

# 消費者庁報告資料

平成30年 9 月 18日

消費者庁表示対策課  
食品表示対策室

## ○ 食品表示に関連する法律の執行

資料7-1

- 消費者をあざむく産地偽装や、健康食品の虚偽誇大広告等については、関係法令を補完し合って効率的な法執行を実施。
- 法令違反の事実に対しては、食品表示連絡会議を構成する行政機関で連携しつつ、厳正に対応。

法律名	表示関連部分の概要	関連する行政機関	措置対象事例
景品表示法	一般消費者に誤認をされる表示や過大な景品の提供を制限及び禁止 (表示と広告の規制)	消費者庁 公正取引委員会地方事務所 都道府県	食品の優良誤認表示・有利誤認表示等
健康増進法	健康の保持増進の効果等について、虚偽・誇大な広告等の表示をすることを禁止(表示と広告の規制)	消費者庁 地方厚生局 都道府県等	健康食品の虚偽・誇大広告
食品表示法	食品関連事業者等に対し、アレルギー、消費期限、原材料、原産地等の表示を義務付け (販売の用に供する食品に関する表示を規制)	消費者庁 農林水産省 国税庁 都道府県等	原産地、原材料、期限表示、添加物等の不適正表示
米トレーサビリティ法	外食店等に対し、米・米加工品に係る産地情報の一般消費者への伝達を義務付け	消費者庁 農林水産省 国税庁 都道府県	消費者に対する米穀等の産地情報伝達違反
食品衛生法	公衆衛生に危害を及ぼすおそれのある食品・添加物等の虚偽・誇大な表示・広告等を禁止	消費者庁 都道府県等	食品表示基準事項の誇大広告

### ○ 健康食品に関する表示については、景品表示法と健康増進法の両法の相互に補完し合って効率的な法執行を実施

#### 消費者基本計画工程表 (平成28年7月消費者政策会議決定)

- 2 表示の充実と信頼の確保  
(3)食品表示による適正な情報提供及び関連法令の厳正な運用
- ② いわゆる健康食品も含めた食品の表示・広告の適正化  
食品の機能性等を表示する制度に関し、いわゆる健康食品も含めた食品の表示・広告について、制度改正の可否を検討する。また、執行体制の整備も含め、関係機関と連携して監視を強化し、法令違反に関しては厳正に対処するとともに、いわゆる健康食品に関する留意事項の周知徹底を行うことにより、表示・広告の適正化を図る。

#### ○ 健康食品等の経緯と消費者庁の体制整備

- 25年1月: 消費者委員会  
「健康食品」の表示等の在り方に関する建議
- 25年2月: 食品表示班の設置
- 25年7月: 食品表示対策室の設置
- 27年4月: 機能性表示食品制度の創設
- 28年4月: 消費者委員会  
特定保健用食品等の在り方に関する建議

#### 1 健康食品に関する措置状況

(単位: 件数)

年度	25	26	27	28	29
命令	3	5	7	7	18
勧告			1		

注1: 命令とは景品表示法の行政処分、勧告とは健康増進法の行政指導。

注2: 27年2月の命令に関連し(社)日本民間放送連盟に厳格な考査等を要請。

注3: 28年2月以降に、①特定保健用食品の許可要件を満たさない商品に対する厳正な対応、②特定保健用食品及び機能性表示食品の全商品のウェブサイト等における表示監視を行うこととし、これらの方針を通知。

#### 2 普及啓発の実施

- 健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について  
(25年12月)(作成) (27年1月)(更新) (28年6月)(全文改正)
- このような広告本当かしら(健康食品の表示について) (26年6月)
- 機能性表示食品の広告等に関する主な留意点 (27年6月)
- 機能性が表示される食品の購入時や利用時の留意事項(27年11月)

#### 3 インターネット監視改善要請(キーワードによる検索) (単位: 件数)

年度	25	26	27	28	29
改善要請	298	41	115	372	717

注: 26年度「放射能による疾病に効果があるかのような表現」のキーワード

# ○ 食品表示監視協議会の運営について

資料7-3

## 食品表示連絡会議(国レベル)

### 構成機関

消費者庁  
警察庁  
国税庁  
農林水産省  
厚生労働省

### 関連法令

・食品表示法  
・不正競争防止法  
・景品表示法  
・健康増進法  
・米トレーサビリティ法  
・JAS法



## 食品表示監視協議会(地方レベル)

全国7ブロック

47都道府県

### 構成機関

公取委地方事務所  
管区警察局  
国税局  
地方厚生局  
地方農政局  
(消費者庁) ほか

### 構成機関

警察本部  
景表法担当部局  
食品表示法担当部局  
(都道府県庁、保健所)  
消費生活センター  
農政局支局 ほか

### 監視協議会の役割

- ・食の安全・安心の確保に関する情報共有・意見交換
- ・食品表示監視における平常時及び緊急時における連絡体制の整備
- ・食品表示関係法令に関する研修会の実施

## 「生活安心プロジェクト」(平成19年12月17日)

不適切な食品表示に関する監視を強化するため、関係する都道府県の機関と国の出先機関との間で、「食品表示監視協議会(仮称)」を設置すること等により、不適正な食品表示に関する情報が寄せられた場合に、必要に応じて関係機関で情報共有、意見交換を行い、迅速に問題のある事業者への処分等必要な対応をとるとともに、こうした対応が円滑に実施されるよう、関係省庁の間で「食品表示連絡会議(仮称)」を設置し、関連情報の共有を進める。

## 最近の主要な食品偽装事案

年	事案	行政		警察	
		食品表示法 (指示)注1・2	景品表示法 (命令)注2	食品表示法 (直罰)注1	不正競争防止法 (直罰)
26	あさりの産地偽装	○	○		○
	たまねぎ等の産地偽装	○			○
	米の産地偽装				○
	牛肉の銘柄の不当表示		○		○
27	とらふぐの天然の不当表示		○		
	米の産地偽装	○			○
	はちみつの産地偽装			○	○
	あなご加工品の産地偽装	○			○
28	わかめ加工品の産地偽装	○			○
	牛肉の銘柄の不当表示等	○	○		○
	菓子の期限表示偽装	○		○	
	瓶詰め果実の期限表示偽装			○	
29	鶏肉の産地偽装	○			○
	トマト缶詰の期限表示偽装	○		○	
	九条ねぎの産地偽装	○			○

注1: 27年3月以前はJAS法に基づくもの  
注2: 国及び都道府県が行ったもの

# 食品表示に関する最近の活動状況

参考1

○都道府県毎の食品表示監視協議会では、関連情報の共有等のため、毎年1回以上会合を開催。その他、都道府県も参加して、食品表示関係法令等に関する全国7ブロックごとの研修会を開催。

○平成27年度以降、保健所、指定市、都道府県等の担当者を参集し、都道府県等食品表示担当者研修を開催。本年は、6月21日～22日に遺伝子組換え表示制度を含む食品表示基準の解釈や食品表示法の執行について研修を実施。

## 【平成29年度実績】(食品表示監視協議会)

ブロック	ブロック別協議会		ブロック内の各県ごとの協議会(合計数)	
	協議会開催数	研修回数	協議会開催数	研修回数
北海道	12※1	2※1	44※2	0※2
東北	2	0	12	1
関東	2	1	20	0
東海・北陸	1	1	12	4
近畿	1	1	11	5
中国・四国	1	1	12	1
九州	0	0	7	1
沖縄	1	1	1	2

※1 国の出先機関と地方公共団体等が構成員となっている協議会の開催回数・研修回数

※2 農林水産省北海道農政事務所の地域拠点と地方公共団体が構成員となっている地区協議会の開催回数・研修回数

## 食品表示法の食品表示基準に係る指示及び命令件数

平成30年6月  
消費者庁  
国税庁  
農林水産省

平成29年度下半期における食品表示法の食品表示基準に係る指示及び命令件数は、以下のとおりです。

### < 国(消費者庁、国税庁及び農林水産省)による指示及び命令件数 >

#### ○ 指示件数

(単位:件数)

	指示件数	指示の対象となった品目区分数					加工食品
		生鮮食品計					
		農産物	米	畜産物	水産物		
27年度	5	3	1	1	0	1	4
28年度	12	4	1	0	1	2	11
29年度	11	4	0	0	0	4	7
上半期	5	0	0	0	0	0	5
下半期	6	4	0	0	0	4	2

注:一つの指示の中で複数の品目区分の食品が対象となったケースがあり、品目区分数の合計は指示件数と一致しない。

#### ○ 命令件数

(単位:件数)

	命令件数	命令の対象となった品目区分数					加工食品
		生鮮食品計					
		農産物	米	畜産物	水産物		
27年度	0	0	0	0	0	0	0
28年度	0	0	0	0	0	0	0
29年度	0	0	0	0	0	0	0
上半期	0	0	0	0	0	0	0
下半期	0	0	0	0	0	0	0

### < 都道府県等による指示及び命令件数 >

#### ○ 指示件数

(単位:件数)

	指示件数	指示の対象となった品目区分数					加工食品
		生鮮食品計					
		農産物	米	畜産物	水産物		
27年度	23	12	2	4	4	2	14
28年度	14	4	1	0	2	1	10
29年度	10	6	3	1	0	2	4
上半期	5	2	0	0	0	2	3
下半期	5	4	3	1	0	0	1

注:一つの指示の中で複数の品目区分の食品が対象となったケースがあり、品目区分数の合計は指示件数と一致しない。

#### ○ 命令件数

(単位:件数)

	命令件数	命令の対象となった品目区分数					加工食品
		生鮮食品計					
		農産物	米	畜産物	水産物		
27年度	2 (1)	0	0	0	0	0	2 (1)
28年度	1 (1)	0	0	0	0	0	1 (1)
29年度	2 (1)	0	0	0	0	0	2 (1)
上半期	1 (0)	0	0	0	0	0	1 (0)
下半期	1 (1)	0	0	0	0	0	1 (1)

注:件数は食品表示法第6条第5項に基づく命令及び同法第6条第8項に基づく回収等命令の合計件数。また、( )の件数は、食品表示法第6条第5項に基づく命令件数であり、内数となっている。

## 食品表示法の食品表示基準に係る指導の件数等

平成30年6月  
消費者庁  
国税庁  
農林水産省

食品表示法の食品表示基準に係る国(消費者庁、国税庁及び農林水産省)による平成29年度下半期(平成29年10月～平成30年3月)の指導の件数等は、以下のとおりです。

(単位:件数)

指導	上半期 (4月～9月)	下半期 (10月～3月)	合計	(参考)	
				指示	命令
28年度	135	142	277	12	0
29年度	107	124	231	11	0

指導:「食品表示法に基づく指示及び指導並びに公表の指針」に照らし、食品表示基準違反が常習性がなく過失による一時的なものであり、違反事業者が直ちに表示の是正を行い、事実と異なる表示があった旨を速やかに情報提供している場合に行う行政指導

指示:「食品表示法に基づく指示及び指導並びに公表の指針」に照らし、指導に該当しない場合に行う行政指導(食品表示法第6条第1項及び第3項)

命令:食品表示法第6条第1項又は第3項の指示に係る措置を、正当な理由なく履行しない事業者に対する行政処分(食品表示法第6条第5項)、「食品表示法に基づく命令等の指針」に照らし、食品の回収等又は営業停止を命ずる行政処分(食品表示法第6条第8項)

注:食品表示法は、食品衛生法、健康増進法、JAS法に規定されていた食品表示に関する規定を統合したもので、平成27年4月に施行。

### <指導の品目区分別の状況>

	指導 件数	品目区分数									
		生鮮食品計					加工食品計				
		農産物	米	畜産物	水産物	農産 加工品	畜産 加工品	水産 加工品	その他の 加工食品		
28年度	277	132	46	12	33	41	163	46	16	58	43
29年度上半期	107	44	14	12	8	10	72	21	7	28	16
29年度下半期	124	53	11	4	9	29	80	21	9	32	18

注:一つの指導の中で複数の品目区分の食品が対象となったケースがあり、品目区分数の合計は指導件数と一致しない。

### <指導の主な違反区分別の状況>

	指導 件数	計	主な違反区分			
			名称の 誤表示・欠落	原材料名の 誤表示・欠落	原産地の 誤表示・欠落	その他
28年度	277	295	27	91	146	31
29年度上半期	107	116	14	37	43	22
29年度下半期	124	133	13	41	63	16

注:一つの指導の中で複数の品目区分の食品が対象となったケースでは、品目区分ごとに主な違反区分を整理しており、その合計は指導件数と一致しない。

注:原産地の誤表示・欠落には、加工食品の原料原産地及び原産国の誤表示・欠落を含む。

注:その他は、加工食品の内容量の誤表示・欠落、原料玄米の誤表示・欠落、水産物の養殖表示の誤表示・欠落等である。

### <指導の対象となった事業者による情報提供の方法>

	指導 件数	計	情報提供の方法			
			社告	ウェブサイト	店頭告知	手紙等
28年度	277	295	1	45	203	46
29年度上半期	107	116	0	21	67	28
29年度下半期	124	133	1	27	77	28

注:一つの指導の中で複数の品目区分の食品が対象となったケースでは、品目区分ごとに情報提供の方法を整理しており、その合計は指導件数と一致しない。

(資料) 平成29年度下半期における指導の状況:資料1

平成29年度下半期における指導の分類:資料2

### 食品等の表示に係る一斉取締りの指導件数等

地方公共団体(都道府県、保健所設置市及び特別区の保健部局)による、食品等の表示に係る平成29年度一斉取締りの指導件数等は以下のとおりです。

食品表示法の措置概要 (単位:件数)

