

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(令和8年8月31日現在)

(単位:件)(※3)

年度		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和1 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)	令和4 (2022)	令和5 (2023)	令和6 (2024)	令和7 (2025)	令和8 (2026)	合計	年度	
国	措置命令	13	27	50	46	40	33	41	41	44	26	13	6	380	措置命令	国
	確約計画 の認定 (※1)										1	8	0	9	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	10	0	133	課徴金 納付命令 (※2)	
都道府県等		3	1	8	9	15	8	4	6	3	4	3	0	64	都道府県等	
北海道				1										1	北海道	
青森														0	青森	
岩手														0	岩手	
宮城														0	宮城	
秋田														0	秋田	
山形														0	山形	
福島														0	福島	
茨城						1								1	茨城	
栃木				1										1	栃木	
群馬														0	群馬	
埼玉		1				4	4	1	1	1	1			13	埼玉	
千葉														0	千葉	
東京				1	2	2	2	2	2	2	2	2		17	東京	
神奈川														0	神奈川	
新潟														0	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										1	長野	
岐阜		1					1							2	岐阜	
静岡			1	2	1			1	1					6	静岡	
愛知														0	愛知	
三重												1		1	三重	
滋賀														0	滋賀	
京都											1			1	京都	
大阪					6	6	1		1					14	大阪	
兵庫				1						1				2	兵庫	
奈良														0	奈良	
和歌山														0	和歌山	
鳥取														0	鳥取	
島根														0	島根	
岡山						1								1	岡山	
広島		1												1	広島	
山口														0	山口	
徳島														0	徳島	
香川														0	香川	
愛媛														0	愛媛	
高知														0	高知	
福岡				1										1	福岡	
佐賀														0	佐賀	
長崎														0	長崎	
熊本														0	熊本	
大分														0	大分	
宮崎														0	宮崎	
鹿児島						1								1	鹿児島	
沖縄														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 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、令和5年度の国の措置命令1件は令和8年6月25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7年9月1日～令和8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
R8.8.6 【措置命令】	消費者庁	Snow Corporation	SNOW Japan株式会社（以下「SNOW Japan」という。）と共同して供給する「SNOW」と称するアプリケーションの利用サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、SNOW Japanに対して、本件役務に係る、日本国内の表示内容の決定を委ねているところ、SNOW Japanが、第三者に対し、対価の提供を条件に、本件役務に関し、「X」と称するSNSに、SNOW Japanが指示する方針に沿った投稿をすることを依頼したことによって、当該第三者が投稿していた。 当該投稿による表示は、Snow Corporationが表示内容の決定に関与していることから、同社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。）であると認められるものであり、SNOW Japanが当該第三者に対して依頼した投稿であることを明らかにしておらず、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ないことから、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_cms207_260806_02.pdf
R8.8.6 【措置命令】	消費者庁	SNOW Japan 株式会社	SNOW Japan株式会社は、Snow Corporationと共同して供給する「SNOW」と称するアプリケーションの利用サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、同社が、第三者に対し、対価の提供を条件に、本件役務に関し、「X」と称するSNSに、同社が指示する方針に沿った投稿をすることを依頼したことによって、当該第三者が投稿していた。

			当該投稿による表示は、同社が表示内容の決定に関与していることから、同社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。）であると認められるものであり、同社が当該第三者に対して依頼した投稿であることを明らかにしておらず、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ないことから、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_cms207_260806_02.pdf
R8. 6. 29 【措置命令】	消費者庁	高光製薬株式会社	高光製薬株式会社は、「ノビルン」と称する食品（以下「本件商品①」という。）及び「ノビルンC」と称する食品（以下本件商品①と併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、同社が本件2商品の販売促進活動のために募集を行い、当該募集に応じた第三者に対し、本件2商品が無償提供した上、本件2商品に関してSNS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ついて、画像部分を抜粋して、例えば、本件商品①について、令和7年4月27日から同年10月25日までの間、「ノビルン【公式】一成長期においしく栄養バランスー」と称する自社ウェブサイトにおいて、「SNSでも大人気!」、本件商品①を顔の右側に掲げる人物の画像等を表示していた。 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2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_cms210_260629_01.pdf
R8. 6. 11 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ゲオストア	株式会社ゲオストアは、スマートフォン及びタブレットの買取サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、「X」と称するSNS内の「ゲオ【GEO】@GEO_official」と称するアカウントの投稿において、令和7年5月12日から同年6月8日までの間、「スマホ・タブレット買取金額 10%UP キャンペーン実施

