

平成 23 年 7 月 28 日  
東京都生活文化局  
消費生活部取引指導課

## 東京都におけるインターネット広告表示監視事業について

### 1 事業開始

平成 21 年度

### 2 実施の背景

- ① インターネット通信販売市場の売上高増加
- ② インターネット広告費の規模拡大
- ③ インターネット広告に関連する消費生活相談の増加
- ④ 通信販売における広告表示の重要性

### 3 監視期間

5 月から翌年 2 月まで（10 ヶ月間）

### 4 監視・調査の方法

年間 2 万 4 千件のインターネット上の広告を継続的に監視する。

- ・ 各月、「美容」、「抗菌」などの調査テーマを定め、検索サイト及びショッピングモールサイトの計 12 サイトにおいて、キーワードによる検索を実施
- ・ 不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に違反するおそれのある表示が行われていないかどうか調査

### 5 指導方法

- ・ 不当表示の疑いのある約 1 千件を詳細調査の対象とし、景品表示法の遵守を呼びかける啓発メールを送信する。
- ・ 詳細調査の結果、実際のものよりも著しく優良・有利であると消費者に誤認させるおそれのあると認められた広告について、電話、文書その他により、事業者に表示の修正・削除等の改善指導を行う。

### [添付資料]

資料 1 平成 22 年度インターネット広告監視結果

資料 2 根拠なく放射性物質完全除去などとうたうネット通販事業者を指導

# 平成22年度インターネット広告 2万件の監視結果

平成23年6月9日  
生活文化局

## インターネット上で不当な広告・表示を行った 191の通信販売事業者に改善を指導！

東京都では、平成21年度から、年間2万件のインターネット通販サイトの広告・表示を継続的に調査し、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に違反するおそれのある表示が行われていないかどうか監視する事業を行っています。

平成22年度は、健康食品などを中心に調査した結果、**302件（191事業者）**の不当な広告・表示を発見し、それらの表示の修正・削除等を通販事業者に指示又は指導しました。

また、この結果を受け、本日、国及び関連の業界団体等に対して、表示の適正化に向けた対策を推進するよう要望を行いましたので、併せてお知らせします。

### 1 調査結果の概要

#### (1) 指導（指示を含む）件数

	不当な広告・表示の件数	指導事業者数
平成22年度	302	191

※平成21年度は、182件（136事業者）の不当な広告・表示に関して、改善指導を行った。

#### (2) 不当な広告・表示の商品別内訳（平成22年度）

分類	健康食品	石鹸・洗剤	除菌消臭商品	健康美容用具	害虫対策商品	化粧品	その他	合計
件数	100	44	42	30	17	17	52	302

#### (3) 違反内容別内訳（平成22年度）

違反内容	優良誤認	有利誤認
件数（302件中）	290	58

※優良誤認と有利誤認の両方に違反する広告・表示があるため、合計数は一致しない。

### 2 事業者指導

2万件の広告のうち、不当表示の疑いのある約1千件を詳細調査の対象とし、調査の結果、実際のものよりも著しく優良又は有利であると消費者を誤認させるおそれがあると認められた広告302件（191事業者）について、通販事業者に対し、表示の修正・削除等の改善を指導した。

※その他に、指導対象とはしなかったが、不当表示につながるおそれがあると認められた広告・表示について、通販事業者に対し、景品表示法の遵守を呼びかける啓発メールを合計451件、送信した。

### 3 改善指導を行った不当な広告・表示（別紙「不当な表示内容の例」参照）

○健康食品に強力なダイエット効果があるかのように表示

“新成分の力でお腹の脂肪が胸に移動する”、“たったの2週間で-5kgを実現!?” などをうたったが、合理的な根拠のあるものとは認められなかった  
⇒ 優良誤認のおそれ

○“モニター特別価格”… 実はいつでもその価格

“モニター特別価格80%OFF”として商品の値引きを強調。しかし、当該事業者は“定価”とされる価格で販売した事実はなかった ⇒ 有利誤認のおそれ

#### 4 特定商取引法に基づく指導

「特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）は、通信販売の広告に、事業者名や住所、電話番号を表示しなければならないことを定めているが、今回の調査の中で、事業者名等が正しく表示されていない広告・表示が散見された。そのため、特定商取引法に基づき、事業者に改善指導を行った。