	命令		指示		命令及び指示以外の措置	
	夏期	年末	夏期	年末	夏期	年末
平成29年度	0	0	0	0	2,181	2,185

一斉取締り: 「食品の衛生に関する監視指導の実施に関する指針」に基づき、各地方公共団体が集中的に実施する食品表示等に関する取締り(夏期:7月を中心として各地方公共団体が定める期間、年末:12月を中心として各地方公共団体が定める期間)

食品表示法: 食品衛生法、健康増進法、JAS法に規定されていた食品表示に関する規定を統合し、平成27年4月から施行

命令: 食品表示法第6条第1項の指示を、正当な理由なく履行しない事業者に対する行政処分(食品表示法第6条第5項)、「食品表示法に基づく命令等の指針」に照らし、食品の回収又は営業停止等を行う行政処分(食品表示法第6条第8項)

指示: 「食品表示法に基づく指示及び指導並びに公表の指針」に照らし、指導に該当しない場合に行う行政指導(食品表示法第6条第1項)

#### 1 許可を要する営業施設及び許可を要しない営業施設への監視指導施設数、違反件数等

	監視指導 延べ施設 数	表示違反が確認された延べ施設数								表示違反に対する措置							法令所管 機関へ 回付等	
		食品表示法						食品衛生法 第20条	健康増進法 第31条 第1項	その他	食品表示法			食品衛生法		告発		
		衛生事項	保健事項	品質事項	命令	指示	命令及び 指示以外 の措置				命令	命令以外 の措置						
													第6条 第8項	第6条 第5項	第6条 第1項			第54条
平成29年度 夏期	許可を要する 営業施設	251,928	976	691	26	152	17	32	58	0	0	0	834	0	0	17	0	103
	許可を要しない 営業施設	131,627	1,610	676	126	505	4	211	88	0	0	0	1,207	0	0	0	0	371
	計	383,555	2,586	1,367	152	657	21	243	146	0	0	0	2,041	0	0	17	0	474
平成29年度 年末	許可を要する 営業施設	168,715	858	601	11	162	12	20	52	0	0	0	822	0	0	3	0	83
	許可を要しない 営業施設	96,749	2,307	791	105	411	775	124	101	0	0	0	1,253	0	0	9	0	317
	計	265,464	3,165	1,392	116	573	787	144	153	0	0	0	2,075	0	0	12	0	400

食品衛生法第20条: 公衆衛生に危害を及ぼすおそれがある食品・添加物等の、虚偽・誇大な表示・広告を禁止

健康増進法第31条第1項: 健康の保持増進の効果等について、誇大な表示・広告を禁止

食品衛生法第54条: 食品等の廃棄又は食品衛生上の危害を除去を行う行政処分

食品衛生法第55条: 許可の取消、営業停止を行う行政処分

許可を要する営業施設: 飲食店営業、菓子製造業、魚介類販売業、喫茶店営業(自動販売機)、食肉販売業 など

許可を要しない営業施設: 給食施設(学校、病院など)、野菜果物販売業、そうざい販売業、添加物の販売業 など

#### 2 収去した食品等の検体数、違反件数等

	収去検体 数	違反検体数													表示違反に対する措置							法令所管 機関へ 回付等			
		食品表示法											食品衛生法 第20条	健康増進法 第31条 第1項	その他	食品表示法			食品衛生法		告発				
		衛生事項						保健事項			品質事項	命令				指示	命令及び 指示以外 の措置	命令		命令以外 の措置					
		アレルギー	期限表示	保存方法	製造者 加工者	添加物	その他	栄養成分	機能的 表示	その他								第6条 第5項	第6条 第8項				第6条 第1項	第54条	第55条
平成29年度 夏期	国産品	15,130	166	22	11	10	36	32	38	5	0	1	10	0	0	1	0	0	0	137	0	0	0	0	0
	輸入品	2,171	4	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
	計	17,301	170	22	11	10	36	34	39	6	0	1	10	0	0	1	0	0	0	140	0	0	0	0	0
平成29年度 年末	国産品	12,296	142	25	6	16	29	25	18	2	6	0	15	0	0	0	0	0	0	99	0	0	0	0	0
	輸入品	3,596	28	8	1	5	1	6	0	2	0	0	5	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0
	計	15,892	170	33	7	21	30	31	18	4	6	0	20	0	0	0	0	0	0	110	0	0	0	0	0

収去: 食品衛生監視員が食品を分析に供するために、法令に基づき無償で持ち去る行為



1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(平成30年7月31日現在)

(単位:件)

年度		平成20 (2008)	平成21 (2009)	平成22 (2010)	平成23 (2011)	平成24 (2012)	平成25 (2013)	平成26 (2014)	平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	合計	年度	
国	措置命令 (※1)	52	12	20	28	37	45	30	13	27	50	17	331	措置命令 (※1)	国
	課徴金 納付命令 (※2)									1	19	5	25	課徴金 納付命令 (※2)	
都道府県(※3)		21	26	36	22	29	64	3	3	1	8	1	指示	措置命令	都道府県(※3)
													201	13	
北海道			1	2	3	1	36						43	1	北海道
青森													0	0	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	1												1	0	福島
茨城	1		1	1	1	2							5	0	茨城
栃木	3	1	6	1	2						1		13	1	栃木
群馬							1						1	0	群馬
埼玉				4	9	11	1	1					25	1	埼玉
千葉		1	1	1	1								3	0	千葉
東京		12	12	3	6	3	2				1		38	1	東京
神奈川	1			2	1								4	0	神奈川
新潟			3				1						4	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	2	1	1				1		1				5	1	岐阜
静岡	3	1	1	1	3	2				1	2		11	3	静岡
愛知				1		2							3	0	愛知
三重													0	0	三重
滋賀	1												1	0	滋賀
京都	1	1		1	1								4	0	京都
大阪	2		1									1	3	1	大阪
兵庫	2	2											4	1	兵庫
奈良							2						2	0	奈良
和歌山			2		2	1							5	0	和歌山
鳥取													0	0	鳥取
島根			2										2	0	島根
岡山													0	0	岡山
広島									1				0	1	広島
山口	1						3						4	0	山口
徳島		1	1				1						3	0	徳島
香川													0	0	香川
愛媛		1			1								2	0	愛媛
高知		2											2	0	高知
福岡	1		1		1						1		3	1	福岡
佐賀	1		1										2	0	佐賀
長崎													0	0	長崎
熊本	1	2											3	0	熊本
大分					3								3	0	大分
宮崎					1								1	0	宮崎
鹿児島													0	0	鹿児島
沖縄			1										1	0	沖縄

※1 平成21年8月末日までは公正取引委員会における排除命令件数。平成21年9月1日以降は消費者庁における措置命令件数。

※2 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。)

1-2. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(平成30年7月31日現在)

年度		平成28	平成29	平成30
		(2016)	(2017)	(2018)
国	措置命令	27(9)	50(19)	17(11)
	課徴金 納付命令	1(-)	19(12)	5(2)
都道府県		1(1)	8(2)	1(-)

※ ( )に計上された件数は内数で、食品表示に関係するものです。

## 2. 景品表示法に基づく法的措置事件の概要（平成29年8月1日～平成30年7月31日）

※ 国又は都道府県において法的措置を採った事件の公表されたものの概要を掲載しています。措置の詳細につきましては、国又は公表を行った都道府県のホームページを御覧ください（事件概要に記載のURLをクリックしてください。）。

※太枠は、食品表示に関係するものです。

措置日	処分 行政庁	事業者名	事件概要
H30. 7. 30 【措置命令】	消費者庁	株式会社G L O R I A	<p>株式会社G L O R I Aは、「pink y p l u s」と称する商品を一般消費者に提供するに当たり、平成28年9月9日から平成29年9月28日までの間、自社ウェブサイトにおいて次のような表示を行っていた。</p> <p>「ツイッターや facebook で話題のバストアップサプリ!」、「『プエラリア』で満足できなかった女性」、「94%が2カップ以上UPを実感」、「体験者1万人以上の声が証明!」、「10日間でまさかの2カップUP!」、「2大豊胸成分を1粒にギュ〜っと濃縮!」、「うつむくと胸が邪魔して下が見えない!」、「生活習慣改善」、「成長ホルモン分泌促進」、「バストアップが成功する条件をクリア」、「ハリ」、「弾力」、「美肌」、「ツヤ」、「理想のバストがあなたのものに!」等と記載することにより、あたかも本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる成分により、誰でも容易に著しい豊胸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><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180730_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180730_0001.pdf</a></p>
H30. 7. 25 【措置命令】	消費者庁	株式会社L i f e L e a f	<p>株式会社L i f e L e a fは、「ファティーボ」と称する商品を一般消費者に提供するに当たり、平成29年4月3日から平成30年3月26日までの間、例えば平成29年4月3日から同年11月21日までの間、自社ウェブサイトにおいて「太れない体質だとあきらめたくない!」、「女性らしい美ボディに!健康的にふっくらしたい」、本件商品の容器包装の写真と共に、「3ヶ月で5.1kg増えた『7つの秘訣』プレゼント!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、容易に肥満効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p>

			<p>実際には、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有しておらず、当該表示どおりの効果が得られるとまで認められないものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180725_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180725_0001.pdf</a></p>
H30. 7. 24 【措置命令】	消費者庁	日本マクドナルド株式会社	<p>日本マクドナルド株式会社は、「東京ローストビーフバーガー」及び「東京ローストビーフマフィン」と称する料理並びにこれら料理を含むセット料理の各料理（以下これらを併せて「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、「東京ローストビーフバーガー」と称する料理について、テレビコマーシャルにおいて、平成29年8月8日から同月24日までの間、「しっとりリッチな東京ローストビーフバーガー」との音声と共に、ローストされた牛赤身の肉塊をスライスする映像を放送するなど、あたかも、対象料理に使用されている「ローストビーフ」と称する料理には、ブロック肉（牛の部分肉を分割したもの）を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件料理に使用されている「ローストビーフ」と称する料理の過半について、成形肉（牛赤身のブロック肉を切断加工したものを加熱して結着させて、形状を整えたもの）を使用していた。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180724_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180724_0001.pdf</a></p>
H30. 7. 3 【措置命令】	消費者庁	HITOWAケアサービス株式会社	<p>HITOWAケアサービス株式会社は、「イリーゼ」と称する有料老人ホーム106ヶ所（以下これら併せて「イリーゼ」という。）において提供するサービスを一般消費者に提供するに当たり、平成28年9月11日頃から平成30年6月30日までの間、パンフレットにおいて、「終の棲家として暮らせる重介護度の方へのケア」と記載した上で、「寝たきりなど要介護度が重い方もお過ごしいただくことができます。ご希望の方には、医療機関と連携しご家族様のお気持ちに寄り添いながら看取り介護にも対応しております。」と記載していた。</p> <p>実際には、入居者の行動が、他の入居者又は同社の従業員の生命若しくは身体に危害を及ぼし又はその切迫したおそれがある場合であって、イリーゼにおける通常の介護方法又は接遇方法ではこれを防止することが出来ないときは、当該入居者との入居契約を解除することがあるものであつ</p>

			<p>た。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180703_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180703_0001.pdf</a></p>
<p>H30.6.29 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ARS</p>	<p>株式会社ARSは、「電気の110番救急車」及び「クラピタル」と称する屋号、「街の修理屋さん」と総称する屋号並びに「ライフ救急車」と称する屋号による電気・鍵・ガラス・害虫の各トラブル解決に係る9役務を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から平成29年6月30日までの間、各役務に関し、それぞれ、次のような表示を行っていた。</p> <p>① 6役務について、「全国1000拠点！」等と記載することにより、あたかも、各役務を提供する拠点が全国に1,000か所存在するかのよう示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務を提供する拠点の数は、それぞれ1,000を大きく下回っていた。</p> <p>② 6役務について、「年間実績10万件以上」等と記載することにより、あたかも、各役務の年間受注実績等が10万件以上であるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務の年間受注実績等は、それぞれ10万件を大きく下回っていた。</p> <p>③ 6役務について、「官公庁・有名企業御用達の確かな実績あるサービスです。」等と記載するとともに事業者等の名称等を記載することにより、あたかも、各役務について、記載された名称等に係る事業者等から多数の受注実績があるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、記載された名称等に係る事業者等の一部又は大部分からの受注実績がなかった。</p> <p>④ 5役務について、「メディア取材実績アリ 日本テレビZIP! テレビ朝日グッド! モーニング 関西テレビよ〜いどん！」等と記載することにより、あたかも、各役務について、これらのテレビ番組からの取材実績があるかのように示す表示をしていたが、実際には、これらのテレビ番組の一部又は全部からの取材実績がなかった。</p> <p>⑤ 4役務について、「業界最大手の電気のプロが即日対応します。」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社が最大手又は一番の事業者であるかのように示す表示をし、「日本一の技術でトラブルを解決」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の技術力が第1位であるかのように示す表示をし、</p> <p>「対応実績 年間実績日本一！」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の年間受注実績が第1位であるかのように示す表示をし、</p>

