

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(平成25年2月28日現在)

(単位:件)

年度	平成14 (2002)	平成15 (2003)	平成16 (2004)	平成17 (2005)	平成18 (2006)	平成19 (2007)	平成20 (2008)	平成21 (2009)	平成22 (2010)	平成23 (2011)	平成24 (2012)	合計	年度
国(※1)	22	27	21	28	32	56	52	12	20	28	36	334	国(※1)
都道府県(※2)	22	6	14	11	18	28	21	26	36	22	23	227	都道府県(※2)
北海道			2	1				1	2	3		9	北海道
青森												0	青森
岩手			1									1	岩手
宮城	13		1									14	宮城
秋田						1						1	秋田
山形						1						1	山形
福島	2						1					3	福島
茨城							1		1	1		3	茨城
栃木						1	3	1	6	1	2	14	栃木
群馬			1									1	群馬
埼玉					2	1				4	8	15	埼玉
千葉					2	1		1	1			6	千葉
東京				1	2	1		12	12	3	5	36	東京
神奈川					2	1	1			2	1	7	神奈川
新潟				1					3			4	新潟
富山												0	富山
石川												0	石川
福井												0	福井
山梨												0	山梨
長野				1	2							3	長野
岐阜			1	1			2	1	1			6	岐阜
静岡	1	2	3	1	3	4	3	1	1	1	3	23	静岡
愛知						2				1		3	愛知
三重												0	三重
滋賀							1					1	滋賀
京都			3			1	1	1		1	1	8	京都
大阪				1			2		1			4	大阪
兵庫		1	1	2	3	1	2	2				12	兵庫
奈良												0	奈良
和歌山									2		1	3	和歌山
鳥取							2					2	鳥取
島根									2			2	島根
岡山												0	岡山
広島												0	広島
山口						1	1					2	山口
徳島						4		1	1			6	徳島
香川			1			1						2	香川
愛媛						1		1		1		3	愛媛
高知	1			1				2				4	高知
福岡						1	1		1		1	4	福岡
佐賀	1	1		1	1	2	1		1			8	佐賀
長崎						1						1	長崎
熊本	2						1	2				5	熊本
大分	2	2			1					3		8	大分
宮崎										1		1	宮崎
鹿児島												0	鹿児島
沖縄									1			1	沖縄

※1 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。平成21年9月1日以降は消費者庁における措置命令件数。

※2 指示件数

## 2. 景品表示法に基づく法的措置事件の概要（平成24年3月1日～平成25年2月28日）

※ 国又は都道府県において法的措置を採った事件の公表されたものの概要を掲載しています。措置の詳細につきましては、国又は公表を行った都道府県のホームページを御覧ください（事件概要に記載のURLをクリックしてください。）。

措置日	処分 行政庁	事業者名	事件概要
H25. 2. 14 【指示】	福岡県	有限会社みつよしフーズ	<p>有限会社みつよしフーズは、原料の国産はちみつに約2割の中国産はちみつを混入した商品を製造し、産地を「国産」又は「国内産」と表示して販売していた。また、産地を指定せずに購入した国産はちみつを原料として製造した製品に、根拠もなく「熊本」及び「福岡」と表示して販売していた。</p> <p><a href="http://www.pref.fukuoka.lg.jp/f17/houdouhachimitu2013.html">http://www.pref.fukuoka.lg.jp/f17/houdouhachimitu2013.html</a></p>
H25. 2. 8 【措置命令】	消費者庁	株式会社一蔵ほか2社	<p>株式会社一蔵、有限会社きもの専門店まるやま及び株式会社特選呉服京彩の3社は、振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品（以下「セット商品」という。）のレンタルを行うに当たり、</p> <p>① 株式会社一蔵は、例えば、平成24年9月中旬に配布した「O n d i n e」と称するカタログにおいて、「レンタルふりそで全部に付いてくる、30点のパーフェクトセット!」、「30点レンタルパーフェクトセット内容はこちら!!」として、レンタルによるセット商品の内容を記載し、「OE-1031」の型番の対象役務について、「30点レンタルセット価格 ¥158,000 [税込]」及び「※写真のコーディネートは、オプション小物（別途料金）を使用しております。」と記載するとともに、セット商品を着用したモデルの写真を掲載するなど、カタログに掲載された合計88点のセット商品について、あたかも、「30点レンタルセット価格」等として記載された金額を支払うことによって写真どおりのコーディネートに係るセット商品がレンタルできるかのように表示していた。</p> <p>実際には、例えば、「OE-1031」の型番の対象役務について、写真どおりのコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「30点レンタルセット価格」として記載された金額のほか、袋帯、半衿、帯締め、帯揚げ、重ね衿、草履及びバッグをグレードアップするために必要な合計107,640円の費用が必要となるなど、カタログに掲載された合計88点のセット商品について、写</p>