#### 5 消費者へのアドバイス

- インターネット通販サイトには、非常に優れた商品である、あるいは大変にお買い得であると思わせる広告・表示を行いながらも、実際には販売事業者自身はその合理的根拠を説明できない場合が多く見受けられます。誇大広告をうのみにしないようにしましょう。
- 事業者名、住所、電話番号をきちんと表示していない通販サイトは、信頼性が低いといえます。事業者名等の表示をよく確認したうえで、通信販売を利用するようにしましょう。

#### 6 販売事業者に対して望むこと

- 景品表示法や特定商取引法などの法令を遵守し、販売事業者として、責任を持って広告・表示を行うこと。
- 仕入れ元などから商品情報を得る際に、広告・表示の根拠となる客観的事実を確認した上で、広告・表示を行うこと。

#### 7 国・業界団体等への要望

- 消費者庁に対し、インターネット上の広告・表示について、景品表示法等に基づく監視・指導を強化するように要望した。
- 社団法人日本広告審査機構、社団法人日本通信販売協会等の業界団体及びインターネット関係事業者に対し、表示の適正化に向けた取組みを強化するよう要望した。

#### 参考 一景品表示法で禁止されている不当表示の概要一

- 優良誤認（第4条第1項1号）  
内容について、実際のものよりも、又は競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
- 有利誤認（第4条第1項2号）  
取引条件について、実際のものよりも、又は競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示
- その他（第4条第1項3号）  
商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示

「インターネット広告における不当表示調査」は、「10年後の東京」への実行プログラム2011において、以下の目標・施策に指定し、重点的に実施している事業です。

目標5 「安心できる少子高齢社会の都市モデルを創造する」

施策17 「犯罪から都民を守り、消費生活の安全・安心を実現」

## 不当な表示内容の例

該当条項	表示内容
景品表示法 第4条第1 項第1号 (優良誤認)	<b>【健康食品1】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新成分の力でお腹の脂肪が胸に移動する！</li> <li>・余分な脂肪を細かく分解してバストまで運ぶことでより効果的にバストアップ！</li> <li>・2週間～1ヵ月後には脂肪分解成分が皮下脂肪を血流に乗せバストまで運ぶため、バストがさらに大きく成長すると同時にウエスト、二の腕、顔の脂肪がとれてきます</li> </ul>
	<b>【健康食品2】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飲んで必ずやせる燃焼系の極致</li> <li>・たったの2週間で－5kgを実現！？</li> <li>・入浴前に6粒飲むだけで、体内の余分な脂肪が汗となり体外へ排出！</li> </ul>
	<b>【石鹼】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・24時間経ってもニオイ菌が増えない!! ニオイ菌の原因を絶滅させるから!! 加齢臭・汗臭・足のニオイ・たばこ臭</li> <li>・たった1回の使用で臭いの元を98%強力消臭！それだけじゃない！なんと使った24時間後も効果が持続！</li> </ul>
	<b>【洗剤】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・水自体に洗浄力を持たせた、画期的な洗浄剤です。</li> <li>・水分子がバラバラになったクラスターにOH-イオンがくっつくとヒドロキシルイオンになり、界面活性作用を持った水になります。</li> </ul>
	<b>【除菌消臭商品】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ノロウイルス、O-157、インフルエンザ対象！</li> <li>・誤って飲んでしまった場合でも、胃腸に達する前に有機物と反応して水に戻るため、人体に影響を与えず無害です。</li> </ul>
	<b>【健康美容用具】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・起きたら勝手に二の腕ガリガリ!! 睡眠時専用二の腕瘦身サポーター</li> <li>・これを使えば何もしなくても勝手に二の腕が細くなります。</li> <li>・加圧マッサージ効果、自動EMS効果、脂肪燃焼効果</li> <li>・脂肪がバストに移動して2カップUP!!</li> </ul>
景品表示法 第4条第1 項第2号 (有利誤認)	モニター特別価格80%OFF ¥2,980
	希望小売価格¥62,790のところ94%OFF ¥3,990
	通常販売価格16,800円が今なら87%OFF