			<p>「お客様満足度、業界No. 1」、「お客様満足度は・・・93.0%!! 満足度No. 1 2014年度のお客様アンケート382名のうち、355名が満足とお答え」等と記載することにより、あたかも、各役務について自社が実施した顧客アンケートにおける「大満足」又は「満足」と回答した者の割合が93.0%であり、また、各役務の業界において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑥ 3役務について、「アナタの街にある電気屋さんの中でも 品質良いから 技術あるから No. 1のお客様満足度があります。」等と記載することにより、あたかも、各役務について、特定の地域において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をし、1役務について、「高い満足度を継続達成中！」等と記載することにより、あたかも、当該役務に係る自社の顧客満足度が継続して高水準を達成しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該資料を提出しなかった。</p> <p>⑦ 9役務について、「最短15分で現場到着」、「どこよりも早く!!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、同業他社と比較して作業員が最も早く現場に到着し、また、最短15分での到着も期待できるかのように示す等の表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑧ 電気トラブル解決に係る3役務について、実際にはARSが運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「電気のトラブルお助け隊」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した15事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該3役務が第1位から第3位と評価されたかのように示す</p>
--	--	--	---

			<p>表示をし、</p> <p>害虫トラブル解決に係る1役務について、実際にはARSが運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「害虫&amp;害獣駆除業者比較ナビ」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した15事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該役務が第1位と評価されたかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出しなかった。</p> <p>課徴金額：4988万円</p> <p>※対象サービスの各表示内容等の詳細については、ホームページを御覧ください。  <a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180629_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180629_0001.pdf</a></p>
<p>H30.6.15 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ブレインハーツ</p>	<p>株式会社ブレインハーツは、</p> <p>①a 「グリーンシェイパー」と称する食品（以下「本件商品①」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「roifleur」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト①」という。）において、遅くとも平成29年5月19日から同年8月23日までの間、例えば、「グリーンシェイパーを毎日2粒摂取して14日間の使用で体重-12.8kg以上をお約束します」、「何もしなくても消費カロリーが1日1200kcal⇒2980kcalと上昇し2時間ごとに体脂肪率が1.8%ずつ減少していきます」、「（使用240時間～360時間）=====減量目安（-3～6kg）最後のステップは体重の定着です体が新たに脂肪をつけることができない状態になり使用後も落とした体重がほぼ戻りません本来、人間の体重は急激に落とすとリバウンドする特長を持っていますこれを防ぐためグリーンシェイパーは独自の痩身理論を実現落とした体重を定着させます」等と記載することにより、あたかも、本件商品①を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られ、かつ、痩身後の体重を維持することができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>b 「アストロンα」と称する食品（以下「本件商品②」という。）を一般消費者に販売する</p>

			<p>に当たり、「輝. com」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト②」という。）において、平成29年4月8日から平成30年1月14日までの間、例えば、「■製品特性 ●7日間の連続使用で約1ヶ月、減量作用が続く新開発の『持続性減量カプセル』です。 ●配合された抗肥満成分が脂肪を消費しやすい体質をつくりだし、継続的な減量状態に入ります 7日飲めば1ヶ月続く↓↓↓アストロンαはカプセルの中に濃縮配合された抗肥満成分を7日間かけて一定量体に吸収させることで長期間の減量効果を生み出します 一度、減量が持続状態になると、何もしなくても体重が減り続けるようになります その効果は7日の使用で ・約1ヶ月間、持続的に体重、体脂肪減少 ・約1ヶ月間、持続的に中性脂肪、コレステロール減少 ・約1ヶ月間、持続的に排便回数増加」等と記載することにより、あたかも、本件商品②を7日間摂取するだけで、その後1か月間にわたり痩身作用が持続することにより、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>c 「スリムイヴ」と称する食品（以下「本件商品③」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②において、遅くとも平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、例えば、「たった7日でも限界まで細くする 禁断の速効性痩身茶 1日1杯で【痩身サイクル】が飲み続ける限り続きます」等と記載することにより、あたかも、本件商品③を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>d 「恋白美スキンソープ」と称する石けん（以下「本件商品④」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①において、遅くとも平成29年3月28日から同年10月18日までの間、例えば、「\洗うだけで簡単に/ 色白美肌へ ↓↓↓ ●大きなシミ ●深いシワ ●タルミ ●色黒肌 \こんな悩み完全に消え去ります/ 誰でも美肌になれるんです 話題沸騰中 あなたはもう知っていましたか? ▼」等と記載することにより、あたかも、本件商品④を使用するだけで、短期間で容易に、シミ、しわ及びたるみを解消又は軽減するとともに肌本来の色を白くすることができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>e 「Smart Leg」と称する下着（以下「本件商品⑤」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①において、遅くとも平成29年2月9日から同年10月</p>
--	--	--	--



			<p>18日までの間、例えば、「下半身の余計な肉を重力に逆らい足首・ふくらはぎ 太もも・お尻・お腹周りにかけて、下から上へリンパの流れを形成!! 更に上へ↑上へ↑と引き上げて・・・」結果、「下半身の肉《全て》がバストアップに移行します」、「短期集中脚痩せ」等と記載することにより、あたかも、本件商品⑤を着用するだけで、短期間で容易に著しい下半身の痩身効果が得られるとともに、下半身の余分な脂肪が胸部に移行することによる豊胸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、aないしeの各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、同社は当該各資料を提出しなかった。</p> <p>②a 本件商品①を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年5月19日から同年8月23日までの間、「通常価格14,900円(税抜)⇒限定特価2,980円(税抜)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品①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、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>b 本件商品②を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、平成29年4月8日から平成30年1月14日までの間、「メーカー希望小売価格27,000円↓↓↓【特別モニター限定価格】2,980円」と記載することにより、あたかも、本件商品②にはメーカー希望小売価格が設定されており、実際の販売価格が当該メーカー希望小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②にはメーカー希望小売価格は設定されていなかった。</p> <p>c 本件商品③を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、遅くとも平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、「通常価格14,800円(税別)↓↓↓↓モニター価格2,980円(税別)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品③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、同社が任意に設定したものであって、同社にお</p>
--	--	--	---

			<p>いて販売された実績のないものであった。</p> <p>d 本件商品④を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年3月28日から同年10月18日までの間、「9,800円 ▼▼▼ 特別価格2,980円(税抜)」と記載することにより、あたかも、9,800円は、本件商品④の通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該通常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、9,800円は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>e 本件商品⑤を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年2月9日から同年10月18日までの間、「参考小売価格14,900円 → 2,980円」と記載することにより、あたかも、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品⑤の製造事業者等により本件商品⑤を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売業者に広く呈示されている価格であり、実際の販売価格が当該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、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品⑤を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売業者に広く呈示されているものではなかった。</p> <p>なお、同社は自社ウェブサイトにおいて前記①及び②の表示を行っていたほか、本件商品①、本件商品③、本件商品④及び本件商品⑤については、広告代理店を通じて、アフィリエイトサイトの運営者に対し、これらの商品に係る自社ウェブサイトを提示するなどして、当該自社ウェブサイトの記載内容を踏まえたこれらの商品に係る口コミ、ブログ記事等を作成させ、当該自社ウェブサイトへのハイパーリンクと共に当該アフィリエイトサイトに掲載させていた。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180615_0003.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180615_0003.pdf</a></p>
H30.6.15 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ブレインハーツ	<p>株式会社ブレインハーツは、</p> <p>①a 「グリーンシェイパー」と称する食品(以下「本件商品①」という。)を一般消費者に販売するに当たり、「roifleur」と称する自社ウェブサイト(以下「自社ウェブサイ</p>

			<p>ト①」という。)において、平成29年5月19日から同年8月23日までの間、例えば、「グリーンシェイパーを毎日2粒摂取して14日間の使用で体重-12.8kg以上をお約束します」、「何もしなくても消費カロリーが1日1200kcal⇒2980kcalと上昇し 2時間ごとに体脂肪率が1.8%ずつ減少していきます」、「(使用240時間～360時間) =====減量目安(-3～6kg) 最後のステップは体重の定着です 体が新たに脂肪をつけることができない状態になり 使用後も落とした体重がほぼ戻りません 本来、人間の体重は急激に落とすとリバウンドする特長を持っています これを防ぐためグリーンシェイパーは独自の痩身理論を実現 落とした体重を定着させます」等と記載することにより、あたかも、本件商品①を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られ、かつ、痩身後の体重を維持することができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>b 「スリムイヴ」と称する食品（以下「本件商品②」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「輝.com」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト②」という。）において、平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、例えば、「たった7日でも限界まで細くする 禁断の速効性痩身茶 1日1杯で【痩身サイクル】が飲み続ける限り続きます」等と記載することにより、あたかも、本件商品②を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>c 「恋白美スキンソープ」と称する石けん（以下「本件商品③」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①において、平成29年3月28日から同年10月18日までの間、例えば、「\洗うだけで簡単に/ 色白美肌へ ↓↓↓ ●大きなシミ ●深いシワ ●タルミ ●色黒肌 \こんな悩み完全に消え去ります/ 誰でも美肌になれるんです 話題沸騰中 あなたはもう知っていましたか? ▼」等と記載することにより、あたかも、本件商品③を使用するだけで、短期間で容易に、シミ、しわ及びたるみを解消又は軽減するとともに肌本来の色を白くすることができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>d 「Smart Leg」と称する下着（以下「本件商品④」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①において、平成29年2月9日から同年10月18日</p>
--	--	--	--

			<p>までの間、例えば、「下半身の余計な肉を重力に逆らい足首・ふくらはぎ 太もも・お尻・お腹周りにかけて、下から上へリンパの流れを形成！！ 更に上へ↑上へ↑と引き上げて・・・「——— 結果 ———」」、「下半身の肉《全て》がバストアップに移行します」、「短期集中脚痩せ」等と記載することにより、あたかも、本件商品④を着用するだけで、短期間で容易に著しい下半身の痩身効果が得られるとともに、下半身の余分な脂肪が胸部に移行することによる豊胸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、aないしdの各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、同社は当該各資料を提出しなかった。</p> <p>②a 本件商品①を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年5月19日から同年8月23日までの間、「通常価格14,900円(税抜)⇒限定特価2,980円(税抜)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品①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、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>b 本件商品②を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、「通常価格14,800円(税別)↓↓↓モニター価格2,980円(税別)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品②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、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>c 本件商品③を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年3月28日から同年10月18日までの間、「9,800円 ▼▼▼ 特別価格2,980円(税抜)」と記載することにより、あたかも、9,800円は、本件商品③の通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該通常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、9,800円は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売され</p>
--	--	--	--

			<p>た実績のないものであった。</p> <p>d 本件商品④を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年2月9日から同年10月18日までの間、「参考小売価格14,900円→2,980円」と記載することにより、あたかも、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品④の製造事業者等により本件商品④を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売業者に広く呈示されている価格であり、実際の販売価格が当該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、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品④を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売業者に広く呈示されているものではなかった。</p> <p>課徴金額：2229万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180615_0003.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180615_0003.pdf</a></p>
H30.6.13 【措置命令】	消費者庁	麒麟シティ株式会社	<p>麒麟シティ株式会社は、25種類の料理（以下「本件25料理」という。）の各料理を一般消費者に提供するに当たり、例えば、「赤・黒-half&amp;half（大盛りを含む。）」と称する料理について、平成27年1月13日から平成28年6月7日までの間、ランチメニューにおいて、「コク深い味わいの黒。」「新一番搾りスタウト（黒生）を使用し、さらにコク深く、スパイシーな味わいに生まれ変わった黒ビールカリー。」及び「赤・黒-half&amp;half ￥870（大盛り￥970）」と記載するなど、あたかも、本件25料理に黒ビールを使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件25料理の各料理について、黒ビールを使用していなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180613_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180613_0001.pdf</a></p>
H30.5.30 【措置命令】	消費者庁	株式会社TSUTAYA	<p>株式会社TSUTAYAは、</p> <p>① 「TSUTAYA TV」と称する動画配信サービスのうち「動画見放題プラン」、動画見放題プランを含む「動画見放題&amp;定額レンタル8」、「TSUTAYA 光」及び「TSUT</p>

			<p>       A Y A プレミアム」の4つのサービス（以下「本件4サービス」という。）を一般消費者に提供するに当たり、遅くとも平成28年4月1日から平成30年5月15日までの間、自社ウェブサイト、テレビコマーシャル及びY o u T u b eの自社公式チャンネルにおいて、     </p> <p>       ア 動画見放題プランについて、「動画見放題 月額933円（税抜） 30日間無料お試し」と記載し、その背景に30本の動画の画像を掲載し、「人気ランキング」及び「近日リリース」として、それぞれ10本の動画の画像を掲載することにより、     </p> <p>       イ 動画見放題&amp;定額レンタル8について、「人気の動画が見放題！ CDやDVDが借り放題！」と記載し、「サービスプランについて TSUTAYAの全作品をご自宅で自由に楽しめる、3つのプランをご用意しました。」、「オンライン動画配信サービス 月額933円。TSUTAYAのほぼ全ての動画をオンラインで見ることができるサービスです。」、「取扱いタイトル数 業界最大級85,000本以上」、「TSUTAYAのほぼ全作品を自宅で楽しめる！」等と記載することにより、     </p> <p>       ウ TSUTAYA 光について、「毎月タダで映画が観られる光。TSUTAYA 光」と記載し、「毎月無料で映画やドラマが見放題!」、「特長1 映画が毎月無料!」、「動画配信プランが毎月見放題」等と記載することにより、     </p> <p>       エ TSUTAYA プレミアムについて、「旧作DVD借りたい放題」、「動画配信も」、「見たい放題」等の文字及び音声を送信等することにより、     </p> <p>       あたかも、本件4サービスを契約すれば、TSUTAYA TVにおいて配信する動画が見放題となるかのように示す表示をしていた。     </p> <p>       実際には、本件4サービスの動画見放題プランの対象動画は、TSUTAYA TVにおいて配信する動画の12パーセントないし27パーセント程度であって、特に、「新作」及び「準新作」と称するリリースカテゴリの動画については、TSUTAYA TVにおいて配信する動画に占める動画見放題プランの対象動画の割合が1パーセントないし9パーセント程度であり、本件4サービスを契約すれば、TSUTAYA TVにおいて配信する動画が見放題となるものではなかった。     </p> <p>       ② 「TSUTAYA 光」と称する光回線インターネット接続サービスのうち「さんねん割」と称する3年間で契約期間とすることにより3年間にわたり毎月月額料金を割引するプラン     </p>
--	--	--	--