			<p>真どおりのコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「30点レンタルセット価格」等として記載された金額のほか、相当程度の費用が必要となるものであった。</p> <p>② 有限会社きもの専門店まるやま及び株式会社特選呉服京彩は、平成24年3月下旬に配布した「MK Style Vol. 2」と称するカタログに掲載された合計39点のセット商品において、「レンタル振袖6点セット」、「レンタル振袖フルセット」として、レンタルによるセット商品の内容を記載し、例えば、「MK-2607」の型番の対象役務について、「レンタルセット価格 148,000円（税込）」及び「※写真のコーディネートは参考の一例につき、セットの内容と異なる場合がございます。」と記載するとともに、セット商品を着用したモデルの写真に掲載することにより、あたかも、「レンタルセット価格」として記載された金額を支払うことによって写真と同等のコーディネートに係るセット商品がレンタルできるかのように表示していた。</p> <p>実際には、例えば、「MK-2607」の型番の対象役務について、写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、次のア及びイの理由から、「レンタルセット価格」として記載された金額のほか、合計96,600円の費用が必要となるなど、カタログに掲載された合計39点のセット商品において、写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「レンタルセット価格」として記載された金額のほか、相当程度の費用が必要となるものであった。</p> <p>ア 「レンタルセット価格」として記載された金額は、「レンタル振袖6点セット」のものであったこと。</p> <p>イ 写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「レンタル振袖フルセット」に含まれているが「レンタル振袖6点セット」に含まれていない草履、バッグ、ショール等に係る費用と、半衿、帯締め、帯揚げ及び重ね衿をグレードアップするために必要な費用を支払う必要があったこと。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130208premiums_4.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130208premiums_4.pdf</a></p>
H25. 2. 6 【指示】	京都府	木下水産こと木下正彦	木下水産こと木下正彦は、自己が供給する「はまぐり」及び「うなぎ蒲焼」について、「はまぐり」にあつては、平成24年11月13日から同年12月13日までの間に、原産国が「中国」であるにも

			<p>かかわらず、「三重県産」と表示し、「うなぎ蒲焼」にあつては、平成24年6月1日から同年12月3日までの間に、原産国が「中国」であるにもかかわらず、「鹿児島県産」又は「宮崎県産」と表示して販売していた。</p>
<p>H24.12.26 【指示】</p>	<p>静岡県</p>	<p>有限会社旬彩亭</p>	<p>有限会社旬彩亭は、自社が経営する宿泊施設「御前崎旬彩」で提供する「アワビ」及び「あわび陶板焼き」等と称する料理について、自社ホームページ、旅行情報サイト及び旅行情報者のチラシにおいて、例えば、「鮑・伊勢海老付き♪舟盛り御膳」、「鮑陶板焼き」、「あわび貝皿等を織り交ぜて（略）」、「貝皿には鮑・さざえなどを織り交ぜて（略）」と記載することにより、あたかも、当該料理の原材料にあわびが用いられているかのように表示していたが、実際には、あわびではなくロコ貝が用いられているものであった。</p> <p><a href="http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/kouhyou/20121226kouhyou.html">http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/kouhyou/20121226kouhyou.html</a></p>
<p>H24.12.20 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>V a n a H株式会社</p>	<p>V a n a H株式会社は、「V a n a H」と称するペットボトル入り飲料水を供給するに当たり、平成23年10月31日に「V a n a Hフランチャイズシステム」と称する会の「エージェント」と称する会員に送付したファックス文書において、「スイスのジュネーブにある国連本部にて、10月26日（水）にV a n a H株式会社が世界で初めての『国連認定証』を取得致しました!」、「国連から富士山の天然水素を豊富に含んだ高品質な水を所有している、V a n a H株式会社へ、飲料として世界で初めて、国連のロゴマークを商品ラベルにオンリーワン（世界でV a n a H株式会社のみ）の証として使用許可を頂きました。」等と記載することにより、あたかも、本件商品の品質について、国際連合が高く評価し、かつ、そのため、国際連合が国際連合認定ロゴマークの使用をV a n a H株式会社に許可したかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、国際連合が、本件商品の品質について高く評価した事実はなく、国際連合がV a n a H株式会社に対し、国際連合認定ロゴマークの使用許可を行った事実もなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121220premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121220premiums_1.pdf</a></p>
<p>H24.11.28 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>シャープ株式会社</p>	<p>シャープ株式会社は、「プラズマクラスター」と称するイオン（以下「イオン」という。）を放出する機器を搭載した電気掃除機を供給するに当たり、カタログ及び自社ウェブサイトにおいて、以下のとお</p>

