

令和8年5月28日

令和7年度における景品表示法等の運用状況及び表示等の適正化への取組

消費者庁では、不当な表示及び過大な景品類の提供行為に対して、景品表示法の規定に基づいて厳正・迅速に対処するとともに、同法の普及・啓発に関する活動を行うなど、表示等の適正化に努めています。

この度、別添のとおり、令和7年4月1日から令和8年3月31日までの消費者庁における景品表示法の運用状況等を取りまとめましたので、公表します。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課

電話：03(3507)8800（代表）

ホームページ：<https://www.caa.go.jp/>

令和8年5月28日
消費者庁表示対策課

第1 景品表示法違反被疑事件の処理状況

1 国（消費者庁及び公正取引委員会地方事務所・支所等）

(1) 概況

消費者庁は、景品表示法違反被疑事件について調査を行い、違反する事実があると認められたときは、措置命令の名宛人となるべき者に対し、予定される措置命令の内容等を通知し、弁明書及び証拠書類等を提出する機会を付与し、弁明の内容等を踏まえて措置命令を行っている。

また、措置命令を行うに足る事実が認められなかった場合であっても、景品表示法に違反するおそれがあるときは、関係事業者に対し、是正措置を採るよう指導している。

さらに、消費者庁は、景品表示法第5条第1号又は第2号の規定に違反する事実があると認められたときは、所定の要件に従い、課徴金納付命令の名宛人となるべき者に対し、措置命令の場合と同様に弁明の機会を付与し、弁明の内容等を踏まえて課徴金納付命令を行っている。

このほか、確約手続に係る通知を受けた事業者から申請された確約計画を消費者庁が認定するという景品表示法に基づく行政処分がある。

令和7年度においては、13名の事業者に対して、13件の措置命令を行った。措置命令13件の内訳は、優良誤認3件、有利誤認8件、原産国告示2件である。

また、令和7年度においては、景品表示法違反被疑行為について、8名の事業者に対して、8件の確約計画の認定を行った。違反被疑行為の内訳は、優良誤認1件、有利誤認5件、ステルスマーケティング告示4件である^注。

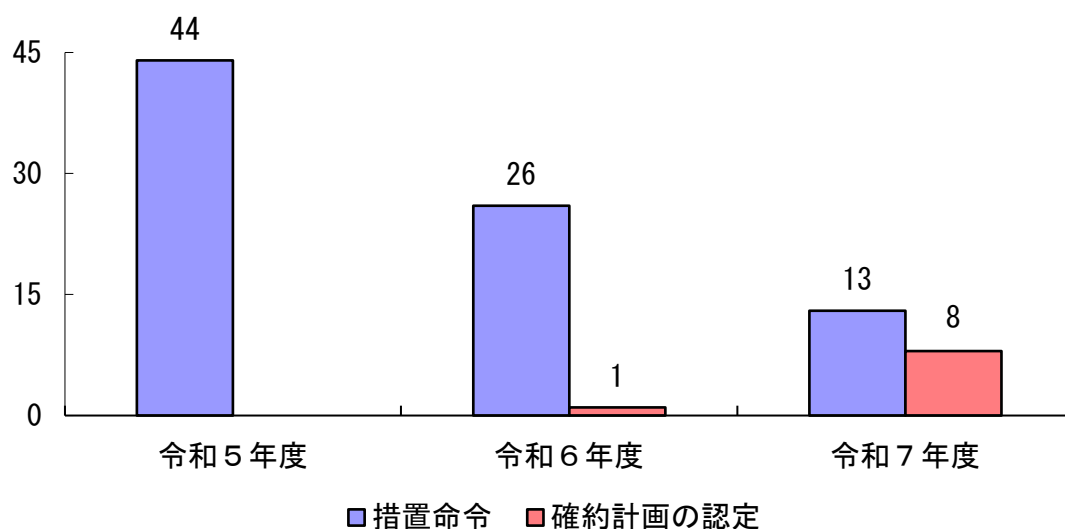
さらに、令和7年度においては、10名の事業者に対して、10件の課徴金納付命令を行い、3億3940万円の課徴金の納付を命じた。

このほか、388件の指導を行った。

令和7年度に処理したもののうち、公正取引委員会地方事務所・支所等が行った調査の結果を踏まえて消費者庁が措置命令を行ったものは5件（東北事務所、近畿中国四国事務所、近畿中国四国事務所中国支所、九州事務所）、指導を行ったものは22件である。

