

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(令和7年8月31日現在)

(単位:件)(※4)

年度		平成26	平成27	平成28	平成29	平成30	令和1	令和2	令和3	令和4	令和5	令和6	令和7	合計	年度	
		(2014)	(2015)	(2016)	(2017)	(2018)	(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)	(2024)	(2025)			
国	措置命令	30	13	27	50	46	40	33	41	41	44	26	1	392	措置命令	国
	確約計画 の認定 (※1)											1	1	2	確約計画 の認定 (※1)	
	課徴金 納付命令 (※2)			1	19	20	17	15	15	17	12	7	3	126	課徴金 納付命令 (※2)	
都道府県等(※3)		3	3	1	8	9	15	8	4	6	3	4	0	指示	措置命令	都道府県等(※3)
北海道					1									3	61	北海道
青森														0	1	青森
岩手														0	0	岩手
宮城														0	0	宮城
秋田														0	0	秋田
山形														0	0	山形
福島														0	0	福島
茨城							1							0	1	茨城
栃木					1									0	1	栃木
群馬														0	0	群馬
埼玉		1	1				4	4	1	1	1	1		1	13	埼玉
千葉														0	0	千葉
東京		2			1	2	2	2	2	2	2	2		2	15	東京
神奈川														0	0	神奈川
新潟														0	0	新潟
富山														0	0	富山
石川														0	0	石川
福井														0	0	福井
山梨														0	0	山梨
長野					1									0	1	長野
岐阜			1					1						0	2	岐阜
静岡				1	2	1			1	1				0	6	静岡
愛知														0	0	愛知
三重														0	0	三重
滋賀														0	0	滋賀
京都												1		0	1	京都
大阪						6	6	1		1				0	14	大阪
兵庫					1					1				0	2	兵庫
奈良														0	0	奈良
和歌山														0	0	和歌山
鳥取														0	0	鳥取
島根														0	0	島根
岡山							1							0	1	岡山
広島			1											0	1	広島
山口														0	0	山口
徳島														0	0	徳島
香川														0	0	香川
愛媛														0	0	愛媛
高知														0	0	高知
福岡					1									0	1	福岡
佐賀														0	0	佐賀
長崎														0	0	長崎
熊本														0	0	熊本
大分														0	0	大分
宮崎														0	0	宮崎
鹿児島							1							0	1	鹿児島
沖縄														0	0	沖縄

※1 確約計画の認定は、令和6年10月1日施行の改正景品表示法により導入。

※2 課徴金納付命令は、平成28年4月1日施行の改正景品表示法により導入。

※3 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(平成26年度の措置命令件数は0件。)(市町村の措置件数も含む。))。

※4 法的措置件数は措置時点の件数(平成29年度の課徴金納付命令1件は平成30年12月21日に、平成30年度の国の措置命令1件は令和2年5月15日に取り消されている。))。

2. 景品表示法に基づく法的措置事件の概要（令和6年9月1日～令和7年8月31日）

※ 国又は都道府県等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等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
R7.8.28 【確約計画の 認定】	消費者庁	株式会社 L A V A I n t e r n a t i o n a l	1(1) 株式会社L A V A I n t e r n a t i o n a l は、同社が運営する「フェイシャル専門サロンD a n j o B i」と称する店舗及び「フェイシャル専門サロンM U Q U」と称する店舗で提供する施術サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、第三者に対して、「H O T P E P P E R B e a u t y」と称するウェブサイト（以下「ホットペッパービューティー」という。）に掲載された各店舗のページ内の「口コミ」と称する各店舗の口コミ及び評価を示す箇所（以下「本件口コミ表示欄」という。）における「総合」、「雰囲気」、「接客サービス」、「技術・仕上がり」及び「メニュー・料金」の評価項目（以下「各評価項目」という。）について、「★★★★★」（以下「星5」という。）の口コミを投稿することを条件に、当該第三者が次回店舗を利用する際に支払う施術料金から500円を割引くことを伝えることにより、当該第三者が星5の口コミを投稿したことで、令和6年2月頃から令和7年6月23日までの間、当該投稿による表示をしていた疑いがあった。 (2) 同社は、本件役務を一般消費者に提供するに当たり、同社の従業員が、本件口コミ表示欄において、各評価項目について、星5の口コミを投稿することにより、令和5年10月1日から令和7年2月13日までの間、当該投稿による表示をしていた疑いがあった。 (3) 同社は、本件役務を一般消費者に提供するに当たり、令和3年1月1日から令和6年1月21日までの間、ホットペッパービューティーに掲載された各店舗のページ内の「クーポンメニュー」と称するページで提供するクーポンにおいて、実際の提供価格に当該提供価格を上回る価格（以下「比較対照価格」という。）を併記することにより、あたかも、比

