

広告等法規・行政情報

No.296

平成31年4月～令和元年8月度

【国の行政機関等の動き】

I. 消費者庁関係

- (1) 料理に使用の牛肉を黒毛和牛と偽って表示していた焼肉店運営事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（4月16日） 1
- (2) 合理的根拠なく装置の害虫駆除効果をうたっていた通信販売事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（4月26日） 1
- (3) 加熱式たばこの割引キャンペーンで表示期間を過ぎても割引し続けていた事業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（6月21日） 1
- (4) 景表法の平成30年度運用状況などまとめる（6月25日） 2
- (5) MVNOサービス申込時の登録事務手数料の不当表示で仮想移動体通信事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（7月2日） 2
- (6) スーパーにおけるパン販売の不当な二重価格表示により食料品等小売業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（7月8日） 3
- (7) クリーニングのセール企画における不当な二重価格表示により運営事業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（8月7日） 3

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31年2月～令和元年6月の結果まとめる 4

【地方公共団体等の動き】

III. 東京都

- (1) 料理メニューに実際とは異なる食材の表示を行っていた飲食店運営事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（5月22日） 4
- (2) 平成30年度ネット広告表示監視事業の結果まとめる（7月31日） 4

IV. 鹿児島県

- (1) ごま製品や食用油の不当表示で製造販売事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（5月15日） 5

V. 岡山県

- (1) 商品ラベルなどに水産物の産地を偽り表示していた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（8月7日） 5

VI. 大阪府

- (1) 弁当の原材料ラベルなどに実際とは異なる牛肉の表示を行っていた製造販売事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（8月15日） 6

VII. 埼玉県

- (1) 女性向け育毛剤で不当表示を行っていた通信販売事業者に景表法違反（優良誤認及び有利誤認）で措置命令（8月21日） 6



【国の行政機関等の動き】

I. 消費者庁関係

- (1) 焼肉店で提供する料理に黒毛和牛を使用しているかのような表示をウェブサイトで行っていた運営事業者に対し4月16日、消費者庁及び内閣府沖縄総合事務局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。

優良誤認により措置命令を受けたのは、ロイヤルダイニング（東京都国分寺市）。同社は「焼肉レストランROINS沖縄」及び「焼肉レストランROINS東大和」でタン、ハラミ及びシマチョウの各部位を使用した料理を盛り合わせやセット、コースで提供するにあたり、自社ウェブサイトで「沖縄県産の食材と日本全国選りすぐりの黒毛和牛専門店」、「『心のこもったお料理を』をモットーに〇〇料理長が厳選した黒毛和牛のみ使用した、ROINS自慢の新鮮でクオリティの高い料理をお楽しみください。」などと記載し、あたかも料理に黒毛和牛の部位を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、ROINS沖縄で提供するタンには外国産牛のものを、ハラミの大部分には外国産牛のものを使用しており、ROINS東大和で提供するタン、ハラミ及びシマチョウには外国産牛のものを使用していた。

- (2) 合理的な根拠がないにもかかわらず、商品を設置するだけで害虫などを駆除できるかのようにウェブサイトに表示していた通信販売事業者に対し4月26日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局中部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BLI（静岡県静岡市）。同社は、超音波によるゴキブリ等の駆除をうたう装置「RIDDEX PLUS」を通信販売するにあたり、自社のウェブサイト「BLI-Shop」において、商品の写真や弱っているゴキブリのイラストと共に「あれ!?ゴキブリどこいった?」、「正規品 シリアルナンバー付 RIDDEX PLUS 総合害虫駆除」、「部屋からゴキブリ消える!」などと記載、あたかもこの商品を設置するだけでゴキブリやヒアリなど害虫等を建物から駆除することができるかのように表示していた。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。

- (3) 加熱式たばこの値引き販売キャンペーンについて、表示した期間が過ぎても値引きを適用し続けていたたばこ販売事業者に対し6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。

有利誤認により措置命令を受けたのは、フィリップ・モリス・ジャパン（東京都千代田区）。同社は、加熱式たばこ「iQOSキット（バージョン2.4）」、「iQOSキット（バージョン2.4Plus）」をコンビニエンスストアで販売するキャンペーンを実施する