			<p>(以下「本件役務」という。)を一般消費者に提供するに当たり、平成27年2月12日頃から平成29年11月11日頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「今なら『さんねん割』でずーっとお得!」と記載し、「価格」として、「■戸建て」、「プラン ギガ」、「定価 5,200円」、「さんねん割 -700円」、「販売価格 4,500円」等と記載するとともに、「『さんねん割』キャンペーン」として、「3年契約で料金がずーっとお得!」、「割引価格 戸建てタイプ:700円/月マンションタイプ:300円/月」、「キャンペーン受付期間 2015年2月12日~2017年3月31日」と記載するなど、あたかもキャンペーン受付期限までに本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、3年間にわたり、毎月、「戸建て」と称するタイプ(以下「戸建てタイプ」という。)にあつては月額700円、「マンション」と称するタイプ(以下「マンションタイプ」という。)にあつては月額300円の割引が適用されるかのように表示していた。</p> <p>実際には、キャンペーン受付期限後に本件役務の提供を申し込んだ場合にも、3年間にわたり、毎月、戸建てタイプにあつては月額700円、マンションタイプにあつては月額300円の割引が適用されるものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180530_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180530_0001.pdf</a></p>
<p>H30.5.22 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社エー・ピーカンパニー</p>	<p>株式会社エー・ピーカンパニーは、</p> <p>① 「宮崎県日南市塚田農場」及び「宮崎県日向市塚田農場」と称する店舗において、「チキン南蛮」、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理(以下「本件料理①」という。)を一般消費者に提供するに当たり、平成29年4月17日から同年8月22日までの間、メニューの表紙において「地鶏一筋」と記載された印影を掲載するなど、あたかも、本件料理①には地鶏を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には「チキン南蛮」と称する料理にはブロイラーを、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理にはほとんどブロイラーを、それぞれ使用していた。</p> <p>② 「鹿児島県霧島市塚田農場」と称する店舗において、「チキン南蛮」、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理(以下「本件料理②」という。)を一般消費者に提供するに当たり、平成29年4月17日から同年8月22日までの間、メニューの表紙において「地鶏一筋」と記</p>

			<p>載された印影を掲載するなど、あたかも、本件料理②には地鶏を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には「チキン南蛮」と称する料理にはブロイラーを、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理にはほとんどブロイラーを、それぞれ使用していた。</p> <p>③ 「宮崎県日南市じとっこ組合」、「宮崎県日向市じとっこ組合」及び「～宮崎日南 幻の地鶏焼～ じとっこ」と称する店舗において、「チキン南蛮」及び「椎茸つくね南蛮」と称する料理（以下「本件料理③」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年9月1日から平成29年9月3日までの間、メニューにおいて「じとっこ組合」、「安全安心で美味しい『みやざき地頭鶏』を毎日皆様の元へ、お届けするために。」等と記載した上で「みやざき地頭鶏」と称する地鶏が雛センター等で育成されてから本件店舗で料理として提供されるまでの流通過程を示した図、「じとっこ組合 加盟養鶏農家」と題した「みやざき地頭鶏」と称する地鶏の養鶏農家の一覧等を掲載するなど、あたかも、本件料理③には地鶏を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件料理③について、「チキン南蛮」と称する料理にはブロイラーを、「椎茸つくね南蛮」と称する料理には地鶏ではない親鶏等を、それぞれ使用していた。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180522_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180522_0001.pdf</a></p>
<p>H30.5.15 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>農事組合法人石垣島海のもの山のもの生産組合</p>	<p>農事組合法人石垣島海のもの山のもの生産組合は、ヒバーチ4食品（以下「本件商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「ヒバーチ20g」と称する商品について、遅くとも平成25年11月15日から平成29年11月9日までの間、自らが運営するウェブサイトにおいて、「石垣島海のもの山のものは、青果や商品を通じて石垣島の食材や食文化を全国へお届けしています。」、「甘い香りの島胡椒」、「八重山、世界でも希少種の甘い香りの島胡椒。（八重山を代表するスパイス）」と記載するなど、本件商品について、それぞれ、あたかも、本件商品の原材料は、それぞれ、石垣島産のものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品の原材料は、それぞれ、大部分が外国産のものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180515_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180515_0001.pdf</a></p>



<p>H30. 4. 25 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社良品計画</p>	<p>株式会社良品計画は、ソファカバー159商品（以下「本件商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「綿ポリエステル変り織ハイバックリクライニングソファ・1シーター用カバー／ベージュ」との商品名及び「ハイバック1S用」との規格名のソファカバーについて、平成27年6月18日から平成30年1月4日までの間、商品タグにおいて、「太さの違う糸を使ってざっくりと織り上げた生地に、撥水加工を施しました。」と記載するなど、あたかも、本件商品の各商品は撥水加工が施されているものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品の各商品は、撥水加工が施されていないものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180425_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180425_0001.pdf</a></p>
<p>H30. 4. 19 【措置命令】</p>	<p>大阪府</p>	<p>イオンリテール株式会社</p>	<p>イオンリテール株式会社は、食品4商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成29年8月20日に大阪府吹田市内に配布された日刊新聞紙に折り込んだイオン吹田店において同日に実施した特売企画に係るチラシにおいて、「8/20㊤限り」、「毎週恒例日曜大市」、「日曜朝トク」、「あさ9時からのタイムサービス！！」と記載するとともに、本件商品の画像の周囲に「ミツカン追いがつおつゆ2倍1ℓ」、「ひる12時までのご奉仕品」、「お1人さま1点限り」、「本体価格198円」と記載するなど、あたかも、セール実施年月日又はセール実施年月日の一部時間帯（以下「セール期間」という。）に限り、本件商品がセール期間の前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、セール期間に限り本件商品を特別に廉価で販売していたものではなかった。</p> <p><a href="http://www.pref.osaka.lg.jp/hodo/index.php?site=fumin&amp;pageId=30557">http://www.pref.osaka.lg.jp/hodo/index.php?site=fumin&amp;pageId=30557</a></p>
<p>H30. 3. 29 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社UPQ</p>	<p>株式会社UPQは、「Q-d i s p l a y 4 K 5 0」と称する液晶ディスプレイ等液晶ディスプレイ3商品（以下「本件3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、「Q-d i s p l a y 4 K 5 0」と称する液晶ディスプレイについて、平成27年8月6日から平成28年2月24日までの間、「4K/60p、120Hz駆動 HDCP2.2対応の50インチ4Kディスプレイ」及び「国内最安値級の50インチ4K/120Hzディスプレイ。」と記載するなど、本件3商品の各商品について、それぞれ、あたかも、本件3商品の各商品が、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される</p>

			<p>映像にして映し出す機能を具備しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件3商品の各商品は、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される映像にして映し出す機能を具備していなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_329_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_329_0001.pdf</a></p>
H30.3.29 【措置命令】	消費者庁	株式会社DMM. com	<p>株式会社DMM. comは、「DMM. make 50インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイ及び「DMM. make 65インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイ（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、自社ウェブサイトにおいて、本件2商品について、それぞれ、「DMM. make 50インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイにあつては平成28年11月15日から平成29年4月12日までの間、「DMM. make 65インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイにあつては平成28年11月25日から平成29年4月12日までの間、「4K/60p, 120Hz駆動, HDCP2. 2対応の50/65インチ 4Kディスプレイをお求めやすい価格でご提供。」、「4K/60p入力に対応 さらに120Hz倍速駆動で、4K映像をなめらかに！」及び「1秒間に60フレームの4K映像を表示する4K/60pに対応。さらに120Hz駆動でフレームを補完し、よりなめらかな映像を映し出します。」と記載するとともに、「4K/60p（1秒間に60フレーム）」、「前後から予測して新しい映像を生成」、「120Hz倍速駆動（1秒間に120フレーム）」及び「滑らかな映像表示」と付記された3枚の画像のそれぞれの間に新たな画像が差し込まれ合計5枚の画像となることを示す図を掲載することにより、あたかも、本件2商品の各商品が、前後のフレームから中間的なフレームを新たに生成し、映像を補完する倍速駆動と称する技術により、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される、より滑らかな映像にして映し出す機能を具備しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件2商品の各商品は、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される映像にして映し出す機能を具備していなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_329_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_329_0001.pdf</a></p>

<p>H30.3.28 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社日本教育クリエイト</p>	<p>株式会社日本教育クリエイトは、「三幸福祉カレッジ」の名称で</p> <p>① 「介護職員初任者研修」と称する役務（平成28年4月1日から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件介護職員初任者研修」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「通常受講料120,000円▼最大受講料半額以上もお得！59,500円～（教材費込・税別）」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「通常受講料」と称する価額を併記することにより、あたかも、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件介護職員初任者研修について通常提供している価格であり、実際の受講料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、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、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。</p> <p>② 「実務者研修」と称する役務（「ホームヘルパー2級」と称する研修を修了した者又は「介護職員初任者研修」と称する研修を修了した者に対し提供されるものであって、平成28年4月1日から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件実務者研修」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「\受講料が約40,000円割引／通常受講料（初任者研修修了者）127,000円（税別・テキスト代込み）▶90,000円（税別・テキスト代込み）」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「通常受講料」と称する価額を併記することにより、あたかも、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件実務者研修について通常提供している価格であり、実際の受講料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、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、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。</p> <p>③ 「介護職員初任者研修」と称する役務及び「実務者研修」と称する役務を一体的に供給する「セット講座」と称する役務（平成28年4月1日から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件セット講座」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「（通常：</p>
-------------------------------	-------------	----------------------	--

			<p>初任者研修120,000円+実務者研修127,000円=定価247,000円) キャンペーン受講料144,500円～(テキスト代込・税別)」、「最大10万円以上もお得!!」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「定価」と称する価額を併記することにより、あたかも、「定価」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件セット講座について通常提供している価格であり、実際の受講料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、「定価」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、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。</p> <p>課徴金額：4936万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0002.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0002.pdf</a></p>
H30.3.28 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社日本教育クリエイト	<p>株式会社日本教育クリエイトは、「日本医療事務協会」の名称で「医療事務通学講座」と称する役務(九州地区及び山口県の区域において提供するものを除き、平成28年4月1日(沖縄県の区域において提供するものにあつては同年9月1日)から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件役務」という。)を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、同社が運営する「日本医療事務協会」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、「通常価格55,000円▶42,700円(教材費込・税別)」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「通常価格」と称する価額を併記することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件役務について通常提供している価格であり、実際の受講料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、「通常価格」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、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。</p> <p>課徴金額：169万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0002.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0002.pdf</a></p>
H30.3.28	消費者庁	ガンホー・オンラ	ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社は、「パズル&ドラゴンズ」と称するオン

<p>【課徴金納付命令】</p>		<p>イン・エンターテイメント株式会社</p>	<p>ラインゲーム内において実施した、「モンスター」と称するアイテムのいずれかを提供する「特別レアガチャ『魔法石10個！フェス限ヒロインガチャ』」と称する役務について、インターネット上で配信する公式番組において、あたかも、全てのモンスターが「究極進化」と称する仕様の対象となるかのように表示していた。</p> <p>実際には、当該ガチャによって提供されるモンスター13体のうち2体だけを「究極進化」と称する仕様の対象とし、11体は「究極進化」ではなく「進化」と称する仕様の対象としていた。</p> <p>課徴金額：5020万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0001.pdf</a></p>
<p>H30.3.27 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>生活協同組合連合会グリーンコープ連合</p>	<p>生活協同組合連合グリーンコープ連合は、14種類のウインナーソーセージ（以下「本件商品」という。）を、会員生協を通じて会員生協の組合員である一般消費者に販売するに当たり、平成28年6月13日から平成29年3月18日までの間、「GREEN」と称するカタログ（以下「GREEN」という。）において、例えば、平成28年6月13日から同月18日までの間に配布されたGREENにおいて、「ハム・ソーセージも 原料は産直豚100%！ 添加物に頼らず、素材の良さをいかしています。保存料・着色料・添加物・化学調味料など不使用。」及び「今週のお・す・す・め！ グリーンコープのハム・ソーセージには化学的な合成添加物は一切使っていません。」と記載するなど、配布されたGREENにおいて、あたかも、本件商品は、化学的な合成添加物を一切使用せずに製造されたものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品に使用された羊腸は、化学的な合成添加物であるリン酸三ナトリウム溶液に漬けて加工されたものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180327_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180327_0001.pdf</a></p>
<p>H30.3.26 【措置命令】</p>	<p>東京都</p>	<p>株式会社ギミックパターン</p>	<p>ギミックパターンは、下着などの衣類4商品及び石けん（以下これらを併せて「本件5商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、最長で平成28年9月1日から平成29年12月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>① あたかも、本件5商品を着用又は使用するだけで、容易に「脚が細くなる」、「豊胸」、「痩身」</p>