			較対照価格は、本件役務について通常提供している価格であり、実際の提供価格が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、比較対照価格は、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疑いがあった。 2 消費者庁は、同社に対し、確約手続に係る通知を行ったところ、同社から以下の(1)から(5)までの確約計画の認定の申請があった。 (1) 前記1の行為と同様の行為を行わない旨を取締役全員により決定すること。 (2) 前記1の行為の内容について一般消費者に周知徹底すること。 (3) 前記1の行為及び同種の行為が再び行われることを防止するための各種措置を講じること。 (4) 前記1(3)の行為を行っていた期間に対象のクーポンを利用した一般消費者に対し、支払われた料金の一部を返金すること。 (5) 前記(1)から(4)までの措置の履行状況を消費者庁に報告すること。 3 消費者庁は、前記2の確約計画は景品表示法が規定する認定要件のいずれにも適合すると認め、当該確約計画を認定した。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms203_250828_01.pdf
R7. 8. 1 【措置命令】	消費者庁	P & G ジャパン 合同会社	P & G ジャパン合同会社は、「ファブリーズ お風呂用防カビ剤」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、遅くとも令和4年4月15日から令和5年5月18日までの間、商品パッケージにおいて、「お風呂に置くだけで黒カビを防ぐ」、「※防カビ効果は約6週間持続します」、「自然発想成分“B I Oコート”テクノロジーがお風呂場の隅々にまで広がり、天井や床や掃除しにくい場所などを有効成分でコーティングし、黒カビの成長を防ぎ続ける」等と表示するなど、あたかも、本件商品を浴室に設置するだけで、約6週間にわたり、浴室全体のカビの繁殖を防止する効果等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、期間を定めて、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、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。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms207_250801_01.pdf
R7. 6. 30 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 ハハハラボ	株式会社ハハハラボは、「メラット」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、 (1) 例えば、令和4年9月13日に、アフィリエイトサイトにおいて、「何をやっても太る理由が判明！ 食べてないのに太るのは“燃焼力”がないから 50kg以上の女性 9割がしていない 3週間で60.8kg→47.2kgまで痩せた方法がすごい！」との記載と共に、引き締まった腹部の画像等を表示するなど、あたかも、本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、誰でも容易に腹部の脂肪が落ち、外見上の変化を認識できるまでの腹部の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、期間を定めて、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、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。 (2) 例えば、令和4年9月13日に、アフィリエイトサイトにおいて、「30～60代女性を選ぶダイエットサプリ No. 1」等と表示するなど、あたかも、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下「同種商品」という。）について、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者に対して「30～60代女性を選ぶダイエットサプリ」、「一番継続しやすいダイエットサプリ」、「コスパが良いと思えるダイエットサプリ」、「お財布にも優しいようなダイエットサプリ」、「栄養もしっかり摂れると思うダイエットサプリ」及び「一番効果が期待できそうなダイエットサプリ」の6項目をそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品について実際に利用したことがある者か又は知見等

			を有する者かを確認することなく、本件商品と特定の9商品のみを任意に選択して対比し、当該商品を販売する各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、客観的な調査に基づくものではなかった。また、前記表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 課徴金額：1086万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms203_250630_01.pdf
R7.6.16 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 フォレストウェル	株式会社フォレストウェルは、「^{ジェイエアー}j. a i r」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、令和5年2月8日から同年4月19日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「まるで森の中にいるような、思わず深呼吸したくなる空気。j. a i rはそんな新鮮な空気をめざしました。j. a i rにはフィルターやファンがありません。独自のイオン電極により大量の高濃度マイナスイオンと微量のオゾンが発生させ、空気中の塵や菌、ニオイ物質を積極的に捕らえる活動的な空気を生成。空気の汚れを吸い込んでキレイにする空気清浄機とは一線を画し、除菌・除塵・脱臭性能を高次元で発揮する『空間清浄器』として、j. a i rが世の中の空気を変えていきます。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を室内に設置すれば、本件商品によって発生するマイナスイオン及びオゾンの作用により、25畳までの室内空間において、浮遊する塵やアレルギー物質を強力に集塵・除塵する効果、ウイルスを抑制し、菌を除去する効果及び悪臭の素を分解し消臭する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、期間を定めて、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、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。 課徴金額：171万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms205_250616_01.pdf
R7.6.5 【課徴金納付	消費者庁	株式会社 新日本エネックス	株式会社新日本エネックスは、蓄電池を含む太陽光発電システム機器（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売し、その導入に係る施工（以下「本件役務」という。）を一般消費

