

広告等法規・行政情報

No.285

平成27年9～12月度

【国の行政機関等の動き】

I. 消費者庁関係

- (1) 平成26年1月～平成27年3月期ネット上健康食品等表示監視の結果、健康増進法違反のおそれ87事業者に改善要請（9月7日）…………… 1
- (2) 根拠なく即席スープの痩身効果を表示していた健康食品販売事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（11月10日）…………… 2
- (3) 根拠なくサプリメントの痩身効果を表示していた医薬品等製造販売事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（12月3日）…………… 3
- (4) 懸賞付きパズル雑誌の当選者数不当表示により出版事業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（12月8日）…………… 3
- (5) 課徴金制度を導入する改正景表法の施行期日政令及び整備政令を閣議決定（12月11日）…………… 4
- (6) 根拠なく窓用フィルム施工サービスの効果を表示していた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（12月11日）…………… 4
- (7) 平成27年7月～9月期のネット上健康食品等表示監視の結果、健康増進法違反のおそれがある26事業者に改善要請（12月25日）…………… 5

II. 経済産業省関係

- 大臣官房調査統計グループ、「特定サービス産業動態統計調査」広告業平成27年7～10月の結果まとめる…………… 5

【地方公共団体等の動き】

1. 埼玉県

- (1) 健康食品買上検査の結果、ネット通販サイトの不当な価格表示で景表法に基づき8事業者へ改善指導（9月7日）…………… 6
- (2) 不当表示の中古車販売業者に景表法違反（優良誤認）で全国初の都道府県による措置命令（12月25日）…………… 6



【国の行政機関等の動き】

I. 消費者庁関係

- (1) 平成26年1月～平成27年3月の期間にインターネットにおける健康食品などの虚偽・誇大表示について監視を行い、健康増進法に違反するおそれのある表示をしていた87事業者に対し表示の改善を要請したことを9月7日に公表した。

同監視業務は、ロボット型全文検索システムを使用し、インターネット上の健康食品などの表示をキーワードにより無作為検索したうえ、検索されたサイトを目視により確認したもので、検索キーワードは次のとおりとなっている。

■検索キーワード

監視期間	検索キーワード
平成26年1月～3月	「インフルエンザ」、「ウィルス対策」、「ノロウィルス」、「乾燥肌」、「花粉症」等の季節性の疾病の予防に効果があるかのような表現
平成26年4月～6月	「特定保健用食品」、「トクホ」、「特保」の許可表示を逸脱した表現
平成26年7月～9月	「ダイエット」、「痩身」、「痩せる（やせる、ヤせる等）」、「脂肪燃焼」、「脂肪分解」、「脂肪排出」、「脂肪を消費」、「代謝向上」、「デトックス効果」、「体重減少」、「減量」等のダイエット（痩身）効果を目的とする健康保持増進効果等の表現
平成26年10月～12月	「ガン（がん、癌）」、「脳梗塞」、「動脈硬化」、「肝炎」、「心臓病」、「糖尿病」、「脳卒中」、「脳出血」、「くも膜下出血」、「脂質異常症（高脂血症）」、「高血圧症」、「肥満（症）」等の疾病に効果があるかのような表現
平成27年1月～3月	「インフルエンザ」、「ウィルス対策」、「ノロウィルス」、「乾燥肌」、「花粉症」等の季節性の疾病の予防に効果があるかのような表現

その結果、次表のとおり129商品に健康増進法に違反するおそれがある健康保持増進効果などの表示がなされていたため、表示を行っていた87事業者に対し改善を要請するとともに、出店するショッピングモール運営事業者へも協力を要請した。