			中!」、「2025年6/8日」まで スマホ・タブレット買取金額UP!」キャンペーン中 高価買取! 即現金お渡し!」及び「スマホ/タブレット 10%UP!」と表示するなど、あたかも、期限内に本件役務の申込みを行った場合に限り、期限後よりも有利である買取価格の割増率で本件役務の提供を受けることができるかのように表示していた。 実際には、期限後に本件役務の申込みを行った場合においても、期限内と同じ又はそれよりも有利な買取価格の割増率で本件役務の提供を受けることができるものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_260611_01.pdf
R8. 4. 28 【措置命令】	消費者庁	株式会社 b o x X X X	株式会社b o x X X Xは、「NOMORE」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) 例えば、令和7年3月8日から同月13日までの間、「ズボンの 尿シミ 不快感 ニオイゼロ 0へ! スマートな 尿漏れ対策。」との記載のある自社ウェブサイトにおいて、「ズボンの 尿シミ 不快感 ニオイゼロ 0へ! スマートな 尿漏れ対策。」「業界トップクラス 吸収量 200※1cc」等と表示するなど、あたかも、本件商品を着用して失禁した場合に、200ccまでの尿であれば本件商品の外側に尿が漏れ出さない効果が得られるかのように示す表示をしていた。 (2) 例えば、令和7年4月18日から同年5月9日までの間、「ズボンの 尿シミ 不快感 ニオイゼロ 0へ! スマートな 尿漏れ対策。」との記載のある自社ウェブサイトにおいて、「ズボンの 尿シミ 不快感 ニオイゼロ 0へ! スマートな 尿漏れ対策。」「業界トップクラス 吸収量 100※1cc」等と表示するなど、あたかも、本件商品を着用して失禁した場合に、100ccまでの尿であれば本件商品の外側に尿が漏れ出さない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。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_260428_01.pdf

R8. 4. 27 【措置命令】	消費者庁	株式会社 B e i i i i i	株式会社B e i i i i iは、「NOMORE」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、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「B e i n f i n i t y」と称する自社ウェブサイトにおいて、 (1) 令和7年3月26日から同年4月21日までの間、例えば、「購入者の9割以上が 吸収力 消臭力 清潔感 効果を実感!」、「シミや臭いの不安が なくなった!」、「こだわり 1 四層構造+吸収量200ccで 多い日も安心して 過ごせる」等と表示するなど、あたかも、本件商品を着用して失禁した場合に、200ccまでの尿であれば本件商品の外側に尿が漏れ出さない効果が得られるかのように示す表示をしていた。 (2) 例えば、令和7年4月22日から同年5月2日までの間、「購入者の9割以上が 吸収力 消臭力 清潔感 効果を実感!」、「シミや臭いの不安がなくなった!」、「こだわり 1 四層構造+吸収量100※ccで 多い日も安心して 過ごせる」等と表示するなど、あたかも、本件商品を着用して失禁した場合に、100ccまでの尿であれば本件商品の外側に尿が漏れ出さない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、当該期間内に当該資料を提出しなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms204_260428_01.pdf
R8. 3. 27 【措置命令】	東京都	株式会社 フレイスラボ	株式会社フレイスラボは、同社が販売する「フレイスラボホワイトVCセラム」と称する美白美容液（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「I n s t a g r a m」と称するSNS上の広告から遷移したウェブサイト等において、 (1) 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、誰でも、短期間で容易に皮膚に生じたシミが消え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、同社は当該期間に資料を提出しなかった。 (2) あたかも、本件商品がビタミンC含有美白美容液ランキングにおいて、「使い続けたいN

			○. １ビタミンＣ含有美白美容液」等の項目で、それぞれ、第１位を取得したかのように示す表示をしていが、実際には、本件商品がビタミンＣ含有美白美容液ランキングにおいて、それぞれ、第１位を取得したという事実はなかった。 (3) あたかも、表示されていた当日に限り、ウェブサイト記載のアンケートに回答した先着者のみが、キャンペーン価格が適用された定期購入契約に申し込むことができ、本件商品を初回２，９８０円で購入できるかのように表示していたが、実際には、キャンペーンを行った事実はなく、当該アンケートに回答せずとも、自社販売ウェブサイト等から当該契約を申し込めば、本件商品を常に初回２，９８０円で購入できるものであった。 (4) 仲介事業者を経由し、複数のインフルエンサーに対し、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、当該インフルエンサー達が投稿した表示について、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/sochimeirei.html
R8. 3. 25 【措置命令】	消費者庁	株式会社 スリムビューティ ハウス	株式会社スリムビューティハウスは、同社が運営する「スリムビューティハウス」と称する店舗のうち、一部の店舗（以下「本件店舗」という。）において供給する６種類の施術サービス（以下「本件６役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、「HOT PEPPER Beauty」と称するウェブサイトに掲載された本件店舗のページ内の「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、例えば、「大宮総本店」と称する店舗において、「骨盤＆代謝巡りダイエットSpecial体験」と称する施術について、令和６年１２月１日から同月２３日までの間、「今だけ７０％OFF☆人気No. １全身痩せ☆骨盤ダイエット巡りケア９０分¥５０００→¥１５００」、「¥１，５００」及び「有効期限：２０２４年１２月