命令】			者に提供するに当たり、令和5年4月10日、同月12日、同月17日、同月24日、同年5月2日、同月8日、同月15日、同月18日及び同月29日に、 (1)ア 例えば、自社ウェブサイトのトップページにおいて、「No. 1 JMR アフターフォローも充実の太陽光発電蓄電池販売」、「No. 1 2022 JMR 安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売」、「No. 1 2022 JMR 知人に紹介したい蓄電池販売」及び『アフターフォローも充実の太陽光発電蓄電池販売』『安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売』『知人に紹介したい蓄電池販売』の3部門でNo. 1を取得しました！」等と表示するなど、あたかも、令和4年に、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下「同種役務」という。）に関する「アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売」、「安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売」及び「知人に紹介したい蓄電池販売」の3項目（以下「本件3項目①」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目①の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 イ 例えば、自社ウェブサイトの「お知らせ」と称するウェブページにおいて、「No. 1 2020 JMR アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売No. 1」、「No. 1 2020 JMR 知人に紹介したい蓄電池販売No. 1」、「No. 1 2020 JMR 顧客満足度No. 1」及び「3部門でNo. 1を獲得しました！」等と表示するなど、あたかも、令和2年に、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務に関する「アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売」、「知人に紹介したい蓄電池販売」及び「顧客満足度」の3項目（以下「本件3項目②」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目②の順位がそれぞれ第1位である
-----	--	--	--

			かのように示す表示をしていた。 (2) 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件３項目①及び本件３項目②について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者か又は知見等を有する者かを確認することなく、同社及び特定事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する他の事業者をいう。）の印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。 また、前記表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 課徴金額：９９８９万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_250605_01.pdf
R7.3.28 【措置命令】	東京都	株式会社 ダイエット プレミアム	株式会社ダイエットプレミアムは、「酵素づくしのべっぴん炭クレンズ」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、 (1) 複数のアフィリエイトサイトにおいて、「テレビでの放送を禁止されてた 『強力脂肪溶解術』を使ってみたら… －１２ｋｇ達成する人続出で大炎上」等と表示することにより、あたかも、本件商品を摂取することで、本件商品に含まれる成分の作用により、誰でも食事制限や運動をすることなく、短期間で容易に顕著な腹部の痩身効果を得られるかのように示す表示をしていた。 東京都知事が、景品表示法の規定に基づき、同社に対し、期間を定めて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資料を提出しなかった。 (2) アフィリエイトサイトにおいて、「炭クレンズはアメリカのダイエット部門で第１位にも選ばれています。」等と表示することにより、あたかも、本件商品について、短期間で痩せる必要のあるセレブから支持され、米国のダイエット部門で人気第１位に選ばれたかのように示す表示をしていた。実際には、本件商品が短期間で痩せる必要のあるセレブから支持され、米国のダイエット部門で人気第１位に選ばれたという事実はなかった。

