

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(平成27年3月31日現在)

(単位:件)

年度	平成16	平成17	平成18	平成19	平成20	平成21	平成22	平成23	平成24	平成25	平成26	合計	年度	
	(2004)	(2005)	(2006)	(2007)	(2008)	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)			
国(※1)	21	28	32	56	52	12	20	28	37	45	30	361	国(※1)	
都道府県(※2)	14	11	18	28	21	26	36	22	29	64	3	指示 272	措置命令 0	都道府県(※2)
北海道	2	1				1	2	3	1	36		46		北海道
青森												0		青森
岩手	1											1		岩手
宮城	1											1		宮城
秋田				1								1		秋田
山形				1								1		山形
福島					1							1		福島
茨城					1		1	1	2			5		茨城
栃木				1	3	1	6	1	2			14		栃木
群馬	1									1		2		群馬
埼玉			2	1				4	9	11	1	28		埼玉
千葉			2	1		1	1		1			6		千葉
東京		1	2	1		12	12	3	6	3	2	42		東京
神奈川			2	1	1			2	1			7		神奈川
新潟		1					3			1		5		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			1		7		岐阜
静岡	3	1	3	4	3	1	1	1	3	2		22		静岡
愛知				2				1		2		5		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	2	3	1	2	2						11		兵庫
奈良										2		2		奈良
和歌山							2		2	1		5		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					3		5		山口
徳島				4		1	1			1		7		徳島
香川	1			1								2		香川
愛媛				1		1		1				3		愛媛
高知		1				2						3		高知
福岡				1	1		1		1			4		福岡
佐賀		1	1	2	1		1					6		佐賀
長崎				1								1		長崎
熊本					1	2						3		熊本
大分			1					3				4		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 平成26年11月末日までは指示件数。平成26年12月1日以降は措置命令件数。

2. 景品表示法に基づく法的措置事件の概要（平成26年4月1日～平成27年3月31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
H27.3.20 【措置命令】	消費者庁	株式会社キャリアカレッジジャパン	<p>株式会社キャリアカレッジジャパンは、通信講座に係る役務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成26年7月1日から同月31日までの間、「ハッピーサマーキャンペーン」、「今なら全講座 1万円割引」、「資格取得を受講料割引で強力サポート!」、「キャンペーン期間2014年7月1日▶7月31日（木）まで」等と記載することにより、あたかも、記載された期間内において本件役務の受講を申し込んだ場合に限り、正規受講料から1万円の値引きをするかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成22年5月25日から平成26年7月31日までのほとんどの期間において、正規受講料から1万円の値引きをするキャンペーンを実施していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150320premiums_1.pdf</p>
H27.3.13 【措置命令】	消費者庁	株式会社竹書房	<p>株式会社竹書房は、「まんがライフ」、「まんがくらぶ」、「まんがライフオリジナル」、「まんがくらぶオリジナル」、「本当にあったゆかいな話」、「本当にあったゆかいな話 芸能ズキュン!」及び「まんがライフMOMO」と称する漫画雑誌（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24年8月4日発売の「まんがくらぶ2012年9月号」の誌面上で実施した「お疲れサマー!リフレッシュプレゼント★」と称する応募者の中から抽せんにより景品類の提供の相手方を定める景品類の提供企画（以下「懸賞企画」という。）において、「② iPod Shuffle + iTunesカード3000円分 夏を記録しよう♪ ③名様」、「③超音波美顔器 お肌のお手入れを! ③名様」、「④保温弁当箱 持ち運びトート付き☆ ⑤名様」、「⑤ジェット歯間ブラシ 清潔な歯を! ③名様」等と記載することにより、あたかも、本件商</p>