			<p>などの効果が得られるかのように示す表示をしていたが、東京都は、ギミックパターンに対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠の資料の提出を求めたところ、ギミックパターンは、当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p>② 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ける通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、「通常価格」と称する価額はギミックパターンが任意に設定した価額であって、販売された実績のないものであった。</p> <p><a href="https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/hyoji/keihyo/20180326.html">https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/hyoji/keihyo/20180326.html</a></p>
H30.3.23 【課徴金納付命令】	消費者庁	プラスワン・マーケティング株式会社	<p>プラスワン・マーケティング株式会社は、「FREETEL SIM」と称する移動体通信役務（スマートフォン端末と一体的に供給する場合は、当該スマートフォン端末を含む。以下「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>① 平成28年11月30日から同年12月22日までの間、例えば、同年11月30日から同年12月13日までの間にあつては、『「業界最速」の通信速度』と記載するとともに、「<input checked="" type="checkbox"/> FREETEL SIMなら速度が出にくい都内平日12時台でもこんなに速い！」等と付記された「I社 SIM」、「O社 SIM」、「フリーテル」又は「NTT docomo」とする移動体通信役務に係る通信速度の特定の日時及び場所における測定結果が、それぞれ、0.3Mbps強程度、0.2Mbps程度、5.8Mbps強程度又は6.1Mbps弱程度であったことを示すグラフを掲載すること等により、あたかも、本件役務に係る通信速度が、仮想移動体通信事業者等の低廉な料金設定により移動体通信役務を提供する事業者（以下「格安SIM事業者」という。）の中で、恒常的に最も速いものであるかのように、また、特定の日時及び場所における通信速度の測定結果において、他の格安SIM事業者が提供する移動体通信役務に係る通信速度よりも著しく速く、かつ、株式会社NTTドコモが提供する移動体通信役務に係る通信速度に匹敵するものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 平成28年11月30日から同年12月13日までの間、「SIM販売シェアNo. 1」及び「シェアNo. 1！」と記載することにより、あたかも、移動体通信役務の提供を受けるために必要なSIMカードの販売数量に係る自社のシェアが格安SIM事業者の中で第1位であるかのように示す表示をしていた。</p>

			<p>③ 平成28年11月30日から同年12月13日までの間、例えば、「LINEのデータ通信料無料!」と記載するとともに、「AppStore」、「LINE」、「WeChat」、「WhatsApp」及び「Pokemon GO」の文字並びにこれらの文字が示すアプリケーションのアイコン画像を付記しつつ「FREETELなら各種SNS利用時のデータ通信料が無料!!」等と記載することにより、あたかも、これらのアプリケーションの利用時に生じるデータ通信量が通信利用容量の対象外となるかのように表示していた。</p> <p>①及び②については、消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>③については、実際には、当該データ通信量の一部は通信利用容量の対象となるものであった。</p> <p>課徴金額：8824万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0003.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0003.pdf</a></p>
<p>H30.3.23 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社エネ ルギア・コ ミュニケー ションズ</p>	<p>株式会社エネルギア・コミュニケーションズは、自らが供給する「メガ・エッグ 光ネット[ホーム]」又は「メガ・エッグ for BB 東広島 [ホーム]」と称する戸建住宅向け光回線インターネット接続サービスに「ギガ王」と称する複数年にまたがる契約に伴う割引を適用した役務（以下「メガ・エッグ光ネットホーム」という。）の取引について、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年4月1日から同年5月20日までの間、「期間限定 今カラ割+今カラ割プラス 今がチャンス キャンペーン期間：2016年2月1（月）～5月20日（金） 月々最大800円割引 ギガ王 3年契約（ファミリーコース）の場合」等と記載することにより、あたかも、当該期間内において新規にメガ・エッグ光ネットホームの提供を申し込んだ場合に限り、2年間にわたり毎月最大で800円の割引が適用されるかのような表示を行っていた。</p> <p>実際には、平成27年2月1日から平成28年9月30日までの期間において、新規にメガ・エッグ光ネットホームの提供を申し込んだ場合に、2年間にわたり毎月最大で800円の割引を実施していた。</p> <p>課徴金額：530万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0003.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0003.pdf</a></p>

			<a href="#">323_0002.pdf</a>
H30.3.23 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ミーロード	<p>株式会社ミーロードは、「B-UP」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月1日から同年12月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「バストUPとスリムUPを同時にかなえるスタイルUPサブリの決定版！」等と記載するとともに、「今までの『プエラリア』では満足できなかったアナタへ・・・」と題し、バストの下部に手を添えたポーズの女性の画像と共に、「魅惑的なメリハリBodyに・・・」と、余裕のあるぶかぶかの短パンをはきお腹周りを指差している女性の画像と共に、「キュッ!」、「見てください!こんなブカブカに!」と、「Gカップでも 57.8kg→47kg -10.8kg」、「女子力UPに胸ふくらむ!!」と記載すること等により、あたかも、本件商品を摂取するだけで、豊胸効果が得られるとともに痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、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>課徴金額：2430万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0001.pdf</a></p>
H30.3.22 【措置命令】	消費者庁	マカフィー株式会社	<p>マカフィー株式会社は、「マカフィーリブセーフ1年版」、「マカフィーリブセーフ3年版」、「マカフィートータルプロテクション1年版」、「マカフィートータルプロテクション3年版」、「マカフィーインターネットセキュリティ1年版」及び「マカフィーインターネットセキュリティ3年版」とそれぞれ称するセキュリティソフトウェアの使用許諾（いずれも2017年版。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、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「マカフィーリブセーフ1年版」と称するセキュリティソフトウェアの使用許諾について、平成28年10月14日から同年12月5日までの間、「実施期間2016/12/5まで」、「標準価格8,208円(税込)」、「今なら2,462円お得!」、「30%OFF」及び「特別価格5,746円(税込)」と記載するなど、あたかも、「標準価格」と称する価額は、「マカフィーリブセーフ1年版」と称するセキュリティソフトウェアの使用許諾について通常提供している価格であり、かつ、記載した期限ま</p>



			<p>でに当該役務の提供を申し込んだ場合に限り、「特別価格」と称する価額で当該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、本件6役務全てについて、「標準価格」と称する価額は、本件6役務の提供開始日である平成28年10月14日から提供終了日である平成29年11月21日までの間、提供された実績のないものであり、かつ、同期間において、「特別価格」と称する価額で提供を受けることができるものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180322_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180322_0001.pdf</a></p>
H30.3.16 【措置命令】	消費者庁	ジュピター ショッピングチャ ネル株式会社	<p>ジュピターショッピングチャンネル株式会社（以下「ジュピターショッピングチャンネル」という。）は、</p> <p>① 「三菱電機 1台4役! かんたん録画テレビ“リアル” &lt;32V型&gt;」及び同「40V型」（以下「本件40型テレビ」という。）と称するテレビ（以下、併せて「本件テレビ」という。）並びに「甘くてぷりっぷり! 特大ずわいがに一番脚肉むき身&amp;かに爪&lt;計1.1kg&gt;」と称するずわいがに（以下「本件ずわいがに」といい、以下、本件テレビと併せて「本件3商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件テレビにあっては、平成28年12月9日、平成29年1月2日から同月7日までの間、同年3月20日及び同年4月23日の各期間に、本件ずわいがににあっては、平成28年12月13日に、地上波放送、CS放送又はBS放送を通じて放送した「ショッピングチャンネル」と称するテレビショッピング番組（以下「ショッピングチャンネル」という。）において、セール企画として、実際の販売価格に当該価格を上回る「明日以降」又は「期間以降」と称する価額を併記した映像を放送することにより、あたかも「明日以降」又は「期間以降」と称する価額は、本件3商品の各商品について当該セール企画終了後に適用される通常の販売価格であって、実際の販売価格が当該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3商品の各商品がセール企画終了後に販売される期間は2日間又は3日間のみであって、ごく短期間のみ「明日以降」又は「期間以降」と称する価額で販売するにすぎず、当該価額での販売実績もジュピターショッピングチャンネルにおいて実質的に問われないものであって、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。</p> <p>② 本件テレビを一般消費者に販売するに当たり、平成28年12月9日に、CS放送又はBS</p>

			<p>放送を通じて放送したショッピングチャンネルにおいて「皆様、32型がね、10万を切ってるってこれすごくない？これ最新でしょ。先月でたばかりでしょ。」「ええ。普通はですねあり得ません。」等の音声を放送することにより、あたかも、本件テレビに係るジュピターショッピングチャンネルの実際の販売価格は、同日時点において他の販売事業者では通常設定できない安いものであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、同日時点において、本件テレビをジュピターショッピングチャンネルと同程度又は下回る価格で販売する他の販売事業者が複数存在していた。</p> <p>③ 本件40型テレビを一般消費者に販売するにあたり、平成29年3月20日に地上波放送、CS放送又はBS放送を通じて放送したショッピングチャンネルにおいて、「こっちの40型が10万円台ってのは、まあ、私見かけなかった。大体10万円台の、10の後半ですね、16万、17万とか、18万とかに普通はなるんですね。」等の音声を放送することにより、あたかも、本件40型テレビに係る他の販売事業者の販売価格は、同日時点において最低でも15万円程度であって、ジュピターショッピングチャンネルの実際の販売価格が当該他の販売事業者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、同日時点において、本件40型テレビに係る他の販売事業者の販売価格は、15万円を下回るものが複数存在し、ジュピターショッピングチャンネルの実際の販売価格を下回るものも複数存在していた。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180316_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180316_0001.pdf</a></p>
H30.3.2 【措置命令】	消費者庁	株式会社SPRING	<p>株式会社SPRING（以下「SPRING」という。）は、「7+English」と称する英会話教材（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（以下「本件ウェブサイト」という。）において、遅くとも平成28年4月1日から平成29年9月1日までの間、「発売開始キャンペーン さらに今回は7+Englishの発売記念ということで、本日から3日以内にお申し込みになった方に限り、1万円引きの19,800円で提供させていただきます。」と記載するとともに、「通常価格 <del>29,800円</del> 今だけ期間限定価格19,800円（税込）」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、SPRINGが本件商品を販売する際に通常は当該価格で販売する価格であって、実際の販売価格が当該価格に比して</p>

			<p>安いものであり、かつ、一般消費者が本件ウェブサイト初めて閲覧した日（以下「閲覧初日」という。）から3日以内に本件商品の購入を申し込んだ場合に限り、「通常価格」と称する価額から1万円引きの19,800円で本件商品を購入できる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、閲覧履歴により閲覧初日に本件ウェブサイトの閲覧に用いたものであると同定されたウェブブラウザを用いて閲覧初日から5日目以降に本件ウェブサイトを開覧した場合に限り、実際の販売価格として表示される価格であり、かつ、遅くとも平成28年4月1日以降、19,800円又は当該価格よりも安い価格で本件商品を購入できるものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180302_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180302_0001.pdf</a></p>
H30.2.1 【措置命令】	消費者庁	東レ株式会社	<p>東レ株式会社は、「トレビーノ PT302F」と称するポット型浄水器（以下「本件ポット型浄水器」という。）を販売する商品の箱（以下「本体箱」という。）に、交換用カートリッジ3個を同梱した箱（以下「カートリッジ箱」という。）を接着させ、2つの箱を一体化させた「トレビーノ PT302F メガ盛りパック」と称するポット型浄水器及び交換用カートリッジのセット商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、遅くとも平成29年3月以降、本件商品の商品パッケージの天面にあつては、本体箱に「カートリッジ1個付」と記載するとともに、カートリッジ箱に「カートリッジ4個入」と記載し、また、本件商品の商品パッケージの前面にあつては、本体箱にカートリッジ1個が装着された本件ポット型浄水器の写真を掲載するとともに、カートリッジ箱に「カートリッジ4個入」と記載することにより、あたかも、本件商品は、カートリッジが合計5個入りであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品は、カートリッジが本体箱に1個、カートリッジ箱に3個の合計4個入りであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180201_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180201_0001.pdf</a></p>
H30.1.26 【措置命令】	消費者庁	アワ・パーム・カンパニー・リミテッド	<p>アワ・パーム・カンパニー・リミテッドは、「THE KING OF FIGHTERS '98 ULTIMATE MATCH Online」と称するオンラインゲーム（以下「本件ゲーム」という。）内において実施した、本件ゲーム内で使用する「クーラ」と称するキャラクターを提供する</p>

			<p>「クーラ限定ガチャ」と称する役務（以下「本件役務」という。）について、「クーラ」と称するキャラクターの画像とともに、「ガチャでピックアップの格闘家があたる」、「クーラ」、「出現確率：3%」、「購入」並びに「万能破片と格闘家確定」及び「10回購入」と記載することにより、あたかも、本件役務を1回ごとに取引する場合にあっては、本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率が3パーセントであるかのように、また、本件役務を10回分一括して取引する場合にあっては、「万能破片」と称するアイテムの出現に割り当てられる1回を除く9回における本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率が3パーセントであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件役務を1回ごとに取引する場合の本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率は、0.333パーセントであり、また、本件役務を10回分一括して取引する場合の「万能破片」と称するアイテムの出現に割り当てられる1回を除く9回における本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率は、9回のうち8回については0.333パーセントであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180126_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180126_0001.pdf</a></p>
<p>H30.1.19 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社やまぢや</p>	<p>株式会社やまぢやは、「葛の花由来イソフラボン入り きょうの青汁」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月26日から平成29年5月17日までの間、例えば、平成28年8月1日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、体重計のイラストと共に、「落ちない体重」、走っている女性のシルエットのイラストと共に、「つらい運動」、ケーキのイラストに×印を付したイラストと共に、「食事制限はムリ!」、腹部のイラストと共に、「ぽっこりお腹」、「頑張らないダイエットをサポート!!」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：592万円</p>