		<p>り表示していた。</p> <p>① 例えば、平成23年6月から同年9月までの間、「掃除機 総合カタログ 2011-6」と題するカタログに掲載した「EC-VX220」の型式の電気掃除機について、「プラズマクラスターだからできることがあります。掃除機の中も、お部屋の中も、清潔・快適。」「お部屋の空気にプラズマクラスター。」「掃除機内部で浄化したクリーン排気にのせて高濃度7000『プラズマクラスター』を室内に放出。床と一緒に部屋の空気まできれいにします。」「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質のタンパク質を分解・除去」及び「約15分で91%作用を低減します。(1㎡ボックス内での実験結果)」と表示</p> <p>② 例えば、平成24年1月から同年4月頃までの間、「掃除機 総合カタログ 2012-1」と題するカタログに掲載した「EC-WX300」の型式の電気掃除機について、室内と当該掃除機の排気口付近から「プラズマクラスター」と称するイオンを放出している図を掲載した上、「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質を分解・除去」及び「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質のタンパク質を切断して、作用を91%低減。」と表示</p> <p>③ 平成22年10月頃から平成23年10月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「EL-AX120」の型式の電気掃除機について、室内と当該掃除機の排気口付近からイオンを放出している図を掲載した上、「ダニのふん・死がいなどの浮遊アレル物質のタンパク質を分解・除去」及び「約15分で91%作用を低減します。(1㎡ボックス内での実験結果)」と表示</p> <p>④ 平成23年10月頃から平成24年4月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「EC-WX300」の型式の電気掃除機について、「プラズマクラスター室内放出 床と一緒に空気まできれいにします。」及び「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質のタンパク質を切断して、作用を91%低減」と表示</p> <p>実際には、当該電気掃除機は、その排気口付近から放出されるイオンによって当該電気掃除機を使用した室内の空気中に浮遊するダニ由来のアレルギーの原因となる物質を、アレルギーの原因とならない物質に分解又は除去する性能を有するものではなかった。</p>
--	--	---

			<a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121128premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121128premiums_1.pdf</a>
H24.11.27 【指示】	埼玉県	京華苑こと伊藤遼	<p>京華苑こと伊藤遼は、「蓮華」と称する開運ブレスレッド（以下「本件商品」という。）を供給するに当たり、雑誌広告やホームページにおいて、</p> <p>① 本件商品の販売価格を「限定10個・<del>通常価格10万円</del>特別価格¥15,000」と10個に限り10万円の商品を1万5千円で購入できるかのように表示又は「通常価格10万円を15,000円」と10万円の商品を1万5千円で購入できるかのように表示していたが、実際には、本件商品を10個に限って当該価格で販売していたことはなかった。また、実際の価格は、お布施やお礼代金と称する1万5千円と商品代金8万5千円を合わせた合計10万円であった。</p> <p>② 本件商品に使用されている「月華珠」と称する石について、「月華珠とはアパラチアにしかなく、そこは太陽、海、大地が全ての力がバランス良く均衡している神聖な場所で、長い年月を掛けて神聖な力を溜めて出来ているのが月華珠になります。当然、採掘の制限も定められており、特定の機関しか採掘出来ない貴重な石です。」などと表示をしていたが、実際には、当該石は、インターネットで仕入れたブラジル産の「ゴールドルチル」という鉱石であった。</p> <p>③ 本件商品の代金の支払い方法について、「効果が確認できてからの代金お支払い（商品先渡しシステム）」、「お客様の願いをお聞きして、その願いが叶った場合のみ代金をお支払いいただくシステムです。」と表示していたが、実際には、存在しない『水無月 善明』なる人物へのお布施やお礼代金と称して、代金の一部を先に支払わせてから商品を発送していた。</p> <p>④ 本件商品の効果について、会員様喜びのお声として、本件商品を購入し口ト6で2億9千万円が当選した会員体験談を表示していたが、実際には、そのような会員（購入者）は存在しなかった。</p> <p><a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/news/page/news121127-13.html">http://www.pref.saitama.lg.jp/news/page/news121127-13.html</a></p>
H24.11.27 【指示】	埼玉県	浄福郷こと飯田瑞樹	<p>浄福郷こと飯田瑞樹は、「麗」（うるは）と称する開運ブレスレッド（以下「本件商品」という。）を供給するに当たり、雑誌広告やホームページにおいて、本件商品の販売条件を「通常価格15万円 9/19～10/18 特別提供価格15,000円」又は「通常価格15万円 期間限定特別価格 1</p>