			２５日まで」と表示するなど、あたかも、クーポン記載の期限内に当該クーポンを利用して申し込んだ場合に限り、割引が適用された価格で本件６役務の提供を受けることができるかのように表示していた。 実際には、当該クーポン記載の期限後に申し込んだ場合であっても、期限内と同額の割引が適用された価格で本件６役務の提供を受けることができるものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms203_260326_01.pdf
R8.3.25 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ミス・パリ・ ジェイピーエヌ	株式会社ミス・パリ・ジェイピーエヌは、同社が運営する「エステティック ミス・パリ」と称する店舗のうち、一部の店舗（以下「本件店舗」という。）において供給する３種類の施術サービス（以下「本件３役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、「HOT PEPPER Beauty」と称するウェブサイトに掲載された本件店舗のページ内の「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、例えば、「スリム革命ダイエット」と称する施術について、令和６年１２月１日から同月１８日までの間、「【足スリム】下半身激変！ハンド＆特許マシンで徹底シェイプ☆／２４２００→／５５００」、「¥５,５００」及び「有効期限：２０２４年１２月末日まで」と表示するなど、あたかも、クーポン記載の期限内に当該クーポンを利用して申し込んだ場合に限り、割引が適用された価格で本件３役務の提供を受けることができるかのように表示していた。 実際には、当該クーポン記載の期限後に申し込んだ場合であっても、期限内と同額の割引が適用された価格で本件３役務の提供を受けることができるものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms203_260326_01.pdf
R8.3.25 【措置命令】	消費者庁	株式会社 シェイプアップ ハウス	株式会社シェイプアップハウスは、同社が運営する「エステティック ミス・パリ」と称する店舗のうち、一部の店舗（以下「本件店舗」という。）において供給する３種類の施術サービス（以下「本件３役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、「HOT PEPPER Beauty」と称するウェブサイトに掲載された本件店舗のページ内の「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、例えば、「スリム革命ダイエット」と称する施術について、令和６年１２月１日から同月１８日までの間、「【足スリム】下半身激変！ハンド＆

			特許マシンで徹底シェイプ☆／24200→／5500」、「¥5,500」及び「有効期限：2024年12月末日まで」と表示するなど、あたかも、クーポン記載の期限内に当該クーポンを利用して申し込んだ場合に限り、割引が適用された価格で本件3役務の提供を受けることができるかのように表示していた。 実際には、当該クーポン記載の期限後に申し込んだ場合であっても、期限内と同額の割引が適用された価格で本件3役務の提供を受けることができるものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms203_260326_01.pdf
R8.3.23 【措置命令】	東京都	プルチャーム株式会社	プルチャーム株式会社は、同社が販売する「イクモアナノグロウリッチ」と称する育毛剤（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「Instagram」と称するSNS上の広告から遷移した、「＼国が育毛効果を認可／」という文言から始まるウェブサイト（以下「ウェブサイト①」という。）及び「アンケート回答で85%OFF」という文言から始まるウェブサイト（以下「ウェブサイト②」という。）において、 (1) ウェブサイト①及びウェブサイト②において、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、誰でも容易に、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行っていた。 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が、提出された資料は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。 (2) ウェブサイト①において、あたかも、本件商品が、現在においてノーベル賞を受賞する程の画期的な効果を有しているかのように示す表示を行っていたが、実際には、本件商品が、現在においてノーベル賞を受賞する程の画期的な効果を有しているという事実はなかった。 (3) ウェブサイト②において、あたかも、本件商品を使用した人物達が、容易に、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たかのように示す表示を行っていたが、実際には、本件商品を使用した効果を示すものではなかった。

			(4) ウェブサイト②において、あたかも、SNS上のアカウントを有する人物が、本件商品を使用した体験談及び自身の使用前後の画像について、SNS上に投稿したかのように示す表示を行っていたが、実際には、同社から委託を受けた広告制作・運用会社が作成したものであり、実在する人物による投稿ではなかった。 (5) 自社販売ウェブサイトにおいて、あたかも、早期に注文しなければ在庫が無くなる可能性があるかのように示す表示を行っていたが、実際には、本件商品の在庫は当該期間及び当該時点において相当数存在しており、在庫が無くなった又は早期に在庫が無くなる可能性が高いという事実ではなかった。 (6)ア ウェブサイト②の表示内容について、広告代理店及び広告制作・運用会社にその決定を委ねていたことから、当該ウェブサイトの表示が同社の表示であると認められるにもかかわらず、当該ウェブサイトの表示が同社の表示であることを全く記載していなかった。 イ 自社販売ウェブサイトにおいて、毛髪診断士の意見を表示していたが、当該人物は毛髪診断士資格を取得した自社の従業員であるにもかかわらず、そのことを明らかにしていなかった。 ウ ア及びイの表示は、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/sochimeirei.html
R8. 3. 17 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 安心頼ホーム	株式会社安心頼ホームは、蓄電池を含む太陽光発電システム機器、「エコキュート」と称する給湯器及び電気温水器（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し、それらの導入に係る施工（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和5年4月7日、同月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２２日及び同月２９日に、例えば、自社ウェブサイトのトップページにおいて、「蓄電池 太陽光発電 エコキュート 電気温水器 九州エリア 口コミ満足度 No. １」、「信頼の３冠獲得 第１位」、「No. １ 日本トレンドリサーチ 九州エリアの蓄電池 販売施工会社 口コミ満足度」、「No. １ 日本トレンドリサーチ 九州エリアの太陽光発電 販売施工会社 口コミ満足度」及び「No. １ 日本トレンドリサーチ 九州エリアのエコキュート・電気温水器 販売施工会社 口コミ満足度」等と表示するなど、あたかも、九州地区内において、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「九州エリアの蓄電池 販売施工会社 口コミ満足度」、「九州エリアの太陽光発電 販売施工会社 口コミ満足度」及び「九州エリアのエコキュート・電気温水器 販売施工会社 口コミ満足度」の３項目（以下「本件３項目」という。）につき、実際に利用したことがあ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、本件３項目について、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を確認することなく、同社及び特定９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９の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイト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、前記の表示は、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：８２６万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_260317_01.pdf
R8. 3. 17 【課徴金納付】	消費者庁	株式会社 ＳＣエージェント	株式会社ＳＣエージェントは、蓄電池（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。）を一般消費者に提供するに当たり、令和５年