（注）関係法条が2以上にわたる事件があるため、認定件数と一致しない。

消費者庁による措置命令・確約計画の認定件数の推移



(注) 確約手続は、令和6年10月1日施行の改正景品表示法により新設。

表1 調査件数等の推移

(単位：件)

| 年度 | | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-----------|------------------------|-------------|--------------|--------------|
| 前年度からの繰越し | | 74 | 34 | 55 |
| 新規件数 | 職権探知 | 82 | 278 | 169 |
| | 情報提供 ^注 | 71 (18,114) | 120 (21,853) | 223 (22,431) |
| | 自主報告 | 2 | 5 | 7 |
| | 小計 | 155 | 403 | 399 |
| 調査件数 | | 229 | 437 | 454 |
| 処理件数 | 措置命令 | 44 | 26 | 13 |
| | 確約計画の認定 | | 1 | 8 |
| | 指導 | 85 | 339 | 388 |
| | 都道府県移送 | 5 | 5 | 4 |
| | 公正取引協議会処理 ^注 | 14 | 1 | 1 |
| | 打切り等 | 47 | 10 | 4 |
| | 小計 | 195 | 382 | 418 |
| 次年度への繰越し | | 34 | 55 | 36 |

(注) 外部から提供された情報に基づき、景品表示法違反被疑事案として調査することが適切と思われた事案数。括弧内の数字は外部から提供された情報の総数。

(注) 公正競争規約により処理することが適切として当該公正競争規約を運用している公正取引協議会等に移送して同協議会等が処理したもの。

表2 令和7年度における処理事件の商品役務別分類

(単位：件)

| 商品役務 | 措置命令・確約 計画の認定 | 指 導 | 合 計 |
|-----------------|------------------|-----|-----|
| 食品 ^注 | 4 | 42 | 46 |
| 被服品 | 0 | 6 | 6 |
| 住居品 | 1 | 27 | 28 |
| 教養娯楽品 | 1 | 22 | 23 |
| 教養・娯楽サービス | 3 | 57 | 60 |
| 車両・乗り物 | 0 | 10 | 10 |
| 保健衛生品 | 0 | 30 | 30 |
| 土地・建物・設備 | 0 | 43 | 43 |
| 運輸・通信サービス | 1 | 10 | 11 |
| 教育サービス | 0 | 24 | 24 |
| 保健・福祉サービス | 5 | 41 | 46 |
| 金融・保険サービス | 0 | 0 | 0 |
| その他 | 6 | 76 | 82 |
| 合計 | 21 | 388 | 409 |

(注) 外食等、役務に分類されるものは含まない。

表3 令和7年度に公正取引委員会地方事務所・支所等が行った調査の結果を踏まえ消費者庁が処理した件数

(単位：件)

| 公正取引委員会 地方事務所・支所等 | 措置命令 | 指 導 | 合 計 |
|----------------------|------|-----|-----|
| 北海道事務所 | 0 | 0 | 0 |
| 東北事務所 | 2 | 3 | 5 |
| 中部事務所 | 0 | 2 | 2 |
| 近畿中国四国事務所 | 1 | 4 | 5 |
| 中国支所 | 1 | 2 | 3 |
| 四国支所 | 0 | 0 | 0 |
| 九州事務所 | 1 | 1 | 2 |
| 沖縄総合事務局 | 0 | 10 | 10 |
| 合計 | 5 | 22 | 27 |

(2) 課徴金納付命令等の状況

令和7年度においては、10名の事業者に対して10件の課徴金納付命令を行い、3億3940万円の課徴金の納付を命じた。

表4 課徴金納付命令及び実施予定返金措置計画に係る処分の件数の推移

| 年度 | | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|------------|-----|-----------|-----------|----------|
| 課徴金納付命令 | | 12件 | 7件 | 10件 |
| 課徴金額 | | 20億4419万円 | 19億2696万円 | 3億3940万円 |
| 実施予定返金措置計画 | 認定 | 0件 | 0件 | 0件 |
| | 不認定 | 0件 | 0件 | 0件 |

なお、規模基準（景品表示法第8条第1項ただし書の規定に基づき、課徴金額が150万円未満となる場合には、課徴金を賦課しないこととされている。）等により、消費者庁が措置命令を行った案件のうち、過去3年度の間に課徴金を賦課しないこととされた案件の合計は50件である。

(3) インターネット上の広告への対応

消費者庁は、インターネット上の広告において不当な表示が増加していることに鑑み、令和5年度からインターネット上の広告に特化した景品表示法に違反するおそれがある表示の監視業務を実施している。令和7年度においては、景品表示法に違反するおそれがある表示について324件の表示の改善を求める指導を行った。

(4) 健康増進法

令和7年度においては、インターネット上の食品の虚偽・誇大広告の監視を行い、健康増進法第65条第1項（誇大表示の禁止）の規定に違反するおそれがある表示について589件の表示の改善を求める指導を行った。