			<p>5,000円」と、期間限定で15万円の商品が1万5千円で購入できるかのように表示をしていたが、実際には、常に販売価格は1万5千円であり、期間限定の販売価格ではなかった。</p> <p><a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/news/page/news121127-13.html">http://www.pref.saitama.lg.jp/news/page/news121127-13.html</a></p>
H24.11.16 【措置命令】	消費者庁	イー・アクセス株式会社	<p>イー・アクセス株式会社は、「EMOBILE LTE」と称するモバイルデータ通信サービス（以下「本件役務」という。）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24年3月15日付けの日本経済新聞に掲載した広告において、「速っ！通信速度 下り最大75Mbps<sup>※1</sup> 上りも速っ！ 上り最大25Mbps<sup>※1</sup>」、「広っ！EMOBILE LTEエリア 東名阪主要都市<sup>※4</sup> 人口カバー率<sup>※5</sup> 99%（2012年6月予定）」と表示</p> <p>② 例えば、「週刊文春」平成24年3月15日号に掲載した広告において、「速っ！通信速度最大75Mbps<sup>※1</sup>」、「[EMOBILE LTEエリア] 東名阪主要都市<sup>※2</sup> 人口カバー率<sup>※3</sup> 99%（2012年6月予定）」と表示</p> <p>③ 東日本旅客鉄道株式会社等の車両内に掲示した広告において、「速っ！通信速度最大75Mbps<sup>※1</sup>」、「[EMOBILE LTEエリア] 東名阪主要都市<sup>※2</sup> 人口カバー率<sup>※3</sup> 99%（2012年6月予定）」等と表示</p> <p>実際には、上記の表示をした時点において、平成24年6月末日までに、本件役務の提供に係る基地局のうち下り最大の通信速度が75Mbpsとなる基地局を、東名阪主要都市における人口カバー率が99パーセントになるように開設する計画はなく、平成24年6月末日時点で東名阪主要都市において75Mbps対応基地局が開設されていた地域は、東京都港区台場及びその周辺地域のみであった。また、本件役務を利用するための「Pocket WiFi LTE (GLO1P)」と称するデータ通信端末、又は「Pocket WiFi LTE (GLO2P)」と称するデータ通信端末を使用する場合に、一般消費者が享受できる下りの通信速度は、最大でも30Mbps程度となるものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121116premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121116premiums_1.pdf</a></p>
H24.11.8 【指示】	和歌山県	株式会社松源	<p>株式会社松源は、自社の運営する食品スーパー松源御坊店において、黒毛和牛商品に交雑種を混入し、「黒毛和牛」と表示して一般消費者に販売していた。</p>

<p>H24. 10. 30 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>三光ホーム株式会社</p>	<p>三光ホーム株式会社は、住宅用太陽光発電システムを供給するに当たり、①平成23年4月29日に配布した新聞折り込みチラシ、②平成24年2月1日から同年3月31日までの間に戸別住宅への投函等に配布したチラシ及び③平成24年1月下旬から同年7月2日までの間の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において「東南西3方面に合計4.8kW設置したF様の例」、「太陽光発電でこんなに違う!!合わせてなんと月々25,631円の得!!」等と記載</p> <p>②及び③において「東南西3方面に合計4.87kW設置したF様の例」、「太陽光発電でこんなに違う!!合わせてなんと!月々27,222円の得!」等と記載並びに「今なら太陽光発電システムを設置した場合 ■試算シュミレーション 月々お得分 27,222円×36ヶ月=約98万円」、「※約36ヶ月で初期投資分の約98万円になります。」等と記載</p> <p>①について、実際には、4.8キロワット型の当該発電システムを設置することにより安定的に毎月得ることができる利益は25,631円を大きく下回るものであった。</p> <p>②及び③について、実際には、4.87キロワット型の当該発電システムを設置することにより安定的に毎月得ることができる利益は27,222円を大きく下回るものであった。また、初期投資費用である約98万円を回収するには、約120か月という期間を要するものであって、36か月という回収期間を大きく上回るものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121030premiums_2.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121030premiums_2.pdf</a></p>
<p>H24. 10. 18 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ホテル椿館</p>	<p>株式会社ホテル椿館は、「ブランド食材を堪能♪媛っ子地鶏+坊ちゃん島あわび★」と称する宿泊プランを提供するに当たり、遅くとも平成23年3月12日から平成24年6月1日まで（一部の旅行情報サイトにあっては、平成24年2月29日まで）の間、自社ウェブサイト及び旅行情報サイトにおいて、例えば、「愛媛の2大ブランド食材を使った会席料理が味わえる」、「坊っちゃん島アワビと地鶏のコラボ♪堪能してください!」等と表示していたが、実際には、当該宿泊プランの利用客に提供していたあわびは、ぼっちゃん島あわびではなく、交雑種の外国産養殖あわびであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121018premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121018premiums_1.pdf</a></p>