命令】			3月10日、同月16日及び同月23日に、自社ウェブサイトにおいて、 (1)ア 「ロコミ人気 No. 1 蓄電池販売会社」、「アフターフォロー満足度 No. 1 蓄電池販売会社」、「コストパフォーマンス満足度 No. 1 蓄電池販売会社」及び「工事品質満足度 No. 1 蓄電池販売会社」と表示することにより、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。）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「ロコミ人気」、「アフターフォロー満足度」、「コストパフォーマンス満足度」及び「工事品質満足度」の4項目（以下「本件4項目」という。）につき、実際に利用したことがあ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4項目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 「圧倒的受注数がお客様からの支持の証 『施工実績10,000件の信頼』」及び「施工実績10,000件！！ たくさんの蓄電池を販売・工事をしております」と表示することにより、あたかも、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数が1万件であるかのように示す表示をしていた。 (2)ア 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件4項目について、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を確認することなく、同社及び特定9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9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイト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(1)アの表示は、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。 イ 実際には、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数は、1万件を大きく下回るものであった。
-----	--	--	--

			課徴金額：４６９万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_260317_01.pdf
R8. 3. 17 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 エスイーライフ	株式会社エスイーライフは、家庭用蓄電池（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。）を一般消費者に提供するに当たり、 (1)ア 例えば、令和５年３月１０日、同月１６日、同月２３日、同年４月１０日、同月１７日、同月２４日及び同年５月８日に、自社ウェブサイトにおいて、「エコでんちはおかげ様で家庭用蓄電池販売店 ３冠 達成!」、「家庭用蓄電池購入後の保証・アフターサポート満足度 第１位」、「ネットで安心して蓄電池の購入ができるショップ 第１位」及び「家庭用蓄電池購入口コミ評判 第１位」等と表示することにより、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。）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「保証・アフターサポート満足度」、「ネットで安心して蓄電池の購入ができるショップ」及び「口コミ評判」の３項目（以下「本件３項目」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 令和５年３月１０日、同月１６日、同月２３日、同年４月１０日、同月１７日、同月２４日及び同年５月８日に、例えば、自社ウェブサイトの「エコでんちの強み」と称するウェブページにおいて、「施工実績 １２，０００件突破」等と表示することにより、あたかも、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数（太陽光発電に係る契約件数を含む。以下同じ。）が１万２０００件以上であるかのように示す表示をしていた。 (2)ア 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9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9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイト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(1)アの表示は、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。 イ 実際には、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数は1800件程度であって、1万2000件を大きく下回るものであった。 課徴金額：2069万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_260317_01.pdf
R8.3.17 【課徴金納付 命令】	消費者庁	フロンティア ジャパン 株式会社	フロンティアジャパン株式会社は、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。）を一般消費者に提供するに当たり、 (1)ア 例えば、令和5年4月18日、同月26日、同年5月1日、同月8日、同月15日及び同月22日に、自社ウェブサイトのトップページにおいて、「北海道エリア太陽光発電業者 満足度3冠達成」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 北海道エリア 太陽光発電業者 アフターサポート満足度」及び「No. 1 日本トレンドリサーチ 北海道エリア 安心・信頼できる 太陽光発電業者」等と表示することにより、あたかも、北海道内において、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「北海道エリア 太陽光発電業者 アフターサポート満足度」及び「北海道エリア 安心・信頼できる 太陽光発電業者」の2項目（以下「本件2項目」という。）につき、実際に利用したことがあ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2項目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、令和5年4月18日、同月26日、同年5月1日、同月8日、同月15日及び同月22日に、自社ウェブサイトのトップページにおいて、「北海道エリア太陽光発電業者 満足度3冠達成」及び「No. 1 日本トレンドリサーチ 北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」等と表示することにより、あたかも、北海道において、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「北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」の項目につき、実際に見積りを徴したことがある者を対象に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「北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」の項目の順位が第1位であるかのように示す表示をしていた。 (2)ア 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件2項目について、回答者に対し、北海道内において、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を確認することなく、同社及び特定9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9の事業者をいう。以下同じ。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイト（以下「各販売サイト」という。）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(1)アの表示は、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。 イ 実際には、同社が委託した事業者による調査は、「北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」の項目について、回答者に対し、北海道内において、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見積りを徴したことがある者かを確認することなく、同社及び特定9事業者のみを任意に選択して対比し、各販売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(1)イの表示は、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：１１１９万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_260317_01.pdf
R8.3.12 【課徴金納付命令】	消費者庁	エクスコムグローバル株式会社	エクスコムグローバル株式会社は、同社が供給する「イモトのWi-Fi」と称するモバイルルーターのレンタルサービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和２年２月１２日から令和６年４月２５日までの間、「地球の歩き方インドネシア２０２０～２０２１年版」と称する旅行ガイドブックに掲載の広告において、「お客様満足度 No. １※ 海外Wi-Fiレンタル」、「海外旅行者が選ぶ No. １※ 海外Wi-Fiレンタル」及び「顧客対応満足度 No. １※ 海外Wi-Fiレンタル」と表示することにより、あたかも、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。）について、実際に利用したことがある者に対して「お客様満足度」、「海外旅行者が選ぶ」及び「顧客対応満足度」の３項目（以下「本件３項目」という。）をそれぞれ調査した結果において、同社が提供する本件役務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、本件３項目について、回答者に対し、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を確認することなく、本件役務と同種役務を提供する特定の９事業者の各役務（以下「特定の９役務」という。）のみを任意に選択して対比し、同社及び特定の９役務を提供する事業者のウェブサイト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、本件表示は、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：１億７２６２万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms207_260312_01.pdf
R8.3.3 【確約計画の認定】	消費者庁	株式会社ソシエ・ワールド	１ 株式会社ソシエ・ワールドは、自社が運営する「エステティックサロン ソシエ」と称する店舗で供給する施術サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和３年９月２３日から令和７年５月２８日までの間、「HOT PEPPER B