(5) 表示事件の処理状況

令和7年度に措置命令及び確約計画の認定を行った事件は、次のとおり、全て表示事件であり、その件数は計21件である（別紙1参照）。

表5 表示事件の一覧（措置命令及び確約計画の認定）

| No | 事件一覧（措置命令） | 違反行為 | 件数 |
|----|---|---------------|----|
| 1 | 風呂用防カビ剤の効果に関する不当表示 | 優良誤認 | 1件 |
| 2 | おせち料理の提供価格に関する不当表示 | 有利誤認 | 1件 |
| 3 | 住宅の外壁塗装役務のキャンペーンに関する不当表示 | 有利誤認 | 1件 |
| 4 | カキ料理の提供価格に関する不当表示 | 有利誤認 | 1件 |
| 5 | ラーメン等を提供するイベントにおける飲食店の出店実績に関する不当表示 | 優良誤認 | 1件 |
| 6 | 英会話教室の入会金に関する不当表示 | 有利誤認 | 1件 |
| 7 | 通信販売により販売する商品の原産国に関する不当表示 | 原産国告示 | 2件 |
| 8 | ECサイトで販売する日用品等の販売価格に関する不当表示 | 有利誤認 | 1件 |
| 9 | スマートフォン等向けコーティング剤の効果に関する不当表示 | 優良誤認 | 1件 |
| 10 | エステティックサロンで提供する施術サービスの料金に関する不当表示 | 有利誤認 | 3件 |
| No | 事件一覧（確約計画の認定） | 違反被疑行為 | 件数 |
| 1 | エステティックサロンで提供する施術サービスの料金及び口コミに関する違反被疑行為 | 有利誤認 ステマ告示 | 1件 |
| 2 | 冷凍宅配食に係る体験談に関する違反被疑行為 | ステマ告示 | 2件 |
| 3 | 冷凍宅配食に係るNo. 1表示及び体験談に関する違反被疑行為 | 優良誤認 ステマ告示 | 1件 |
| 4 | インターネット接続サービスのキャンペーンに関する違反被疑行為 | 有利誤認 | 1件 |
| 5 | フィットネススタジオの利用料金に関する違反被疑行為 | 有利誤認 | 1件 |
| 6 | ファンクラブの入会勧誘に関する違反被疑行為 | 有利誤認 | 1件 |
| 7 | エステティックサロンで提供する施術サービスの料金に関する違反被疑行為 | 有利誤認 | 1件 |

表6 表示事件の内訳

(単位：件)

| 関係法条 | 措置命令・確約計画の認定 | 指 導 | 合 計 |
|-----------------------|--------------|-----|-----|
| 第5条第1号（優良誤認） | 4 | 315 | 319 |
| 第7条第2項適用 | 2 | 0 | 2 |
| 第5条第2号（有利誤認） | 13 | 61 | 74 |
| 第5条第3号 | 6 | 13 | 19 |
| 無果汁告示 | 0 | 0 | 0 |
| 原産国告示 | 2 | 5 | 7 |
| 消費者信用告示 | 0 | 0 | 0 |
| 不動産おとり広告告示 | 0 | 0 | 0 |
| おとり広告告示 | 0 | 1 | 1 |
| 有料老人ホーム告示 | 0 | 0 | 0 |
| ステルスマーケティング告示 | 4 | 7 | 11 |
| 合 計（延べ数） ^注 | 23 | 389 | 412 |

（注）関係法条が2以上にわたる事件があるため、本表の合計は表1の数値と一致しない。以下同じ。

(6) 景品事件の処理状況

令和7年度における処理状況は次のとおりである。

表7 景品事件の内訳

(単位：件)

| 関係告示 | 措置命令・確約計画の認定 | 指 導 | 合 計 |
|---------|--------------|-----|-----|
| 懸賞景品告示 | 0 | 0 | 0 |
| 総付景品告示 | 0 | 3 | 3 |
| 業種別景品告示 | 0 | 0 | 0 |
| 合計（延べ数） | 0 | 3 | 3 |

(7) 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置に係る執行状況

消費者庁は、景品表示法第22条第1項の規定に基づき事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、その措置について必要な指導及び助言をすることができる（景品表示法第23条）。

また、消費者庁は、事業者が正当な理由なく景品表示法第22条第1項の規定に基づき事業者が講ずべき措置を講じていないと認めるときは、当該事業者に対し、景品類の提供又は表示の管理上必要な措置を講ずべき旨の勧告をすることができる（景品表示法第24条第1項）とともに、勧告を行った場合において当該事業者がその勧告に従わないときは、その旨を公表することができる（同条第2項）。

上記に係る消費者庁の執行状況は表8のとおりである。

表8 事業者が講ずべき措置に係る処理状況

(単位：件)

| 年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------|-------|-------|-------|
| 指導及び助言 | 45 | 22 | 34 |
| 勧告 | 0 | 0 | 0 |
| 公表 | 0 | 0 | 0 |