<p>H24. 10. 12 【指示】</p>	<p>栃木県</p>	<p>株式会社ザ・フ ォウルビ</p>	<p>株式会社ザ・フォウルビは、脱毛に係る役務を供給するに当たり、少なくとも平成24年4月から同年7月までの間、栃木県内で掲載した新聞広告等において、例えば、「両ワキ脱毛12回完了コース 通常価格3,000円→750円(税込)」等と表示していたが、実際には、比較対照価格として記載された「通常価格」と称する価格は最近相当期間にわたって販売されていた実績のない価格であった。</p> <p>また、「全身脱毛Lパッケージ」と称する脱毛に係る役務について、「キャンペーン特別価格」と記載の上、「有効期限」又は「期間期限」を併記していたが、実際には、期限のみを延伸し、「キャンペーン特別価格」と称する価格は定常化しており、「キャンペーン価格」としての実態のない価格であった。</p> <p><a href="http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/life/shouhi/seikatsu/keihyo20121012.html">http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/life/shouhi/seikatsu/keihyo20121012.html</a></p>
<p>H24. 10. 12 【指示】</p>	<p>栃木県</p>	<p>有限会社東西食 品</p>	<p>有限会社東西食品は、原料原産地が中国産である「らっきょう甘酢漬け」を原材料に製造した農産物漬物を供給するに当たり、「楽京たまり漬」と称する商品等12商品について、少なくとも平成23年4月から平成24年8月までの間、「国産」と事実と異なる原料原産地表示をしていた。</p> <p>また、12商品のうち「楽京たまり漬」と称する商品等6商品について、らっきょうの原料原産地が中国産であるにもかかわらず、「国産」又は「国産野菜」であることを強調する表示をしていた。</p> <p><a href="http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/houdou/h241012-jas.html">http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/houdou/h241012-jas.html</a></p>
<p>H24. 9. 28 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>有限会社藤原ア イスクリーム工 場</p>	<p>有限会社藤原アイスクリーム工場は、天然はちみつ26商品を供給するに当たり、平成22年9月から平成23年12月までの間、商品本体に貼付されたラベル及び封緘シールにおいて、「いわて・もりおか 藤原養蜂場」、「岩手、藤原蜂蜜のおすすめ 藤原養蜂場は日本でも最も古く、明治時代から蜜蜂の飼育に専念、改良を加えて今日に至って居り、特に三陸地方から北上山系の早池峰山麓に本拠地を置き、我が国で最も品質の高いとうたわれる純粋の『栃やあかしあやクローバーの花の蜜』を生産して参りました。」、「岩手県盛岡市若園町三の十」、「藤原養蜂場」等と国内の地名等を表示していたが、実際には、本件商品の内容物は、国内で採蜜された天然はちみつに、中華人民共和国又はハンガリーで採蜜された天然はちみつが混合されているものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120928premiums_2.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120928premiums_2.pdf</a></p>
<p>H24. 9. 10</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社アビバ</p>	<p>株式会社アビバは、「日商簿記3級講座」及び「医療事務合格パック」と称する資格取得対策の役務を</p>

【措置命令】			<p>提供するに当たり、平成24年1月10日から同年4月2日までの間、新聞折り込みチラシにおいて、「日商簿記3級講座 通常16,700円(税込) 9,800円(税込)」、「医療事務合格パック 通常76,000円(税込) 46,000円(税込)」等と表示していたが、実際には、最近時において「通常」と称する価額で提供したことはなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120910premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120910premiums_1.pdf</a></p>
H24.9.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社やまとセレモニー	<p>株式会社やまとセレモニーは、葬儀に係る役務を提供するに当たり、例えば、平成18年7月頃から平成22年7月頃までの間、パンフレットにおいて、「ご葬儀会員価格88万パック やまとセレモニーなら、お返し品、料理、精進料理まですべて入った追加・オプションの必要ないパックです。」、「88万パックの特徴 当社のパックは返礼品や食事まで、必要な物がすべて揃っておりますので追加のオプションの心配がありません。最終価格は下記の人数をお客様が計算いただければいつでも分かります。」と表示していたが、実際には、本件パックの価格には、料理に係る費用が含まれているにもかかわらず飲料に係る費用が含まれていないほか、葬儀の受付、棺の運搬等大半の葬儀で必要とされる作業に係る人件費等が含まれておらず、会員となって本件パックを利用したものの大半は、本件パックの価格を上回る費用の支払いを余儀なくされていたものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120907premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120907premiums_1.pdf</a></p>
H24.9.6 【措置命令】	消費者庁	桐灰化学株式会社ほか2社	<p>桐灰化学株式会社、株式会社ケンユー及び株式会社白元の3社は、冷凍庫で凍結させた上で人が首に巻いて冷却・冷感効果を得るための商品を供給するに当たり、商品パッケージにおいて、推奨する使用環境等を記載した上で効果持続時間を表示するなどしていたが、実際には、推奨する使用環境における効果持続時間は、表示した効果持続時間を相当程度下回るものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120906premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120906premiums_1.pdf</a></p>
H24.9.4 【指示】	埼玉県 千葉県 東京都	健康コーポレーション株式会社	<p>健康コーポレーション株式会社は、自社が運営するインターネット通信販売サイトにおいて、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 「ボニック」と称する痩身機器及び「ボニックジェル」と称する専用ジェルを販売するに当たり、</p>