			(3) 仲介事業者を経由し、複数のインフルエンサー（以下「第三者」という。）に対し、対価を提供することを条件に、本件商品についてInstagramに投稿を依頼したことによって当該第三者が投稿した表示に関し、同社が依頼した投稿であることを明らかにせずに抜粋することにより、自社販売ウェブサイトにおいて、「Instagramでも 大人気！」と記載して、本件商品のパッケージを手を持つ等した人物6名の画像等を表示していた。 当該表示は、①事業者が自己の供給する本件商品の取引について行う表示（以下「事業者の表示」という。）と認められるものであり、②表示内容全体から一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭になっているとは認められず、一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難であると認められる表示に該当するものであった。 https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/torihiki/hyoji/keihyo/20250328.html
R7.3.27 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ユニットコム	株式会社ユニットコムは、「iiyamaPC」と称するパソコン（「キャンパスPC」と称するパソコン及び「コラボゲーミングPC」と称するパソコン並びに中古品及びアウトレット品を除く。以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和4年9月5日から同年10月3日までの間、「決算特別感謝祭 期間限定 10/3(月) 10:59迄 今なら対象機種をご購入で 最大10,000円分相当 還元！」等と表示するなど、あたかも、表示された期限内に本件商品を購入した場合に限り、本件商品の購入金額等の条件に応じて、表示された期限後よりも有利である金額相当のポイント、商品券又はポイント及び商品券が提供されるかのように表示していた。 実際には、表示された期限後に本件商品を購入した場合においても、同一の条件を満たすことにより、表示された期限内と同額又はそれ以上の金額相当のポイント、商品券又はポイント及び商品券が提供されるものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_250327_01.pdf
R7.3.25 【措置命令】	消費者庁	ロート製薬 株式会社	ロート製薬株式会社は、「ロートV5アクトビジョンa」と称するサプリメント（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和6年6月4日から同年7月29日まで

			の間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「“わたしも”使っています from Insta gram」、本件商品一粒を載せた指先、本件商品のリニューアル前の商品及び本件商品を載せた小皿の画像と共に、「１日１粒だから続けやすい」及び「つるんと飲めるソフトカプセル」等と表示していた。 当該表示は、①同社が表示内容の決定に関与していることから、事業者が自己の供給する本件商品の取引について行う表示（以下「事業者の表示」という。）と認められるものであり、②表示内容全体から一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭になっているとは認められず、一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難であると認められる表示に該当するものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_250325_01.pdf
R7. 3. 21 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 夢グループ	株式会社夢グループは、「立体マスク３０枚セット」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、令和２年３月１３日から同年４月２６日までの間、全国の各地域の新聞紙面広告において、「立体マスク３０枚セット３，６００円（税抜）」及び「本日の広告の有効期限５日間」と表示することにより、あたかも、当該広告掲載日から５日間限り、３，６００円（税別）で、他に負担すべき費用はなく、本件商品を購入できるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品を１セット購入する場合には、３，６００円（税別）の他に送料や手数料を負担する必要があるものであり、当該広告掲載日から５日間を経過した後も当該条件で本件商品を購入することができるものであった。 課徴金額：６５８９万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_250321_01.pdf
R7. 3. 19 【課徴金納付 命令】	消費者庁	さくらフォレスト 株式会社	さくらフォレスト株式会社は、「きなり匠」と称する商品及び「きなり極」と称する商品（以下これらを併せて「本件２商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「きなり匠」と称する商品について、令和４年１月６日から令和５年６月３０日までの間、容器包装において、「中性脂肪 ＬＤＬコレステロール 血圧が気になる方へ」、「【届出番号】Ｇ６１７」、

			「【届出表示】本品にはDHA・EPA、モノグルコシルヘスペリジン、オリーブ由来ヒドロキシチロソールが含まれます。DHA・EPAには中性脂肪を低下させる機能があることが、モノグルコシルヘスペリジンは血圧が高めの方の血圧を下げる機能があることが、オリーブ由来ヒドロキシチロソールは抗酸化作用を持ち、血中のLDLコレステロール（悪玉コレステロール）の酸化を抑制させることが報告されています。」等と表示するなど、あたかも、本件2商品の各商品をそれぞれ摂取すれば、本件2商品の各商品に含まれている各成分の作用により、中性脂肪を低下させる効果、高めの血圧を下げる効果及び血中のLDLコレステロールの酸化を抑制させる等の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、期間を定めて、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、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。 課徴金額：合計1億903万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_250319_01.pdf
R7.3.17 【措置命令】	消費者庁	医療法人社団 スマイルスクエア	医療法人社団スマイルスクエアは、同法人が経営する「スマイル+さくらい歯列矯正歯科二子玉川」と称する診療所（以下「スマイル+さくらい歯列矯正歯科」という。）において提供する歯列矯正に係る役務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、本件役務の提供を受けるためにスマイル+さくらい歯列矯正歯科に来院した者（以下「第三者」という。）に対し、「Googleマップ」と称するウェブサイト内の同法人が開設し経営するスマイル+さくらい歯列矯正歯科の「プロフィール」と称する施設情報における「クチコミ」と称する当該施設の口コミ及び評価を示す箇所のスマイル+さくらい歯列矯正歯科の評価として「★★★★★」（以下「星5」という。）と併せて感想を投稿すること又は星5を投稿することを条件に、5,000円分の「QUOカード」と称するギフトカードを提供すること又は当該第三者がスマイル+さくらい歯列矯正歯科に対して支払う本件役務に係る治療費の総額から5,000円を割り引くことを伝えたことによって、当該第三者がこれに応じて投稿していた。 当該投稿による表示は、①同法人が表示内容の決定に関与していることから、事業者が自己