			e a u t y」と称するウェブサイト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、例えば、「ボディ人気No. 1!!【身体スッキリ】むくみ改善全身オールハンド55分¥31,185→」、「¥4,400」、「有効期限：2025年05月末日まで」等と表示することにより、あたかも、当該クーポン記載の期限内に当該クーポンを利用して申し込んだ場合に限り、割引が適用された価格で本件役務の提供を受けることができるかのように表示していたが、実際には、当該クーポン記載の期限後に申し込んだ場合であっても、期限内と同額又はそれ以上の金額の割引が適用された価格で本件役務の提供を受けることができる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の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記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、支払われた額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_260303_01.pdf
R8.2.17 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 くまのみ	株式会社くまのみは、同社が運営する「プレミアムボディバランス (Premium Body Balance)」と称する店舗において供給する「美骨盤矯正+選べる最新痩身5種ダイエット」と称する役務(以下「本件役務」という。)を一般消費者に提供するに当たり、令和

			4年6月2日から令和5年1月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「ー7.3kgの体験! ※効果には個人差があります 埼玉No.1整骨院プロデュース 美骨盤矯正+選べる最新痩身5種ダイエット」、「Premium Body Balance式部分集中痩せダイエットプログラムは、全ての脂肪・セルライトに絶大な効果があります」等と表示することにより、あたかも、本件役務の提供を受けるだけで、本件役務の効果により、脚部又は腹部の脂肪が落ち、脚部又は腹部の著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が、同社に対し、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、当該期間内に当該資料を提出しなかった。 課徴金額：361万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_260217_01.pdf
R8. 2. 6 【措置命令】	三重県	サコウ食品株式会社	サコウ食品株式会社は、 (1) 同社が運営する店舗において、イセエビを一般消費者に販売するに当たり、例えば、「伊勢海老」等と表示することにより、あたかも、地場産のイセエビかのように示す表示をしていたが、実際には、外国産のロブスターであった。 (2) 同社が運営する食堂において、イセエビを使用した料理を一般消費者に提供するに当たり、例えば、メニューにおいて料理の名称に「伊勢海老」等と表示することにより、あたかも、地場産のイセエビ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、外国産のロブスターを使用していた。 (3) 同社が運営する食堂において、アワビを使用した料理を一般消費者に提供するに当たり、「鳥羽の鮑」等と記載したポスターを掲示することにより、あたかも、地場産のアワビ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、韓国産のアワビを使用していた。 https://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/m0011700426.htm
R7. 12. 23	消費者庁	株式会社	1 株式会社千葉ロッテマリーンズは、「千葉ロッテマリーンズ公式ファンクラブ TEAM2