■平成26年1月～平成27年3月に表示されていた健康保持増進効果等の一部

商品区分	表示されていた健康保持増進効果等
生鮮食品【6商品】 （農・水産物）	<ul style="list-style-type: none">・当該食品に含まれる成分は、インフルエンザや花粉症などに対し、免疫力を高める効果を有することを標ぼうする表示・〇〇酵素が胃腸の粘膜を保護し、胃腸の調子を整え、継続して食べるにより胃潰瘍や胃炎の予防・改善の効果を有することを標ぼうする表示 等
加工食品【19商品】 （農産加工品、水産加工品等）	<ul style="list-style-type: none">・当該食品の原材料である「れんこん」が花粉症等アレルギー体質を改善する効果を有することを標ぼうする表示・「ジャコ」に含まれるビタミンDが、風邪・インフルエンザの予防の効果を有することを標ぼうする表示・「ナツメ」は生薬として使用されることもあり、疲労回復の効果や血を補う効果も高いため、貧血、めまい、たちくらみの予防に効果があり、また免疫力もアップするため花粉症を改善する効果を有することを標ぼうする表示 等

<p>飲料等【39商品】 (茶、コーヒー及びココア調製品、飲料、酒類)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・□□成分が、細胞も活性化させインフルエンザウィルスや胃腸ウィルス(ノロウィルス・ロタウィルス)を予防する効果を有することを標ぼうする表示 ・△△成分が、痰をきり、鼻水や鼻づまりを解消する効果を有し、風邪やインフルエンザの時の鼻やのどのトラブルを緩和する効果を有することを標ぼうする表示 等
<p>いわゆる健康食品【48商品】 (カプセル、錠剤、顆粒状等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・脂肪を溶かす有効成分により、現在の体重を大幅に減らすことが可能となる痩身効果を有することを標ぼうする表示 等
<p>その他の食品【17商品】 (香辛料、砂糖、食用油脂)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・デトックス効果により利尿作用が促進され、体内の毒素が排出されるため、痩身・美肌の効果・便秘の改善の効果を有することを標ぼうする表示 ・消化促進や発汗、滅菌の効果により、風邪やインフルエンザの症状改善などの効果を有することを標ぼうする表示 等

(2) 合理的な根拠がないにもかかわらず、即席スープを飲むだけで簡単に痩せることができるかのように表示をしていた健康食品販売事業者に対し11月10日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

不実証広告規制の適用により、優良誤認で措置命令を受けたのは日本イルムス(東京都板橋区)。同社は即席スープである「薬膳めかぶスープ」、「薬膳めかぶスープ極」を販売するにあたり、牛乳販売業者を通じて配布したチラシに「ネバネバパワーと燃焼力で、強力なスッキリ感!」、「16kgも痩せて、お腹(ウエスト)スッキリ!」、「超低カロリーだから、無理な食事制限なし! 1日1杯でOK!」、「従来より60種も増えた『108種の薬膳葉実』が体の隅々まで浸み渡り、強力なダイエットパワーを発揮! じっとしていても心地よく活動している状態へとサポートしてくれるので、無理な運動や食事制限の必要はありません。」などと記載することで、あたかもこの即席スープを食べるだけで特段の運動や食事制限をすることなく、簡単に著しいダイエット効果を得ることができるかのような表示を行っていた。



同社には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

れた資料は合理的な根拠を示すものとは認められないものだった。

- (3) 新聞や雑誌などに、合理的根拠なくサプリメントを摂取するだけで簡単に痩身効果を得ることができるかのように表示していた医薬品等製造販売事業者に対し12月3日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

不実証広告規制の適用により優良誤認で措置命令を受けたのは、源平製薬（富山県射水市）。同社は新聞、雑誌及び情報誌などに行ったサプリメント「LAPURA」の広告において、○『『ダイエットサポートがこの1粒で！ ※目安 短時間で-3kgの秘密とは…？』』、○「寝る前にたった1粒。 ※目安 短時間ではっきりと変化が」と記載の上で「届いてすぐに飲んでみる。なんのことはない健康食品…と思ったら、短期間ではっきりとした変化が！ 続けていると、規則正しくスッキリしはじめたのがよくわかる。」「寝る前の1粒（目安）だからすっごく楽。何となくウエストがちょっとゆるくなったような…」、○「短期間でマイナス3kg！ ブラックジンジャーが脂肪そのものを減らす！」と記載の上で「数日たった夜、初めて体重計に乗ってみる。すると…なんと3kgも変化が！ なぜ？」「独自のブラックジンジャーが脂肪そのものに作用。継続して摂取すればするほど高い効果が期待できる。」などと表示、あたかもこのサプリメントを摂取するだけで運動や食事制限をせずに短期間で簡単に痩せることができるかのように表示していた。