			の供給する本件役務の取引について行う表示（以下「事業者の表示」という。）と認められるものであり、②表示内容全体から一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭になっているとは認められず、一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難であると認められる表示に該当するものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_250318.pdf
R7.3.14 【措置命令】	消費者庁	株式会社 イースマイル	株式会社イースマイルは、「さよならダニー」と称する商品（以下「本件商品」という。）、「さよならダニーデラックス」と称する商品、「さよならダニーアレル物質分解ミスト」と称する商品、「さよならダニースプレーワンプッシュ式」と称する商品及び「さよならハクション」と称する商品の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、本件商品について、令和4年12月2日に、商品パッケージにおいて、本件商品の画像と共に、「3次元ダニ捕りシートだから1枚でなんと25万匹*捕獲！」等と表示するなど、あたかも、本件商品を寝具等に設置するだけで、本件商品に含まれる誘引剤が寝具等に生息しているダニを誘引することにより、約2か月間で本件商品のシート1枚当たり25万匹捕獲される効果等が得られるかのように示す表示をしている又は表示をしていた。 消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、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、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。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms207_250314_001.pdf
R7.3.14 【措置命令】	消費者庁	株式会社 スマイルコミュニケーションズ	株式会社スマイルコミュニケーションズは、「さよならダニー」と称する商品（以下「本件商品」という。）、「さよならダニーデラックス」と称する商品、「さよならダニーアレル物質分解ミスト」と称する商品、「さよならダニースプレーワンプッシュ式」と称する商品及び「さよならハクション」と称する各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、本件商品について、令和6年6月25日から同年7月3日までの間、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「FUNS MARKET」と称する自社ウェブサイトにおいて、「1シートあたりのダニの捕獲力 26万匹」、「誘引剤 ダニが好むフェロモンの香り」等と表示するなど、あたかも、本

			件商品を寝具等に設置するだけで、本件商品に含まれる誘引剤が寝具等に生息しているダニを誘引することにより、約2か月間で本件商品のシート1枚当たり26万匹捕獲される効果等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、期間を定めて、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、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。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms207_250314_001.pdf
R7.3.5 【措置命令】	埼玉県	株式会社 大和 コーポレーション	株式会社大和コーポレーションは、同社が供給する水回りの修繕に関する役務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、少なくとも令和6年4月10日から同年9月30日までの間、同社が運営する「水道修繕受付センター」と称するウェブサイトにおいて、 (1) 「水回りの対応件数 約10万件」、「実績 当社 月間2000件 他社 月間100件前後」と表示することにより、 ① あたかも、多数の修理実績を有しているように示す表示をしていたが、実際には、当該事業者が、過去提供した本件役務に係る契約件数は10万件を大きく下回るものであり、過去提供した本件役務に係る月間平均契約件数は2000件を大きく下回るものであった。 ② あたかも、本件役務に係る修理実績について、他の事業者の実績を大幅に上回るかのように示す表示をしていたが、実際には、他の事業者の修理実績は、統計的に客観性が確保された調査によるものではなかった。 (2) 「今月だけのWEB限定割引 3,000円OFF 基本料金3,000円 >> \ 地域最安値に挑戦! / 0円 完全無料 現地見積り 深夜・早朝料金 現地キャンセル出張費」、「他社との料金比較 料金 当社 基本料0円※別途、作業料金が掛かります。他社 基本料6,000円+作業費 別途：調査費・出張費」と表示することにより、 ① あたかも、本件役務に係る修理代金について、他の事業者が提供する修理代金と比較して安いかのように表示していたが、実際には、当該他の事業者の修理代金は、統計的

