

広告等法規・行政情報

No.295

平成31年1～3月度

【国の行政機関等の動き】

I. 消費者庁関係

- (1) 根拠なく酵母や酵素の痩身効果をうたう健康食品を販売していた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（1月17日）…………… 1
- (2) 平成30年10～12月期のネット上健康食品等表示監視の結果、健増法違反のおそれがある78事業者に改善要請（2月1日）…………… 1
- (3) おせち料理の適切でない二重価格表示で通信販売事業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（3月6日）…………… 2
- (4) 根拠なく商品の加圧シャツなど衣類の痩身効果や筋肉増強効果をうたっていた9事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月22日）…………… 2
- (5) 根拠なくシミ消しや痩身効果をうたい商品を販売していた事業者に景表法違反（優良誤認及び有利誤認）で措置命令（3月28日）…………… 2
- (6) 根拠がないのに食品に髪を黒くする効果があるかのような表示を行っていた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月29日）…………… 3
- (7) 根拠なく食品の酵素などの成分による痩身効果を表示していた5事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月29日）…………… 4

II. 経済産業省関係

- (1) 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30年11月～平成31年1月の結果まとめる…………… 4

【地方公共団体等の動き】

III. 東京都

- (1) 根拠がないのに頭蓋骨矯正による小顔効果を標ぼうし役務を提供していた2事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（2月21日）…………… 5
- (2) 健康食品の平成30年度試買調査結果まとめる（3月26日）…………… 5

IV. 静岡県

- (1) 根拠なく頭蓋骨矯正による小顔効果を表示し役務を提供していた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月11日）…………… 6

V. 大阪府

- (1) 洋菓子の材料の産地などに不当な表示を行っていた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月13日）…………… 6



公益社団法人 東京広告協会
TOKYO ADVERTISING ASSOCIATION

【国の行政機関等の動き】

I. 消費者庁関係

- (1) 合理的根拠なく、商品の健康食品を摂るだけで容易に著しい痩身効果を得ることが出来るかのように表示していた販売事業者に対し1月17日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局九州事務所による調査結果を踏まえ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、はびねすくらぶ（福岡県福岡市）。同社は、健康食品「酵母と酵素deさらスルー」を通信販売するにあたり、ウェブサイト「酵素 酵母 乳酸菌の発酵パワーでダイエット!」、「『酵母と酵素deさらスルー』は、生きた酵素と酵母、乳酸菌、さらに白キクラゲ由来のエイドライフフリーWJをたっぷり配合した新しいダイエットサプリ。」「ゴハンや甘い物を食べながらも“すっきり&スリム”へ導きます。ダイエット中の方、つい食べ過ぎてしまう方、ぜひ一度お試しください。」などと記載し、あたかも本商品を摂るだけで特段の食事制限をすることなく商品に含まれる成分の作用で容易に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。そのため、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。

なお、ウェブサイトには「※使用感・効果には個人差があります。」と記載していたが、一般消費者がこの表示から受ける効果に関する認識を打消すものではないと判断された。

- (2) 平成30年10月～12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、健康増進法第31条（誇大広告の禁止）第1項の規定に違反するおそれのある表示をしていた78事業者に対し表示の改善を要請したことを2月1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、検索された商品のサイトを目視により確認したもの。平成30年10月～12月に行った検索の主なキーワードは、「動脈硬化」「風邪」「インフルエンザ」などの疾病の治療または予防を目的とする効果があるかのような表現、「肝機能」「冷え性」「二日酔い」などの身体の組織機能の一般的増強・増進を主たる目的とする効果があるかのような表現、「ダイエット」「乾燥肌」などの身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変える効果があるかのような表現等。

監視の結果、生鮮食品、加工食品、飲料等、及びいわゆる健康食品の83商品について、健康増進法に違反するおそれのある健康保持増進効果などの表示を行っていたことが確認されたため、78事業者に対し表示の改善を要請するとともに事業者が

出店するショッピングモール運営事業者にも表示適正化への協力を要請した。

- (3) おせち料理を通信販売するにあたり、ウェブサイト適切ではない二重価格表示を行っていた事業者に対し 3 月 6 日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所による調査結果を踏まえ景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

