

# 広告等法規・行政情報

No.289

平成29年1～3月度

## 【国の行政機関等の動き】

### I. 消費者庁関係

- (1) 自動車の燃費を実際よりも良い数値で表示していた自動車製造販売業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令及び課徴金納付命令（1月27日）…… 1
- (2) 合理的根拠無く石けんの効果をうたっていた化粧品等販売業者に景表法違反（優良誤認及び有利誤認）で措置命令（2月2日）…… 1
- (3) 要件を満たしていないのに特定保健用食品の表示をしていた健康食品等販売業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（2月14日）…… 2
- (4) 根拠無く水素水等の瘦身効果などをうたっていた健康食品販売事業者ら3者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月3日）…… 2
- (5) 店頭で販売実績のない価格を用い不当な割引表示を行っていた寝具等小売業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（3月8日）…… 3
- (6) 根拠無く食品による目の症状改善効果を表示していた食料品等販売業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月9日）…… 3
- (7) インターネット接続サービスの不当な割引表示により通信事業者の代理店業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（3月22日）…… 4
- (8) 光回線インターネット接続サービスの不当な割引表示により電気通信業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（3月24日）…… 4
- (9) 靴販売にあたり新聞折込みチラシに不当な表示をしていた靴製造販売業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（3月28日）…… 4
- (10) 合理的根拠無く食品の豊胸・瘦身効果を表示していた健康食品販売業者に景表法違反（有利誤認）で措置命令（3月30日）…… 5

### 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」広告業平成28年11月～平成29年1月の結果まとめる …… 5

## 【地方公共団体等の動き】

### III. 東京都

- (1) 健康食品の平成28年度試買調査結果まとめる（3月28日）…… 5

### IV. 静岡県

- (1) 祭り会場で小エビの表示を偽って販売していた商店を営む業者に景表法違反（優良誤認）で措置命令（3月30日）…… 6



## 【国の行政機関等の動き】

### I. 消費者庁関係

- (1) 自動車のカタログやウェブサイトに燃費を実際よりも優れている数値で表示するなどしていた自動車製造販売事業者に対し1月27日、景品表示法に違反するものとして措置命令及び課徴金納付命令を行った。

優良誤認により措置命令を受けたのは三菱自動車工業（東京都港区）と日産自動車（神奈川県横浜市）で、課徴金納付命令を受けたのは三菱自動車工業。本件は平成28年4月1日に施行された課徴金制度を導入する景品表示法の改正後、初の同制度適用となった。

三菱自動車工業は軽自動車「ekワゴン」「ekカスタム」など4車種38グレードの商品及び普通自動車等「ミラーージュ」「RVR」など5車種29グレードの商品、日産自動車は三菱自動車工業から相手先商標製品製造（OEM）による供給を受ける軽自動車「デイズ」「デイズルークス」の2車種27グレードの商品をそれぞれ契約するディーラーで販売するにあたり、燃費について配布のカタログや自社ウェブサイトで、例えば「ekワゴン」では「燃料消費率（国土交通省審査値）JC08モード 30.4km/L」、燃費基準達成状況を「平成32年度燃費基準+20%達成車」と記載することにより、あたかも国が定める試験方法に基づく燃費性能が30.4km/Lであり平成32年度燃費基準の+20%達成車であるかのように示す表示をしていた。ところが、この表示の燃費性能は国が定める試験方法に基づくものとはいえず、改めて確認を行ったところ燃費性能として表示できる上限は実際には「26.1km/L」及び「平成32年度燃費基準達成車」であり、上記11車種においてはいずれも燃費を実際よりも良い数値で不当に表示しているものだった。

さらに三菱自動車工業に対しては、普通自動車等5車種26グレードの商品を対象に平成29年8月28日迄に総額4億8507万円を支払うよう課徴金納付命令を行った。なお、課徴金額の減免措置については、①各商品の燃費性能を改ざんしている行為と、これを防止する為の管理監督を十分に行っていないことから、不当表示であることを知らず、かつ知らないことにつき相当の注意を怠った者でないとは認められない、②同社が消費者庁長官に課徴金対象行為に該当する事実を報告したのは、消費者庁が同社に対し課徴金対象行為について調査の開始を通知したときである平成28年5月27日又は8月31日午前よりも後の同年8月31日午後であり、当該報告は課徴金納付命令がされることを予知してされたものである、として認められなかった。