			に客観性が確保されたものではなかった。 ② あたかも、本件役務は表示にある安価な価格で提供可能であるかのように表示していたが、実際には、本件役務の作業の過程で追加料金が発生することにより、約数万円から数十万円の作業代金を追加請求されるなど、表示されているような価格で本件役務の提供を受けることができないものであった。 ③ あたかも、限定された期間中に依頼した場合にのみ、割引が適用された価格で本件役務の提供を受けられるかのように表示していたが、実際には、期間を限定することなく継続的に基本料金を無料とする割引を適用させた価格で本件役務の提供を受けられるものであった。 https://www.pref.saitama.lg.jp/a0310/news/page/news2025030601.html
R7. 2. 28 【措置命令】	消費者庁	長谷川産業株式会社	長谷川産業株式会社は、家具等の５３商品（以下「本件５３商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「回転オフィスチェア ミット２」と称する商品について、遅くとも令和６年５月１８日から同年８月１日までの間、「通常価格：¥２５，１９０ １０％税込（＋送料 ¥２，３１０～） ¥１８，５９０ １０％税込（＋送料 ¥２，３１０～）」と表示するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件５３商品について通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。 実際には、「通常価格」と称する価額は、本件５３商品について最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_250228_01.pdf
R7. 2. 26 【確約計画の認定】	消費者庁	c a n a m e 株式会社	１ c a n a m e 株式会社は、令和２年９月１日から令和６年７月３１日までの間、「かたぎり塾」と称するパーソナルジム（以下「かたぎり塾」という。）において提供する運動指導（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、あたかも、表示されている期限までに本件役務の無料体験を行い、無料体験当日に入会した場合に限り、通常５０，０００円の入会金が値引きされるかのように表示していたが、実際には、

			表示していた期限後であっても、無料体験当日に入会した場合は、入会金が値引きされるものである疑いがあった。 2 消費者庁は、同社に対し、確約手続に係る通知を行ったところ、同社から以下の(1)から(5)までの確約計画の認定の申請があった。 (1) 前記1の行為と同様の行為を行わない旨を取締役会で決議すること。 (2) 前記1の行為の内容について一般消費者に周知徹底すること。 (3) 前記1の行為及び同種の行為が再び行われることを防止するための各種措置を講じること。 (4) 前記1の行為を行っていた期間にかたぎり塾に入会した一般消費者に対し、支払われた入会金の一部を返金すること。 (5) 前記(1)から(4)までの措置の履行状況を消費者庁に報告すること。 3 消費者庁は、前記2の確約計画は景品表示法が規定する認定要件のいずれにも適合すると認め、当該確約計画を認定した。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms209_250226_01.pdf
R7.1.30 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 東亜産業	株式会社東亜産業は、「ウイルスシャットアウト」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、 ① 令和2年2月26日に、自社ウェブサイトにおいて、本件商品及びその周囲に浮遊するウイルスや菌のイメージの画像並びに本件商品の容器包装の画像と共に、「緊急ウイルス対策！！」、「流行性ウイルスからあなたを守ります！」、「二酸化塩素配合の除去・除菌成分が周囲に浮遊するウイルスや菌を除去します。」、「この時期・この季節に必携！ウイルスの気になる場所でご使用ください。」及び「首にかけるだけで空間のウイルスを除去！」等と表示することにより ② 令和2年2月27日に、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した自社ウェブサイトにおいて、本件商品から成分が出ているイメージ画像及び本件商品を首にかけた人物の写真と共に、「ウイルス対策 塩素成分で空間の除菌」、「この時期・この季節に必携」及び「幅広く・