令和7年度において消費者庁により指導が行われた事例としては、例えば、①有利誤認表示について、ポスターにおいて、表示の根拠となる情報を確認していなかった事例、②ステルスマーケティング告示案件について、景品表示法の考え方の周知啓発・法令遵守の方針等の明確化・不当な表示等が明らかになった場合に対処するための適切な対応方針を定めておらず、モニター募集サイトを通じて第三者に対してSNSに投稿を依頼したことなどによって当該第三者が投稿した表示の一部を抜粋するなどして行っていた表示の根拠となる情報を確認していなかった事例、③景品事件について、景品表示法の考え方の周知啓発・法令遵守の方針等の明確化・景品類の提供等を管理するための担当者等を定めること・不当な表示等が明らかになった場合に対処するための適切な対応方針を定めておらず、違法とされない景品類の価額の最高額・総額・種類・提供の方法等を確認していなかった事例がある。

(8) 行政処分取消訴訟

ア 判決／決定

令和7年度においては、以下の2事案において取消訴訟に係る判決が言い渡された。

表9 判決／決定が言い渡された事案

| No | 令和7年度 | 備考 |
|----|---|--|
| 1 | 株式会社forty-fourによる措置命令に対する取消訴訟 ・令和7年7月25日、東京地方裁判所は、原告の請求を認容する判決。 ・国（消費者庁）は、同年8月7日、同判決の取消しを求めて控訴提起（令和7年（行コ）第263号）（訴訟係属中）。 | ・令和5年10月26日、措置命令。 ・令和6年4月24日、訴訟提起（令和6年（行ウ）第141号）。 |
| 2 | 株式会社キャリカレによる措置命令に対する取消訴訟 ・令和8年1月21日、東京地方裁判所は、原告の請求を棄却する判決。 ・原告は、同年2月6日、同判決の取消しを求めて控訴提起（令和8年（行コ）第75号）（訴訟係属中）。 | ・令和6年7月19日、措置命令。 ・令和6年9月3日、訴訟提起（令和6年（行ウ）第344号）。 ・同日、執行停止の申立て（令和6年（行ク）第217号）。同年10月22日、東京地方裁判所は、申立てを却下する決定。 ・同月30日、即時抗告（令和6年（行ス）第60号）。令和7年2月27日、東京高等裁判所は、抗告を棄却する決定（決定確定）。 |

イ 訴訟係属中の訴訟

令和7年度における取消訴訟係属中の事案は以下のとおり。

表10 訴訟係属中の事案

| No | 令和7年度 | 備考 |
|----|---|---|
| 1 | 株式会社ユニクエストによる課徴金納付命令に対する取消訴訟 | ・令和3年7月2日、課徴金納付命令。 ・令和3年12月24日、訴訟提起（令和3年（行ウ）第618号）（訴訟係属中）。 |
| 2 | 株式会社夢グループによる課徴金納付命令に対する取消訴訟 ・令和7年7月29日、訴訟提起（令和7年（行ウ）第350号）（訴訟係属中）。 | ・令和7年3月21日、課徴金納付命令。 |

2 都道府県知事

都道府県知事には、景品表示法第38条第11項及び景品表示法施行令第23条の規定に基づき、措置命令権限と調査権限が委任されており、都道府県知事は、自らの判断と責任によって景品表示法を運用することができる。

最近の都道府県知事による措置命令件数は、表11のとおりである。令和7年度においては、2都県において3件の措置命令が行われている（別紙2参照）。

都道府県知事による措置命令件数の推移

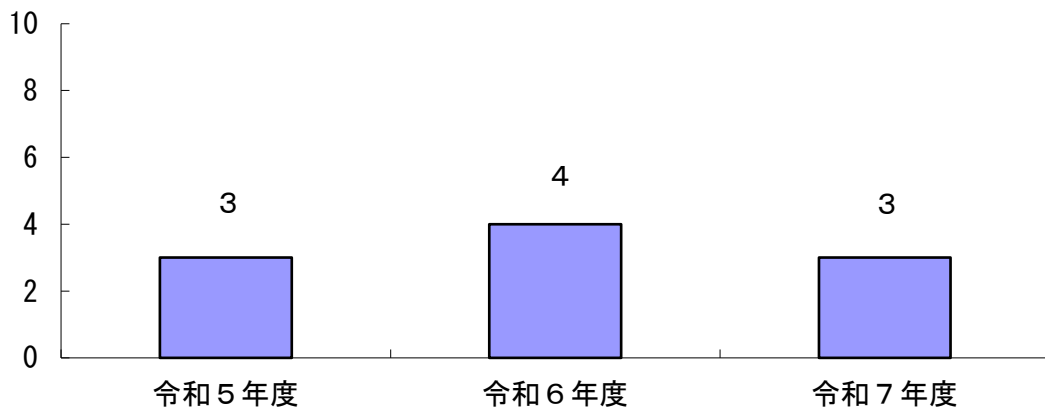


表11 都道府県知事による措置命令件数

| 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|----------------------------|--|----------------------------|
| 3件 (埼玉県 1件) (東京都 2件) | 4件 (埼玉県 1件) (東京都 2件) (京都府 1件) | 3件 (東京都 2件) (三重県 1件) |