- (2) 合理的な根拠がないにもかかわらず石けん商品の使用による効果を表示していた化粧品等販売事業者に対し2月2日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局九州事務所の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。

不実証広告規制の適用による優良誤認及び有利誤認で措置命令を受けたのは、Xena（福岡県福岡市）。同社は石けん「VCソープ」を販売するにあたり、情報誌に

掲載した広告に「シミを『ビタミン洗顔』で洗い流しませんか?」、「このビタミン洗顔だからこそ、シミのもとメラニンを含む、古い角質まで洗い流せるんだとか!」などと記載することにより、あたかも「VCソープ」を使用することによってシミを解消又は軽減することができるかのように表示していた。

同社には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だった。

また、同じく情報誌に掲載した広告に「期間限定!2015年3/22(日)まで」、「今だけ!半額!」などと記載したうえで「初回半額1個990円(税別)」と記載することにより、あたかも期限までに「VCソープ」を初めて購入する場合に限って通常価格の半額で購入することができるかのように表示していたが、実際には平成27年2月20日頃~12月19日の期間において初めて購入した場合に通常価格の半額で購入できることになっていた。

- (3) 特定保健用食品の許可要件を満たしていない商品であるにもかかわらず、不当に許可証票や効果、成分を表示していた健康食品等販売事業者に対し2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。

優良誤認により措置命令を受けたのは日本サプリメント(大阪府大阪市)。同社は食品「ペプチドエースつぶタイプ」(180粒入り及び90粒入り)、「ペプチド茶」などのペプチドシリーズ5商品、並びに「豆鼓エキスつぶタイプ」(180粒入り及び90粒入り)、「食前茶」の豆鼓エキスシリーズ3商品の販売にあたり、平成13年12月~平成28年9月18日のうちの期間で容器の包装、新聞折込みチラシ、新聞広告、テレビCM及びウェブサイトにもいずれも特定保健用食品の許可証票を記載したうえで、「かつお節オリゴペプチド配合」、「消費者庁許可保健機能食品(特定保健用食品)」、「血圧が高めの方に適した食品です。」、「関与成分:かつお節オリゴペプチド…1.5g(LKPNMとして5mg)」(ペプチドシリーズ5商品)、「豆鼓(発酵大豆)エキス配合」、「消費者庁許可保健機能食品(特定保健用食品)」、「血糖値が気になり始めた方に適した食品です。」、「関与成分:豆鼓エキス トリスとして…0.18mg」(豆鼓エキスシリーズ3商品)などと記載していた。

ところが、いずれの商品も平成23年8月以降品質管理として包装後の製品における関与成分についての試験検査が行われておらず、また関与成分の特定ができないことから、実際には特定保健用食品の許可の要件を満たしていないものだった。なお、本件全ての商品は、健康増進法に基づき平成28年9月23日に消費者庁によって特定保健用食品の許可が取り消されている。

- (4) 合理的な根拠なく水素関連食品の痩身効果などを表示していた健康食品販売事業者ら3者に対し3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。

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マハロ(東京都港区)、メロディアンハーモニーファイン(大阪府八尾市)、千代田薬品工業(東京

都千代田区)。マハロは清涼飲料水「ビガープライトEX」、メロディアンハーモニーファインは清涼飲料水「水素たっぷりのおいしい水」、千代田薬品工業は食品「ナチュラル水素」をそれぞれ販売するにあたって、ウェブサイト「水素水でダイエット効果もある!?!」、「結果的に代謝が上がり、脂肪が燃焼しやすく・太りにくい身体へ変わることができます。」、「水素が脂質代謝を促進！血糖値の急上昇も抑制」、「炎症を抑える効果で肩こりや筋肉痛を軽減!」、「水素のパワーですっきりダイエット!!」などと、商品を摂取するだけで特段の運動や食事制限をすることなく著しい痩身効果や血糖値・炎症の抑制効果などが得られるかのような表示をしていた。

3社には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、マハロからは期間内に資料の提出が無く、メロディアンハーモニーファインと千代田薬品工業から提出された資料は合理的な根拠を示すとは認められないものだった。

- (5) 店頭ポップやバーコードに不当な価格表示を行っていた寝具等小売事業者に対し3月8日、消費者庁及び公正取引委員会事務総局中部事務所の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。