			様々な環境に最適！ 学校 オフィス 病院 電車」等と表示することにより あたかも、本件商品を身につければ、身の回りの空間におけるウイルスや菌を除去又は除菌する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、期間を定めて、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、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。 課徴金額：１６５１万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_250130_01.pdf
R7. 1. 28 【課徴金納付 命令】	消費者庁	アドパワー・ソリューションズ株式会社	アドパワー・ソリューションズ株式会社は、「AdPower」、「AdPower Diesel」及び「AdPower Diesel Plus」と称する商品（以下これらを併せて「本件商品」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、本件商品について、令和３年１１月１５日、同年１２月１０日、同月２１日、同月２８日及び令和４年３月４日から同月２５日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「EFFECTS 貼るだけで得られる効果」、「パワーレスポンスUP エンジン内の空気の流れがスムーズになり、馬力・トルク共に向上します。貼った瞬間効果を感じたという声が多く寄せられています。」及び「燃費に好影響 エンジンの燃焼効率が改善されることで、燃費の改善が期待できます。 運送会社における燃費測定データ」等と表示するなど、あたかも、本件商品を四輪車のエアクリーナーに貼付するだけで、燃費、馬力及びトルクが向上し、また、排ガスを削減する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、期間を定めて、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、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。 課徴金額：３３８万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_1.pdf
R6. 12. 17	消費者庁	株式会社	株式会社デザインワードは、「アフロートネイルスクール」と称するネイルスクールにおいて

【措置命令】		デザインワード	9種類のネイル講座（以下「本件9役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、自社ウェブサイトの札幌校の「ネイリスト養成コース 講座・費用一覧」と称するページにおいて、「プロフェッショナルネイルコース」と称する講座について、令和5年10月6日から令和6年3月24日までの間、「今だけ授業料50%割引！！」、「通常授業料701,800円（税込）」、「割引額350,900円（税込）」及び「授業料350,900円（税込）」と表示するなど、あたかも、「通常授業料」と称する価額は、本件9役務について通常提供している価格であり、「授業料」と称する実際の提供価格が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していた。 実際には、「通常授業料」と称する価額は、本件9役務について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。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms205_241217_01.pdf
R6.12.11 【措置命令】	消費者庁	インフィニティ株式会社	インフィニティ株式会社は、同社が蔵前製薬株式会社と共同して、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「ariana」と称するウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）の「商品名」欄において「キャップヘルメット」と称するヘルメット（以下「本件商品」という。）を一般消費者に提供するに当たり、少なくとも令和6年1月13日に、本件ウェブサイトにおいて、例えば、本件商品を被った人物及び本件商品の画像と共に、「CE安全基準認証済み」、「自転車・超軽量」、「ハット型ヘルメット」、「改正道路交通法の施行により 令和5年4月1日から、すべての自転車利用者に対して 乗車用ヘルメットの着用が 努力義務化されます。」等と表示することにより、あたかも、本件商品が、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものであるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品は、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_241212_02.pdf
R6.12.11 【措置命令】	消費者庁	蔵前製薬株式会社	蔵前製薬株式会社は、同社がインフィニティ株式会社と共同して、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「ariana」と称するウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）を一般消費者に提供するに当たり、少なくとも令和6年1月13日に、本件ウェブサイトにおいて、例えば、本件商品を被った人物及び本件商品の画像と共に、「CE安全基準認証済み」、「自転車・超軽量」、「ハット型ヘルメット」、「改正道路交通法の施行により 令和5年4月1日から、すべての自転車利用者に対して 乗車用ヘルメットの着用が 努力義務化されます。」等と表示することにより、あたかも、本件商品が、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものであるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品は、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_241212_02.pdf

			いう。)の「商品名」欄において「キャップヘルメット」と称するヘルメット（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、少なくとも令和6年1月13日に、本件ウェブサイトにおいて、例えば、本件商品を被った人物及び本件商品の画像と共に、「CE安全基準認証済み」、「自転車・超軽量」、「ハット型ヘルメット」、「改正道路交通法の施行により 令和5年4月1日から、すべての自転車利用者に対して 乗車用ヘルメットの着用が 努力義務化されます。」等と表示することにより、あたかも、本件商品が、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものであるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品は、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_241212_02.pdf
R6.12.10 【措置命令】	消費者庁	株式会社 クロマチック・フーガ	株式会社クロマチック・フーガは、「ハット型ヘルメット」と称するヘルメット（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、少なくとも令和6年1月19日に、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「雑貨の国のアリス[®]」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、本件商品を被った人物の画像と共に、「ハット型ヘルメット」、「CE認証済」、「令和5年4月1日から道路交通法の改正により、自転車利用者のヘルメット着用が努力義務となりました。」等と表示することにより、あたかも、本件商品が、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものであるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品は、自転車用ヘルメットに係る欧州連合の安全基準又は安全規格に適合するものではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_241212_02.pdf
R6.12.3 【課徴金納付命令】	消費者庁	北海道電力株式会社	北海道電力株式会社（以下「北海道電力」という。）は、家庭用の電気及び都市ガスの小売供給（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、令和2年12月3日から同月5日までの間、同月7日から同月12日までの間、同月14日から同月19日までの間及び同月21日から同月23日までの間、電気の検針票に併せて配布した「あなたのでんき 2020年 冬号 Vol. 406」と称するリーフレットにおいて、「電気もガスもまと