にあたり、フライヤーやブローシャースタンドなどの店頭表示物に「今ならアプリ・Webで会員登録すれば4,600円OFF」「iQOSキット メーカー希望小売価格9,980円(税込)▼5,380円(税込)」「会員登録キャンペーン期間：2015/10/31まで」、または「専用クーポンの発券で、iQOSキットが 3,000円OFF」「iQOS2.4Plusキット(ホワイト/ネイビー) メーカー希望小売価格10,980円(税込)▼7,980円(税込)」「クーポン発券期間：発売開始日～2017/9/20まで」「クーポン引き換え期間：2017/9/30まで」などと、あたかも期間内に会員登録やクーポン発券を行った場合に限り記載の値引きが適用されるかのように表示していた。ところが実際には、期間が過ぎても延長して値引きを適用していた。

- (4) 平成30年度における景品表示法の運用状況及び表示などの適正化への取組状況をまとめ、6月25日に公表した。

平成30年度における調査件数は、前年度からの繰越し227件、年度内に新規に着手した364件の合計591件。このうち同年度内に処理した件数は379件で、内訳は措置命令が46件、課徴金納付命令が20件、指導が216件のほか、都道府県による処理が適当として都道府県に移送したものが76件、公正競争規約により処理することが適当としてその公正競争規約を運用する公正取引協議会などに移送し、同協議会などが処理したものが9件などとなっている。なお、措置命令はすべて表示事件だった。また、平成30年度に処理したもののうち、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所などが行った調査の結果を踏まえて消費者庁が行ったものは、措置命令6件(近畿中国四国事務所、九州事務所及び沖縄総合事務局)、指導53件、調査を打ち切ったものなどが8件。都道府県知事による措置命令は、東京都、静岡県、大阪府の3都府県において9件が行われた。課徴金制度の状況としては、平成30年度は13名の事業者に対して延べ20件の課徴金納付命令を行い、5億801万円の課徴金の納付を命じた。また、実施予定返金措置計画の認定はなかった。

表示などの適正化への取組として行ったのは、実態調査「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査報告書」及び「広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査報告書」の公表、打消し表示に対する評価、「携帯電話等の移動系通信の端末の販売に関する店頭広告表示についての景品表示法上の考え方等」の公表、事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置に係る処理、公正競争規約の変更に関する指導・認定、電子商取引表示監視調査システムによる常時監視、関係行政機関との連携等、景品表示法に関する相談業務、景品表示法の普及・啓発としての講習会・研修会への講師派遣など。

- (5) MVNOサービスの申込みにかかる登録事務手数料について不当な表示を行っていた仮想移動体通信事業者に対し7月2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、LINEモバイル（東京都新宿区）。同社は提供するMVNOサービス「LINEモバイル」の商品「エントリーパッケージ」の販売にあたり、自社ウェブサイト「エントリーパッケージを事前にご購入いただくことで、お申し込み時に必要な登録事務手数料が不要となります。」と記載、あたかもこの商品は「LINEモバイル」における全てのサービスタイプへの申込み時に登録事務手数料が不要となるものであるかのように示す表示をしていた。ところが実際には、この商品は「LINEフリープラン」のサービスタイプ「データSIM」の申込みには使用できず、登録事務手数料も不要とはならないものだった。

なお、同一のウェブページ下部に表示した「よくある質問」に「エントリーパッケージとは何ですか？」と記載し、これをクリックすると「※データSIM（SMS付き）または音声通話SIMをお申し込みできます。」と表示されるようにしていたが、「データSIM」の申込みにはこの商品は使用できないことを直接的に表示したのではないこと、また離れた箇所に小さな文字で記載されクリックしなければ表示されないものであることから、消費者がこの表示から受ける商品の内容の認識を打消すものではないと判断された。

- (6) スーパーマーケットでパンを販売するにあたり、チラシやプライスカードに不当な二重価格表示を行っていた食料品等小売事業者に対し7月8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、サンプラザ（大阪府羽曳野市）。同社はスーパーマーケット「サンプラザ」の29店舗でパンを販売するにあたり、新聞折込みチラシやプライスカードに「菓子パン・食パン 全品メーカー希望小売価格より 3割引」、「表示価格は3割引後の価格です メーカー希望小売価格125円を 4枚 本体価格88円」、「通常価格125円を 4枚切 本体価格88円」などと記載することで、あたかも商品のパンにはメーカー希望小売価格や店舗で通常販売している価格が設定されており、その価格から3割割り引いて販売するかのように表示していた。ところが実際には、商品のパンにはメーカー希望小売価格は設定されておらず、また「通常価格」についてもこの29店舗で販売した実績がないものだった。