第2 表示等の適正化への取組状況

1 「買取サービスに関する実態調査報告書」の公表

消費者庁は、一般消費者のエコ意識等の高まりを背景に年々市場規模が拡大傾向にある買取サービスについて、不当表示等を防止する観点から、買取サービスの広告等の実態調査を実施し、令和7年4月30日、調査結果を取りまとめた「買取サービスに関する実態調査報告書」を公表した。

本報告書においては、買取サービスに関する表示が、実際のもの又は事実と相違して競争事業者のものよりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認される場合には、不当表示として景品表示法上問題となる、という基本的な考え方を示した上で、買取サービスにおける広告で主に用いられる「買取参考価格・買取実績価格」、「買取価格アップ」、「買取価格保証」、「何でも買取り」及び「どこよりも高く買取り」という5種類の表示に関して、景品表示法上の具体的な考え方を示している。

さらに、消費者庁ウェブサイトにも買取サービスに関するQ&Aを公表した。

2 公正競争規約

公正競争規約（以下「規約」という。令和8年3月31日現在103件〔景品37件、表示66件〕）は、景品表示法第36条の規定により、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて事業者又は事業者団体が設定する景品類の提供又は表示に関する自主的なルールである。

令和7年度においては、食品表示基準の規定内容を反映させるもの、消費者に広く認知された食品の名称を商品表示に用いることができるようにする変更、商品にアレルギーリスクの注意喚起の表示を義務付ける変更、ステルスマーケティング告示に係る規定の新設等、9件の規約の変更を認定した。

3 関係行政機関との連携等

都道府県等における景品表示法の執行力の強化に向けて、公正取引委員会地方事務所・支所等と協力して北海道・東北地区、関東甲信越地区、中部地区、近畿地区、中国地区、四国地区、九州・沖縄地区の各ブロックの都道府県等との連絡会議（景品表示法ブロック会議）を順次開催し、都道府県等（及び公正取引委員会地方事務所・支所等）の景品表示法担当職員向けに研修を実施した。

各ブロックの実施状況は表12のとおりである。

表12 令和7年度における景品表示法ブロック会議の開催状況

| 第1回 | 第2回 | ブロック | 参加都道府県等 |
|-------|--------|--------|--|
| 5月13日 | 10月17日 | 北海道・東北 | 北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県 |
| 4月18日 | 10月17日 | 関東甲信越 | 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、新潟市、山梨県、長野県 |
| 5月15日 | 10月17日 | 中部 | 富山県、石川県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県 |
| 4月22日 | 10月17日 | 近畿 | 福井県、滋賀県、京都府、大阪府、大阪市、兵庫県、奈良県、和歌山県 |

| 第1回 | 第2回 | ブロック | 参加都道府県等 |
|-------|--------|-------|----------------------------------|
| 4月23日 | 10月17日 | 中国 | 鳥取県、鳥取市、島根県、岡山県、広島県、山口県 |
| 4月24日 | 10月17日 | 四国 | 徳島県、香川県、愛媛県、高知県 |
| 5月16日 | 10月17日 | 九州・沖縄 | 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県 |

(注) 第2回はオンラインで実施。

さらに、表12の研修とは別に、都道府県等において景品表示法の執行に従事している職員を対象とした同法の執行研修を実施した。このほか、公正取引委員会地方事務所・支所等と共に、都道府県等が行う景品表示法の運用に関して助言を行うなど、都道府県等との協力関係の強化に努めている。

なお、景品表示法に関する調査情報等を共有するネットワーク（景品表示法執行NETシステム）を運用することにより、公正取引委員会地方事務所・支所等及び都道府県等との情報共有の緊密化を図っている。

4 景品表示法に関する相談業務

消費者庁は、公正取引委員会地方事務所・支所等と共に、景品表示法違反行為の未然防止の観点から、事業者等がこれから行う商品・サービスに関する表示の方法や景品類の提供の方法について、事前に相談に応じている。

景品表示法に関して消費者庁及び公正取引委員会地方事務所・支所等が受け付けた相談件数は、表13のとおりであり、令和7年度においては、13,220件の相談を受け付けた。具体的な相談内容としては、表示規制に関するものとして、No.1表示に関する相談、効果・性能に関する相談、ステルスマーケティングに関する相談、二重価格表示に関する相談があったほか、景品規制に関するものとして、「取引に付随する」との考え方に関する相談、値引きに関する相談、景品類の価額の考え方に関する相談、経済上の利益の考え方に関する相談等があった。

表13 相談件数

(単位：件)

| 年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|------|--------|--------|--------|
| 相談件数 | 17,244 | 16,000 | 13,220 |

5 景品表示法の普及・啓発

消費者庁及び公正取引委員会地方事務所・支所等は、景品表示法の普及・啓発及び同法違反行為の未然防止のために、消費者団体、地方公共団体、事業者団体や広告関係の団体が主催する景品表示法に関する講習会、研修会等に職員を講師として派遣している。