有利誤認により措置命令を受けたのは布屋商店（富山県高岡市）。同社は自ら運営する「超寝具店ヌノヤ」の高岡鐘紡店、高岡荻布店、金沢有松店、彦根店など9店舗の店頭で、ポップやバーコードに「コタツ中掛毛布（UEN291-24）（190×240サイズ） 11,999円」、「2層式羽毛掛布団（キナリ・ポーランド産 WMD95%）（シングルロングサイズ） 99,999円」などと価格を記載したうえ、「表示価格よりレジにて50%割引」、「表示価格よりレジにて30%割引」などと割引札に記載し併せて掲示することで、あたかも記載された価格が店舗における通常の販売価格であり、そこから割引いて販売するかのように表示していた。

ところが、この価格は同社が任意に設定したものであり、店舗において販売された実績がないものだった。

- (6) 合理的根拠が無いにもかかわらずあたかも目の症状を改善する効果があるかのように表示していた食料品等販売事業者に対し3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だいにち堂（長野県安曇野市）。同社は食品「アスタキサンチン アイ&アイ」を販売するにあたり、平成28年6月27日～30日の間、新聞広告で「ボンヤリ・にごった感じに!!」、「（眼鏡を掛け読み物をしている中高年男性の写真と共に）新聞・読書 楽しみたい方に▷目からウロコの実感力!!爽快なクリア感 アスタキサンチンを今すぐ始めませんか？ クリアな毎日を応援します。」、「『アスタキサンチン アイ&アイ』は1日1粒目安お飲み頂くことで、晴れやかな毎日をサポートします！」などと記載、あたかもこの商品を摂取することにより、ボンヤリ・にごった感じの目の症状を改善する効果が得られるかのように表示していた。

同社には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だった。

- (7) インターネット接続サービスのキャンペーンで、ウェブサイトに記載した期限が過ぎても期限を更新して継続的にキャンペーン内容を適用していた通信事業者の代理店事業者に対し3月22日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

有利誤認により措置命令を受けたのは、GMOインターネット（東京都渋谷区）。同社は、インターネット接続サービスである「GMOとくとくBB イー・アクセスADSL」について、平成27年9月1日～平成28年2月25日の期間、自社のウェブサイト例えば「今なら！**最大**6ヶ月無料!!」、「キャンペーン期間：2015年9月30日（水）まで」、「対象：GMOとくとくBB イー・アクセスADSL サービスをお申込みの方」などと記載することで、あたかも期限までに申し込んだ場合に限りキャンペーンとして月額料金を最大6カ月間無料とするかのように表示していた。

ところが実際には、記載の期限が過ぎると再び翌月末が期限になるよう期間の記載を更新し、月額料金を最大6カ月間無料とするキャンペーンを継続して適用しているものだった。

- (8) 光回線インターネット接続サービスの割引を、実際とは異なり期間限定であるかのように不当に表示していた電気通信事業者に対し3月24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中国支所の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。

有利誤認により措置命令を受けたのは、エネルギー・コミュニケーションズ（広島県広島市）。同社は、戸建て住宅又は集合住宅に向けた光回線インターネット接続サービス「メガ・エッグ 光ネット」、「メガ・エッグ for BB 東広島」に複数年契約に伴う割引「ギガ王」又は「メガ王」を適用する広告を行うにあたり、平成27年2月1日～平成28年7月15日の間自社のウェブサイト、例えば「期間限定 今カラ割+今カラ割プラス」、「MEGA EGG光ネット（最大1ギガbps）ギガ王、（最大100メガbps）メガ王」、「期間限定 今カラ割+今カラ割プラス 今がチャンス キャンペーン期間：平成27年2月1日（日）～平成27年5月31日（日） 月々最大800円割引 ギガ王 3年契約（ファミリーコース）の場合」などと記載することで、あたかも同サービスを記載された期間内に申し込んだ場合に限り2年間月々最大800円の割引が適用されるかのように表示していた。

ところが、記載しているキャンペーン期間が過ぎると同様の表示内容で期間を更新し、実際には平成27年2月1日～平成28年9月30日までの期間で2年間にわたり毎月の割引を実施していた。

- (9) 靴を販売するにあたり新聞折込みチラシに不当な表示を行っていた靴の製造販売事業者に対し3月28日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

