

# 広告等法規・行政情報

No.303

令和3年9～12月度

## 【国の行政機関等の動き】

### I. 消費者庁関係

- (1) 公正競争規約2規約について一部変更を認定しそれぞれ官報に告示 …… 1
- (2) ネット通販サイトにおける工具や酒などの商品の不当表示により景表法違反（商品の原産国に関する不当な表示）で措置命令（9月3日） …… 1
- (3) 令和3年4～6月及び7～9月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事業者に改善要請 …… 1
- (4) 七五三撮影キャンペーンの不当な価格表示で写真スタジオに景表法違反（有利誤認）で措置命令（9月14日） …… 2
- (5) 根拠なくインスタ投稿やアフィリエイトサイトにサブリの丰胸効果を表示していた2事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（11月9日） …… 2
- (6) 合理的根拠なくサブリに体重増加阻止効果があるかのようにうたっていた事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（11月24日） …… 4
- (7) 自動車カタログなどに実際とは異なる仕様ごとの標準装備品等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10日） …… 4
- (8) 中古車情報サイトに商品の修復歴などを偽って表示していた中古車販売事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（12月14日） …… 4
- (9) ガソリンスタンドの看板にガソリン等の価格を不当に表示していた2事業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（12月16日） …… 5
- (10) 合理的根拠なく空間除菌商品の効果をうたっていた2事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（12月17日） …… 5
- (11) 中古車情報サイトに商品の車両状態を偽って表示していた中古車販売2事業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（12月23日） …… 6

### 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」広告業令和3年7月～10月の結果まとめる …… 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) 全国チョコレート業公正取引協議会により申請された「チョコレート類の表示に関する公正競争規約」の一部変更を景品表示法の規定に基づき11月4日に認定、12月10日に官報に告示した。また、日本豆乳公正取引協議会により申請された「豆乳類の表示に関する公正競争規約」の一部変更を景品表示法の規定に基づき11月30日に認定、12月22日に官報に告示した。いずれも食品表示基準の改正に伴い添加物や原料原産地の表示を義務付けるなどの変更が行われたもので、施行はそれぞれ告示のあった日からとなる。

(2) インターネット通販サイトで、商品に実際とは異なる原産国や原産地を表示し販売していた2事業者に対し9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。

商品の原産国に関する不当な表示で措置命令を受けたのは、ビックカメラ及びビック酒販（いずれも東京都豊島区）。ビックカメラは、自社ウェブサイト「ビックカメラ.com」で通信販売を行うにあたり、例えば工具である「グリースガン CG400」、「樹脂柄ドライパロング軸 マイナス貫通 タイプ5mm D1M2530」など【原産国】日本」と表示していた商品の実際の原産国が台湾であるなど、177商品に不当な表示を行っていた。また、ビック酒販は、自社ウェブサイト「お酒の専門店ビック酒販」で通信販売を行うにあたり、例えば「3タンネン キルシュ ミニチュアボトル 40ml【ブランデー】」など【産地】メキシコ」と表示していた酒類商品の実際の原産国がドイツであるなど、25商品に不当な表示を行っていた。これらは、いずれも消費者が原産国を判別することが困難なものであるとともに、誤認されるおそれがある表示だった。

(3) 令和3年4～6月及び同7～9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・誇大表示についてそれぞれ監視を行い、健康増進法第65条（誇大広告の禁止）第1項の既定に違反するおそれのある表示をしていた事業者に対し表示の改善を要請した。

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。検索の主なキーワードは、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（４～６月：「うつ」「便通」「鼻づまり」、７～９月：「動脈硬化」「高血圧」「熱中症」等）、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（４～６月：「免疫力」「ホルモンバランス」「自律神経」「老化」「ストレス」、７～９月：「免疫力」、「疲労回復」、「滋養強壮」等）、身体を美化し、魅力を増し、容貌を変える効果があるかのような表現（４～６月：「くびれ」、７～９月：「コロナ太り」「肥満」「日焼け止め」等）など。

結果、生鮮食品、加工食品、飲料等及びいわゆる健康食品の商品について、４～６月の監視では181事業者の183商品、７～９月の監視では228事業者の229商品に健康増進法に違反するおそれのある文言などを含む表示を行っていたことを確認した。そのため、それぞれ改善要請を当該事業者に対して行うとともに、出店するショッピングモールの運営事業者にも表示適正化への協力を要請した。

- (4) 七五三撮影プランのキャンペーンで、通常価格として提供した実績がないにもかかわらずこれを比較対照価格とするなど不当な価格表示を行っていた写真スタジオ事業者に対し９月14日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