※ 上記は、指導の対象とした表示内容について、わかりやすく一部変更のうえ例示したものである。

**緊急調査・指導****根拠なく「放射性物質完全除去」などとうたい、消費者を誤認させる広告・表示を行ったインターネット通販事業者を指導**

福島第一原子力発電所の事故以来、放射性物質や放射線被曝などに対する消費者の関心の高まりや不安に乗じて、インターネット上の通信販売サイトでは、放射性物質対策をうたうさまざまな商品の広告・表示が見受けられます。

こうした状況を踏まえ、平成23年5月、東京都はインターネット広告・表示監視事業（毎月2400件検索・調査）において、家庭用の放射性物質対策商品に関するインターネット上の広告・表示で、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に抵触するおそれのある広告・表示の調査を行いました。

その結果、合理的な根拠なく放射性物質除去等をうたい、実際の商品よりも著しく優良であると消費者を誤認させるおそれがあると認められた広告・表示58件について、53事業者に表示の改善を指導しました。

**1 調査・指導の概要****(1) 指導件数**

検索件数	広告・表示の詳細調査件数	うち放射性物質関係の指導件数
2400件	102件（89事業者）	58件（53事業者）

不当表示につながるおそれのある広告・表示102件について、89事業者に対して景品表示法に関する啓発メールを送信するとともに、詳細調査を行いました。その結果、58件について、53事業者に指導しました。

また、放射性物質関係以外の広告・表示であって、実際よりも優良又は有利と消費者を誤認させるおそれがあると認められた広告・表示4件（4事業者）についても、併せて改善を指導しました。

**(2) 商品別内訳**

	浄水器	健康食品	放射線測定器	その他（メガネ・防護服等）	合計
広告・表示の詳細調査件数	54件	17件	9件	22件	102件
うち放射性物質関係指導件数	36件	9件	5件	8件	58件

**2 指導を行った「放射性物質に関する不当表示」の例（詳細は別紙のとおり）**

## ○「放射性物質を完全に除去」とうたう浄水器

試験結果等に基づく表示ではなく、販売事業者は、当該浄水器が放射性物質を完全に除去するという事実について確認できる資料を保有していなかった。

## ○「昆布に多く含まれるヨウ素は、体内に入る放射能を体外に排出させる」とうたう健康食品

販売事業者は、当該健康食品の効能について、合理的な根拠となる資料を保有していなかった。  
※ 健康食品には薬のような効能表示は認められておらず、薬事法にも抵触するおそれがある。

## ○「『米国保健物理学会』で承認済み」とうたう放射線測定器

販売事業者は、当該表示について、合理的な根拠となる資料を保有していなかった。

（問い合わせ先） 生活文化局消費生活部取引指導課  
都庁内線 29-861-863 直通 03-5388-3068



### 3 販売事業者に対して望むこと

- (1) 景品表示法等の法令を遵守し、販売事業者として、責任を持って広告・表示を行うこと。
- (2) 仕入れ元などから商品情報を得る際には、広告・表示の根拠となる試験結果等の客観的事実について確認を行うこと。
- (3) 放射性物質や放射線被曝などに対する消費者の不安に乗じるような広告・表示を行わないこと。

### 4 業界団体への要望

公益社団法人日本広告審査機構、社団法人日本通信販売協会及び浄水器や健康食品関連の業界団体、またインターネット関係事業者に対して、本日、以下の要望を行いました。

- (1) 関係事業者に、景品表示法及び関係法令の遵守について、より一層の周知を図ること
- (2) 関係事業者が広告表示等を行う場合、表示の根拠となる客観的な事実を確認した上で表示を行うよう、団体又は事業者としてより一層、各種方策に取り組むこと

#### ◆ 消費者へのアドバイス ◆

インターネット広告においては、科学的な根拠があるかのように効能・効果をうたっていても、裏づけとなる客観的事実が乏しく、販売事業者が表示の根拠を説明できない事例が多く見られます。

表示の内容が、実際に行った試験結果等に基づくものか、専門機関などの見解又は学術文献などで客観的に実証されたものであるのかなど、消費者としても、事業者の広告内容をうのみにせず、多角的に情報を収集し、十分に検討を行いましょ。