	<p>神奈川県 静岡県</p>	<p>少なくとも平成22年5月から平成24年2月までの間、実際には合理的な根拠を保有していないにもかかわらず、「新陳代謝が活発になる」、「皮下脂肪に働きかけます。」等と、著しい痩身効果があるかのように表示していた。</p> <p>また、「980円(税込)約96%OFF!通常価格25,000円(税込)」、「なんと今なら96%OFF 専用スリミングジェルとのセットをお申し込みでポニック本体が980円(税込)この値段なら私でも始められる」等と、著しく安い価格で購入できるかのように表示していたが、実際は、本体機器を当該価格で購入できるものではなく、定期コースに加入し、一定期間継続してジェルを購入するか、一定本数のジェルをセットで購入しなければならないものであった。</p> <p>② 「エステナードソニック」と称する美顔器及び「ホワイトジェル」と称する専用ジェルを販売するに当たり、少なくとも平成23年12月から平成24年2月までの間、実際には合理的な根拠を保有していないにもかかわらず、「お肌の悩み全て解消!」、「ターンオーバーを早め、古いメラニンの排泄をうながす」等と、著しい美肌効果があるかのように表示していた。</p> <p>また、「今なら45,300円が97%OFF」、「通常価格8,800円(税込)66%OFF」等と、著しく安い価格で購入できるかのように表示していたが、実際は、本体機器を当該価格で購入できるものではなく、定期コースに加入し、一定期間継続してジェルを購入するか、一定本数のジェルをセットで購入しなければならないものであった。</p> <p>③ 「豆乳クッキーダイエット」と称するダイエット食品を販売するに当たり、少なくとも平成23年4月から平成24年2月までの間、実際には当該食品1食分に含まれている栄養素の中には1日の食事摂取基準の3分の1を満たしていないものがあるにもかかわらず、「1食分の栄養をしっかりとカバー」と、当該食品1食分に含まれている全ての栄養素が1日の食事摂取基準の3分の1を満たしているかのように表示していた。</p> <p>また、「今だけの半額特価キャンペーン実施中」、「通常価格<del>¥5,565円(税込)</del> ¥2,782(税込)」等と、期間限定の割引価格であるかのように表示していたが、実際は、当該取引条件は常時設定されているものであった。</p>
--	---------------------	--

			<p>埼玉県：<a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/news/page/news120904-08.html">http://www.pref.saitama.lg.jp/news/page/news120904-08.html</a></p> <p>千葉県：<a href="http://www.pref.chiba.lg.jp/kenmin/press/2012/hyouji06.html">http://www.pref.chiba.lg.jp/kenmin/press/2012/hyouji06.html</a></p> <p>東京都：<a href="http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/09/20m94400.htm">http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/09/20m94400.htm</a></p> <p>神奈川県：<a href="http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370226/p511296.html">http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370226/p511296.html</a></p> <p>静岡県：<a href="http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/keihyo2.html">http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/keihyo2.html</a></p>
24.8.31 【措置命令】	消費者庁	株式会社ドクターシーラボ	<p>株式会社ドクターシーラボは、「DRソニック L・I」と称する美容機器（以下「本件商品」という。）を供給するに当たり、例えば、平成23年12月5日発行の「Ci: Lover 2011年年末増刊号」と称する会報誌において、「微細な振動が角質層を通して真皮層も活性化。新陳代謝が促され、肌の弾力を支えるエラスチンやコラーゲンの産生をサポートします。」等と記載し、本件商品を使用することにより、細胞の活性化、脂肪分解効果、殺菌効果、肌の汚れの除去効果又は肌への美容成分の浸透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> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120831premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120831premiums_1.pdf</a></p>
24.8.21 【措置命令】	消費者庁	株式会社コスモスイニシア	<p>株式会社コスモスイニシアは、分譲マンション（4物件）を販売するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 例えば、平成18年6月から平成19年11月までの間に配布していたパンフレットにおいて、全ての開口部（住宅の外壁に採光、通風、通行等のために設けられている窓、玄関等のこと。）の角にひび割れ防止用補強筋（開口部のある壁面に、地震等の揺れ、コンクリートの乾燥等の原因によるひび割れが生じにくいようにするため、開口部の角に斜めに施工される鉄筋のこと。）を施工しているかのような表示</p> <p>② 例えば、平成18年7月から平成19年7月までの間に配布していた新聞折り込みチラシにおいて、鉄筋コンクリートの水セメント比（コンクリートの主要な材料であるセメントに対する水の重量比のこ</p>

			<p>とであり、コンクリートの強度、耐久性等に関係する。) が全て50パーセント以下であるかのような表示</p> <p>①について、実際には、対象物件の全ての開口部の角にひび割れ防止用補強筋が施工されているものではなく、ひび割れ防止用補強筋及び構造スリット（地震等の揺れにより発生した力が柱及び梁に集中することを防ぐことを目的として、柱又は梁と壁とを分断するために住宅の壁に施工する細長い切り込みのことであり、必要に応じて発泡樹脂等を材料とする緩衝材が施工されている。）が施工されていた開口部の割合は、物件ごとに、全体の25パーセント～約60パーセントであった。</p> <p>②について、実際には、対象物件の鉄筋コンクリートのうち、外構の塀、花壇の基礎、土間など建物本体（建物の骨組みに当たる柱、梁等の建物の構造躯体及びそれと一体のものとして施工された鉄筋コンクリート造の部分のこと。）以外の部位の一部については、水セメント比が50パーセントを超えるコンクリートが施工されていた。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120821premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120821premiums_1.pdf</a></p>
<p>24.7.19 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>サニーヘルス株式会社</p>	<p>サニーヘルス株式会社は、「シュ・シュレ フィフローリペア90」と称する化粧品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成23年7月20日から平成24年2月7日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「速攻 シワが90秒でみるみる…！感激の速効性の秘密は？」、「塗って90秒で角質層に浸透した酸素がくぼみを押し上げ、シワを目立たなくします。」、「液体ガス（酸素）を含んだフィフローが角質層に浸透」、「フィフローの酸素が気体に変化し、集まり合ってふくらむ」及び「酸素の力でふっくらさせる」と記載するとともに、「フィフローのバルーン発想でふっくら“ふうせん肌”」と題する図を掲載し、本件商品を使用することにより、肌の内部に浸透した液体ガスが気体となり、肌の内部からシワを押し上げるというメカニズムによって直ちに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>