			めてほくでんがおトク!」、「ガスのご契約が北海道ガスの『一般料金』のお客さまがおトクになる ガスとくパック」、「 ほくでんガス+ほくでんの電気料金プランエネとくポイントプランのセットで ガス料金が北海道ガスの『一般料金』より5%おトクに! 電気とガス合わせたら年間約6,000円相当おトク!」と表示するなど、あたかも、都市ガスの小売供給に関する契約先を北海道瓦斯株式会社から北海道電力に切り替え、北海道電力と本件役務をセットで契約するだけで、北海道電力と本件役務をセットで契約する前の電気料金と都市ガス料金の合計金額又は電気料金の金額に比べ、年間でリーフレット等に「おトク」と記載された金額相当分の利益を得られるかのように表示していた。 実際には、リーフレット等に「おトク」と記載された金額には、ポイントサービスに加入した上で、毎月のログイン、おおむね毎週配信されるコラムの閲覧等を行わなければ付与されないポイント相当分が含まれており、北海道電力と本件役務をセットで契約するだけで、北海道電力と本件役務をセットで契約する前の電気料金と都市ガス料金の合計金額又は電気料金の金額に比べ、年間で「おトク」と記載された金額相当分の利益を得られるものではなかった。 課徴金額：3398万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_241203_01.pdf
R6.11.13 【措置命令】	消費者庁	大正製薬株式会社	大正製薬株式会社は、「NMN t a i s h o」と称するサプリメント（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和6年4月3日及び同月19日から同年5月22日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「I n s t a g r a mで注目度上昇中」、「品質にこだわりたい方には特許処方の大正製薬『NMN t a i s h o』」、「様」、本件商品を持つ人物の画像及び「いくつになっても自分らしく、“今が最高”と思える生き活きとした日々を過ごしていきたいですね!」等と表示していた。 当該表示は、①同社が表示内容の決定に関与していることから、事業者が自己の供給する本件商品の取引について行う表示（以下「事業者の表示」という。）と認められるものであり、②表示内容全体から一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭になっているとは認められず、一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難であると認められる表示に

			該当するものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_241113_01.pdf
R6.10.10 【措置命令】	東京都	株式会社 ヴィワン アークス	株式会社ヴィワンアークスは、「MIHORE（ミホレ）」と証する医薬部外品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、アフィリエイトサイトにおいて、 (1) 例えば、「医学的に効果立証済みなので、効果が出るのは当たり前」との記載と共に、「初日」、「3日後」、「10日後」と徐々に毛髪が濃くなっていく頭頂部の画像、「“根本ケアができる”からこそ、ミホレに乗り換える人が続出しているんですね」、「＼白髪ケアもぱっちり／」等と表示するなど、あたかも、本件商品を使用することで、本件商品に含まれる成分の作用により、短期間で、外見上視認できるまでに、薄毛の状態が改善されるほどの発毛効果又は白髪の状態が改善し、黒髪が生える効果を得られるかのように示す表示をしていた。 (2) 例えば、「今話題の塗る女性ホルモン」、「国が認めるその実力はいかに！？」と題して、「使用前」と付して毛髪が薄い頭頂部の画像、「使用後」と付して毛髪が濃い頭頂部の画像を並べて掲載すると共に「1ヶ月でこの変化！！」等と表示するなど、あたかも、本件商品を使用することで、本件商品に含まれる成分の作用により、短期間で、外見上視認できるまでに、薄毛の状態が改善されるほどの発毛効果を得られるかのように示す表示をしていた。 東京都知事が、景品表示法の規定に基づき、同社に対し、期間を定めて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たが、表示の裏付けとなる合理的な根拠とは認められないものであった。 https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/torihiki/hyoji/keihyo/documents/20241010sochimeirei.pdf