			<p>品の誌面上で実施した懸賞企画においてはそれぞれの景品類について誌面上に記載された当選者数と同数の景品類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景品類の提供を行っていた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150313premiums_1.pdf</p>
H27. 3. 5 【措置命令】	消費者庁	株式会社タカシヨ一	<p>株式会社タカシヨ一は、「シェードネット」と称する屋外用シェード（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25年4月1日以降配布した本件商品に係る商品チラシにおいて、「自然の力で快適に・・・省エネな暮らしのご提案」、「暑くなる前の猛暑対策」、「気温が約10℃下がります」、「※当社試験結果より」、「直射日光を遮るだけでなく、通気性がよいので、シェードの下は気温が平均約10℃下がります。」等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って、本件商品の内側の空間部分の気温が約10度低下する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品を使用した内側の空間部分の気温が約10度低下するとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150305premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 27 【措置命令】	消費者庁	株式会社翠光ト ップライン	<p>株式会社翠光ト ップラインは、「シーグフィルム」と称する商品（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16年頃から平成23年3月31日までの間、取引先事業者を通じて配布したリーフレットにおいて、「透明のフィルムを窓ガラスに貼るだけで冷暖房効率が30%～40%アップ」、「冷暖房効率30%～40%アップ」、「冬：窓ガラスから逃げる熱を30%～40%抑え、暖房効率を向上させます。」、「夏：窓ガラスから入る熱を30%～40%抑え、冷房効率を向上させます。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を使用すれば、冬季においては本件商品が窓ガラスから逃げる熱を30パーセントないし40パーセント抑え、夏季においては本件商品が窓ガラスから入る熱を30パーセントないし40パーセント抑え、冷暖房効率が30パーセントないし40パーセント向上す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> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150227premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 27 【措置命令】	消費者庁	株式会社ジェイトップライン	<p>株式会社ジェイトップラインは、「シーグフィルム」と称する商品（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23年4月1日から平成26年4月までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「シーグを貼付すると、室温が2～6℃変化します。設定温度を2℃変えるだけで空調費は一般オフィスで約25～35%削減できます。一般家庭でも光熱費を約20～30%節約できます。」「シーグは空調機の稼動を軽減し、省エネルギーに直接貢献します（夏冬とも20～40%抑制）。」「夏 窓ガラスから入る熱を20～40%軽減し、冷房効率を向上させます。冬 窓ガラスから逃げる熱を20～30%削減し、暖房効率を向上させます。」「フィルム表面の透明なコート層が室内の断熱を行うことによって冷暖房効率が30～40%アップします。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を使用すれば、夏季においては本件商品が窓ガラスから入る熱を20パーセントないし40パーセント軽減し、冬季においては本件商品が窓ガラスから逃げる熱を20パーセントないし30パーセント削減し、冷暖房効率を20パーセントないし40パーセント向上させるとともに一般家庭における光熱費を約20パーセントないし30パーセント節約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、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> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150227premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 24 【措置命令】	消費者庁	有限会社湯迫温泉	<p>有限会社湯迫温泉は、運営する「湯迫温泉 白雲閣」及び「湯迫温泉 健康村」と称する施設（以下「本件施設」という。）において宿泊及び浴場利用役務を一般消費者に提供するに当たり、本件施設に設置した浴場施設の浴槽における温水等について、例えば、平成16年2月頃から平成26</p>

			<p>年3月中旬までの間、自社ウェブサイトにおいて、「関白専用の隠し湯だった湯迫温泉。鎌倉時代に俊乗坊重源上人により広く一般に開放されました。」「九種類の湯めぐり三昧 白雲閣には、併設した健康村も合わせて九種類の温泉がございます。温泉好きの方にきつとご満足いただけることと思います。〔効能〕：神経痛、リュウマチ、皮ふ病など」等と記載することにより、あたかも、本件施設において9種類又は11種類の浴槽に温泉を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、平成21年頃以降ほとんど全ての期間において、温泉法（昭和23年法律第125号）第2条第1項に規定する温泉を使用した浴槽は「白雲閣 台湾大岩風呂」の「大岩風呂」及び「ひのき風呂」と称する浴槽の2種類のみであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150224premiums_3.pdf</p>
<p>H27. 2. 20 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>アース製薬株式会社</p>	<p>アース製薬株式会社は、「バポナ虫よけネットW120日用」、「バポナ虫よけネットW240日用」、「バポナ虫よけネットW1年用」、「バポナ虫よけネットWスヌーピー90日用」、「バポナ虫よけネットWスヌーピー240日用」、「バポナ玄関用虫よけネットW120日用」、「バポナ玄関用虫よけネットW240日用」及び「バポナ玄関用虫よけネットW1年用」とそれぞれ称する8商品（以下、これらを総称して「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件商品の商品パッケージにおいて、例えば、「バポナ虫よけネットW120日用」と称する本件商品について、平成24年3月1日以降、ユスリカの絵を記載するとともに、「広さの目安 14畳」、「120日用」、「ベランダ 軒下 つるだけ」、「●つるだけ、おくだけでいやな虫をよせつけないネットタイプの虫よけです。」、「適用害虫：ユスリカ、チョウバエ」等と記載することにより、あたかも、本件商品をベランダ等に吊るすなどするだけで、記載の範囲、記載の期間にわたり、本件商品から放出される薬剤により、ユスリカ及びチョウバエを寄せ付けない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</p>