			<a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120719premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120719premiums_1.pdf</a>
24.7.10 【措置命令】	消費者庁	株式会社コジマ 身長伸ばしセンター	<p>株式会社コジマ身長伸ばしセンターは、遅くとも平成20年3月頃以降、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 「身長伸ばし」と称する役務について、「コジマの身長伸ばし」、「一人ひとりのお身体の状態に合わせた効果的な身長伸ばしを実現します。」、「【鑑定資料1の1-1及び1-2では、下腿骨の長さの相違が確認できる】」等と記載し、当該役務を受けることで骨を伸ばすことにより永続的な身長延長効果が得られると認識される表示</p> <p>② 「美顔矯正術」と称する役務について、「小顔総合センター」、「銀座コジマオリジナルの高度な施術なので、元に戻る心配もありません。」、「顔幅を狭くする高度な技」、「【鑑定資料6の6-1及び6-2では、頭蓋骨の大きさの相違が確認できる】」等と記載し、当該役務を受けることで骨のずれや歪みを矯正することにより顔の大きさを永続的に小さく維持できると認識される表示</p> <p>①及び②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><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120710premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120710premiums_1.pdf</a></p>
24.7.9 【指示】	静岡県	深澤弘和（屋号：ポルコ・ロツソ）	<p>深澤弘和は、自己が経営するレストラン「ポルコ・ロツソ」において提供する「和牛サーロインステーキ」と称する料理について、メニュー、店頭看板等において、「黒毛和牛サーロインステーキセット」、サーロインステーキの写真にかぶせる形で「5/31 国産黒毛和牛新入荷!」、サーロインステーキの説明として「柔らかい黒毛和牛の極上霜降り肉です!」等と記載することにより、あたかも、サーロインステーキの原材料に和牛が用いられているかのように表示していたが、実際には、和牛ではなく国産牛（交雑種）が用いられているものであった。</p> <p><a href="http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/keihyo1.html">http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/keihyo1.html</a></p>
24.6.28 【措置命令】	消費者庁	株式会社クリスタルジャパン及	株式会社クリスタルジャパン（以下「クリスタルジャパン」という。）及び株式会社コアクエスト（以下「コアクエスト」という。）は、「アゲハダ ラインゼロ」と称する化粧品（以下「本件商品」という。）

		び株式会社コアクエスト	<p>を一般消費者に供給するに当たり、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が、消費者庁が両社に対し、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、両社から提出された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>なお、クリスタルジャポン及びコアクエストは、本件商品の表示について、コアクエストからの提案により両社で協議を行うなど、共同して表示内容を決定している。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120628premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120628premiums_1.pdf</a></p>
24.6.14 【措置命令】	消費者庁	株式会社アガスタほか11社	<p>株式会社アガスタ、株式会社エコリカ、株式会社エディオン、株式会社オーム電機、株式会社グリーンハウス、恵安株式会社、株式会社光波、コーナン商事株式会社、スリー・アールシステム株式会社、セントレードM. E. 株式会社、株式会社タキオン、リーダーメディアテクノ株式会社の12社は、一般消費者に供給するLED電球について、商品パッケージ等において、「白熱電球60W形相当の明るさ」等と表示していたが、実際には、用途によっては比較対照とした一般照明用白熱電球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><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120614premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120614premiums_1.pdf</a></p>
24.6.7 【措置命令】	消費者庁	ニフティ株式会社	<p>ニフティ株式会社は、「@nifty WiMAX」と称するモバイルデータ通信サービスを一般消費者に提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>① 自社及び他社が提供する「Flat 年間パスポート」と称するWiMAXサービスのプラン（以下「Flat 年間パスポートプラン」という。）の料金等を記載した一覧表を掲載し、当該一覧表において、株式会社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表示していたが、実際には、株式会社ヤマダ電機は、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た。</p> <p>② 「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AD</p>

