

インターネット上の不当表示等366件に改善指導 ～景品表示法に基づく調査結果～

東京都では、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）の観点から、年間を通してインターネット上の広告・表示を監視する事業を平成21年度より継続的に実施しています。

平成27年度は、**366件（349事業者）**の不当表示等について改善を指導しました。

1 違反内容別件数

内容	件数	主な商品・役務等
優良誤認のおそれ	269件	健康食品、化粧品、健康関連商品等
有利誤認のおそれ	183件	美容関連サービス、各種教室等
過大な景品類の提供のおそれ	9件	総付景品

※ 複数の内容に違反する広告・表示があるため、指導件数の合計とは、一致しない。

2 平成27年度の不当表示等の例と特徴（※詳細は別紙を参照）

- 健康食品、化粧品、健康関連商品：誇大な効能効果をうたう表示が多数**
表示例：著しい痩身効果をうたうサプリメントの広告
「寝ている間にスリムになれるというお手軽ダイエット」等
⇒効能効果について、合理的な根拠なく表示（優良誤認のおそれ）

表示例：著しい体質改善効果や品質の優良性をうたう健康関連商品の広告
「たった10分で眠りに付く人続出!!」等
⇒効能効果や品質について、合理的な根拠なく表示（優良誤認のおそれ）
- 美容関連サービス、各種教室：不当な割引キャンペーンの表示が多数**
表示例：期間限定で適用される割引であると思わせるサービスの広告
「今だけお得な期間限定キャンペーン」等
⇒キャンペーンを継続し、通常価格や入会金等の実態がない表示（有利誤認のおそれ）
- 総付景品：取引に付随して提供する総付景品の限度額超過**
景品例：容器入り飲料を販売の際に、購入者にもれなく景品をプレゼント
⇒総付景品の限度額（取引価格の20%）を超えた景品の提供（過大な景品類の提供のおそれ）

3 国及び業界団体等への要望

この結果を受け、本日、国及び関連の業界団体等に対して、以下のとおり要望しました。

(1)消費者庁に対する要望

- ①インターネット上の広告・表示について、景品表示法等に基づく監視・指導を強化すること
- ②インターネット通販関連業界において自主的な取組みが十分になされるよう働きかけるなど広告・表示の適正化に向けた施策を推進すること

(2)業界団体及びモール事業者等のインターネット関係事業者に対する要望

- ①関係事業者が広告・表示を行う場合、表示の根拠となる客観的な事実を確認した上で行うよう、団体又は事業者としてより一層、各種方策に取り組むこと
- ②関係事業者が消費者への責任を自覚して業務を行うよう、景品表示法及び関係法令の遵守について、より一層の周知を図ること

◆ 消費者へのアドバイス ◆

インターネット上の誇大広告には注意しましょう。
非常に優れた商品であるという表示を行いながら、販売事業者自身が表示の裏付けとなる合理的根拠を説明できなかつたり、あるいは、今すぐに申し込めば得をするとおぼせる表示を行いながら、実際は継続的にキャンペーンを行っている場合が見受けられます。表示内容をうのみにせず、よく確認した上で、商品やサービスを選択するようにしましょう。



参考 一景品表示法で禁止されている不当表示等の概要一

○優良誤認とは

商品やサービスの品質、規格などの内容について、実際のものよりも、又は競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

○有利誤認とは

商品やサービスの価格などの取引条件について、実際のものよりも、又は競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

○過大な景品類の提供（総付景品の限度額制限）とは

懸賞によらず、商品・サービスを購入した時などにもれなく提供される景品類（総付景品）の限度額は、取引価格の20%（取引価格が1,000円未満の場合は200円）を超えてはならない

表示・景品例と問題点

商品・役務	表示例	問題点
健康食品	<p>◎ 著しい痩身効果をうたうサプリメントの広告</p> <p>「寝ている間にスリムになれるというお手軽ダイエット」 「日本〇〇〇機構 推奨商品」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有することなく表示していた。</p> <p>このサプリメントを摂取するだけで、著しい痩身効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
化粧品	<p>◎ 著しい美容効果をうたう化粧品の広告</p> <p>「たった1回使っただけで、失われていたハリ・ツヤ・キメが復活!」 「今までになかった強力な収縮感で瞬時にシワやたるみを引き締めます」等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠をメーカー側に確認することなく表示していた。</p> <p>この商品を使用するだけで、著しい美容効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
健康関連商品	<p>◎ 著しい体質改善効果や品質の優良性をうたう健康関連商品の広告</p> <p>「たった10分で眠りに付く人続出!!」 「高エネルギーを排出するマイナスイオン繊維」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有することなく表示していた。</p> <p>この商品を使用するだけで、著しい体質改善効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
美容関連サービス及び各種教室	<p>◎ 期間限定で適用される割引であるとさせる美容関連サービス及び各種教室の広告</p> <p>「今だけお得な期間限定キャンペーン」 「キャンペーン中につき、今なら入会費無料!!」 等</p>	<p>当該割引キャンペーンは、期限が延長されるなど継続して実施されていた。</p> <p>今だけの特別割引であったり、表示された期限までに申込みないと割引が適用されないと誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(有利誤認のおそれ)</p>
<p>◎ 商品販売の際に提供される過大な景品類</p> <p>容器入り飲料を販売の際に「期間中、対象商品を購入された方全員に『小型ライト』をプレゼント!」等</p>		<p>当該商品の購入者にもれなく提供される1,500円相当の景品は、総付景品の限度額876円(対象商品販売価格の20%)を超えていた。</p> <p>⇒(総付景品の限度額超過)</p>