			<p>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>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150220premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 20 【措置命令】	消費者庁	興和株式会社	<p>興和株式会社は、「ウナコーワ虫よけ当番ブルー63日用」、「ウナコーワ虫よけ当番ブルー133日用」、「ウナコーワ虫よけ当番スーパーロング260日用ブルー」及び「ウナコーワ虫よけ当番スーパーロング260日用ブルー限定品」とそれぞれ称する4商品（以下、これらを総称して「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件商品の商品パッケージにおいて、例えば、「ウナコーワ虫よけ当番ブルー63日用」と称する本件商品について、平成23年4月18日以降、本件商品から放射線状に広がる輪から逃げるユスリカ及びチョウバエの絵を記載するとともに、「使用の目安：およそ12㎡あたり1個」、「効きめ長持ち およそ63日間」、「いやな虫をシャットアウト」、「虫の侵入口に見えない3次元バリア!」、「●吊り下げても、置いても使える屋外・屋内兼用の虫よけです。」、「適用害虫：ユスリカ、チョウバエ」等と記載することにより、あたかも、本件商品をベランダ等に吊るすなどするだけで、記載の範囲、記載の期間にわたり、本件商品から放出される薬剤により、ユスリカ及びチョウバエを寄せ付けない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> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150220premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 20 【措置命令】	消費者庁	大日本除蟲菊株式会社	<p>大日本除蟲菊株式会社は、「虫コナーズプレートタイプ30日用」、「虫コナーズプレートタイプ60日用」、「虫コナーズプレートタイプ100日用」、「虫コナーズプレートタイプ150日用」、「虫コナーズプレートタイプ200日用」、「虫コナーズプレートタイプ250日用」、「虫コナーズ玄関用100日用」、「虫コナーズ玄関用150日用」、「虫コナーズ玄関用200日用」、「虫コナーズ玄関用250日用」及び「虫コナーズアロマプレートタイプ100日フレッシュフローラル」とそれぞれ称する11商品（以下、これらを総称して「本件商品」という。）を一般消費</p>

			<p>者に販売するに当たり、本件商品の商品パッケージにおいて、例えば、「虫コナーズプレートタイプ30日用」と称する本件商品について、平成24年3月以降、ユスリカ及びチョウバエの絵を記載するとともに、「使用の目安 12畳あたり1個」、「30日用」、「ベランダに 軒下に 吊るだけ」、「屋内へのイヤな虫の侵入を防ぎます」、「適用害虫 ユスリカ・チョウバエ」等と記載することにより、あたかも、本件商品をベランダ等に吊るすなどするだけで、記載の範囲、記載の期間にわたり、本件商品から放出される薬剤により、ユスリカ及びチョウバエを寄せ付けない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> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150220premiums_1.pdf</p>
<p>H27. 2. 20 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>フマキラー株式会社</p>	<p>フマキラー株式会社は、「虫よけバリア366日」、「虫よけバリアブラック200日」、「虫よけバリアブラック250日」、「虫よけバリアハローキティ250日」、「虫よけバリア玄関用」、「Kawaii Select 虫よけバリア150日」及び「Kawaii Select 虫よけバリア200日」とそれぞれ称する7商品（以下、これらを総称して「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件商品の商品パッケージにおいて、例えば、「虫よけバリア366日」と称する本件商品について、平成26年3月1日以降、ユスリカ及びチョウバエの絵を記載するとともに、「使用の目安 14畳」、「366日」、「窓ぎわに 玄関・勝手口に ベランダ・軒下・物干しに」と本件商品から放射線状に広がる輪の記載、「使い方自在 吊り下げて 引っかけて 置いて」、「【適用害虫】ユスリカ、チョウバエ」等と記載することにより、あたかも、本件商品をベランダ等に吊るすなどするだけで、記載の範囲、記載の期間にわたり、本件商品から放出される薬剤により、ユスリカ及びチョウバエを寄せ付けない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</p>