### 【参考】放射性物質に関する浄水器や健康食品の効果について

#### (1) 浄水器

浄水器の放射性物質除去効果についてはさまざまな情報がありますが、実際に行われた試験の結果や試験方法の検討に関する情報は、一般社団法人浄水器協会や独立行政法人放射線医学総合研究所により公表されています。

\*一般社団法人浄水器協会 <http://www.jwpa.or.jp/index.html>

\*独立行政法人放射線医学総合研究所 <http://www.nirs.go.jp/information/info.php?i11>

#### (2) 健康食品

東京都福祉保健局は、ホームページ「健康食品ナビ」において、健康食品には薬のような効果は認められておらず、このため、例えば「体内に入った放射性物質をすぐに排出させる」、「放射線被ばくに対する身体の抵抗力を高める」などの広告・表示をすることは、薬事法、景品表示法等に違反する可能性があるため、注意を呼びかけています。

<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/anzen/supply/hibaku.html>

#### ○ 景品表示法で禁止されている不当表示

##### ・優良誤認（第4条第1項第1号）

内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示、又は事実と相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

##### ・有利誤認（第4条第1項第2号）

取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示、又は競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

##### ・その他（第4条第1項第3号）

上記の他、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると内閣総理大臣が指定する表示

「インターネット広告における不当表示調査」は、「10年後の東京」への実行プログラム2011において、以下の目標・施策に指定し、重点的に実施している事業です。

**目標5 「安心できる少子高齢社会の都市モデルを創造する」**

**施策17 「犯罪から都民を守り、消費生活の安全・安心を実現」**

商品分類	不当な表示内容	問題点
浄水器	<p>「放射性物質を完全に除去できる」</p> <p>「放射性物質100%分解除去」</p> <p>「放射性物質（セシウム・ヨウ素）90～97%高効率除去！」</p> <p>「放射性物質にも対応、あらゆる固形溶解物を99.9%除去」</p> <p>「放射性物質から病原菌までを除去、人類に有害な物質のほとんどを除去します。」</p>	<p>販売事業者に表示の根拠を尋ねたが、<u>実際に当該商品について放射性物質が入った水で除去試験を行ったという結果などは提出されず、「完全に除去できる」や「90～97%除去」等の表示について販売事業者は表示の根拠となる資料を保有していなかった。</u></p>
健康食品	<p>「昆布に多く含まれるヨウ素は、体内に入る放射能を体外に排出する効果があります」</p> <p>「放射能対策にヨードサプリ」</p> <p>「高麗人参には放射線によるダメージの回復を促す働きがあり・・・」</p> <p>「体内に入ってしまった放射性物質を吸着して排出する葉緑素・・・」</p>	<p>医療現場では、放射性ヨウ素が大量に体の中に入った場合の健康への影響を低減するために、内服薬である『安定ヨウ素剤』を医師が処方することがあるが、<u>ヨウ素を含んだ健康食品には、安定ヨウ素剤のような効果は認められていない。</u></p> <p><u>また「体内に入ってしまった放射性物質を排出する」などと表示をすることは、薬事法にも抵触する可能性がある。</u></p> <p>販売事業者に表示の根拠を尋ねたが、販売事業者は表示の根拠となる資料を保有していなかった。</p>
放射線測定器	<p>「『米国保健物理学会』で承認済み」</p> <p>「政府が認めた測定器」</p> <p>「中国軍特殊部隊装備品のハイレベルのガイガーカウンター」</p>	<p>販売事業者に表示の根拠を尋ねたが、販売事業者は表示の根拠となる資料を保有していなかった。</p>
メガネ・防護服等	<p>「放射線・放射能・輻射を防ぐメガネ」</p> <p>「このスーツは・・・体内に既に入ってしまった放射能を汗と一緒に身体から除去」</p>	<p>販売事業者に表示の根拠を尋ねたが、販売事業者は表示の根拠となる資料を保有していなかった。</p>

※薬事法に抵触すると思われる広告・表示については、福祉保健局薬事法担当へ情報提供した。