源平製薬が「発見！」「思しように」が「ダイエットサポート！」「規則正しくスッキリしはじめたのがよくわかる。」

目撃！本人の体験談！
「も今こんなこと思わない！
ずっと苦しんでました。
を秘伝このサプリメントで！」

「届いてすぐに飲んでみる。なんのことはない健康食品…と思ったら、短期間ではっきりとした変化が！ 続けていると、規則正しくスッキリしはじめたのがよくわかる。」

「寝る前の1粒（目安）だからすっごく楽。何となくウエストがちょっとゆるくなったような…」

「短期間でマイナス3kg！ ブラックジンジャーが脂肪そのものを減らす！」

「数日たった夜、初めて体重計に乗ってみる。すると…なんと3kgも変化が！ なぜ？」「独自のブラックジンジャーが脂肪そのものに作用。継続して摂取すればするほど高い効果が期待できる。」

「30日間効果保証」

「1日1粒」

源平製薬株式会社 〒929-0311 富山県射水市射水町 2543 FAX 0766-56-6198 24時間受付 [年中無休]

0120-1080-78 (年中無休) 144

同社には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、提出された資料は合理的な根拠を示すとは認められないものだった。

- (4) 懸賞付きパズル雑誌で、当選者数を偽る表示をしていた出版事業者に対し12月8日、景品表示法違反で措置命令を行った。

同命令を受けたのはアイア（東京都渋谷区）で、同社が発行する「クロスワードパクロス」、「ナンプレマガジン」、「ペイントロジック」、「漢字王」、「ナンバーネットロジック」などパズル雑誌8冊で実施した懸賞企画における表示が、景品表示法に違反する行為である有利誤認に該当するとされた。

同社は、例えば平成26年1月27日発売の「クロスワードパクロス 2014年3月号」の誌面上で実施した「全問豪華スペシャルプレゼント」において、「Special Present 現金10万円 1名様」、「Special Present 32V型液晶テレビ 1名様」、「Special Present ルンバ 1名様」、「Special Present PHILIPS ノンフライヤー 1名様」などと記載していたにもかかわらず、実際にはいずれも当選者を出していないなど、誌面上に記載された当選者数を下回る数の商品等の提供を行っていた。

- (5) 景品表示法に課徴金制度を導入する改正法の施行期日政令及び整備政令が12月11日に閣議決定された。

不当な表示による顧客の誘引を防止することを目的として課徴金制度を導入する改正景品表示法は、平成26年11月19日の国会で成立し同月27日に公布されていたが、今回閣議決定された「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律の施行期日を定める政令」によって、同改正法の施行期日が平成28年4月1日となった。

また、同じく閣議決定された「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律の施行に伴う関係政令の整備に関する政令」では、「不当表示を行った事業者に対する、課徴金制度に係る商品や役務の売上額の算定方法、及び返金措置の対象となる一般消費者を特定する要件」、「課徴金及び延滞金について国の債権の管理等に関する法律の適用を除外すること」などが定められた。

- (6) 窓用フィルム施工サービスについて、合理的な根拠がないにもかかわらず不当な表示を行っていた清掃・衛生製品レンタル及び販売店舗のフランチャイズ本部事業者に対し12月11日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

不実証広告規制の適用により優良誤認で措置命令を受けたのはダスキン（大阪府吹田市）。同社は、窓ガラスに貼ることによって室温上昇の抑制効果をうたった窓用フィルム「遮熱・UVカットタイプ（Nano80S）」の施工サービスを、同社自らまたはフランチャイズ加盟店を通じて行うにあたり、平成26年4月～7月ころ、送付し

たダイレクトメール及びチラシに「室温の上昇を抑える！最大－5.4℃空調効率アップ！」、「室温の上昇を抑える 最大－6℃空調効率アップ！」などと表示していたため、同社に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、提出された資料は合理的な根拠を示すとは認められないものだった。

- (7) 平成27年7月～9月時期のインターネットにおける健康食品などの虚偽・誇大表示の監視を実施し、健康増進法に違反するおそれのある表示をしていた26事業者に対し表示の改善を要請したことを12月25日に公表した。