【確約計画の 認定】		千葉ロッテ マリーンズ	6」と称する有料会員制ファンクラブ（以下「本件ファンクラブ」という。）の令和7年度会員向けサービスを一般消費者に提供するに当たり、令和7年1月17日付けで郵送したダイレクトメール（以下「本件ダイレクトメール」という。）において、例えば、「有料会員への入会で折りたたみシートクッションまたはマルチパスケース※いずれか1点の特典をお渡しします」、選手のサイン入りのボールの画像と共に、「さらに選手の直筆サイン入りボールをランダムでお渡しします」、「※選手はお選びいただけません」、「受け取り方法 本ハガキを球場外周 TEAM26 ブースで提示」等と表示することにより、あたかも、本件ファンクラブに入会し、球場外周に設置されたファンクラブブース（以下「ファンクラブブース」という。）において本件ダイレクトメールを提示すれば、いずれかの選手の直筆サイン入りのボール（以下「直筆サインボール」という。）が必ず提供されるかのように表示していたが、実際には、直筆サインボールが提供されるのは、本件ファンクラブに入会し、ファンクラブブースにおいて本件ダイレクトメールを提示した者の一部に限られる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の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記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) 本件ダイレクトメールを受領し、本件ファンクラブに入会した一般消費者に対し、支払われた年会費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_cms207_251223_01.pdf
R7.12.18 【措置命令】	消費者庁	SB C&S 株式会社	SB C&S株式会社は、「INVOL ULTRA コーティング for スマートフォン」と称するスマートフォン向けのコーティング剤（以下「本件商品①」という。）及び「INVOL ULTRA コーティング for タブレット」と称するタブレット端末向けのコーティング剤（以下「本件商品②」といい、本件商品①と併せて「本件2商品①」という。）並びに「INVOL Extra Fine コーティング for スマートフォン」と称するスマートフォン向けのコーティング剤（以下「本件商品③」という。）及び「INVOL Extra Fine コーティング for タブレット」と称するタブレット端末向けのコーティング剤（以下「本件商品④」といい、本件商品③と併せて「本件2商品②」という。）を一般消費者に販売するに当たり、 (1) 例えば、本件商品①について、令和6年9月20日から同年10月23日までの間、本件商品①の商品パッケージにおいて、「強固なガラス被膜でキズから対象製品を保護」、「防キズ」、「抗ウイルス・抗菌」等と表示するなど、あたかも、本件2商品①をスマートフォン又はタブレット端末の画面等に塗布することで、傷の発生を防止する効果、細菌の増殖を抑制する効果及び特定のウイルスの数を減少させる効果が得られるかのように示す表示をしていた。 (2) 例えば、本件商品③について、令和6年10月25日から令和7年8月21日までの間、本件商品③の商品パッケージにおいて、「強固なガラス被膜でキズから対象製品を保護」、「防キズ」等と表示するなど、あたかも、本件2商品②をスマートフォン又はタブレット端末の画面等に塗布することで、傷の発生を防止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、それぞれ期間を定めて、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、当該資料はいずれも、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_cms210_251218_01.pdf
R7.12.16 【確約計画の 認定】	消費者庁	SOELU 株式会社	1 SOELU株式会社は、自社が運営する店舗において又は自社とフランチャイズ契約を締結する事業者が経営する店舗を通じて供給するフィットネスクラブの利用等のサービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和6年3月14日から令和7年7月31日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「ヨガ・マシンピラティス・よもぎ蒸しなど 全部受け放題」、「月々1,980円〜で ここまでできる!」等と表示することにより、あたかも、キャンペーン適用時は月々1,980円（税抜）でヨガのレッスンの受講、マシンピラティスのレッスンの受講、よもぎ蒸しの利用等のサービス（以下「本件各サービス」という。）が受けられるかのように表示していたが、実際には、本件各サービスの全てを受けられるものではなかった疑いがあった。 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の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記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本件役務に係る会員となった者に対し、支払われた額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。
R7.12.2 【課徴金納付 命令】	消費者庁	株式会社 エムアンドエム	(1)ア 株式会社エムアンドエムは、「アンリンクル」と称する医薬部外品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、令和4年9月8日に、「大人女性のホッネに向き合う女子SPA!」と称するウェブサイトを経由して表示されるウェブページにおいて、「30代から50代と幅広い年齢層が愛用してるのにも関わらず、共通して『目のシワが数秒でピーンと伸びた』『目以外のシワも気にならない』『即効性が凄い』とめちゃくちゃ高評価!!!!」との記載と共に、6名の人物（うち4名は本件商品の容器を所持する人物）の写真等を表示するなど、あたかも、本件商品を使用するだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、数秒間等の極めて短い時間で、目周辺や口周辺、首等について、いわゆる美容医療と同様のシワ改善効果を得られるかのように示す表示をしていた。 イ 同社は、本件商品を一般消費者に販売するに当たり、令和4年7月2日に、「＼自宅で永久シワ消し!?!／【医師が暴露】国が認めた〇〇なら顔面だるだる主婦（45）がピーンッ!?!製薬会社共同開発クリームが凄い」という見出しから始まるウェブページにおいて、例えば、「目元のたるみが消えた!?! “10秒で目元ピーン”の噂は本当だった!?!」及び「凄い!!全然違う!!」使用前 使用后」との記載と共に、目元を比較する2枚の写真等を表示するなど、あたかも、本件商品を使用するだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、目周辺をはじめとする顔面各部について、シワ解消効果又はたるみ改善効果を得られるかのように示す表示をしていた。 (2) 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、当該期間内に当該資料を提出しなかった。 課徴金額：588万円 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_251202_01.pdf
R7.11.28	消費者庁	株式会社	株式会社ツルハグループマーチャンダイジングは、日用品等の79商品（以下「本件79商

【措置命令】		ツルハグループ マーチャン ダイジング	品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、「ツルハグループ e-shop 本店」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト」という。）において、例えば、【特売セール】 花王 ビオレ u 泡ハンドソープ つめかえ用 (770mL) 詰め替え用 4回分 薬用 泡タイプ 【医薬部外品】と称する商品について、遅くとも令和7年2月26日から同年6月7日までの間、「特別価格：498円(税込) 通常価格：612円(税込)」と表示するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、自社ウェブサイトにおいて、本件79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、自社ウェブサイトにおいて、本件79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_cms204_251128_01.pdf
R7.11.5 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ダイユーエイト	株式会社ダイユーエイトは、日用品等の113商品（以下「本件113商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「Qoo10」と称するウェブサイト開設した「ダイユーエイト.COM」と称する本件ウェブサイトにおいて、例えば、「CBジャパン やわらかコルクマット 8枚組 防音 衝撃吸収 床面保護 子供 ペット ジョイントマット」と称する商品について、令和7年4月1日から同年5月7日までの間、原産国（地）に係る表示として「国内」と表示するなどにより、日本が原産国であるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件113商品の「実際の原産国（地）」は、日本ではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_251105_01.pdf
R7.11.5 【措置命令】	消費者庁	株式会社 アイリスプラザ	株式会社アイリスプラザは、日用品等の101商品（以下「本件101商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「Qoo10」と称するウェブサイト開設した「アイリスオーヤマ公式通販サイト アイリスプラザ Qoo10店」と称する本件ウェブサイトにおいて、例えば、「ペットキャリー 2WAYアウトドアペットキャリー ブラック PC-S004 L BK メガ割」と称する商品について、令和7年2月27日から同年5月2日までの間、原産国（地）に係る表示として「国内」と表示するなどにより、日本が原産国であるかのよう

