

インターネット上の不当表示等443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25年度は、**443件（375事業者）**の不当表示等について改善を指導しました。

1 内容別の内訳

内容	件数	主な商品・役務等
優良誤認のおそれ	313件	健康食品、化粧品、除菌・消臭剤 等
有利誤認のおそれ	205件	美容関連サービス、外国語教室 等
その他誤認されるおそれのある表示	15件	有料老人ホーム
過大な景品類の提供のおそれ	6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25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、除菌・消臭剤：誇大な効能効果をうたう表示が多数**
表示例：著しい体質改善効果をうたうサプリメントの広告
「症状を緩和しながら花粉に強い体質にチェンジ！！」等
⇒効能効果について、合理的な根拠を確認せずに表示（優良誤認のおそれ）
- 美容関連サービス、外国語教室：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
「今だけの期間限定！今月末まで」等
⇒割引キャンペーンについて、月をまたいで継続して実施（有利誤認のおそれ）
- 有料老人ホーム：告示で指定された表示事項の記載不備**
表示例：施設の介護職員等が充実している旨をうたう広告
「24時間看護師常駐」等
⇒介護職員等について表示する場合に必要な表示事項がなかった。
- 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：化粧品販売の際に、新規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%）を超えた景品を提供していた。

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ったり、あるいは、今すぐに申し込めば得をす
ると思わ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（第4条第1項1号）
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（第4条第1項2号）
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
- その他（第4条第1項3号）
商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示（「有料老人ホームに関する不当な表示」等6つが告示により指定されている。）
- 過大な景品類の提供の禁止（第3条）
内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、景品類を制限及び禁止することができる（総付景品告示等）。

表示例と問題点

商品・役務	表示例	問題点
健康食品	<p>◎ 著しい体質改善効果をうたうサプリメントの広告</p> <p>「症状を緩和しながら花粉に強い体質にチェンジ!!」 「即効性&体質改善にオールインサプリメント」 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>このサプリメントを摂取するだけで、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>
化粧品	<p>◎ 著しい痩身効果をうたうジェルの広告</p> <p>「全身の脂肪がなくなる覚悟でご使用ください。」 「脂肪を溶かしてその場で体外へ排出」 「あなたのダイエットは今日で終わります」 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>このジェルを使用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>
除菌・消臭剤	<p>◎ 著しい除菌効果をうたう除菌剤の広告</p> <p>「空間噴霧で99.9%の効果！インフルエンザ、新型インフルエンザ、ノロウイルス対策に！」 等</p>	<p>製造・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>この除菌剤を空間噴霧することで著しい除菌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	<p>◎ 期間限定で適用される割引であると思わせる美容サービスの広告</p> <p>「今だけの期間限定！今月末まで」 等</p>	<p>当該割引キャンペーンは、月をまたいで継続して実施されていた。</p> <p>表示された期限までに申込ま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>
外国語教室	<p>◎ 期間限定で入学金が無料になると思わせる外国語教室の広告</p> <p>「入学金 10,500 円は今なら無料！」 等</p>	<p>そもそも入学金を徴収している実態がなかった。</p> <p>実態のない入学金が期間限定で無料になると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(有利誤認のおそれ)</p>

<p>有料 老人ホーム</p>	<p>◎ 当該施設の介護職員等が充実している旨をうたう広告 「24時間看護師常駐」等</p>	<p>介護職員等について表示する場合に必要な「介護職員等の数」等の記載がなかった。 ⇒(有料老人ホーム告示 第10項及び第11項)</p>
---------------------	--	--

景品例と問題点

景品例	問題点
<p>◎ 化粧品販売の際に提供される景品</p> <p>「新規にお買い求めのお客様、限定ではございますが、開運、金運、成功、健康などさまざまな力がある「メノウ、タイガーアイなどの天然石ブレスレット」を（1個3,500円相当品）差し上げちゃいます！」</p>	<p>販売事業者は、取引価格6,300円（税込）の化粧品の販売にあたり、3,500円相当の景品をプレゼントすると表示していた。</p> <p>総付景品の限度額（1,260円）を超えた景品を提供している。</p> <p>⇒(総付景品告示) ※総付景品とは、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のこと。総付景品の限度額は、取引価格の20%以内とされている。</p>