有利誤認により措置命令を受けたのは、ライフサポート（大阪府大阪市）。同社はおせち料理の「鶴寿」、「吉松鶴」、「七福」、「賑和祝」、「華扇」、「雅ノ舞」、「結禪」を販売するにあたり、自社ウェブサイト「快適生活オンライン」などで「数量限定 歳末特別価格！ 年末のおせちお急ぎください！ なくなり次第終了！ 通常価格 28,800円（税別） ↓↓↓ 残りわずか!! 今なら!! 8,000円お値引き 歳末特別価格 20,800円 税別」などと記載することにより、あたかも「通常価格」は同社がこれら 7 商品を通常販売している価格であり、「歳末特別価格」が通常販売している価格と比べて安いかのように表示していた。

ところが、この「通常価格」は同社が最近相当期間にわたって販売した実績がないものだった。

- (4) 合理的根拠がないにもかかわらず加圧シャツなどの痩身効果や筋肉増強効果をうたっていた販売事業者 9 社に対し 3 月 22 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、イッティ（東京都渋谷区）、加藤貿易（同港区）、GLANd（同渋谷区）、ココカラケア（同豊島区）、SEEC（同渋谷区）、スリーピース（同豊島区）、BeANCA（同渋谷区）、VIDAN（同港区）、及びトリプルエス（愛知県一宮市）の 9 社。9 社はそれぞれ加圧シャツ、スパッツ、腹巻、レギンスなどを販売するにあたり、自社のウェブサイト「着るだけで 劇的変化!!」、「就寝時に装着すれば、5 時間の睡眠内で 腹筋 300 回分の効果が!!」、「着るだけで、このカラダ。」、「筋肉を刺激する事により 体温が上昇し、集中的な燃焼を可能にします。普段通りの生活をしながらトレーニングができるのです。着ているだけで有酸素運動をしているような状態になります。」などと記載することで、あたかも商品を着用するだけで短期間で容易に著しい痩身効果及び筋肉増強効果を得ることが出来るかのような表示を行っていた。

そのため、9 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ところ、7 社から資料が提出されたが、いずれも合理的な根拠を示すものとは認められないものだった。

- (5) 根拠がないにもかかわらず肌のシミ消しや痩身の効果をうたうなど不当な表示を行っていた販売事業者に対し 3 月 28 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る優良誤認、及び有利誤認で措置命令を受けたのは、Growas（大阪府大阪市）。同社は、販売していた 5 商品について自社ウェブサイトにて下記のとおり複数の優良誤認表示を行っていたため、そ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、期限までに提出がなかった。

商品	主な優良誤認表示
アルバニアSPホワイトニングクリーム	「塗って寝るだけ翌朝にはもう変わってる!! 薬用シミ消しクリーム」 「レーザー治療が必要な濃いシミでも4日で剥がれ落ちる」
クレンズブラッシュ（食品）	「ジュースを飲むだけ体内を丸洗いする」>>衝撃のダイエット法<<」 「何もせずに痩せていく!!」
バブリアボディ（ボディジェル）	「①溜まった脂肪を分解!」「肌から浸透し、脂肪細胞に直接作用する有効成分の生姜根茎エキスをなどが脂肪の生成を阻害し、脂質の代謝を促す効能があります。」
ノンファットタイム（食品）	「ノンファットタイムなら太る時間なんて作らせない!」 「-30kgを目指す肥満度MAXの方」「体重蒸発錠」
ウルトラシックス（加圧シャツ）	「このシャツは着るだけで」「腹筋300回分の筋肉運動が発生!!」 「0.1mgの脂肪も許さない 鉄のごとき腹筋を目指す 鉄筋製造シャツ」

また、4 商品については例えば「通常販売価格12,000円（税別）↓↓↓予約販売限定<500本のみ>3,800円（税別）」、「希望小売価格8,900円のところ↓↓↓↓↓【数量限定特別価格】2,980円（税別）」、「特別価格 メーカー希望販売価格13,000円（税抜）-80%OFF 2,980円（税抜）」などと記載し、販売価格が安くなっているかのように表示していたが、実際にはメーカー希望小売価格は設定されておらず、比較対照としている価格は同社が任意に設定したものであって、同社が販売した実績がないものだった。