- (7) クリーニングサービスの新聞折込みチラシに不当な二重価格表示を行っていた事業者に対し8月7日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局東北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、ブルースター（岩手県盛岡市）。同社は、自社店舗でクリーニングサービスのセール企画を実施するにあたり、新聞折込みチ

ラシに、例えばジャンパーでは「[通常]600円⊕[撥水加工]500円=1,100円～」、「撥水加工料込み!! 550円～」などと、ダウンジャケットでは「ダウン オール半額」、「ダウンジャケット 900円」などと記載、あたかも店舗で通常提供している価格と比べセールにより安くまたは半額で提供するかのように表示していた。ところが、この「通常」としている価格や半額の元となる価格は、最近相当期間にわたって提供された実績がないものだった。

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31年2月～令和元年6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 (%)

	H31年2月	3月	4月	R元年5月	6月
売上高合計	98.1	98.8	100.0	97.1	99.2
4 媒体広告	94.4	96.9	99.5	98.1	94.4
新聞	92.3	93.2	94.6	95.3	87.5
雑誌	90.5	89.1	94.0	87.2	84.4
テレビ	95.0	98.5	100.9	99.1	96.2
ラジオ	97.4	93.9	96.2	100.6	96.0
屋外広告	92.7	93.3	98.2	79.2	103.0
交通広告	95.8	99.1	101.3	101.5	97.0
折込み・ダイレクトメール	95.8	93.0	96.9	96.7	95.8
海外広告	75.6	57.7	66.2	71.4	94.8
SP・PR・催事企画	97.5	98.9	89.3	85.7	105.3
インターネット広告	108.2	108.3	105.1	104.1	106.6
その他	100.5	101.4	104.6	99.7	101.2

【地方公共団体等の動き】

III. 東京都

- (1) 料理に使用している肉や卵などについてメニューに事実とは異なる表示をしていた飲食店の運営事業者に対し5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。

優良誤認により措置命令を受けたのは、ダイナック（東京都新宿区）。同社は自社の飲食店舗「ダイナミックキッチン&バー 響 お台場店」で、メニューに「和牛 鹿児島県 鹿児島黒牛溶岩石ステーキ」、「《群馬県林牧場 響喜豚》 響喜豚ロース炙り」、「比内地鶏 地卵の卵焼き」、「山形牛スジと九条葱の牛べい焼き」などと記載し、あたかも当該料理に鹿児島県産の黒毛和牛、国産の豚肉、地鶏の卵及び九条葱を使用しているかのように表示していたが、実際に使用されていたのは和牛の定義に該当しないアメリカ産の牛肉、カナダ産の豚肉、地鶏の定義に該当しない鶏の卵及び分葱（わけぎ）と呼ばれるネギだった。

- (2) 生活文化局は平成30年度インターネット広告表示監視事業の結果についてまとめ、7月31日に公表した。

同事業は、都内の消費生活相談の約2割を占めるなど多くのトラブルに繋がっているインターネット通信販売による取引を改善するため、消費者が商品等を選択する際に大きな判断材料となるインターネット上の広告に誇大・不当な表示がないか監視を行っているもので、平成30年度の広告監視数24,000件のうち318件の広告に不当表示のおそれがあったため、景品表示法に基づき表示を行っていた292事業者に改善指導を行った。指導内容の内訳は、優良誤認のおそれがあるものが294件（健康食品、化粧品、美容雑貨等）、有利誤認のおそれがあるものが89件（健康食品、化粧品、各種教室等）、過大な景品類の提供のおそれがあるものが5件（総付景品）だった（複数の内容に違反する広告があるため、指導件数の合計とは一致しない）。平成30年度の特徴としては、健康食品（改善指導152件）と化粧品（同79件）の広告で誇大な効果効果等をうたう表示が多く見受けられた。