			に示す表示をしていた。 実際には、本件１０１商品の「実際の原産国（地）」は、日本ではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_251105_01.pdf
R7. 10. 17 【措置命令】	消費者庁	株式会社 NOVA ランゲージ カンパニー	株式会社NOVAランゲージカンパニーは、同社が株式会社NOVA東日本、株式会社NOVA西日本及び株式会社NOVAと共同して運営する「NOVA」と称する英会話教室（以下「英会話教室NOVA」という。）において供給する英会話に係る役務（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、 (1) 例えば、「おためし留学」と称するコースについて、令和６年９月１日から同月３０日までの間、「入会金 一般 20,000円(税込22,000円) ▶ 0円」と表示するなど、あたかも、「税込22,000円」と称する価額は、対象コースを受講するために英会話教室NOVAへ入会する者が通常支払うべき費用であり、実際に支払うべき費用が当該通常支払うべき費用に比して安いかのように表示していた。 (2) 例えば、「NOVAバイリンガルKIDS」と称するコースについて、令和６年９月１日から同月３０日までの間、「入会金 KIDS 10,000円(税込11,000円) ▶ 0円」と表示するなど、あたかも、「税込11,000円」と称する価額（以下「税込22,000円」と称する価額と併せて「本件通常入会金」という。）は、NOVAバイリンガルKIDSを受講するために英会話教室NOVAへ入会する者が通常支払うべき費用であり、実際に支払うべき費用が当該通常支払うべき費用に比して安いかのように表示していた。 実際には、本件通常入会金は、本件役務を受講するために英会話教室NOVAへ入会する者に対し、最近相当期間にわたって支払わせた実績のないものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms203_251017_01.pdf
R7. 10. 15 【措置命令】	消費者庁	株式会社 テレビ新広島	テレビ新広島は、「ひろしまゲートパークプラザ」と称するイベント会場で実施した「ひろしまラーメンスタジアム2024」と称するラーメン等を提供するイベント（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６年１１月１０日に配布された日刊

			新聞紙に折り込んだチラシにおいて、「麺部屋 綱取物語 横綱チャーシューと炙り角煮の濃厚札幌味噌」、「北海道【札幌】 味噌 広島初」等と表示するなど、あたかも、本件役務において出店していた一部の店舗が広島県内に初出店であるかのように示す表示をしていた。 実際には、当該店舗は、過去に広島県内で開催された本件役務と同種又は類似のイベントに出店した経歴があり、広島県内に初出店ではなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_251015_11.pdf
R7.10.10 【措置命令】	消費者庁	LH 株式会社	LH株式会社は、「出張カキ小屋 牡蠣奉行」と称するイベントを通じて供給する「宮城県産カキ盛り（約1kg） ※焼きガキ用」と称する料理（以下「本件料理」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和7年2月22日から同年5月13日までの間、「出張カキ小屋 牡蠣奉行」と称するウェブサイトの「出張カキ小屋『牡蠣奉行』 in メガセンター トライアル石下店 2025年3月7日～30日開催」と称するページに掲載したチラシにおいて、「旬の東北のカキを特別価格でご提供!!」、「復興支援価格!!」及び「宮城県産 カキ盛り（約1kg） ※焼きガキ用 通常価格1,320円（税込）→880円（税込）」と表示するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、「出張カキ小屋 牡蠣奉行」と称するイベントにおいて本件料理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。 実際には、遅くとも令和6年9月13日以降に開催した「出張カキ小屋 牡蠣奉行」と称するイベントにおいては、本件料理を880円又は660円で提供しており、「通常価格」と称する価額で提供した実績はなかった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms205_251010_01.pdf
R7.9.26 【確約計画の認定】	消費者庁	ビッグロブ 株式会社	1(1) ビッグロブ株式会社は、「BIGLOBE光 auひかり」と称する光回線を用いたインターネット接続サービス（以下「本件役務①」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和3年9月1日から令和6年9月30日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例