なお、優良誤認表示については「※使用感の感想です。」、「※効果には個人差があります」と記載していたが、一般消費者がこの表示から受ける効果に関する認識を打消すものではないと判断された。

- (6) 合理的根拠なく白髪を黒髪にする効果をうたい食品を販売していた健康食品等販売事業者に対し 3 月29日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局九州事務所による調査結果を踏まえ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、アルトルイズム（福岡県福岡市）。同社は食品「黒フサ習慣 ブラックマックスS」を通信販売するにあたり、自社ウェブサイトにて黒髪の人物の写真と共に「白髪染めはしたくない!」、「艶のある漆黒に憧れる世代の方に!!」、「さあ!“黒活”をスタートしましょう!」、「そのお手伝いをする、強い味方がブラックヘアラインサプリ『黒フサ習慣』なのです!」などと記載することで、あたかも本商品を摂取することで白髪が艶のある黒髪となる効果が得られるかのような表示をしていた。そのため、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。

なお、本件表示には「体験談は個人の感想で、実感を保証するものではありません

ん。」などと記載していたが、一般消費者がこれらの表示から受ける効果に関する認識を打消すものではないと判断された。

- (7) 合理的な根拠なく食品の酵素などの成分の作用による痩身効果をうたう表示を行っていた販売事業者 5 社に対し 3 月 29 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、ジェイフロンティア（東京都渋谷区）、ピーボ（同港区）、ユニヴァ・フュージョン（同港区）、ジブソフィラ（同新宿区）、及びモイスト（同江東区）の 5 社。5 社は、それぞれの商品である食品の「酵素328選生サプリメント」、「ベルタ酵素ドリンク」、「コンブチャクレンズ」、「生酵素」、及び「雑穀麴の生酵素」を販売するにあたり、新聞折込みチラシ及びポスティングチラシ、並びに自社ウェブサイトにて「まだまだ間に合います！酵素328選でダイエットに成功した人続々と！こんな酵素エキス見たこと無い！」、「本気でダイエットなら ベルタ酵素ドリンク99%の人が、痩せています」、「燃焼サポート ダブルのプレミアム酵母」、「『生酵素』は健康・美容・ダイエット 全てをサポートするために必要な植物発酵エキスを贅沢配合！」、「119種の生酵素がフルパワーで働けるのは良質なアシスト成分があつてこそ。あなたのからだのことを考え、こだわり抜いた 4 つの成分がダイエットの手助けをしてくれます。」などとそれぞれ記載し、あたかも商品を摂取するだけで成分の作用により容易に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

そのため、5 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ところ、5 社から資料が提出されたが、いずれも合理的な根拠を示すものとは認められないものだった。

II. 経済産業省関係

- (1) 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」広告業平成30年11月～平成31年1月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（％）

	30年11月	12月	31年1月
売上高合計	100.6	98.0	103.7
4 媒体広告	98.2	94.0	102.9
新聞	93.4	90.8	100.9
雑誌	93.5	92.9	90.1
テレビ	99.7	94.7	103.9
ラジオ	93.2	92.5	97.9
屋外広告	94.3	92.8	98.9
交通広告	103.8	106.9	97.0
折込み・ダイレクトメール	98.0	93.3	96.1
海外広告	98.2	94.5	110.8
SP・PR・催事企画	99.8	97.7	99.9
インターネット広告	106.7	105.5	114.9
その他	102.3	100.1	104.9

【地方公共団体等の動き】

Ⅲ. 東京都

- (1) 合理的な根拠がないにもかかわらず、小顔になる効果をうたうマッサージなどのサービスを提供していた事業者２社に対し２月21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、S.O.M（東京都中央区）及びビューネス（東京都港区）。S.O.Mは店舗「clear」で「骨気（小顔矯正）」と称するサービスを、ビューネスは店舗「白金小顔管理」で「コルギ」と称するサービスを提供するにあたり、それぞれ自社のウェブサイト「頭から顔まで骨格をじっくり矯正。顔筋マッサージにより、骨・筋肉を正常な位置に。」「ぱっちり目に【眉骨】」、「顔を２割小さく【エラ骨】」、「顔を大きくする根本原因である頭蓋骨を正しい位置へ動かすことで土台である骨が上がり、たるんだ皮膚や筋肉が持ち上がって「しわ」や「たるみ」が改善します。」「23個の骨片からなる頭蓋骨の隙間にアプローチし、小顔に導く手技」、「顔全体にメリハリがアップして頬骨も高くなりました。」などと記載、あたかもこれらのサービスを受けることで頭蓋骨の歪みやずれが矯正されることにより、目の大きさ、エラの張り、及び頬骨の位置などが変化し、かつ、小顔になるかのように表示していた。