			<p>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>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150220premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 17 【措置命令】	消費者庁	株式会社ライフサポート	<p>株式会社ライフサポートは、「キャルッツ1000」と称する食品を販売するに当たり、平成25年4月15日から同年12月6日までの間、「快適生活ラジオショッピング」と称するラジオ放送による広告において、例えば、「油っこいものもお好きなだけ、どうぞ召し上がってください。様々な機関で食事で摂り過ぎたアブラの吸収を抑えると発表されている成分、キノコキトサンが、アブラを徹底ガード。さらに、ダイエット素材のリーンガードが、既に体についてしまった余分なアブラもすっきりとさせて、スリムを徹底的にサポートしてくれるんです。」「カロリー制限も激しい運動も無しで、ダイエットが目指せますね。」等の音声を送ることにより、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であるとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150217premiums_1.pdf</p>
H27. 2. 16 【措置命令】	消費者庁	有限会社アトム商会	<p>有限会社アトム商会は、中古自動二輪車を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 中古自動二輪車3台について、「GooBike首都圏版」と称する中古自動二輪車情報誌において、走行距離数を記載することにより、</p> <p>② 中古自動二輪車6台について、「GooBike.com」と称するウェブサイト開設した「バイクショップアトム」と称するウェブサイトにおいて、走行距離数を記載することにより、あたかも、当該中古自動二輪車の走行距離数が記載の数値のとおりであるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該走行距離数は、オートオークションからの仕入れ時に提示されるオートオークション出品票に記載された走行距離数より過少に表示していたものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150216premiums_1.pdf</p>

<p>H27. 2. 16 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>有限会社インテーク</p>	<p>有限会社インテークは、中古自動二輪車を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 中古自動二輪車6台について、「GooBike首都圏版」と称する中古自動二輪車情報誌において、走行距離数を記載することにより、</p> <p>② 中古自動二輪車16台について、「GooBike.com」と称するウェブサイト開設した「INTAKE（インテーク）」と称するウェブサイトにおいて、走行距離数を記載することにより、</p> <p>あたかも、当該中古自動二輪車の走行距離数が記載の数値のとおりであるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該走行距離数は、オートオークションからの仕入れ時に提示されるオートオークション出品票に記載された走行距離数より過少に表示していたものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150216premiums_1.pdf</p>
<p>H27. 2. 16 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社クラッチ</p>	<p>株式会社クラッチは、中古自動二輪車を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 中古自動二輪車3台について、「GooBike首都圏版」と称する中古自動二輪車情報誌において、走行距離数を記載することにより、</p> <p>② 中古自動二輪車6台について、「GooBike.com」と称するウェブサイト開設した「Biker's store CLUTCH」と称するウェブサイトにおいて、走行距離数を記載することにより、</p> <p>あたかも、当該中古自動二輪車の走行距離数が記載の数値のとおりであるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該走行距離数は、オートオークションからの仕入れ時に提示されるオートオークション出品票に記載された走行距離数より過少に表示していたものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150216premiums_1.pdf</p>
<p>H27. 2. 10 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社三貴</p>	<p>株式会社三貴は、「プラチナビューティーウォーター」と称する清涼飲料水（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において、「ガンの原因である活性酸素を除去する“プラチナナノコロイド”配合飲料 プラチナビューティーウォーター」、「プラチナビューティーウォーターは、病気・老化の原因である活性酸素を除去し健康・美容</p>

			<p>を増進する『プラチナナノコロイド』、脂肪燃焼の働きがある『L-カルニチン』、中性脂肪・コレステロールを低下させる『難消化性デキストリン』が含まれています。」「ガンなどの病気・老化の原因の80%以上、お肌のシミ・たるみなどは、活性酸素が原因と言われています。」「プラチナを約2ナノメートル（50万分の1ミリメートル）の大きさにしたプラチナナノコロイドは、活性酸素を除去し、体外に排出されます。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、ガン等の疾病及び老化を予防する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であるとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150210premiums_1.pdf</p>
<p>H27.2.4 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ロイヤルパークホテルズアンドリゾーツ</p>	<p>株式会社ロイヤルパークホテルズアンドリゾーツは、運営する「仙台ロイヤルパークホテル」と称するホテル（以下「仙台ロイヤルパークホテル」という。）及び仙台ロイヤルパークホテル内で運営する「桂花苑」と称する飲食店（以下「桂花苑」という。）において一般消費者に提供する料理（以下「本件料理」という。）について、</p> <p>① 仙台ロイヤルパークホテル及び桂花苑において、平成23年9月1日から平成26年3月17日までの間、例えば、「A. La. Japonne」と称する本件料理について、婚礼の事前打合せに用いる婚礼用メニュー（以下「婚礼用メニュー」という。）において、「黒毛和牛ヒレ肉の低温ロースト 磯の香りをのせた岩海苔のブルコンポーゼを添えて 黒酢ソースと仙台小ねぎのコンビネーションと共に」と記載することにより、あたかも、当該本件料理に岩礁等に自生する岩のり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、当該本件料理にあつては、養殖ののり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。</p> <p>② 仙台ロイヤルパークホテルにおいて、平成25年4月1日から平成26年7月22日までの間、「The Menu on My Message」と称する本件料理について、婚礼用メニューにおいて、「ヴァン・ルージュで煮込んだ黒毛和牛頬肉の宝石箱見立て 野菜のロンドと共に」と記</p>

