

平成28年度第1回表示・広告調査結果「東京都消費生活調査員調査」

1 調査のテーマ

「スポーツ・健康教室に関する広告調査」

2 調査の目的

世界有数の長寿国となっている日本において、疾病の予防や健康維持に関心を持つ人が増えているように見受けられ、健康に対する意識は近年高まっていると考えられる。このような状況の中、近年ではいわゆる大手のスポーツクラブだけでなく、中小規模のヨガ教室やパーソナルトレーニングジムのような教室が市場拡大している。

スポーツ・健康教室に関する広告においては、入会金キャンペーンとして期間限定でお得であるとみせかけているものや、根拠が不明確なまま誰にでも効果が得られるかのように思わせる広告が見受けられる。

そこで、スポーツジムや健康教室の広告について、著しい優良誤認や有利誤認がないか、調査を実施した。

3 調査対象

新聞の折り込みチラシ、ポスティングチラシ等の他、街中のカフェ、駅頭のスタンド、地下通路、郊外ではスーパーマーケットの店舗内などで配布されているクーポン雑誌等のフリーペーパーを調査対象とした。

なお、新聞紙面広告、雑誌広告、インターネットのホームページ等に表示されている広告。また、公営施設のスポーツ・健康教室、キッズ（子供）対象の教室、特定のスポーツに特化したスイミング・ゴルフ等の教室は「調査対象外」とした。

4 調査期間

平成28年7月11日(月曜日)から同年7月24日(月曜日)まで

5 調査方法

消費生活調査員の身近にある新聞の折り込みチラシ、ポスティングチラシ等の他、スーパーマーケットの店舗内などで配布されているクーポン雑誌等のフリーペーパーにおいて、「入会金無料、登録手数料等の無料の繰り返しのキャンペーン」「〇〇がNO. 1や根拠が不明の〇〇%等の数値」「身体〇〇が改善する、〇〇に効果がある、確実に〇〇になる等」の効能・効果等の広告を選び、その広告全体を見て、景品表示法上の不当表示にあたると思われる表現がないか調査してもらった。

6 調査規模

調査員数	回答調査員数	回答総数 187件	
		スポーツクラブ等	エステ等
200名	187名	176件	11件

調査員回答 176 件のうち調査員の判断

不当と思われる表示 あり	166件
不当と思われる表示 なし	10件

7 不当表示等の判断理由の内訳（複数回答あり）

判断理由	件数
キャンペーン等の期間に関する表示	57件
入会金等の初期費用に関する表示	65件
入会時の契約条件に関する表示	50件
営業内容(コース等)の優良性を強調する表示	7件
利用する施設内容や利用方法に関する表示	19件
利用者に対する効能・効果に関する表示	103件
その他	10件

8 調査員からの報告をもとにした指導と指導対象とした広告表示例

調査員から「不当表示あり」と判断して報告された広告のうち、11事業者の表示について、景品表示法第5条第1項第1号（優良誤認）、第2号（有利誤認）に抵触するおそれの有無について調査及び指導を行った。

【有利誤認のおそれがあった表示例】

料金等について、「入会金0円、事務手数料0円（期間限定〇月〇日まで）」などと表示し、今、入会すると有利な料金体系のように表示していたが、数か月にわたり期間限定キャンペーンを継続していた。

今月限定の特別料金のように表示していたが、少なくとも数か月間、常に同一料金であったり、入学金等の0円は、キャンペーン時以外も料金の発生はなかった。

【優良誤認のおそれがあった表示例】

施設を利用する効果に関して、「〇〇の運動で肩こり、腰痛、・・・の改善」「肩こり冷え性〇〇でまとめて解消！！免疫システムを向上」「業界初、どんな方でも100%大变身させます！全ての方に結果を保証することができる。」と表示していた。だれもが、このような効能・効果があると誤認する表示であった。

9 スポーツ・健康教室に関するアンケート結果（複数回答あり）

1 民間が運営するスポーツクラブ等に、会員（2か月以上）となり利用したことがありますか。

回答	人数
現在利用している	22人
過去に利用したことがある	68人
利用したことがない	93人
その他	4人

2 スポーツ・健康教室のチラシ等の表示を見て、利用する場合（利用したことがない方を含む）に、特に重要視することはなんですか。（複数回答あり）

回答理由	件数	全回答に対する割合
美容・健康に関すること	42件	7.8%
個人レッスンの充実やスタッフ等の資質	62件	11.5%
利用しやすい立地条件	141件	26.1%
複数の施設が利用できる	16件	2.9%
営業時間や多様な会員種別	82件	15.2%
入会金等の初期費用	118件	21.8%
利用するコースの利用料	45件	8.3%
利用者の評判（口コミ等）	30件	5.5%
チラシ等は参考としない	5件	0.9%

【スポーツ・健康教室に関するアンケート結果から】

調査員に対し実施したアンケート調査において、「民間が運営するスポーツクラブ等に、会員（2か月以上）となり利用したことがありますか。」という問いには、「現在利用している」「過去に利用したことがある」と回答したものが調査員（187人）のうち90人で、ほぼ半数が施設の利用経験者であった。

「スポーツ・健康教室のチラシ等の表示を見て、利用する場合に、特に重要視することはなんですか。」という問いには、「利用しやすい立地条件」と回答したものは26.1%、「入会金等の初期費用」21.8%、「営業時間や多様な会員種別」15.2%であった。

このようにスポーツクラブ等の立地条件、初期費用、営業時間等を重要視する回答が調査員の60%以上を占めており、利用場所、利用金額、利用内容についての三つは、利用する場合の重要な判断材料となっている。

多くの調査員が「キャンペーン等の期間」「入会金等の初期費用」「入会時の契約条件」「利用者に対する効能・効果」の四つに関する表示に、不当な表示と思われると回答しており、これらの表示で、施設等入会時の料金の安さを強調している表示が多数見受けられた。

特に入会時の契約条件について、同一視野内に条件表示の記載がない場合や入会条件の説明文が小さく、不明りょうで分かりづらい表示であった。

また、当施設に入会をして、サービスを受ければ、だれもが簡単に痩身等の効果・効能が得られると思わせる表示も、見受けられた。