今回の監視業務もロボット型全文検索システムを使用し、インターネット上の健康食品などの表示をキーワードにより無作為検索したうえ、検索されたサイトを目視により確認した。検索キーワードは「ダイエット」、「痩身」、「脂肪燃焼」、「美白」など、人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、または皮膚や毛髪を健やかに保つことに効果があるかのような表現。

監視の結果、いわゆる健康食品（カプセル、錠剤、顆粒状など）の31商品に、健康増進法に違反するおそれがある健康保持増進効果（脂肪燃焼、新陳代謝を向上、老廃物の除去効果など）が表示されていたことがわかり、これを行っていた26事業者に改善を要請するとともに、ショッピングモール運営事業者へも協力を要請した。

II. 経済産業省関係

大臣官房調査統計グループは、「特定サービス産業動態統計調査」平成27年7月～10月分の調査結果をまとめ、公表した。

広告業の業種別売上高の前年同月比は次のとおりとなっている。

広告業の業種別売上高前年同月比（％）

平成27年	7月	8月	9月	10月
売上高合計	98.5	106.8	102.2	103.0
4 媒体広告	99.7	99.8	97.9	98.3
新聞	95.2	95.3	94.3	96.6
雑誌	89.6	96.6	94.2	96.0
テレビ	101.5	101.0	99.0	98.9
ラジオ	94.7	98.1	101.0	99.5
屋外広告	99.9	101.2	86.6	96.1
交通広告	105.5	109.6	101.9	100.5
折込み・ダイレクトメール	100.1	96.0	99.6	101.9
海外広告	54.9	436.8	92.8	42.2
SP・PR・催事企画	106.6	111.9	97.8	108.5
インターネット広告	109.8	117.9	120.8	117.4
その他	88.9	108.0	107.0	106.2

【地方公共団体等の動き】

1. 埼玉県

- (1) インターネット通信販売サイトで消費者が誤認するおそれのある不当な価格表示を行っていた通信販売事業者8者に対し9月7日、景品表示法の規定に基づき文書で注意を行った。

今回の文書注意は、埼玉県健康食品対策連絡協議会（事務局：保健医療部薬務課）による健康食品の買上検査の一環として消費生活課が価格表示を調査した結果を受けて行ったもので、インターネット通信販売事業者が健康食品の販売価格に関し、販売実績のない「値引き前の価格」や、継続した販売価格を「期間限定価格」と併記するなど（下記「表示例」参照）、不当に販売価格の安さを誇張している可能性があるため改善を指導したものの。

<表示例>

- 1 不当な二重価格
通常価格で販売した実績がない、あるいはメーカーが希望小売価格を設定していない可能性がある。
 - ・「通常価格¥21,000 → 42%OFF ¥12,000」
 - ・「希望小売価格12,000円（税別）→ 価格2,980円（税別）」
- 2 不当な期間限定価格
キャンペーンが実際には期間の限定がなく継続して実施されている可能性がある。
 - ・「キャンペーン終了まで 3日14時間44分42秒」
 - ・「今なら最大22,700円お得！」

- (2) 中古車情報誌に、修復歴のある中古車であるにもかかわらずこれを偽る表示を行っていた中古自動車販売業者に対し12月25日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

平成26年12月1日に施行された景品表示法の改正で都道府県知事に措置命令の権限が付与されたが、本件は全国初の都道府県が行う行政処分となった。

優良誤認により措置命令を受けたのはローランインターナショナル（埼玉県比企郡）。同社は、中古車情報誌に掲載した中古車61台について「修復歴がない」旨を表示していたが、実際にはオートオークションからの仕入れ時に提示される出品票に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号が記載された「修復歴がある」ものだった。

広告等法規・行政情報

広告等法規・行政情報／第285号（平成28年2月発行）

編集・発行 公益社団法人 東京広告協会 法務政策委員会

〒104-0061 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル7階

TEL. 03(3569)3566 FAX 03(3572)5733

URL <http://www.tokyo-ad.or.jp/>

E-mail info@tokyo-ad.or.jp