			<p>載することにより、あたかも、当該本件料理に黒毛和牛の頬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、当該本件料理にあつては、「和牛等特色ある食肉の表示に関するガイドライン」（平成19年3月26日18生畜第2676号農林水産省生産局長通知）に定められた和牛の定義に該当しない牛の頬肉を使用していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150204premiums_1.pdf</p>
H26.11.27 【措置命令】	消費者庁	有限会社プロモート・タカハシ	<p>有限会社プロモート・タカハシは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 中古自動車8台について、「カーセンサー関東版」と称する中古自動車情報誌において、「修復無」と記載することにより</p> <p>② 中古自動車6台について、「Goo首都圏版」と称する中古自動車情報誌において、「修無」と記載することにより</p> <p>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車両状態票に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号等が記載された修復歴があるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141127premiums_5.pdf</p>
H26.11.27 【措置命令】	消費者庁	有限会社アーバンオート	<p>有限会社アーバンオートは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 中古自動車11台について、「カーセンサー関東版」と称する中古自動車情報誌において、「修復無」と記載することにより</p> <p>② 中古自動車3台について、「Goo首都圏版」と称する中古自動車情報誌において、「修無」と記載することにより</p> <p>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車両状態票に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号等が記載された修復歴があるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141127premiums_5.pdf</p>
H26.11.27	消費者庁	有限会社シティ	<p>有限会社シティオートは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、</p>

【措置命令】		一オート	<p>① 中古自動車33台について、「カーセンサー群馬版」と称する中古自動車情報誌において、「修復無」と記載することにより</p> <p>② 中古自動車19台について、「Goo北関東版」と称する中古自動車情報誌において、「修無」と記載することにより</p> <p>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及び車両確認書に、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。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141127premiums_5.pdf</p>
H26.11.26 【措置命令】	消費者庁	株式会社ジャストライト	<p>株式会社ジャストライトは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、「Goonet」と称するウェブサイト及び「カーセンサーnet」と称するウェブサイトに開設した「APPLAUSE（アプローズ）VOXY専門店」と称するウェブサイトにおいて、</p> <p>① 中古自動車27台について、あたかも、当該中古自動車の走行距離数が記載の数値のとおりであるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該中古自動車の走行距離数は、走行距離計が取り付けられているインストルメントパネルを交換した上で交換後の走行距離計が示す数値を記載したものであって、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、出品票、オークション出品申込票、車両説明書及び出品申込書（以下、併せて「出品票等」という。）に記載された走行距離数より過少に表示していたものであった。</p> <p>② 中古自動車9台について、「修復歴」欄に「なし」又は「修復歴なし」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、出品票等に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号等が記載された修復歴があるものであった。</p> <p>③ 中古自動車34台について、当該中古自動車の情報を掲載することにより、あたかも、掲載期間中、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</p>

			<p>車は、最初に情報を掲載した日よりも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。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141126premiums_2.pdf</p>
H26. 11. 18 【指示】	東京都	有限会社トータルプロデューススパイス	<p>有限会社トータルプロデューススパイスは、「漢宝琥珀痩茶」、「スリムカフェ～ダイエットショクラ～」、「スリムジェイ」、「ドレッドフロー」、「テラカリテミネラーレクリーム」及び「ホットボクサーZ」の6商品について、インターネットショッピングモール上に開設した「ダイエット and 美人★5000 円で送料無料！！」と称するショップにおいて、例えば、「漢宝琥珀痩茶」と称する商品について、</p> <p>① 「飲むだけで痩せる肥満体質改善用≫強制痩身茶≪」、「これさえ飲めばひたすら痩せる」等と、当該商品を摂取することにより容易に著しい痩身効果が得られるかのように表示していたが、実際には、合理的な根拠に基づくものではなかった。</p> <p>② 「通常価格¥14,800 円（税別）のトコロ 試験モニター価格 2,980 円（税抜）」と、「試験モニター価格」と称する販売価格に、当該販売価格を上回る「通常価格」と称する比較対照価格を併記していたが、「通常価格」と表示する合理的な根拠がなかった。</p> <p>http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2014/11/20obi200.htm</p>
H26. 11. 18 【指示】	東京都	株式会社トップギア	<p>株式会社トップギアは、「ホットボクサーZ」、「テラカリテミネラーレクリーム」、「バルーンナイトボディ」、「バルーンパッチボディ」及び「ブラシーマディー」の5商品について、インターネットショッピングモール上に開設した「厳選商品が激安★ジュリエッタ」と称するショップにおいて、例えば、「ブラシーマディー」と称する商品について、</p> <p>① 「こんな巨大なシミまでも跡形なく消滅！！」、「さらに一度消えたシミは二度と再発不能！！」等と、当該商品を貼付することにより容易に著しい美肌効果が得られるかのように表示していたが、実際には、合理的な根拠に基づくものではなかった。</p> <p>② 「定価 12,800 円⇒ネット限定価格 2,980 円（税抜）」と、「ネット限定価格」と称する販売価格に、当該販売価格を上回る「定価」と称する比較対照価格を併記していたが、実際には、「定価」</p>