			<a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	ピルボックス ジャパン株式会 社	<p>ピルボックスジャパン株式会社は、「onaka（おなか）」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年9月26日から平成29年5月16日までの間、例えば、平成28年11月18日から平成29年5月16日までの間、自社ウェブサイトにおいて、引き締まった腹部の写真と共に、「内臓脂肪と皮下脂肪を減らす!」、「おなか 集中お手軽サプリ!」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：351万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ハーブ 健康本舗	<p>株式会社ハーブ健康本舗は、「シボヘール」と称する錠剤状120粒入りの機能性表示食品及び「シボヘール」と称する錠剤状40粒入りの機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年11月21日から平成29年6月6日までの間、例えば、平成28年11月21日から平成29年5月25日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれたウエストの写真と共に、「お腹の脂肪が気になる方、肥満気味の方のための機能性表示食品!」、「お腹の脂肪を減らすのを助ける新習慣」、「1日たった4粒」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p>

			<p>課徴金額：2073万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	日本第一製薬株式会社	<p>日本第一製薬株式会社は、「お腹の脂肪に葛の花イソフラボンスリム」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月18日から平成29年7月9日までの間、例えば、平成29年1月29日から同年5月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれのある細身のウエストの写真と共に、「ズボンをスラッと履けるのが、こんなに快感だったなんて！」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：285万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社Naieiu	<p>株式会社Naieiuは、「葛の花ヘルスリム27」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年5月30日から平成29年6月8日までの間、例えば、平成28年9月1日から平成29年6月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身の女性の写真と共に、「葛の花エキスのパワーで内臓脂肪・皮下脂肪を減らします。」及び「年齢を選ばない。代謝が落ちてきても成功！」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：775万円</p>

			<a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社テレビショッピング研究所	<p>株式会社テレビショッピング研究所は、「葛の花サプリメント」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月19日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年8月15日から同月17日までの間、自社ウェブサイトにおいて、頭を抱えている女性の写真、しゃがみ込んで悩んでいる女性の写真及び目の前の料理を食べるか我慢するか迷っている女性の写真と共に、「運動しなくても!」、「食事制限しなくても!」、「あれこれガマンしなくても!」、「飲むだけで!お腹の脂肪が20cm<sup>2</sup>も減っていく!」、「きつい運動や食事制限…そんなガマンはもういらない!『葛の花サプリ』を飲むだけで、あとはいつも通りの生活でOK。お腹にタププリついてしまったその脂肪を、20cm<sup>2</sup>も減らします!」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：689万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ステップワールド	<p>株式会社ステップワールドは、「ヘラスリム」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月1日から平成29年6月22日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年4月1日から同年9月20日までの間、ウエストにくびれのある女性の写真と共に、「おなかの脂肪 ※<sub>1</sub> 臨床試験結果公開! 3ヶ月でマイナス 15.3cm<sup>2</sup> くびれを目指す!」、「ダイエット成功期待度 第1位 ※ 獲得サプリ! 【N=200】 (株)マーシュ調べ」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体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、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、</p>

			<p>ろ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：4893万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社協和	<p>株式会社協和は、「ウエストシェイプ」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成29年3月25日から同年8月24日までの間、例えば、同年3月25日から同年7月26日までの間、パソコン向け自社ウェブサイトにおいて、「体重やウエストサイズが気になる方へ」と題し、細身の腹部にメジャーを巻き付けた写真と共に、「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」、「こんなお悩みありませんか？」と題し、体重計に乗って頬に両手を当てて驚いた表情をしている女性の写真と共に、「□今までサプリメントで満足できなかった」、「□サプリメントを試してみたいが効果が出るのか不安」、「□代謝が落ちて体重が増えた」、「□お腹まわりが気になる」、「1つでも当てはまるものはありましたか？」及び「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」との記載に続いて、「葛の花イソフラボン配合のウエストシェイプがそんなあなたの悩みをサポート」、「葛の花由来イソフラボンでお腹の脂肪を」、「分解」及び「ブロック」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：263万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社オンライン	<p>株式会社オンラインは、「slimfor（スリムフォー）」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年10月13日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年10月13日から平成29年5月18日までの間、自社ウェブサイトにおいて、ジーンズをつか</p>



			<p>んでウエストの隙間を見せている写真と共に、「体重を減らすのを助ける！ 内臓脂肪や皮下脂肪を減らすのを助ける！ ウエストサイズを減らすのを助ける！」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：1167万円</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</a></p>
H30.1.12 【措置命令】	消費者庁	株式会社メガス ポーツ	<p>株式会社メガスポーツは、同社が運営する「SPORTS AUTHORITY」と称する店舗においてスポーツ用品及びアウトドア用品47商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成28年7月14日又は同月15日に札幌市等の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだ苫小牧店等における同月15日に開始したセール企画に係るチラシにおいて、「㊦は当店平常価格です」と記載した上で、「Coleman トレッキングポール TP-IO01」と称する商品について「㊦税込10,800円 レジにて50%OFFで 特別価格 本体価格5,000円 税込5,400円」と記載するなどにより、あたかも、「㊦」と称する価額は、当該店舗において当該商品について平常販売している価格であり、実際の販売価格が当該平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、「㊦」と称する価額は当該店舗において当該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> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180112_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180112_0001.pdf</a></p>
H30.1.12 【措置命令】	栃木県	有限会社オート ランドナカガワ	<p>有限会社オートランドナカガワは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、少なくとも平成29年10月9日から同月31日までの間、中古自動車情報ウェブサイト及び中古自動車情報誌において、中古自動車16台の修復歴について、「なし」又は「無」と記載することにより、あた</p>

			<p>かも、当該中古自動車の外観や機能に欠陥（車体の骨格にあたる部分が損傷したものをいう。以下同じ。）が生じるなどの修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際にはオートオークションの出品票及び落札資料に、車体の外観や機能に欠陥が生じるなどの修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。</p> <p><a href="http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/houdou/29keihyou01.html">http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/houdou/29keihyou01.html</a></p>
H29.12.27 【措置命令】	消費者庁	アマゾンジャパン合同会社	<p>アマゾンジャパン合同会社は、同社が運営する「Amazon.co.jp」と称するウェブサイトにおいて、</p> <p>① 同社が販売するクリアホルダー3商品（以下「本件クリアホルダー」という。）について、例えば、「プラス クリアホルダー A4 50枚 クリアー FL-170HO-50 88-105」と称する商品について、平成26年10月1日から平成29年5月10日までの間、「参考価格：¥4,860」と実際の販売価格を上回る「参考価格」と称する価額を実際の販売価格に併記するなどにより、あたかも、「参考価格」と称する価額は、一般消費者がこれを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格が当該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、「参考価格」と称する価額は、本件クリアホルダーの製造事業者が社内での商品管理上便宜的に定めた価格であり、一般消費者への提示を目的としていないものであった。</p> <p>② 同社が販売する「ワコーズ SP-4 スーパープロフォー ブレーキフルードDOT4及びJISBF-5 T142 1L T142 [HTRC3]」と称するブレーキフルード（以下「本件ブレーキフルード」という。）について、平成28年9月5日から平成29年6月29日までの間、「参考価格：¥4,640」と、実際の販売価格を上回る「参考価格」と称する価額を実際の販売価格に併記することにより、あたかも、「参考価格」と称する価額は、一般消費者がこれを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格が当該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、「参考価格」と称する価額は、本件ブレーキフルードの製造事業者が設定した本件ブレーキフルードのメーカー希望小売価格よりも高く任意に設定された価格であった。</p> <p>③ 同社が販売する「国菊甘酒 900ml」と称する甘酒（以下「本件甘酒」という。）に</p>

			<p>ついて、平成29年6月16日から同年7月18日までの間及び同月21日に、「参考価格：¥3,780」と、実際の販売価格を上回る「参考価格」と称する価額を実際の販売価格に併記することにより、あたかも、「参考価格」と称する価額は、一般消費者がこれを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格が当該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、「参考価格」と称する価額は、本件甘酒の製造事業者が設定した本件甘酒のメーカー希望小売価格よりも高い本件甘酒6本分のメーカー希望小売価格に基づく価格であった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171227_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171227_0001.pdf</a></p>
H29.12.22 【措置命令】	兵庫県	全国農業協同組合連合会兵庫県本部	<p>全国農業協同組合連合会兵庫県本部は、自らが運営する飲食店において一般消費者に料理を提供するに当たり、平成27年4月頃から平成29年10月15日までの間、当該飲食店のメニュー及び自らのウェブサイトにおいて、「神戸ビーフ」等と記載することにより、あたかも、当該飲食店で提供する料理に「神戸ビーフ」を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、一部について、「神戸肉・神戸ビーフ」の定義（神戸肉流通推進協議会規約第21条）に該当しない「兵庫県産（但馬牛）」を使用していた。</p> <p><a href="https://web.pref.hyogo.lg.jp/press/20171222_85b5b8503d5b11e9492581fe002551ad.html">https://web.pref.hyogo.lg.jp/press/20171222_85b5b8503d5b11e9492581fe002551ad.html</a></p>
H29.12.22 【措置命令】	消費者庁	イオンライフ株式会社	<p>イオンライフ株式会社は、「イオンのお葬式」の名称で提供する葬儀サービスのうち、「火葬式」と称する葬儀サービス、「1日葬」と称する葬儀サービス及び「家族葬」と称する葬儀サービスの各役務（以下これらを併せて「本件3役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成29年3月14日から同年5月6日までの間、日刊新聞紙に掲載した広告において、「追加料金不要」と記載した上で、それぞれ、「火葬式198,000円（税込）」、「1日葬348,000円（税込）」及び「家族葬498,000円（税込）」と記載することにより、あたかも、本件3役務の各役務の提供に当たって必要な物品又は役務を追加又は変更する場合でも、当該各役務についてそれぞれ記載された価格以外に追加料金が発生しないかのように表示していた。</p> <p>実際には、火葬場利用料が15,000円を超える場合などには、追加料金が発生するものであつ</p>

			<p>た。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_222_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_222_0001.pdf</a></p>
H29.12.19 【措置命令】	消費者庁	株式会社 e - c h a n c e	<p>株式会社 e - c h a n c e は、「レニューマックス」と称する自動車ボディ等の傷補修剤（他のカーケア用品と一体的に供給する場合は、当該カーケア用品を含む。以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年3月19日から平成29年4月23日までの間、テレビコマーシャルにおいて、「あつという間にキレイに！」との映像、自動車ボディの傷に本件商品が塗布され、その後、当該傷が判別できなくなる程度に消える映像及び「様々な傷が簡単に、あつという間にキレイに」との音声、「サツとなぞって乾かすだけ！」との映像、自動車ボディの傷に本件商品が塗布され、その後、当該傷が判別できなくなる程度に消える映像及び「レニューマックスで傷の上にサツとなぞって乾かすだけで、びっくりするほどすっかりキズが見えなくなってしまうんです」との音声、「削ったり磨いたりはいりません！」との映像、「拭き取る必要すらないんです！」との映像及び「削ったり磨いたりはいりません。拭き取る必要すらないんです」との音声並びに自動車ボディのクリアコート層よりも深い部分に達した傷に本件商品が塗布され、その後、自動車ボディの塗膜が復元され、当該傷が消えるアニメーション映像及び「画期的な傷補修剤・レニューマックスが車にできた傷をしっかりとふさぐんです。乾くと滑らかな表面を作り出し、ボディを長持ちさせてくれます」との音声を放送することにより、あたかも本件商品の修復性能は、自動車のボディのカラー層にいたる傷に対して本件商品を塗布して乾かすだけで容易に当該傷を判別できなくなる程度に消すことができるものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_219_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_219_0001.pdf</a></p>
H29.12.14 【措置命令】	消費者庁	株式会社 サ ク ラ イ キ S A K L I K I T	<p>株式会社 S A K L I K I T は、「C C + D O W N L E G G I N G S（シーシープラス ダウンレギンス）」と称する下着（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、遅く</p>