有利誤認で措置命令を受けたのは、ハピリィ（東京都千代田区）。同社は、「七五三前撮りデータセット」などの撮影プランを供給するにあたり、自社ウェブサイトにて「オフシーズンの七五三撮影は断然お得♪ 七五三前撮りキャンペーン 期間：６月１日（月）～７月31日（金）」、「対象期間：６月１日（月）～７月31日（金）」、「通常価格38,700円が最大47%OFF 19,800円（税抜） 土日祝日は24,800円（税抜）」などと表示し、あたかも期間内に撮影した場合に限り記載の割引価格が適用されるかのように、また、「通常価格」が通常提供している価格であるかのように表示していた。ところが、実際には、記載の期間を過ぎても「通常価格」からの割引価格を適用していたことに加え、この「通常価格」は提供された実績がないものであり、これらの表示は不当なものだった。

- (5) 合理的根拠がないにもかかわらず、インスタグラムの投稿やアフィリエイトサイトでサプリメントの豊胸効果を表示していた２事業者に対し11月９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アクガレージ及びアシスト（いずれも東京都豊島区）。２社は、共同して供給するサプリメント商品「ジュエルアップ」及び「モテアンジュ」を販売するにあたり、SNS「インスタグラ

ム」内のアカウントの投稿に「ジュエルアップ」の容器包装の画像と共に「Jewel Up（ジュエルアップ）をご紹介します バストアップサプリメントです 最近の有効成分のプエラリアの副作用なんか騒がれたりしてますが、こちらはプエラリア不使用なので安心して飲めます 無添加なのも嬉しいですね 1日



(消費者庁HPより)

2錠。寝る前に飲むのがオススメらしいです！嫌なおいもなしとしても飲みやすい 貧乳が悩みなので2カップアップが目標！目に見える効果が出たらいいなあ」、 「#ジュエルアップ」、「#育乳」、「#バストアップサプリ」、「#バストアップ効果」などと、あたかも「ジュエルアップ」を摂取することで豊胸効果が得られるかのように表示していた。また、アフィリエイトサイト「LiSA LIFE」には、「ジュエルアップ」及び「モテアンジュ」について『バスト育ちすぎてヤバイ!?!』バストアップ&美容ケアのW効果で簡単に巨乳メリハリボディになる裏技解禁！」、人物の胸部の画像と共に「身体にメリハリなし！」、「そんな女子たちが最近話題の方法で『巨乳メリハリボディ』成功者続出しているんです！SNSでもバズって、モデルやインスタグラマーがバスト激変しまくり！」、及び人物の胸部の比較画像と共に『『そんな夢みたくないことある!?!』』などと、あたかも商品を購入することで豊胸効果が得られるかのように表示していた。

そのため、2社に表示の裏付けとなる合理的な根拠を占める資料の提出を求めたが、2社は期限までに資料を提出しなかった。

本件は、2商品の販売に関してアフィリエイトプログラム（ブログ等ウェブサイト運営者〈アフィリエイト〉がウェブサイトに掲載した商品のバナー広告などを通じて商品が購入された場合に広告主からアフィリエイトに対して成功報酬が支払われる広告手法）を2社が共同で行っており、広告主とアフィリエイトを仲介するアフィリエイトサービスプロバイダーを通じて本件「Instagram」投稿及び「LiSA LIFE」の表示内容を共同して自ら決定していることから、2社に措置命

令を行ったもの。

- (6) 合理的根拠なくダイエットサプリの効果をうたっていた事業者に対し11月24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シーズ・ラボ（東京都渋谷区）。同社は、サプリメント商品「4D」を販売するにあたり、自社ウェブサイト「食事の気になるカロリーを速攻カット!!」、「糖質カット 脂質カット 脂肪燃焼 お通じすっきり」、「ダイエットサプリ 4Dには『太る原因』を遠ざける!! 4大成分配合」、「糖分をカットしてカロリーを40%カット! サラシア」、「脂肪の吸収を抑え、内臓脂肪を減らす キノコキトサン」、「脂肪燃焼+便秘対策でポッコリお腹に速攻! コレウスフォルスコリ」、「血行促進と毛細血管の再生で代謝UP! ヒハツエキス」などと、あたかも本商品を摂取すれば、商品に含まれる成分の作用で食事によるカロリーの吸収が直ちに著しく阻害されることで、体重の増加を阻止する効果が得られるかのように表示していた。そのため、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ものとは認められないものであり、これらの表示は優良誤認表示だった。

- (7) 自動車の装備について、ウェブサイトやカタログ等に事実とは異なる表示を行っていた事業者に対し12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。