			と表示する合理的な根拠がなかった。 http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2014/11/20obi200.htm
H26.10.23 【措置命令】	消費者庁	株式会社豆千待月	<p>株式会社豆千待月は、</p> <p>① 運営する「いち豆」と称する旅館（以下、「いち豆」という。）において貸切浴場利用役務を含む宿泊プラン及び同役務を含む日帰りプランを一般消費者に提供するに当たり、いち豆に設置した貸切浴場の浴槽における温水について、例えば、平成24年11月中旬から平成26年3月17日までの間、「楽天トラベル」と称する旅行情報ウェブサイトにおいて、「貸切露天風呂 当館の貸切露天風呂は1300mの地下より湧き出る良質な温泉。とろりとした肌ざわりのお湯は日頃の疲れを癒すにはもってこいです。日帰り入浴も好評です。」等と記載することにより、あたかも、当該浴槽における温水が、温泉であるかのように示す表示をしていたが、実際には、平成25年8月頃から同年12月17日までの間の当該浴槽における温水は、温泉法（昭和23年法律第125号）第2条第1項に規定する温泉ではなく、水道水を加温したものであったこと。</p> <p>② 運営する「豆千待月」と称する旅館において「貸切露天風呂無料『知多の味覚の王様!』DXとらふぐ会席」と称する「トラフグ会席」と称する料理を含む宿泊プランを一般消費者に提供するに当たり、遅くとも平成25年10月頃から平成26年2月末までの間、「JTBサイト」と称する旅行情報ウェブサイトにおいて、「トラフグ会席（通常料理）[10月1日～3月31日] 内容・特色 地元天然とらふぐを使った料理」と記載するとともに、「とらふぐ会席大好評!!」、「地元で取れるとらふぐ会席は地元ならではの少し厚切りにして食べごたえあります。」等と記載することにより、あたかも、当該本件フグ会席プランの利用者に提供する料理に天然のトラフグ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、当該料理に、養殖のトラフグ又はトラフグよりも安価で取引されているゴマフグを使用していた。</p> <p>③ 運営する「豆千本館」と称する旅館において「知多牛のステーキ」と称する料理を含む宿泊プランを一般消費者に提供するに当たり、遅くとも平成24年10月頃から平成26年1月上旬までの間、自社ウェブサイト等において、「柔らかくてジューシーな地元和牛の知多牛のステーキ」と記載する</p>