			<p>とも平成28年5月17日から平成29年4月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて</p> <p>「何もしなくても24時間絶食状態!! 異常なスピードで体重が落ちる!! その威力はたった3日で-5kg減量! 7日後・・・-10kg 10日後・・・-14kg 21日後には下半身だけじゃない!? 全身の脂肪が痩せていく!! ↓↓↓」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「78kg⇒56kg!! 体重-22kg減!!」</p> <p>「ただレギンスを履くだけで・・・ ①マイクロ単位の骨盤矯正 ↓↓↓ ②強制循環呼吸法 ↓↓↓ ③脂肪の無限∞燃焼 ↓↓↓ ④毒素の大量排出 この4stepで 365日・・・ 脱ぎ捨てるまで痩身スパイラルが止まらない」</p> <p>「14日以内に全身の脂肪を削ぎ落とす!! &gt;&gt;14日間着用&lt;&lt;」と記載するとともに人の腹部を比較した画像を掲載した上で「体重64kg⇒43kg 体重-21kg減 体脂肪率⇒驚異の9%」</p> <p>「体型が激変した体験者は 既に300名を超えています」と記載した上で「◎最低体重記録を更新しました! 柴田茜様(29歳)3週間着用」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「61kg⇒43kg &gt;&gt;-18kg&lt;&lt; 出産を期に15kg太ってしまいました。5年くらい何をしても全く落ちなかったのに・・・CC+ダウンレギンスを履き始めたら、ここ数年の最低体重記録を更新しました。」</p> <p>などと記載することにより、あたかも、本件商品を着用するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171214_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171214_0001.pdf</a></p>
<p>H29.12.8 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社IDOM</p>	<p>株式会社IDOMは、同社が運営する「ガリバーミニクル」と称する店舗で中古自動車129台(以下「本件129商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>例えば、平成28年5月21日に盛岡市等の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、「602 ダイハツ ミラ イース L スマートセレクション SA」と称する中古自動車について、当該商品の画像とともに当該商品に係る商品説明の一部として「保証付き」と記</p>

			<p>載するなど、35商品につき、それぞれ、当該各商品の画像とともに当該各商品に係る商品説明の一部として「保証付き」と記載することにより</p> <p>例えば、平成29年1月1日に甲府市等の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、当該チラシの裏面下部に「長期保証 最長10年」及び「重要機構部分を対象に最長10年の長期保証つき。」と記載した上で、「<span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">155</span> スズキ アルト VP」と称する中古自動車について、当該商品の画像とともに当該商品に係る商品説明の一部として「2年保証対象車」と記載するなど、69商品につき、それぞれ、当該各商品の画像とともに当該各商品に係る商品説明の一部として「2年保証対象車」などと記載することにより</p> <p>例えば、平成29年3月4日に宮崎市内に配布された日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、当該チラシの裏面下部に「長期保証 最長10年」及び「重要機構部分を対象に最長10年の長期保証つき。」と記載した上で、「<span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">243</span> スズキ アルト X」と称する中古自動車について、当該商品の画像とともに当該商品に係る商品説明の一部として「10年保証対象車」と記載するなど、25商品につき、それぞれ当該各商品の画像とともに当該各商品に係る商品説明の一部として「10年保証対象車」などと記載することにより</p> <p>あたかも、本件129商品の各商品には、車両に係る保証が無償で付帯しているかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件129商品の各商品には、車両に係る保証は無償では付帯していなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171208_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171208_0001.pdf</a></p>
<p>H29.12.5 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社シーズメン</p>	<p>株式会社シーズメンは、同社が運営する32店舗において供給する衣料品8商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成29年6月後半以降に実施した「夏期セール」と称するセール（以下「本件セール」という。）において、最大で平成29年6月20日から同年9月24日までの間、「POP」と称する店頭表示物に「40%OFF」等と記載するとともに、本件商品に取り付けた「タグ」と称する値札（以下「タグ」という。）に例えば、「¥2,900+税」などと「販売価格+税」と記載し、当該販売価格の上に当該販売価格から40パーセント割り引いた価格を記載した「貼りプラ」と称するシールを貼付することにより、あたかも、本件商品を当該各店舗における通常の販売価格から40パーセント割り引いて販売するかのように表示</p>

			<p>していた。</p> <p>実際には、本件商品は本件セール実施前に販売されたことがないものであって、タグに記載された販売価格は、本件セールにおいて40パーセントという割引率を表示するために、同社が任意に設定したものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171205_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171205_0001.pdf</a></p>
H29.12.1 【措置命令】	消費者庁	株式会社イエローハット	<p>株式会社イエローハットは、カー用品33商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成28年8月5日に札幌市の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだ札幌白石店における同日に開始したセール企画に係るチラシにおいて、「㊦は当店通常価格」と記載した上で、「ECLIPSE オーディオ一体カーナビ AVN-G05」と称する商品について「㊦¥69,800(税込¥75,384)の品 ¥54,800(税込¥59,184)」と記載するなどにより、あたかも、「㊦」と称する価額は、当該各店舗において当該各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、「㊦」と称する価額は、当該各店舗において当該各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> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171201_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171201_0001.pdf</a></p>
H29.11.10 【措置命令】	長野県	有限会社ヴィアン	<p>有限会社ヴィアンは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、平成29年1月13日から同年7月13日までの間、中古自動車情報サイト及び中古自動車情報誌において</p> <p>① 中古自動車2台の走行距離について、「8.7万km」等と記載することにより、当該中古自動車の走行距離が記載の数値のとおりであるかのように示す表示をしていたが、実際には、オートオークションの出品資料である車両情報に記載された走行距離より過少に表示したものであった。</p> <p>② 中古自動車2台の修復歴について、「なし」等と記載することにより、あたかも当該中古自動車の車体の骨格部位に修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際には、オートオーク</p>

			<p>ションの出品票等に修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。</p> <p><a href="http://www.pref.nagano.lg.jp/kurashi-shohi/happyou/171110press.html">http://www.pref.nagano.lg.jp/kurashi-shohi/happyou/171110press.html</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社太田胃散	<p>株式会社太田胃散は、「葛の花イソフラボン 貴妃」と称する機能性表示食品及び「葛の花イソフラボン ウエストサポート茶」と称する機能性表示食品（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、「葛の花イソフラボン 貴妃」と称する機能性表示食品について、平成29年1月27日から同年6月1日までの間、例えば、同年2月8日から同年5月25日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身のウエストにメジャーを巻き付けた写真と共に、「【ウエストサポート】体重やお腹の脂肪を減らす」、腹部の肉を手でつまんだ写真と共に、「気になるのは…ウエストにたっぷり溜まった脂肪や体重…」、「<input checked="" type="checkbox"/>脂っこいものやお酒、炭水化物や甘いものをよく食べる」、「<input checked="" type="checkbox"/>健康診断で肥満を指摘された」、「<input checked="" type="checkbox"/>ウエストが閉まらない」、「<input checked="" type="checkbox"/>失敗続きのダイエット」及び細身のウエストにメジャーを巻き付けた写真と共に、「そんなあなたに…！！」等と記載するなどにより、あたかも、本件2商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社オンライン	<p>株式会社オンラインは、「slimfor（スリムフォー）」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年10月13日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年10月13日から平成29年5月18日までの間、自社ウェブサイトにおいて、ジーンズをつかんでウエストの隙間を見せている写真と共に、「体重を減らすのを助ける！ 内臓脂肪や皮下脂肪を減らすのを助ける！ ウエストサイズを減らすのを助ける！」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社CDグローバル	<p>株式会社CDグローバルは、「葛の花イソフラボン青汁」と称する機能性表示食品（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 平成29年6月8日から同年8月2日までの間、例えば、同年6月8日から同年8月2日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「内臓脂肪 皮下脂肪 ウエスト 体重 減少」、「効率的なダイエットをしたい」、「定期的に運動する時間がない」、「内臓脂肪が減らない」、「CDグローバルの体重、ウエスト周囲径を 内臓脂肪、皮下脂肪を 減らす青汁」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>② 平成29年7月14日から同年8月28日までの間、例えば、同年7月14日から同年8月2日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「先日販売を開始しました『葛の花イソフラボン青汁』につきまして、弊社の予想を大きく上回るご注文を頂いており、生産が間に合わない状態が続いております。」と記載するなどにより、あたかも、本件商品の販売数量に関する具体的な予想を立て、当該予想販売数量を上回るほどの相当程度多数の注文を受けているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、具体的な数値予想を立てておらず、上記表示期間中における注文数は僅少であった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社全日本通教	<p>株式会社全日本通教は、「葛の花減脂粒」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年1月28日から平成29年5月22日までの間、例</p>

			<p>例えば、平成28年5月1日から平成29年5月16日までの間、自社ウェブサイトにおいて、ズボンと腹部の間に手を入れてズボンを引っ張った写真と共に、「気になる体重、ウエスト周りに『葛の花由来イソフラボン』」、「ふえる体重、たまる脂肪対策に脚光!」、「相田翔子さんもお腹の脂肪を減らすサポート」、「『体重にビックリ!』 ウエストにも、嬉しい実感が!」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	ありがとう通販株式会社	<p>ありがとう通販株式会社は、「青汁ダイエット」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年10月5日から平成29年5月11日までの間、例えば、平成28年12月1日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、肥満気味の腹部にメジャーを巻いた女性のイラストと共に、「『ぽっこりお腹』で損してませんか?」、「見た目年齢で損しない! お腹の脂肪を減らす 青汁ダイエット」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ECスタジオ	<p>株式会社ECスタジオは、「イージースムージーグリーン」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成29年3月13日から同年5月22日</p>

			<p>までの間、例えば、同年3月13日から同年4月14日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身の女性の写真と共に、「置き換えなくても簡単Dietスミージー 体重を減らす」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社協和	<p>株式会社協和は、「ウエストシェイプ」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成29年3月25日から同年8月24日までの間、例えば、同年3月25日から同年7月26日までの間、パソコン向け自社ウェブサイトにおいて、「体重やウエストサイズが気になる方へ」と題し、細身の腹部にメジャーを巻き付けた写真と共に、「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」、「こんなお悩みありませんか？」と題し、体重計に乗って頬に両手を当てて驚いた表情をしている女性の写真と共に、「□今までサプリメントで満足できなかった」、「□サプリメントを試してみたいが効果が出るのか不安」、「□代謝が落ちて体重が増えた」、「□お腹まわりが気になる」、「1つでも当てはまるものはありましたか？」及び「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」との記載に続いて、「葛の花イソフラボン配合のウエストシェイプがそんなあなたの悩みをサポート」、「葛の花由来イソフラボンでお腹の脂肪を」、「分解」及び「ブロック」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p>

			<a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社スギ薬局	<p>株式会社スギ薬局は、「葛の花ウエストケアタブレット」と称する機能性表示食品、「葛の花ウエストケアスモーザー」と称する機能性表示食品及び「葛の花プレミアム青汁」と称する機能性表示食品（以下これらを併せて「本件3商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年9月5日から平成29年5月17日までの間、例えば、平成28年9月5日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、肥満気味の腹部のイラストと共に、「あなたのお悩みは？」、「お腹の脂肪が気になる」、「内臓脂肪が気になる」、「体重（BMI）が気になる」、「肥満気味である」、「ウエスト周囲径が気になる」、「そんなあなたに！機能性表示食品 お腹の脂肪を減らす葛の花シリーズ」と記載するなどにより、あたかも、本件3商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ステップワールド	<p>株式会社ステップワールドは、「ヘラスリム」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年2月10日から平成29年6月22日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年2月10日から同年9月20日までの間、ウエストにくびれのある女性の写真と共に、「おなかの脂肪 ※<sub>1</sub> 臨床試験結果公開！ 3ヶ月でマイナス 15.3 cm<sup>2</sup> くびれを目指す！」、「ダイエット成功期待度 第1位 ※ 獲得サプリ！【N=200】（株）マーシュ調べ」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと</p>

			<p>は認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社テレビショッピング研究所	<p>株式会社テレビショッピング研究所は、「葛の花サプリメント」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月19日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年8月15日から同月17日までの間、自社ウェブサイトにおいて、頭を抱えている女性の写真、しゃがみ込んで悩んでいる女性の写真及び目の前の料理を食べるか我慢するか迷っている女性の写真と共に、「運動しなくても!」、「食事制限しなくても!」、「あれこれガマンしなくても!」、「飲むだけで! お腹の脂肪が20cm<sup>2</sup>も減っていく!」、「きつい運動や食事制限…そんなガマンはもういらぬ! 『葛の花サプリ』を飲むだけで、あとはいつも通りの生活でOK。お腹にタププリついてしまったその脂肪を、20cm<sup>2</sup>も減らします!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社Naieilu	<p>株式会社Naieiluは、「葛の花ヘルスリム27」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年5月30日から平成29年6月8日までの間、例えば、平成28年9月1日から平成29年6月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身の女性の写真と共に、「葛の花エキスのパワーで内臓脂肪・皮下脂肪を減らします。」及び「年齢を選ばない。代謝が落ちてきても成功!」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、</p>

			<p>る、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ニッセン	<p>株式会社ニッセンは、「メディスリム（12粒）」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成27年10月28日から平成29年5月12日までの間、例えば、平成27年11月10日から平成28年10月27日までの間、自社ウェブサイトにおいて、炎が燃えるイラストを背景としたズボンのウエストのボタンが閉まらない写真と共に、「＼年々出てくるお腹の＼内臓脂肪を減らすサプリメント」、「お腹の脂肪が気になる方に！！」、「こんな方にお勧めです。」と題し、ズボンのウエスト部分が閉まらない写真と共に、「お腹の脂肪を減らしたい・・・」、「<input checked="" type="checkbox"/>年齢と共にお腹に脂肪がついてきた」、「<input checked="" type="checkbox"/>昔着ていた服、お腹まわりがキツイ」及び「<input checked="" type="checkbox"/>ぽっこりお腹を何とかしたい」と記載した上で、「そんなあなたにぜひオススメしたい！」と記載した矢印の先に、「『内臓脂肪を減らすサプリメント』」、「メディスリムの実力はこんなにスゴイ！！」と題し、「『ぽっこりお腹を何とかしたい！』そんな悩みを解消するために生まれたのが『メディスリム』です。」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	日本第一製薬株式会社	<p>日本第一製薬株式会社は、「お腹の脂肪に葛の花イソフラボンスリム」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月18日から平成29年7月9日までの間、例えば、平成29年1月29日から同年5月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれのある細身のウエストの写真と共に、「ズボンをスラッと履けるのが、こんなに快感だったなんて！」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、</p>

