

## 令和2年度第3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

「役務(サービス)の提供に関する広告調査」

### 2 調査の目的

葬儀・各種スクール・整体・マッサージ・不用品回収等の役務(サービス)の提供に関する広告においては、ターゲットが地域限定でお得であるとみせかけているものや、実際にはない行政の許認可をうたったり、実績や No.1 表示の根拠が不明なもの、期間限定のキャンペーンで有利をうたいながら、期間の定めがない広告がみられる。

そこで、そのような不当表示がないか、一般消費者が日常的に目にする新聞紙面や折り込みチラシ、ポスティングチラシなどの広告において調査を実施した。

### 3 調査対象

新聞紙面や折り込みチラシ、自宅にポスティングされるチラシやフリーペーパー、個人あてに送られてくるカタログ類、一般雑誌、街中等で配布されているクーポン雑誌やフリーペーパー等の広告を調査対象とした。

なお、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は「調査対象外」とした。

### 4 調査期間

令和2年12月7日(月曜日)から同年12月18日(金曜日)まで

### 5 調査方法

消費生活調査員に役務(サービス)の提供に関する広告全体を見て、景品表示法上の不当表示にあたると思われる表示がないか調査をしてもらった。

## 6 調査規模

調査員数	回答調査員数	有効回答数
198名	183名	142件

※景品表示法の対象外である買い取りサービスや役務(サービス)の提供ではない商品の購入を選択した41人の回答は無効とした。

### 有効回答数142件のうち不当表示に対する調査員の判断

不当と思われる表示 有	128件
不当と思われる表示 無	14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
<b>優良誤認</b>	
根拠の記載がないあるいはあいまいな実績表示	16
根拠の記載がないあるいはあいまいな効果・性能	14
その他(サービス内容が分かりづらい等)	12
<b>有利誤認</b>	
料金の内容、条件がわかりづらい	82
セール期間に関する表示	32
不当な二重価格	11
その他(先着、地域限定等)	16

## 8 調査員からの報告をもとにした指導及び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、7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)及び、第5条第1項第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。

### 【優良誤認のおそれがあった表示例】

葬儀の新聞折り込みチラシ広告において「〇〇区(市町村)で火葬式の満足度No.1」との表示があり、あたかも実際の利用者へのアンケート結果であるような表示であった。しかし、その表示の根拠となった調査は実際の利用者への調査ではなかった。

### 【有利誤認のおそれがあった表示例】

不用品回収のポスティングチラシ広告に「〇〇キャンペーン 通常価格15,000円→12,000円(税別)」の表示があり、そのような表示は、キャンペーン期間の定めがなく継続的に二重価格表示を行っているおそれのある表示であった。

学習塾の新聞折り込みチラシ広告では「冬期講習料無料」の「無料」を強調した表示の下に小さな文字で別途教材費がかかると打消し表示があった。「無料」の文字の大きさに比べて打消し表示の文字が小さく、消費者がすべて無料であると誤認するおそれのある表示であった。

## 9 役務(サービス)の提供に関するアンケート結果(複数回答あり)

1. 今回の表示調査から受ける印象や感じることについて、該当するものはどれですか。(複数回答あり)

回答	件数	有効回答数に対する割合
表示自体をあまり信用できない	63	44.4%
表示の一部分について、信用できる	46	32.4%
自社に都合のいい表示だとしても、ある程度は信用できると思う	29	20.4%
有利性(契約条件等)の表示を意識している	23	16.2%
表示の大部分について、信用できる	12	8.5%
事業者は、表示を行う場合に合理的な根拠がなければ表示しないと思う	8	5.6%

2. 役務(サービス)の広告で魅力を感じる表示はどれですか。(複数回答あり)

回答	件数	有効回答数に対する割合
公的機関の認定、指定、公認	68	47.9%
無料(入会金、初月など)	52	36.6%
〇〇キャンペーン	40	28.2%
限定(期間、人数)	37	26.1%
最安値	31	21.8%
今だけ、今なら	18	12.7%
満足度〇〇%、リピート率〇〇%	15	10.6%
広告内の口コミ	13	9.2%
〇〇No.1	10	7.0%
その他(クーポン券等)	9	6.3%

3. 役務(サービス)を申し込む際、参考にする広告の表示は何ですか。(複数回答あり)

回答	件数	有効回答数に対する割合
事業者の信頼性	109	76.8%
役務(サービス)の内容	88	62.0%
役務(サービス)の値段	72	50.7%
キャンペーンなどのお得感	43	30.3%
限定などの特別感	21	14.8%
その他(立地等)	6	4.2%

## 【「役務(サービス)の提供」に関する消費者の意識】

調査において、「役務(サービス)の提供に関する不当表示あり」と回答した調査員が有効回答数142件のうち128件、90.1%に上った。不当表示であると判断した理由で最も多く過半数に達するのが「料金の内容、条件がわかりづらい」であった。

同時に実施したアンケート調査において、1.「今回の表示調査から受ける印象や感じることについて」という問いに対して複数回答で聞いたところ、「表示自体をあまり信用できない」が44.4%と一番多く、次いで「表示の一部について、信用できる」が32.4%であった。2.「役務(サービス)の広告で魅力を感じる表示」について複数回答で聞いたところ「公的機関の認定、指定、公認」が47.9%と一番多く、次いで「無料」が36.6%と多かった。3.「役務(サービス)を申し込む際、参考にする広告の表示」について複数回答で聞いたところ「事業者の信頼性」が76.8%、「役務(サービス)の内容」が62.0%であった。

その他、自由意見欄では、「不当な表示について業者の方も気をつけているのではないかという気がしました。」「最近誤解を与える広告やチラシは減少傾向に思います。」という意見がある一方で、「事業者は不当表示と認識して表示するケースが多いと思われる。」との意見もあった。また役務(サービス)の提供全般について、「役務(サービス)の分野は広告の表示を少々大仰にうたっても内容が伴っているかどうかはチラシでは判断出来ない。」等の意見があった。