			<p>ことにより、あたかも、当該本件プランの利用者に提供する料理に和牛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、当該料理に「和牛等特色ある食肉の表示に関するガイドラインについて」（平成19年3月26日18生畜第2676号農林水産省生産局長通知）における和牛の定義に該当しない牛肉を使用していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141023premiums_1.pdf</p>
H26.10.15 【措置命令】	消費者庁	株式会社木曽路	<p>株式会社木曽路は、運営する「木曽路」と称する飲食店において料理（以下「本件料理」という。）を一般消費者に提供するに当たり、</p> <p>① 「木曽路北新地店」と称する飲食店において、平成24年8月頃から平成26年8月15日までの間、例えば、「松阪牛しゃぶしゃぶコース」と称する本件料理について、メニューにおいて、「松阪牛 入荷いたしました 木曽路が目利きした、最高級の松阪牛をお楽しみ下さい。」と記載した上で「松阪牛しゃぶしゃぶコース」と記載することにより、あたかも、当該本件料理に松阪牛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、平成24年12月頃から平成26年7月17日までの間、本件料理にあつては、大部分について、松阪牛ではない和牛の肉を使用していた。</p> <p>② 「木曽路神戸ハーバーランド店」と称する飲食店において、平成25年8月10日から同年12月31日までの間、例えば、「松茸としゃぶしゃぶコース 松阪華（松阪牛）」と称する本件料理について、メニューにおいて、「松阪華（松阪牛）」と記載することにより、あたかも、当該本件料理に松阪牛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、本件料理にあつては、一部について、松阪牛ではない和牛の肉を使用していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141015premiums_1.pdf</p>
H26.9.19 【措置命令】	消費者庁	株式会社ハーブ健康本舗	<p>株式会社ハーブ健康本舗は、「カロピタスリム オールクリア」と称する食品（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、「食べたこと、なかったコトに!?!」、「3大パワーでオールクリア!『あまい』も『こってり』も『どっしり』もまとめてカロピタ!」、「これらの自然植物が、糖分・脂質・炭水化物のカロリーをサポート。」、「ダイエット中の“食べたい”気持ちをちから強く応援します。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、</p>

			<p>食事からのカロリー摂取を阻害し、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であるとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140919premiums_1.pdf</p>
H26. 7. 24 【措置命令】	消費者庁	有限会社ミート伊藤	<p>有限会社ミート伊藤は、毎月29日等を実施する「肉の日」等と称する売出し（以下「特定日の売出し」という。）に際して、牛肉、豚肉及び鶏肉（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、商品パッケージにおいて、本件商品ごとの価格（以下「個別価格」という。）を記載するとともに</p> <p>① 例えば、平成25年5月23日に、愛媛県宇和島市内に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「5月29日（水）肉の日限り」と記載した上で、「牛肉 豚肉 鶏肉 当日表示価格より 半額」と記載することにより</p> <p>② 平成24年11月28日から平成25年12月29日までの期間に、愛媛県内及び高知県内で放送されたテレビコマーシャルにおいて、「毎月29日は肉の日！！」等の映像及び「毎月29日は月に一度の大特売」等の音声を放送した上で、「牛肉が半額！ 当日表示価格より」等の映像及び「牛肉が半額」等の音声を放送することにより</p> <p>あたかも、特定日の売出しにおいては、本件商品を通常時の販売価格の半額で販売するかのように表示していた。</p> <p>実際には、特定日の売出しにおいて、本件商品の商品パッケージに記載された個別価格の多くは、通常時の販売価格が一旦引き上げられたものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140724premiums_1.pdf</p>
H26. 7. 17 【措置命令】	消費者庁	有限会社プライム・ワン	<p>有限会社プライム・ワンは、「トリプルバーナー」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、例えば、平成25年1月26日発売の「Sweetロマンス」と称する雑</p>

			<p>誌に掲載した広告において、「飲むだけ簡単！脂肪燃焼専用サプリ トリプルバーナー」、「3大脂肪 中性脂肪 内臓脂肪 皮下脂肪 を3種の脂肪燃焼専用サプリで徹底燃焼」、「余分な脂肪は1gだって残さない!」、「このサプリで失敗した人は1,000人中、たった1人だけ!」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、体脂肪を燃焼させ、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であるとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140717premiums_1.pdf</p>
<p>H26.7.4 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>医療法人社団バイオファミリー</p>	<p>医療法人社団バイオファミリーは、「バイオペレート」と称する器具を用いた「バイオペレート治療」と称する診療に係る役務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、遅くとも平成25年7月頃から平成26年2月21日までの間、自らが運営するウェブサイトにおいて、「なぜ、バイオペレートで完治を目指せるのか バイオペレートを歯にはめることで、下アゴの位置が正しい位置に誘導されます。奥歯の高さを補うことにより、下顎頭と顎関節のくぼみの間に正常なスペースをつくり、関節円板の損傷や癒着を塞ぐことができるので、ほとんどの顎関節症は完治可能になるのです。また、下アゴの位置が正しい位置に誘導されると、左右の下アゴを釣り上げている筋肉の緊張度も左右同じになるために、全身の筋肉の緊張が緩みます。そのため首がまっすぐになり、脊椎への歪みも解消されるため、頭痛、肩や首のコリ、腰痛、慢性疲労、不良姿勢、O脚、顔のゆがみ、ヘルニア、坐骨神経痛から解放されます。さらに筋肉が緩むと血行がよくなり、免疫やホルモンバランスを正常に整えます。そのため免疫力が高まりアトピー、アレルギー性鼻炎、不眠症、自律神経失調症、血圧異常、生理痛、生理不順、不妊症、更年期障害などから解放されます。」、「バイオペレート治療は、下あごのずれから生じる150もの慢性疾患を治療する治療法です。」、「そしてこの治療は対症治療ではなく、原因除去による治療であるため、的確な治療法がなくて長年困られていた方にとっては、特効的作用に驚かれます。」等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により、顎関節症、睡眠時無呼吸症</p>

