテクノ(株)は、「FINE FLED40N」、「FINE FLED40L」、「FINE FLED60N」及び「FINE FLED60L」と称する一般照明用電球形LEDランプ4商品を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成22年7月から平成23年10月までの間、FLED40N及びFLED40Lの商品パッケージの前面、後面及び上面において「40W相当」と、また、平成23年6月以降、自社ウェブサイトにおいて、FLED40Nについて「FINE LED電球 4W(40W/昼白色相当)！」等と、FLED40Lについて「FINE LED電球 4W(40W/電球色相当)！」等と記載</p> <p>② 平成22年8月から平成23年10月までの間、FLED60N及びFLED60Lの商品パッケージの前面、後面及び上面において「60W相当」と、また、平成23年6月以降、自社ウェブサイトにおいて、FLED60Nについて「FINE LED電球 6W(60W/昼白色相当)！」等と、FLED60Lについて「FINE LED電球 6W(60W/電球色相当)！」等と記載</p> <p>①について、実際には、FLED40Nの全光束は320ルーメン、FLED40Lの全光束は280ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の40ワット形の全光束485ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の40ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p> <p>②について、実際には、FLED60Nの全光束は480ルーメン、FLED60Lの全光束は360ルーメンであって、日本工業規格に定められた白熱電球の60ワット形の全光束810ルーメンを大きく下回っており、当該2商品は、用途によっては白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
17	(株)クリスタルジャポンに対する件 (24.6.28)	<p>(株)クリスタルジャポンは、(株)コアクエストから仕入れた「アゲハダ ラインゼロ」と称する抗シワ効果を標ぼうする化粧品を販売するに当たり、平成22年9月20日から平成24年4月18日までの間、(株)クリスタルジャポンが運営するウェブサイトにおいて、「深く刻まれたシワは、継続使用による形状記憶によって、また正常なターンオーバーが行われることによって徐々に薄くなっていきます」等と記載し、本件商品を継続使用することにより著しい抗シワ効果が得られると認識される表示をしていた。</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、同社から資料が提出されたが、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)
18	(株)コアクエストに対する件 (24.6.28)	<p>(株)コアクエストは、(株)クリスタルジャポンを通じて「アゲハダ ラインゼロ」と称する抗シワ効果を標ぼうする化粧品を供給するに当たり、平成22年9月20日から平成24年4月18日までの間、(株)クリスタルジャポンが運営するウェブサイトにおいて、「深く刻まれたシワは、継続使用による形状記憶によって、また正常なターンオーバーが行われることによって徐々に薄くなっていきます」等と記載し、本件商品を継続使用することにより著しい抗シワ効果が得られると認識される表示をしていた。</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、同社から資料が提出されたが、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)