			<p>誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ハーブ健康本舗	<p>株式会社ハーブ健康本舗は、「シボヘル」と称する錠剤状120粒入りの機能性表示食品及び「シボヘル」と称する錠剤状40粒入りの機能性表示食品（以下これらを併せて「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年11月21日から平成29年6月6日までの間、例えば、平成28年11月21日から平成29年5月25日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれたウエストの写真と共に、「お腹の脂肪が気になる方、肥満気味の方のための機能性表示食品!」、「お腹の脂肪を減らすのを助ける新習慣」、「1日たった4粒」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	ピルボックスジャパン株式会社	<p>ピルボックスジャパン株式会社は、「onaka（おなか）」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年9月26日から平成29年5月16日までの間、例えば、平成28年11月18日から平成29年5月16日までの間、自社ウェブサイトにおいて、引き締まった腹部の写真と共に、「内臓脂肪と皮下脂肪を減らす!」、「おなか集中お手軽サプリ!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易</p>

			<p>に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社やまぢや	<p>株式会社やまぢやは、「葛の花由来イソフラボン入り きょうの青汁」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月26日から平成29年5月17日までの間、例えば、平成28年8月1日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、体重計のイラストと共に、「落ちない体重」、走っている女性のシルエットのイラストと共に、「つらい運動」、ケーキのイラストに×印を付したイラストと共に、「食事制限はムリ!」、腹部のイラストと共に、「ぽっこりお腹」、「頑張らないダイエットをサポート!!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</a></p>
H29.11.2 【措置命令】	消費者庁	株式会社ARS	<p>株式会社ARSは、「電気の110番救急車」及び「クラピタル」と称する屋号、「街の修理屋さん」と総称する屋号並びに「ライフ救急車」と称する屋号による電気・鍵・水まわり・ガラス・害虫の各トラブル解決に係る15役務を一般消費者に提供するに当たり、平成27年5月29日から平成29年6月30日までの間、各役務に関し、それぞれ、次のような表示を行っていた。</p> <p>① 10役務について、「全国1000拠点!」等と記載することにより、あたかも、各役務を提</p>



			<p>供する拠点が全国に1,000か所存在するかのよう示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務を提供する拠点の数は、それぞれ1,000を大きく下回っていた。</p> <p>② 10役務について、「年間実績10万件以上」等と記載することにより、あたかも、各役務の年間受注実績等が10万件以上であるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務の年間受注実績等は、それぞれ10万件を大きく下回っていた。</p> <p>③ 12役務について、「官公庁・有名企業御用達の確かな実績あるサービスです。」等と記載するとともに事業者等の名称等を記載することにより、あたかも、各役務について、記載された名称等に係る事業者等から多数の受注実績があるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、記載された名称等に係る事業者等の一部又は大部分からの受注実績がなかった。</p> <p>④ 8役務について、「メディア取材実績アリ 日本テレビZIP! テレビ朝日グッド! モーニング 関西テレビよ〜いどん!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、これらのテレビ番組からの取材実績があるかのように示す表示をしていたが、実際には、これらのテレビ番組の一部又は全部からの取材実績がなかった。</p> <p>⑤ 5役務について、「業界最大手の電気のプロが即日対応します。」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社が最大手又は一番の事業者であるかのように示す表示をし、「日本一の技術でトラブルを解決」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の技術力が第1位であるかのように示す表示をし、「対応実績 年間実績日本一!」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の年間受注実績が第1位であるかのように示す表示をし、「お客様満足度、業界No. 1」、「お客様満足度は・・・93.0%!! 満足度No. 1 2014年度のお客様アンケート382名のうち、355名が満足とお答え」等と記載することにより、あたかも、各役務について自社が実施した顧客アンケートにおける「大満足」又は「満足」と回答した者の割合が93.0%であり、また、各役務の業界において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な</p>
--	--	--	--

			<p>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>⑥ 5 役務について、「アナタの街にある電気屋さんの中でも 品質良いから 技術あるから N o. 1 のお客様満足度があります。」等と記載することにより、あたかも、各役務について、特定の地域において自社の顧客満足度が第 1 位であるかのように示す表示をし、2 役務について、「高い満足度を継続達成中！」等と記載することにより、あたかも、各役務に係る自社の顧客満足度が継続して高水準を達成しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該資料を提出しなかった。</p> <p>⑦ 15 役務について、「最短 15 分で現場到着」、「どこよりも早く！！」等と記載することにより、あたかも、各役務について、同業他社と比較して作業員が最も早く現場に到着し、また、最短 15 分での到着も期待できるかのように示す等の表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑧ 3 つの電気トラブル解決役務について、実際には A R S が運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「電気のトラブルお助け隊」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した 15 事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該 3 役務が第 1 位から第 3 位と評価されたかのように示す表示をし、</p> <p>3 つの害虫トラブル解決役務について、実際には A R S が運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「害虫&amp;害獣駆除業者比較ナビ」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した 15 事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該 3 役務が第 1 位から第 3 位と評価されたかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出しなかった。</p>
--	--	--	--

			<p>※対象サービスの各表示内容等の詳細については、ホームページを御覧ください。  <a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171102_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171102_0001.pdf</a></p>
H29.11.2 【措置命令】	消費者庁	株式会社リュウセン	<p>株式会社リュウセンは、「クラピタル」と称する屋号、「街のパソコン屋さん」と称する屋号及び「ライフ救急車」と称する屋号によるパソコントラブル解決に係る3役務を一般消費者に提供するに当たり、平成27年8月23日から平成29年2月25日までの間、各役務に関し、それぞれ、次のような表示を行っていた。</p> <p>① 2役務について、「全国1000拠点！」等と記載することにより、あたかも、各役務を提供する拠点が全国各地に1,000か所存在するかのよう示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務を提供する拠点の数は、それぞれ1,000を大きく下回っていた。</p> <p>② 2役務について、「年間実績10万件以上」等と記載することにより、あたかも、各役務の年間受注実績等が10万件以上であるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務の年間受注実績等は、それぞれ10万件を大きく下回っていた。</p> <p>③ 3役務について、「官公庁・有名企業御用達の確かな実績あるサービスです。」等と記載するとともに事業者等の名称等を記載することにより、あたかも、各役務について、記載された名称等に係る事業者等から多数の受注実績があるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、記載された名称等に係る事業者等の一部又は大部分からの受注実績がなかった。</p> <p>④ 2役務について、「メディア取材実績アリ 日本テレビZIP! テレビ朝日グッド! モーニング 関西テレビよ〜いどん！」等と記載することにより、あたかも、各役務について、これらのテレビ番組からの取材実績があるかのように示す表示をしていたが、実際には、これらのテレビ番組の一部又は全部からの取材実績がなかった。</p> <p>⑤ 「クラピタル」と称する屋号によるパソコントラブル解決役務について、「業界最大手のパソコンのプロが即日対応します。」等と記載することにより、あたかも、当該役務の業界において自社が最大手又は一番の事業者であるかのように示す表示をし、  「日本一の技術でトラブルを解決」等と記載することにより、あたかも、当該役務の業界において自社の技術力が第1位であるかのように示す表示をし、  「対応実績 年間実績日本一！」等と記載することにより、あたかも、当該役務の業界において</p>

			<p>自社の年間受注実績が第1位であるかのように示す表示をし、  「お客様満足度、業界No. 1」、「お客様満足度は・・・93.0%!! 満足度No. 1 2014年度のお客様アンケート382名のうち、355名が満足とお答え」等と記載することにより、あたかも、当該役務について自社が実施した顧客アンケートにおける「大満足」又は「満足」と回答した者の割合が93.0%であり、また、当該役務の業界において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑥ 「街のパソコン屋さん」と称する屋号によるパソコントラブル解決役務について、「アナタの街にあるパソコン屋さんの中でも 品質良いから 技術あるから No.1のお客様満足度があります。」と記載することにより、あたかも、当該役務について、特定の地域において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該資料を提出しなかった。</p> <p>⑦ 3役務について、「最短15分で現場到着」、「どこよりも早く!!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、同業他社と比較して作業員が最も早く現場に到着し、また、最短15分での到着も期待できるかのように示す等の表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>※対象サービスの各表示内容等の詳細については、ホームページを御覧ください。  <a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171102_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171102_0001.pdf</a></p>
H29.10.19	消費者庁	キッセイ薬品工	キッセイ薬品工業株式会社は、「げんたそうめん」と称する食品及び「げんたうどん」と称する

【措置命令】		業株式会社	<p>食品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「げんたそうめん」と称する食品にあつては、平成12年2月頃から平成28年11月1日までの間、容器包装において、栄養成分表示のたんぱく質量として100グラム当たり「2.8g」と記載した上で、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令第8条第1項第6号に掲げる同令別記様式第2号による許可証票を記載するとともに、「消費者庁許可特別用途食品 病者用 低たんぱく質食品 腎不全患者用」、「げんたそうめんは、たんぱく質や電解質の制限を必要とする腎不全患者などに適しています」と記載することにより、あたかも、当該商品が特別用途食品として消費者庁長官の許可の要件を満たしたものであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成26年7月頃から平成28年11月1日までの間、包装後の製品における栄養成分であるたんぱく質量の規格値の基準を満たすための品質検査の管理が行われておらず、同期間に製造した37ロット中25ロットの商品において、100グラム当たり2.2グラムないし2.8グラムとする製品規格値を0.1グラムないし0.4グラム上回っており、特別用途食品として消費者庁長官の許可の要件を満たしていないものであった。</p> <p><a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_019_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_019_0001.pdf</a></p>
H29.9.29 【措置命令】	消費者庁	ティーライフ株式会社	<p>ティーライフ株式会社は、「ダイエットプーアール茶」と称するポット用ティーバッグ35個入り及び4個入りの食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば平成28年5月18日から同年12月5日までの間、「知らないうちにスタイルアップ↑に導く まったく新しいダイエット茶」、「苦しむことなくラクラクダイエットサポート!」、「いつもの飲み物をおいしいお茶に替える新習慣!」、「2大有用成分がラクラクダイエットを応援」、「長期間の醗酵によって緑茶の有用成分カテキンが『重合カテキン』や『没食子酸』にパワーアップ。ラクラクダイエットをサポートします。」と記載することにより、あたかも、普段の食生活における飲料を本件商品に替えることにより、本件商品に含まれる成分による痩身効果の促進作用が容易に得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p>

			<a href="http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_170_929_0001.pdf">http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_170_929_0001.pdf</a>
H29. 8. 30 【措置命令】	福岡県	株式会社ミニミニ福岡	<p>株式会社ミニミニ福岡は、23件の賃貸住宅物件情報に関し、平成29年3月25日から同年5月11日までの間、自社サイトを含む不動産情報サイト（計3サイト）において、「沿線・駅：鹿児島本線博多駅（徒歩5分）、所在地：福岡県福岡市博多区博多駅前3丁目、賃料：50,000円、間取り：1K、入居日：即入居可、『美野島商店街まで600M。博多駅も徒歩圏内ですよ。広いお部屋をお探しの方お見逃し無く。バストイレ別でこの家賃。』等と表示することにより、当該物件を賃借できるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、当該物件は存在しないため、取引することができないものであった。</p> <p><a href="http://www.pref.fukuoka.lg.jp/press-release/keihinhyoujihou-sotimeirei.html">http://www.pref.fukuoka.lg.jp/press-release/keihinhyoujihou-sotimeirei.html</a></p>
H29. 8. 22 【措置命令】	北海道	ホクレン農業協同組合連合会	<p>ホクレン農業協同組合連合会は、道内の小売店において10品目の加工食品を販売するに当たり、遅くとも平成25年10月から平成29年2月22日までの間、「プライスカードポップ」と称する商品説明カードにおいて、「道産食材おススメ宣言！」と記載した上で、「やっぱり、道産。道産食材使用率70%以上」等と表示することにより、本件加工食品に道産原料が使用されているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、道産原料が未使用（うち2品目は、一部時期について未使用）であった。</p> <p><a href="http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/keihyouhounosochi.htm">http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/keihyouhounosochi.htm</a></p>
H29. 8. 8 【措置命令】	静岡県	株式会社J C	<p>株式会社J Cは、衣類を販売するに当たり、「楽天市場」と称するインターネット上のショッピングモールにおいて、平成28年12月頃から平成29年6月末までの間、「シルクパジャマ」、「シルク97%」等と表示することにより、あたかも、本件衣類の素材にシルクが使用されているかのように表示をしていた。</p> <p>実際には、本件衣類の素材の98%以上はポリエステルであった。</p> <p><a href="https://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/29keihyoshiroku.html">https://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/29keihyoshiroku.html</a></p>
H29. 8. 8 【措置命令】	静岡県	株式会社ジーエス	<p>株式会社ジーエスは、衣類を販売するに当たり、「Yahoo!ショッピング」及び「ポンパレモール」と称するインターネット上のショッピングモール並びに自社サイトにおいて、平成29年4月頃から同年6月末までの間、「シルクパジャマ」、「シルク97%」等と表示することにより、あたかも、</p>

			<p>本件衣類の素材にシルクが使用されているかのように表示をしていた。 実際には、本件衣類の素材の98%以上はポリエステルであった。 <a href="https://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/29keihyoshiruku.html">https://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/29keihyoshiruku.html</a></p>
--	--	--	--