			<p>候群、腰痛、椎間板ヘルニア、坐骨神経痛等の特定の疾患又は症状が治癒又は改善す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> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140704premiums_1.pdf</p>
H26.6.27 【措置命令】	消費者庁	新光通販株式会社	<p>新光通販株式会社は、下着（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、「ダンディトランクス30」と称する本件商品について、平成25年11月30日に発行された日刊新聞紙に掲載した広告において、「中高年の快適生活応援 毎日が安心」、「残尿モレに安心な爽やかトランクス」、「裾が広くても吸水パッドも広いので、横モレもありません。」、「最大吸収量30cc」と記載するなど、あたかも、本件商品を着用することにより、日常生活において失禁した場合でも、吸収量として表示された量までの尿の量であれば、本件商品の外側に尿が漏れ出すことがないかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品を日常生活において人が着用して失禁した場合、表示された吸収量を相当程度下回る量で、本件商品の外側に尿が漏れ出すと認められるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140627premiums_1.pdf</p>
H26.6.13 【措置命令】	消費者庁	ステラ漢方株式会社	<p>ステラ漢方株式会社は、「カロリストロン-PRO-」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月下旬から平成26年5月1日までの間、ウェブサイトにおいて、「えっ！？普通の食事のままで・・・！！」と題し、「もうリバウンドしない『理想の姿』になりたい！！」、「食べたカロリーを！！今までにないダイエット」、「カロリーを気にしないって幸せ！」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であるとは認</p>

			められないものであった。 http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140613premiums_1.pdf
H26.5.20 【措置命令】	消費者庁	株式会社進学会	<p>株式会社進学会は、学校教育の補習教育及び学習指導に係る役務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、「北大学力増進会」と称する学習塾において提供する本件役務について、新聞折り込みチラシにおいて、氏名及び卒業した国公立大学・大学院の名称を併記した自社講師の写真を掲載するとともに、「国公立大出身98% 増進会・進学会全国講師出身大学構成比 精鋭講師陣が皆さんを指導!」、「■塾は講師で決まる! 『塾は講師で決まる』の言葉にあるように、当会は有名国立大出身の講師を中心に、厳しい研修を積み重ねてきた精鋭講師陣がみなさんの指導にあたります。増進会で『講師の力』を実感して下さい!」等と記載するなど、あたかも、本件役務に係る学習塾における講師の98パーセントが国公立大学・大学院出身者であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件役務に係る学習塾における講師のうちの国公立大学・大学院出身者が占める割合は、約14パーセントにすぎないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140520premiums_1.pdf</p>
H26.5.1 【措置命令】	消費者庁	株式会社エム・エイチ・シー	<p>株式会社エム・エイチ・シーは、「蘇生イオン[®]空気活性器 旅の恋人」と称する商品（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、日刊新聞紙に掲載した広告において、「イオンと活性石の相乗効果で こんなにスゴイ実験結果が!」、「インフルエンザウイルス98.4%以上除菌（北里環境学科センター報告書）」、「黄色ブドウ球菌99.6%除菌（北里環境学科センター報告書）」、「ニコチン89%以上除去（株式会社分析センター報告書）」、「タール91%以上除去（株式会社分析センター報告書）」、「ホルムアルデヒド39%除去（株式会社分析センター報告書）」、「アンモニア36%除去（株式会社分析センター報告書）」、「車はもちろん、こんな場所でも使えます!」、「トイレの嫌なニオイを除去。脱臭・抗菌効果で快適な空間に!」等と記載するなど、あたかも、本件商品を車内や室内等で使用することで、当該空間において、イオンの働きやイオンと「活性石」と称する物質の相乗効果により、インフルエンザウイルス及び黄色ブドウ球菌が除菌され、ニコチン、タール、ホルムアルデヒド及びアンモニアが除去され、脱臭・抗菌効果が生じるかのように示すなどの</p>

			<p>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> <p>http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140501premiums_1.pdf</p>
--	--	--	---