			<p>SL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」と表示し、また、「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」と表示していたが、実際には、ニフティ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 Flat 年間パスポートプラン及び Step プランの登録手数料について、「2,835円→キャンペーンにより0円」と表示していたが、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> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120607premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120607premiums_1.pdf</a></p>
<p>24.5.10 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>お茶の水女子アカデミーこと浜田敏彦</p>	<p>お茶の水女子アカデミーこと浜田敏彦は、入学試験受験対策用に開設した講座（以下「本件講座」という。）の受講生の募集に当たり、</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名の受講生の氏名を表示していたが、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>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名の受講生の氏名を表示していたが、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</p>

			<p>も皆無であった。</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、当該期間に同じ数値を表示し続けていたが、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、実際には、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><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120510premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120510premiums_1.pdf</a></p>
24.4.27 【措置命令】	消費者庁	松村株式会社	<p>松村株式会社は、同社が一般消費者に供給する振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品（以下「本件商品」という。）について、</p> <p>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（以下「S Cawaii!特別編集」という。）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）」と記載するなど、Kimono Walker Vol. 6においては本件商品30点、S Cawaii!特別編集においては対象商品27点について、「コーディネート価格」と称する販売価格に、当該販売価格を上回る価額の「標準小売セット価格」と称する比較対照価格を併記していたが、</p> <p>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（以下「Ray×S Cawaii!特別編集」という。）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、Ray×S Cawaii!特別編集においては本件商品36点、Kimono Walker Vol. 7においては本件商品30点について、「特約店セット価格」</p>

			<p>と称する販売価格に、当該販売価格を上回る価額の「一般小売店価格」と称する比較対照価格を併記していたが、</p> <p>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。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120427premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120427premiums_1.pdf</a></p>
24.4.19 【措置命令】	消費者庁	有限会社エム・ワイ産業	<p>有限会社エム・ワイ産業は、同社が運営する竜ヶ崎給油所において、遅くとも平成22年1月1日から平成23年12月31日までの間に「ハイオク」と表示して販売してい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。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120419premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120419premiums_1.pdf</a></p>
24.4.3 【指示】	東京都	有限会社総企社	<p>有限会社総企社は、衣料品3商品について、例えば、平成19年5月から平成24年1月までの間、衣料品「寝ながら美脚スパッツ」について、「寝ている間を利用して『太もも』『ふくらはぎ』『ヒップ』『おなか』をシェイプアップ!!」等と表示していたが、実際には、メーカーから入手した営業用カタログを基に作成したものであって、合理的な根拠に基づいて表示したものではなかった。</p> <p><a href="http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm">http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm</a></p>
24.4.3 【指示】	東京都	株式会社ダ・ヴィンチ	<p>株式会社ダ・ヴィンチは、健康食品等5商品について、例えば、平成17年12月から平成24年2月までの間、「ウエストからぎゅーっ、メリハリボディ!?!」、「さらに体臭・口臭まですっきり爽やか!?!」等と表示していたが、実際には、メーカーから入手した画像をそのまま利用して表示したものであって、合理的な根拠に基づいて表示したものではなかった。</p> <p><a href="http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm">http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm</a></p>
24.4.3 【指示】	東京都	株式会社アイン	<p>株式会社アインは、美容ジェル等9商品について、例えば、平成23年1月から平成24年3月までの間、美容ジェル「アールハニージェル」について、「検証 男性のバストでもこの結果!!」、「Rハニージェルは『脂肪』に働きかけるため、男性でも十分目視できるほどの結果となりました。」と表示していたが、実際には、仕入先から入手した資料のまま表示したものであって、合理的な根拠に基づいて表示したものではなかった。</p> <p><a href="http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm">http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm</a></p>

<p>24.4.3 【指示】</p>	<p>東京都</p>	<p>株式会社ジーエイチシー</p>	<p>株式会社ジーエイチシーは、健康食品等4商品について、例えば、平成22年7月から平成24年3月までの間、健康食品「エクスターナルパニックSOS」について、「何をしても身長が伸びない方の最終手段!」、「一度止まった身長が強制的に成長期に突入します。」と表示していたが、実際には、メーカーの販促資料を基に作成したものであって、合理的な根拠に基づいて表示したものではなかった。</p> <p><a href="http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm">http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/04/20m43200.htm</a></p>
<p>24.3.8 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社リソウ</p>	<p>株式会社リソウは、平成22年8月3日から同年12月3日までの間、同社が販売する「リペアジェル」と称する化粧品について、新聞折り込みチラシにおいて、</p> <p>① 「生命体を配合した日本初の化粧品!」、「生命体なら62歳でもここまで若く!」等と表示していたが、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とは認められないものであった。</p> <p>② 「日本初の快挙!国連から特別功労賞!」、「国連から受賞!」等と表示していたが、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、対象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いものであった。なお、国際連合は、営利目的の事業者又はその事業者が販売する商品の表彰をしていない。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120308premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120308premiums_1.pdf</a></p>
<p>24.3.5 【指示】</p>	<p>北海道</p>	<p>生活協同組合コープさっぽろ</p>	<p>生活協同組合コープさっぽろは、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。</p> <p><a href="http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/hc/240305press.pdf">http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/hc/240305press.pdf</a></p>