そのため、２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。

- (2) 福祉保健局及び生活文化局は「平成30年度健康食品試買調査」を実施し、３月26日に調査結果をとりまとめた。

同調査は、健康食品による健康被害を未然に防止するため法令違反の可能性が高いと思われる健康食品を実店舗やインターネットなどの通信販売で購入して行っているもので、平成30年度は平成30年５月～平成31年３月に都内の健康食品売場などで44品目、インターネットなどの通信販売で86品目、合計130品目を購入し実施した。

調査の結果、店舗で購入した製品では44品目中29品目、インターネットなどの通信販売で購入した製品では86品目中79品目に不適正な表示・広告がみられたため、事業者に対し改善等を指導した。

法令で義務づけられている表示に関し不適正とされた表示・広告は、①食品表示法上、容器の包装の不適正な表示（一括表示の欠落、原料原産地名表示が不適正、新旧混在の表示、表示文字が小さい、など）、②特定商取引法上、通信販売広告の不適正な表示（返品に関する事項が正しく記載されていない、など）、③健康増進法上、健康保持増進効果等の虚偽誇大表示に該当するおそれのある表示（著しく事実に相違するまたは人を誤認させるおそれのある表示）、④景品表示法上、消費者の自主的かつ合理的な商品選択を阻害するおそれのある表示（優良誤認・有利誤認に該当す

るおそれのある表示)、⑤医薬品医療機器等法上、医薬品とみなす標ぼう(疾病の治療または予防を目的とする効能効果に該当、など)。

Ⅳ. 静岡県

- (1) 合理的な根拠がないにもかかわらず、頭蓋骨矯正による小顔効果をうたいサービスを提供していた事業者に対し3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、ドラミカンパニー(静岡県静岡市)。同社は「プラチナフェイス静岡御幸町店」で「最強小顔コルギ」及び「ほうれいせん撃退コース」を提供するにあたり、自社ウェブサイト「ご存知でしたか?頭蓋骨って動くんです!」、「プラチナフェイスの骨気は、リンパの流れを良くするのはもちろん骨を直接動かしますので、小顔効果も持続性も段違いです。」、「プラチナフェイスの骨気で、他店にはない「骨が動く」感覚を、ぜひ実感してみてください。」などと記載し、あたかも頭蓋骨を動かすことで小顔になり、その効果が持続するかのようと思わせる表示を行っていた。

そのため、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。

Ⅴ. 大阪府

- (1) シュークリームなど洋菓子に使用されている小麦粉について不当な表示を行っていた事業者に対し3月13日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

優良誤認により措置命令を受けたのは、ヤムヤムクリエイツ(大阪府東大阪市)。同社は、自ら運営する菓子販売店で販売する「プチリッチシュー」、並びに菓子販売店及びインターネットショッピングモールで販売する「焦がしシュークリーム」について、持ち帰り箱やウェブサイト「材料には、新鮮な卵に北海道産生クリーム、北海道産小麦をたっぷり使用し、熟練した職人技術により、従来のプチシューのイメージを大幅に覆す、焼き立てサクサク食感の風味豊かなプチリッチシューが完成しました。」、「こだわり③厳選した素材を使用 シュー生地は国産の小麦を使用し、パイ生地を合わせたオリジナルブレンド。」などと記載し、あたかも材料に北海道産または国産の小麦を多量に使用しているかのように表示していた。ところが実際には、使用されている小麦粉のうち国産小麦はアメリカ産小麦を原料の大半とする小麦粉に一部ブレンドされているに過ぎず、また国産小麦の国内産地については北海道産に限定されたものではないなど、当該表示は不当なものだった。



(大阪府ウェブサイトより)

広告等法規・行政情報

広告等法規・行政情報／第295号（令和元年 5 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