令和7年度においては、消費者団体、地方公共団体、事業者団体等が全国各地で開催する講習会等に、計142回（受講者数は合計約1.1万人）講師を派遣した。

1 令和7年度において消費者庁が措置命令を行った事件

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|----------------------------------|--|----------------------------------|
| 1 | P & G ジャパン 合同会社 (R7. 8. 1) | <p>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“BIO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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第1号 (第7条 第2項 適用) |
| 2 | 株式会社 ジャパネットたかた (R7. 9. 12) | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第2号 |
| 3 | 株式会社創建 (R7. 9. 22) | <p>株式会社創建は、本件役務を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和6年4月18日から同月19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! 4/1~4/30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。</p> <p>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</p> | 第5条 第2号 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|--|---|------------|
| | | 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。 | |
| 4 | LH株式会社 (R7. 10. 10) | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第2号 |
| 5 | 株式会社 テレビ新広島 (R7. 10. 15) | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第1号 |
| 6 | 株式会社 NOVAランゲージ カンパニー (R7. 10. 17) | <p>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、</p> <p>(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。</p> <p>(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</p> | 第5条 第2号 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|--|--|----------------------------------|
| | | <p>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。</p> <p>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。</p> | |
| 7 | 株式会社 アイリスプラザ (R7. 11. 5) | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第3号 (原産国 告示) |
| 8 | 株式会社 ダイユーエイト (R7. 11. 5) | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第3号 (原産国 告示) |
| 9 | 株式会社 ツルハグループ マーチャндаイジ ング (R7. 11. 28) | <p>株式会社ツルハグループマーチャндаイジングは、日用品等の79商品(以下「本件79商品」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eshop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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第2号 |
| 10 | SB C&S 株式会社 (R7. 12. 18) | <p>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</p> | 第5条 第1号 (第7条 第2項 適用) |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|---|--|------------|
| | | <p>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、</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | |
| 11 | <p>株式会社 シェイプアップハウス (R8. 3. 25)</p> | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第2号 |
| 12 | <p>株式会社 ミス・パリ・ジェイピーエヌ (R8. 3. 25)</p> | <p>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→</p> | 第5条 第2号 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|--------------------------------------|--|------------|
| | | <p>／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。</p> <p>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。</p> | |
| 13 | 株式会社 スリムビューティ ハウス (R8.3.25) | <p>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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第2号 |

2 令和7年度において消費者庁が確約計画の認定を行った事件

| No | 対象事業者名 (認定日) | 事 件 概 要 | 関係法条 |
|----|---|---|-------------------------------|
| 1 | 株式会社 LAVA International (R7. 8. 28) | <p>1(1) 株式会社LAVA Internationalは、同社が運営する「フェイシャル専門サロンDanjoBi」と称する店舗及び「フェイシャル専門サロンMUQU」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、「HOT PEPPER Beauty」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円を割り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。</p> <p>(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。</p> <p>(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11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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | 第5条第2号及び第5条第3号（ステルスマーケティング告示） |

| No | 対象事業者名 (認定日) | 事 件 概 要 | 関係法条 |
|----|--------------------------------|---|-------------------------------|
| 2 | 味の素株式会社 (R7. 9. 19) | <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第3号 (ステルスマーケティング告示) |
| 3 | 株式会社 イングリウッド (R7. 9. 19) | <p>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。）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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第3号 (ステルスマーケティング告示) |
| 4 | 株式会社 イングリウッド (R7. 9. 19) | <p>1(1) 株式会社イングリウッドは、「三ツ星ファーム」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16日から令和6年8</p> | 第5条 第1号 及び |

| No | 対象事業者名 (認定日) | 事 件 概 要 | 関係法条 |
|----|----------------------------------|--|--|
| | | <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | <p>第5条 第3号 (ステルスマーケティング告示)</p> |
| 5 | <p>ビッグロブ株式会社 (R7. 9. 26)</p> | <p>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</p> | <p>第5条 第2号</p> |

| No | 対象事業者名 (認定日) | 事 件 概 要 | 関係法条 |
|----|-------------------------------|---|------------|
| | | <p>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。</p> <p>(2) 同社は、「ビッグロープ光」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」、「ビッグロープ光 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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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を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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | |
| 6 | SOELU 株式会社 (R7. 12. 16) | <p>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。</p> <p>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</p> | 第5条 第2号 |

| No | 対象事業者名 (認定日) | 事 件 概 要 | 関係法条 |
|----|---|--|--------------------|
| | | <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | |
| 7 | <p>株式会社 千葉ロッテマリーンズ (R7. 12. 23)</p> | <p>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 TEAM26」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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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</p> | <p>第5条 第2号</p> |

| No | 対象事業者名 (認定日) | 事 件 概 要 | 関係法条 |
|----|---|---|--------------------|
| | | <p>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。</p> | |
| 8 | <p>株式会社 ソシエ・ワールド (R8. 3. 3)</p> | <p>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 Beauty」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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | <p>第5条 第2号</p> |

