

インターネット上の不当表示等398件に改善指導 ～景品表示法に基づく調査結果～

東京都では、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）の観点から、年間を通してインターネット上の広告・表示を監視する事業を平成21年度より継続的に実施しています。

平成26年度は、**398件（336事業者）**の不当表示等について改善を指示又は指導しました。

1 違反内容別件数

内容	件数	主な商品・役務等
優良誤認のおそれ	256件	健康食品、化粧品、美容健康関連器具等
有利誤認のおそれ	270件	美容関連サービス、学習塾・各種教室等
過大な景品類の提供のおそれ	7件	総付景品

※ 複数の内容に違反する広告・表示があるため、指導件数の合計とは、一致しない。

2 平成26年度の不当表示等の例と特徴（※詳細は別紙を参照）

- 健康食品、化粧品、美容健康関連器具：誇大な効能効果をうたう表示が多数**
表示例：著しい痩身効果をうたうサプリメントの広告
「確実に痩せる”痩身チュアブルタブレット」等
⇒効能効果について、合理的な根拠を確認せずに表示（優良誤認のおそれ）

表示例：著しい体質改善効果や品質の優良性をうたう健康器具の広告
「5分握るだけで、自律神経のバランスを調整！」等
⇒効能効果や品質について、合理的な根拠なく表示（優良誤認のおそれ）
- 美容関連サービス、学習塾・各種教室：不当な割引キャンペーンの表示が多数**
表示例：期間・人数限定で適用される割引であると思わせるサービスの広告
「今だけの期間限定！今月末まで」等
⇒キャンペーンを継続し、通常価格や入会金等の実態がない表示（有利誤認のおそれ）
- 総付景品：取引に付随して提供する総付景品の限度額超過**
景品例：化粧品販売の際に、初回購入者にもれなく景品をプレゼント
⇒総付景品の限度額（取引価格の20%）を超えた景品を提供していた。

3 国及び業界団体等への要望

この結果を受け、本日、国及び関連の業界団体等に対して、以下のとおり要望しました。

(1) 消費者庁に対する要望

- ① 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・指導を強化すること
- ② インターネット通販関連業界において自主的な取組みが十分になされるよう働きかけるなど広告・表示の適正化に向けた施策を推進すること

(2) 業界団体及びモール事業者等のインターネット関係事業者に対する要望

- ① 関係事業者が広告・表示を行う場合、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
- ② 関係事業者が消費者への責任を自覚して業務を行うよう、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



◆ 消費者へのアドバイス ◆

インターネット上の誇大広告には注意しましょう。
非常に優れた商品であるという表示を行いながら、販売事業者自身が表示の裏付けとなる合理的根拠を説明できなかつたり、あるいは、今すぐに申し込めば得をさせると思わせる表示を行いながら、実際は継続的にキャンペーンを行っている場合が見受けられます。
表示内容をうのみにせず、よく確認した上で、商品やサービスを選択するようにしましょう。

参考 一景品表示法で禁止されている不当表示等の概要一

- 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
- 過大な景品類の提供の禁止（第3条）
内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、景品類を制限及び禁止することができる（総付景品告示等）。

表示・景品例と問題点

商品・役務	表示例	問題点
健康食品	<p>◎ 著しい痩身効果をうたうサプリメントの広告</p> <p>「確実に痩せる”痩身チュアブルタブレット」 「リバウンド件数0件という奇跡」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠をメーカー側に確認することなく表示していた。</p> <p>このサプリメントを摂取するだけで、著しい痩身効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
化粧品	<p>◎ 著しい美容効果をうたう洗顔商品の広告</p> <p>「若返り成功率驚異の98%!!」 「シミ・シワ・老化肌を完全修復!!」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠をメーカー側に確認することなく表示していた。</p> <p>この商品を使用するだけで、著しい美容効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
健康器具	<p>◎ 著しい体質改善効果や品質の優良性をうたう健康器具の広告</p> <p>「5分握るだけで、自律神経のバランスを調整！」 「通販の申込購入によるお客様からの返品率0.01%以下!!」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有することなく表示していた。</p> <p>この器具を使用するだけで、著しい体質改善効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
美容関連サービス及び学習塾	<p>◎ 期間限定で適用される割引であると思わせる美容サービス及び学習塾の広告</p> <p>「今だけの期間限定！今月末まで」 「1月新入塾割引キャンペーン！入塾料無料」 等</p>	<p>当該割引キャンペーンは、月をまたいで継続して実施されていた。</p> <p>表示された期限までに申込まないと割引が適用されないと誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(有利誤認のおそれ)</p>
<p>◎ 化粧品販売の際に提供される景品</p> <p>「〇×化粧品 販売価格 6,090円” 今だけ初回購入者に薬用ノンシリコンシャンプー(2,940円) & 薬用トリートメント(3,150円)をプレゼント！」</p>		<p>化粧品の購入者にもれなく提供される6,090円相当の景品は、総付景品の限度額1,218円(化粧品の販売価格の20%)を超えていた。</p> <p>⇒(総付景品告示)</p> <p>※総付景品とは、懸賞によらず、商品・サービスを購入した時などにもれなく提供される景品類のこと。総付景品の限度額は、取引価格の20%以内とされている。</p>