優良誤認で措置命令を受けたのは、メルセデス・ベンツ日本（東京都品川区）。同社は、普通自動車「GLA180」、「GLA200d 4MATIC」、「GLB200d」、「GLB250 4MATICスポーツ」を販売するにあたり、冊子や自社ウェブサイトに掲載した「The GLA Data Information」及び「The new GLB Data Information」、カタログなどに、例えば「GLA180」では、パッケージオプション「AMGライン」に含まれるサスペンションがあたかもスポーツサスペンションであるかのように (①)、「GLA200d 4MATIC」では、あたかもダイレクトステアリングが標準装備であるかのように (②)、「GLB200d」では、あたかもサングラスケースが標準装備であるかのように (③)、「GLB250 4MATICスポーツ」では、あたかもロゴ付きキャリパーが標準装備であるかのように (④) 表示するなどしていたが、実際には、①はスポーツコンフォートサスペンション、②・③は同装備が標準装備ではない、④は同装備が装備されていない車両があるなど、いずれも事実とは異なるものだった。

- (8) 中古自動車の修復歴や走行距離を偽って中古車情報サイトに記載するなど不当な

表示を行っていた販売事業者に対し12月14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四国支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。

優良誤認で措置命令を受けたのは、カーズショップ松山（愛媛県松山市）。同社は中古車15台を販売するにあたり、中古車情報サイトに「修復歴 なし」と記載し、商品の中古車についてあたかも修復歴がないかのように表示していたが、実際にはいずれも車体の骨格部分が損傷したことがある修復歴のある自動車だった。また、同サイトに走行距離数を記載していたが、この距離数は実際より過少に表示していた。

- (9) ガソリンスタンドの看板に不当な価格表示を行っていた2事業者に対し12月16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。

有利誤認で措置命令を受けたのは、菊池商事（福岡県糸島市）及びプレイズ（福岡県福岡市）。2社は、ガソリン及び軽油の販売価格について、ガソリンスタンドの看板に「レギュラー129」「ハイオク139」「軽油109」、「ハイオク148」「レギュラー138」「軽油117」などと表示していたが、実際にはこれら表示の価格は消費税を含まない価格であり、税込み価格ではなかった。

なお、これらには「税別」との表示もしていたが、小さな文字で記載されているものであることから、有利誤認表示から受けるガソリン及び軽油の取引条件に関する認識を打ち消すものではないと判断された。



(公正取引委員会公式SNSより)

- (10) 合理的根拠なく空間除菌商品の効果を商品パッケージやテレビコマーシャルなどに表示していた2事業者に対し12月17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大木製薬（東京都千代田区）及びCLO2 Lab（兵庫県西宮市）。大木製薬は空間除菌商品「ウイルオフ」の「ストラップタイプ」「マグネットタイプ」「電動拡散ファン」「吊下げタイプ」、CLO2 Labは空間除菌商品「オキサイダー」の「置き型 90g」「置き型 180g」を販

売するにあたり、商品パッケージ、テレビコマーシャル、動画広告および容器ラベルに「二酸化塩素のパワーで ウイルス除去・除菌」、「内容成分と空気中の炭酸ガスが反応して二酸化塩素が発生します。」、「発生した二酸化塩素は酸化力で浮遊する菌やウイルスを除去します。」、「室内空間の菌・ウイルス・悪臭を除去!」、「新技術で進化した空間除菌剤」などと、あたかも本商品から発生する二酸化塩素の作用により、玄関や寝室などで室内空間に浮遊する菌またはウイルスが除菌・除去される効果があるかのように表示していた。そのため、2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ものとは認められないものであり、これらの表示は優良誤認表示だった。

- (11) 中古車情報サイトに商品の修復歴や走行距離を偽って記載するなど不当な表示を行っていた2事業者に対し12月23日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

優良誤認で措置命令を受けたのは、Needs（群馬県伊勢崎市）及びガレージゼスト（神奈川県横浜市）。Needsは44台、ガレージゼストは37台の中古車を販売するにあたり、中古車情報サイトにいずれも「修復歴 なし」と記載し、あたかも車体の骨格部分に損傷が生じたことがない中古車であるかのように表示していたが、実際にはいずれも損傷したことがある修復歴のある自動車だった。また、Needsは、同サイトに記載した中古車2台の走行距離数について、実際よりも過少に表示していた。

## 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」広告業令和3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（%）

	R3年7月	8月	9月	10月
売上高合計	128.6	125.2	120.7	111.0
4 媒体広告	124.3	121.6	108.7	108.0
新聞	114.1	98.7	91.9	117.9
雑誌	119.5	114.5	99.6	97.3
テレビ	127.3	126.4	112.5	106.8
ラジオ	91.5	96.6	97.4	100.1
屋外広告	98.6	131.0	127.2	132.3
交通広告	112.5	122.3	94.9	95.0
折込み・ダイレクトメール	95.1	90.8	90.3	96.5
海外広告	302.6	942.9	239.6	98.4
SP・PR・催事企画	131.3	137.1	151.1	107.8
インターネット広告	139.5	135.1	125.1	120.4
その他	137.2	119.9	124.8	114.4

# 広告等法規・行政情報

---

広告等法規・行政情報／第303号（令和4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](mailto:info@tokyo-ad.or.jp)

---