3 令和7年度において消費者庁が課徴金納付命令を行った事件

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|--------------------------------|---|------------------------|-------------|
| 1 | 株式会社 新日本エネックス (R7. 6. 5) | <p>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、</p> <p>(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。</p> <p>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</p> | 第5条 第1号 | 9989万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|---------------------------------|--|----------------------------------|-------------|
| | | <p>す表示をしていた。</p> <p>(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。</p> | | |
| 2 | 株式会社 フォレストウェル (R7. 6. 13) | <p>株式会社フォレストウェルは、「^{ジエイエアー}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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第1号 (第8条第 3項 適用) | 171万円 |
| 3 | 株式会社 ハハハラボ (R7. 6. 30) | <p>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、</p> <p>(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</p> | 第5条 第1号 (第8条第 3項 適用) | 1086万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|--------------------------------|--|------------------------------|-------------|
| | | <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(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代女性が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代女性が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」、「お財布にも優しそ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。</p> <p>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。</p> | | |
| 4 | 株式会社 エムアンドエム (R7. 12. 2) | <p>(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、「大人女性のホンネに向き合う女子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』とめっちゃくちゃ高評価！！！！」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</p> | 第5条 第1号 (第8条第3項 適用) | 588万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|------------------------------|--|------------------------------|-------------|
| | | <p>た。</p> <p>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、「＼自宅永久シワ消し！？／【医師が暴露】国が認めた〇〇なら顔面たるだる主婦（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。</p> <p>(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。</p> | | |
| 5 | 株式会社くまのみ (R8. 2. 17) | <p>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、「-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。</p> <p>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。</p> | 第5条 第1号 (第8条第3項 適用) | 361万円 |
| 6 | エクコムグローバル株式会社 (R8. 3. 12) | <p>エクコムグローバル株式会社は、同社が供給する「イモトのWiFi」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</p> | 第5条 第1号 | 1億7262万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|-------------------------------|--|--------------------------------|-------------|
| | | <p>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。</p> <p>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。</p> | | |
| 7 | フロンティアジャパン株式会社 (R8. 3. 17) | <p>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、</p> <p>(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 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。</p> <p>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</p> | 第5条 第1号 及び 第5条 第2号 | 1119万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|--------------------------------|---|------------------------|-------------|
| | | <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | | |
| 8 | 株式会社 エスイーライフ (R8. 3. 17) | <p>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、</p> <p>(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</p> | 第5条 第1号 | 2069万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|---------------------------------|--|------------------------|-------------|
| | | <p>後の保証・アフターサポート満足度 第1位」、「ネット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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | | |
| 9 | 株式会社 SCエージェント (R8. 3. 17) | 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 | 第5条 第1号 | 469万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|-------------------------------|--|------------------------|-------------|
| | | <p>て、</p> <p>(1)ア 「口コミ人気 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「口コミ人気」、「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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> | | |
| 10 | 株式会社 安心頼ホーム (R8. 3. 17) | 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 | 第5条 第1号 | 826万円 |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 事 件 概 要 | 課徴金対象 行為に係る 関係法上 | 課徴金額 (円) |
|----|-----------------|--|------------------------|-------------|
| | | <p>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。</p> <p>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。</p> | | |

4 令和7年度において消費者庁が指導を行った主な事件

(1) 第5条第1号（優良誤認）

| No | 事件概要 |
|----|--|
| 1 | Aは、アイドルグループのグッズを詰め合わせた福袋（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件商品のうち1商品について、自社ウェブサイトにおいて、福袋限定のグッズがランダムで必ず入っています等と表示することにより、あたかも、本件商品には、本件商品を購入することでしか入手することができないグッズが含まれているかのように示す表示をしていたが、実際には、当該グッズは、本件商品を購入せずとも入手することができるものであった。 |
| 2 | Bは、美容外科クリニック（以下「診療所」という。）において美容医療施術（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、Bが作成・運営等を行っている本件役務に係るウェブページにおいて、ドクターチームが独自に開発した、切開無しで瞬間的に治療する等と表示することにより、あたかも、診療所が提供する本件役務は身体の一部を切ることなく治療のできる施術であるかのように示す表示をしていたが、実際には、本件役務は、切開する必要があるものであった。 |