IV. 鹿児島県

- (1) ごま製品及び食用油の容器包装やウェブサイトに関し、事実と異なる表示をしていた製造販売事業者に対し5月15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、鹿北製油（鹿児島県始良郡）。同社は、「国産 洗いごま黒 50g」、「国産 ねりごま白60g」、「国産 黒ごま塩 35g」、「鹿児島産 黒ごま油 100g」、「国産なたね サラダ油 650g」など41商品の容器包装や自社ウェブサイトに、「鹿児島県産 長崎県産」、「国産洗いごまを薪火焙煎しました。」、「鹿児島県産の黒ごまと、伊豆大島産・自然海塩の「海の精」をブレンドしました。」、「添加物や化学薬品等（苛性ソーダ・蔞酸など）は使用していません。」などと記載し、あたかも原料が国産であるかのような、また、添加物や化学薬品等を使用していないかのような表示をしていた。ところが実際には、38商品の原料には外国産のものが含まれており、8商品にはリン酸、水酸化ナトリウム（カセイソーダ）、クエン酸、白土が使用されているものだった。

V. 岡山県

- (1) 商品ラベルやウェブサイトに水産物の原材料の産地を偽って表示していた事業者に対し8月7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、ホームグリーン（岡山県備前市）。同社は、自社店舗やウェブサイトなどで「カットわかめ」、「小鯛浜焼」、「焼あなご」、「いわしせんべい」など9商品を販売するにあたり、商品ラベルやウェブサイトに「岡山・日生港」、「原材料名 わかめ（瀬戸内海産）」、「瀬戸内海産だから、新鮮、安心、キレイ、美味しい。」、「岡山・瀬戸内の獲れ獲れの魚を「健康」にこだわって調味・加工。」、「日生で採れた新鮮な海産物をそのまま干物にいたしました。」などと記載、原材料が瀬戸内海産であるかのように表示していたが、実際には外国産のものだった。

VI. 大阪府

- (1) 合理的根拠がないにもかかわらず、原材料ラベルなどにあたかも佐賀牛を使用した弁当であるかのように表示していた弁当製造販売業者に対し 8 月15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、かなたに（大阪府大阪市）。同社は、百貨店における自社の販売店舗「浪速の味 かなたに」で弁当を製造・販売するにあたり、自社ウェブサイト、プライスカード及び商品の原材料ラベルに商品名「佐賀牛のカルビ照り焼き弁当」または「佐賀牛のカルビ照焼き弁当」と記載することで、あたかも当該弁当に佐賀牛を使用しているかのように表示していた。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。また、原料牛肉のDNA分析を行った結果、原料原産地判別で「国産型」、品種（黒毛和種）判別で「黒毛和種以外の可能性が高い」と判定されており、同社と原料牛肉を納入していた事業者に対して調査を進めた結果、一部に黒毛和牛以外の国産牛肉が使用されていたことが認められた。

VII. 埼玉県

- (1) 女性向け育毛剤についてウェブサイトで不当な表示を行っていた通信販売事業者に対し 8 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。

優良誤認及び有利誤認により措置命令を受けたのは、RAVIPA（東京都豊島区）。同社は女性向け育毛剤「薬用Hairmoreスカルプエッセンス」の通信販売を行うにあたり、自社ウェブサイトで「顧客満足度91.3%」などと、あたかも本商品の顧客満足度が非常に高いかのように表示していたが、実際には統計的に客観性が十分に確保されている調査を行っておらず、調査は顧客ではなく商品モニターに対して行ったものだった。

また、女性の顔写真とともに「50代弓削さん」または「49歳同じ年齢でもこの差…お手入れなしお手入れあり」などと記載し、あたかも本商品で頭皮のお手入れをするだけで、含まれる成分により実年齢よりも若く見えるかのように、または髪の量が増えるかのように表示していたが、写真の「50代弓削さん」は実際には40代であったほか、「お手入れあり」の写真の状態になるには本商品以外にブローによるお手入れが必要で、商品の使用だけでは髪の量の変化は得られないものだった。

さらに、「いつでも好きな時に1ステップで解約できます」などと、あたかも売買契約を容易に解約できるかのように表示していたが、実際には解約は平日10時～17時の電話での申出に限られ、その電話も繋がりにくく、好きな時に容易に解約できるとは言えないものだった。

広告等法規・行政情報

広告等法規・行政情報／第296号（令和元年10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