			例えば、「公式として過去最高額*¹」、「特典総額最大 戸建て 126,000円*²」、「特典総額最大 マンション 114,000円*³」、「さらに設置工事費 実質0円*⁴」、「対象期間：2024年8月1日～2024年9月30日 ※継続実施の場合あり」等と表示することにより、あたかも、表示されている期間内に本件役務①の提供を申し込んだ場合に限り、当該ウェブサイトに表示されているキャンペーンの各種特典の適用を受けることができるかのように表示していたが、実際には、表示していた期間後に本件役務①の提供を申し込んだ場合であっても、同種又は類似のキャンペーンの各種特典の適用を受けることができるものであった疑いがあった。 (2) 同社は、「ビッグロブ光」と称する光回線を用いたインターネット接続サービス（以下「本件役務②」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和3年10月1日から令和6年9月30日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「開催中のキャンペーン情報」、「ビッグロブ光 新規&乗り換え特典」、「期間 2024年8月1日～2024年9月30日 ※継続実施する場合あり」等と表示することにより、あたかも、表示されている期間内に本件役務②の提供を申し込んだ場合に限り、当該ウェブサイトに表示されているキャンペーンの各種特典の適用を受けることができるかのように表示していたが、実際には、表示していた期間後に本件役務②の提供を申し込んだ場合であっても、同種又は類似のキャンペーンの各種特典の適用を受けることができる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の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記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各期間に、自社ウェブサイトから又は自社ウェブサイトに表示された電話番号から本件役務①又は本件役務②の提供を申し込んだ一般消費者に対し、支払われた額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_250926_01.pdf
R7. 9. 22 【措置命令】	消費者庁	株式会社 創建	株式会社創建は、住宅の外壁塗装（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 6 年 4 月 1 8 日から同月 1 9 日までの間、自社ウェブサイトのトップページにおいて、「好評につき期間延長！ 4 / 1 ~ 4 / 3 0 まで 外壁塗装の値段だけで 窓の断熱リフォーム 窓リフォーム代追加費用実質 0 円！」等と表示するなど、あたかも、期限内に本件役務の申込みを行った場合に限り、期限後よりも有利である箇所数の内窓の設置が無料で提供されるかのように表示していた。 実際には、期限後に本件役務の申込みを行った場合においても、期限内に本件役務の申込みを行った場合と同じ又はそれ以上の箇所数の内窓の設置が無料で提供されるものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_250922_01.pdf
R7. 9. 19 【確約計画の 認定】	消費者庁	株式会社 イングリウッド	1(1) 株式会社イングリウッドは、「ミツ星ファーム」と称する冷凍宅配食（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 3 年 6 月 1 6 日から令和 6 年 8 月 9 日までの間、自社ウェブサイト等において、例えば、「ご好評につき 3 冠達成！」、「プロの料理人がオススメする宅食ランキング No. 1」、「宅食サービス総合支持率ランキング No. 1」、「ダイエット中の女性が選ぶ食事サービス No. 1」、「たくさんの方に選ばれています」等と表示することにより、あたかも、本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類

			似の商品に関する「プロの料理人がオススメする宅食ランキング」、「宅食サービス総合支持率ランキング」及び「ダイエット中の女性が選ぶ食事サービス」の3項目（以下「本件3項目」という。）をそれぞれ調査した結果において、本件商品に係る本件3項目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が、実際には、当該表示は、それぞれ客観的な調査に基づいたものではなかった疑いがあった。 (2) 同社は、本件商品を一般消費者に販売するに当たり、第三者に対し、対価の提供を条件に、本件商品に関して「Instagram」と称するSNSへの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を、例えば、令和5年10月1日から令和6年8月19日までの間、自社ウェブサイトの「レンチン5分のご褒美ご飯 SNSでも話題に！」との表示箇所等において抜粋するなどして表示していた疑いがあった。 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の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記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) 令和3年6月16日から令和7年2月9日までの間に本件商品を購入した一般消費者に対し、購入金額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_250919_02.pdf
R7.9.19	消費者庁	株式会社	1 株式会社イングリウッドは、「あえて、」と称する冷凍宅配食（以下「本件商品」という。）

【確約計画の 認定】		イングリウッド	を味の素株式会社と共同して一般消費者に販売するに当たり、第三者に対し、本件商品の無償提供を条件に、本件商品に関して「Instagram」と称するSNSへの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を、例えば、令和6年5月10日から同年8月6日までの間、本件商品の販売サイトの「使ってみた方の感想 Instagramでの投稿レビュー」との表示箇所等において抜粋するなどして表示していた疑いがあった。 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(4)までの確約計画の認定の申請があった。 (1) 前記1の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記1の行為と同様の行為を行わない旨を取締役会等で決議すること。 (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)から(3)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_250919_01.pdf
R7.9.19 【確約計画の 認定】	消費者庁	味の素 株式会社	1 味の素株式会社は、「あえて、」と称する冷凍宅配食（以下「本件商品」という。）を株式会社イングリウッドと共同して一般消費者に販売するに当たり、第三者に対し、本件商品の無償提供を条件に、本件商品に関して「Instagram」と称するSNSへの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を、例えば、令和6年5月10日から同年8月6日までの間、本件商品の販売サイトの「使ってみた方の感想 Instagramでの投稿レビュー」との表示箇所等において抜粋するなどして表示していた疑いがあった。 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(4)までの確約計画の認定の申請があった。

			(1) 前記１の行為を既に行っていないことを確認する旨及び前記１の行為と同様の行為を行わない旨を取締役会等で決議すること。 (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)から(3)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_250919_01.pdf
R7.9.12 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ジャパネット たかた	株式会社ジャパネットたかたは、「【２０２５】特大和洋おせち２段重」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６年１０月８日から同年１１月２３日までの間、「ジャパネットたかた【公式】通販」と称する自社ウェブサイトにおいて、「【２０２５】特大和洋おせち２段重」、「ジャパネット通常価格２９，９８０円が」、「１万円値引き７／２２～１１／２３」、「値引き後価格１９，９８０円（税込）」及び「～大人気おせちが今ならお得！～早期予約キャンペーン」と表示することにより、あたかも、「ジャパネット通常価格」と称する価額（以下「ジャパネット通常価格」という。）は、本件商品について同年７月２２日から同年１１月２３日までのセール期間経過後に適用される将来の販売価格であり、「値引き後価格」と称する実際の販売価格が当該将来の販売価格に比して安いかのように表示していた。 実際には、本件商品について、当該セール期間後に当該将来の販売価格で販売するための合理的かつ確実に実施される販売計画はなかったものであり、ジャパネット通常価格は将来の販売価格として十分な根拠のあるものとは認められないものであった。 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_250912_01.pdf