(2) 第5条第2号（有利誤認）

| No | 事件概要 |
|----|--|
| 1 | Cは、光回線インターネット接続サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和〇年〇月に配布したカタログにおいて、ホームゲートウェイ内蔵無線LAN永年無料！等と表示（以下「本件表示」という。）することにより、あたかも、当該契約が継続する限り、無線LAN機能（以下「本件機能」という。）の月額利用料金が無料になるかのように示す表示をしていたが、実際には、同年△月△日以降は、本件割引コースの適用時であっても本件機能の月額利用料金は有料となっており、本件表示の当時、Cにおいて、本件割引コースの適用時には本件機能の月額利用料金を契約継続中は無料とする確実な予定を有していなかった疑いがある。 |
| 2 | Dは、美容外科クリニック（以下「診療所」という。）において美容医療施術（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、DがEに作成・運営等を一任している本件役務に係るウェブページにおいて、限定クーポンの適用で目の下のクマ・たるみ取りが通常価格〇〇,〇〇〇円税込 > △△, △△△円税込等と表示することにより、あたかも、診療所では、本件役務において、△△, △△△円でどんな目の下のクマ及びたるみでも消すことができる施術を提供しているかのように表示していたが、実際には、診療所では、本件役務において、目の下のクマ及びたるみを消す施術の提供を受ける場合、目の下のクマ及びたるみの症状によって施術料金が△△, △△△円を超える場合があり、△△, △△△円で全ての目の下のクマ及びたるみを消すことができる施術の提供を受けることができないものではなかった。 |
| 3 | Fは、飲料用自動販売機（以下「本件自販機」という。）において販売する飲料（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件自販機の腹部に掲示したポスターにおいて、その場で抽選キャンペーン、これらの賞品からその場で何かが当たる等と表示することにより、あたかも、本件商品を購入し抽選キャンペーン（以下「本件キャンペーン」という。）に参加すれば、もれなく各賞品（以下「本件賞品」という。）のうちのいずれかの賞品が提供されるかのように表示していたが、実際には、本件賞品のうちいずれかの賞品が提供されるのは、本件キャンペーンに参加した者の一部に限られていた。 |

(3) 第5条第3号（指定告示）

（ステルスマーケティング告示）

| No | 事件概要 |
|----|--|
| 1 | Gは、クッション（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ウェブサイト上で本件商品を購入した者（以下「本件購入者」という。）に対し、ウェブサイト上の本件商品の販売ページに本件商品の評価として「★★★★★」（以下「星5」という。）の投稿及びレビューの投稿をすることを条件に、〇〇〇円分のウェブサイトにおいて使用できるギフトカードを付与することを伝え、本件購入者が、本件商品の販売ページにおいて、星5の投稿及びレビュー投稿したことから、当該投稿による表示は、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となっているとは認められなかった。 |
| 2 | Hは、サプリメント（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、モニター募集サイトの閲覧者（以下「第三者」という。）に対し、対価を提供することを条件に、ウェブサイト上の本件商品の販売ページに本件商品のレビュー及び評価として「★★★★★」（以下「星5」という。）の投稿をすることなどを依頼し、第三者が、レビューの記載とともに星5の投稿及び本件商品パッケージの画像を投稿するなどしたことから、当該投稿による表示は、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となっているとは認められなかった。 |
| 3 | Iは、葬儀サービス（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、口コミサイト内の営業所に係る口コミを示すページにおいて、同社が提供した本件役務の評価として、同社の職員の葬儀の際の対応が完璧でした等と投稿するなど、I自ら、本件役務の評価として表示していたことから、当該表示は、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となっているとは認められなかった。 |

(4) 景品事件

| No | 事件概要 |
|----|---|
| 1 | Jは、ペット用品を合計5,000円以上購入した者に対して、もれなく動物のケア用品（2,000円相当）を提供することを企画し、これを実施した。 本件企画において、景品類の提供に係る取引の価額は5,000円と認められることから、Jが提供することができる景品類の上限額は1,000円であり、前記の景品類の価額は、この範囲を超えるものであった。 |

なお、指導事案については、表示内容等を一部加工して記載している。

令和7年度において都道府県知事により措置命令が行われた事件

| No | 対象事業者名 (命令日) | 都道府県 | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|---------------------------|------|---|---|
| 1 | サコウ食品株式会社 (R8. 2. 6) | 三重県 | <p>サコウ食品株式会社は、</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> | 第5条 第1号 |
| 2 | プルチャーム株式会社 (R8. 3. 23) | 東京都 | <p>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、</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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</p> | 第5条 第1号 (第7条 第2項 適用) 及び 第5条 第3号 (ステル スマーケ ティング 告示) |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 都道府県 | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|-------------------------------|------|---|--|
| | | | <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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はなかった。</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> | |
| 3 | 株式会社 フレイスラボ (R8. 3. 27) | 東京都 | <p>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、「Instagram」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、</p> <p>(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。</p> <p>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。</p> <p>(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NO. 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たが、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。</p> | 第5条 第1号 (第7条 第2項 適用)、 第5条 第2号 及び 第5条 第3号 (ステル スマーケ ティング 告示) |

| No | 対象事業者名 (命令日) | 都道府県 | 事 件 概 要 | 違反法条 |
|----|-----------------|------|--|------|
| | | | <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>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断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。</p> | |