有利誤認により措置命令を受けたのは、エービーシー・マート（東京都渋谷区）。

同社は「HAWKINS HB80073 AL IT8 PLAIN」、「VANS V95CL RANCH ERA」などの靴47商品を販売するにあたり、新聞の折り込みチラシに「㊤12,000円(税抜)→税抜¥9,900 **税込価格¥10,692**」、「㊤8,000円(税抜)→税抜¥5,600 **税込価格¥6,048**」などと販売価格を上回る「㊤」の記号を付けた価額を併記することで、あたかも対象商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、その価格に比べて販売価格が安いかのように表示していた。

ところが、これら47商品は同社が自ら製造し専ら自ら小売販売している商品であり、「㊤」の記号を付けた価額は同社が自ら任意に設定した価格だった。

- (10) 合理的根拠無く食品の豊胸・痩身効果をうたっていた健康食品販売事業者に対し3月30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ミーロード（東京都江東区）。同社は食品「B-UP」を販売するにあたり、遅くとも平成28年1月1日～12月8日の間、自社ウェブサイト「バストUPとスリムUPを同時にかねえるスタイルUPサプリの決定版!」、「(バスト下部に手を添えた女性の画像と共に)魅惑的なメリハリBodyに…」、「(ぶかぶかの短パンをはきお腹周りを指差す女性の画像と共に) 見てください!こんなブカブカに!」などと記載することで、あたかも「B-UP」を摂取するだけで豊胸効果と痩身効果が得られるかのように表示していた。

同社には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だった。

## 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」広告業平成28年11月～平成29年1月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(%)

	平成28年		平成29年
	11月	12月	1月
売上高合計	97.4	104.2	102.7
4 媒体広告	99.6	99.6	97.9
新聞	97.9	91.6	95.7
雑誌	90.9	93.6	86.8
テレビ	100.7	101.7	98.9
ラジオ	98.0	100.9	97.7
屋外広告	95.2	100.9	105.2
交通広告	98.3	99.1	108.3
折込み・ダイレクトメール	101.6	98.7	98.3
海外広告	53.1	125.6	87.5
SP・PR・催事企画	78.7	105.7	93.2
インターネット広告	113.0	112.6	107.4
その他	102.2	107.5	111.2

### 【地方公共団体等の動き】

## III. 東京都

- (1) 福祉保健局及び生活文化局は「平成28年度健康食品試買調査」を実施し、3月28

日に調査結果をとりまとめた。

同調査は、健康食品による健康被害を未然に防止するため法令違反の可能性が高いと思われる健康食品を販売店やインターネットなどの通信販売で購入して行っているもので、平成28年度は平成28年5月～平成29年3月に都内の健康食品売場などで45品目、インターネットなどの通信販売で80品目、合計125品目を購入し実施した。その結果、販売店で購入した製品では45品目中17品目、インターネットなどの通信販売で購入した製品では80品目中67品目に不適正な表示・広告がみられたため、事業者に対し改善等を指導した。不適正な表示・広告の事例は次のとおり。

**【健康増進法上、消費者に誤認を与えるおそれのある表示などの事例】**

- ・健康の保持増進効果等に関する誇大な表示  
「集中力・記憶力の低下を防ぐ効果があると言われている」「力強い肉体作り」「運動後の効果的なりカバリーが期待できる」
- ・保健用機能食品と紛らわしい表示  
「機能性サプリメント」「機能性乳酸菌」「〇〇国の機能性食品」

**【景品表示法上、消費者の自主的かつ合理的な商品選択を阻害するおそれのある表示の事例】**

- ・表示の裏付けとなる合理的根拠が無く消費者に優良誤認させる表示  
「ついってしまった肥満成分を燃焼」「1日たった1粒でウエスト○cm！体重○kg！」「カラダの不要なものを外へ排出してくれる」「飲めば飲むほど『めぐり』が良くなりお肌・体にもイイ事づくし」
- ・表示期間中に限り特別価格で販売という表示を継続し消費者に有利誤認させる表示  
「お得に始められるのは今だけ!!」「今なら！期間限定のお得なキャンペーン実施中！」

**【医薬品医療機器等法上、医薬品とみなす標ぼうの事例】**

- ・疾病の治療又は予防を目的とする効能効果に該当  
「アトピーのかゆみ・あせもの治療」「生活習慣病予防」「抗腫瘍作用」「ADHDの改善をサポート」「偏頭痛持ちの方」
- ・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能効果に該当  
「大脳を活性化して女性ホルモン・成長ホルモンを促す」「鎮静作用」「脱毛抑制」

#### IV. 静岡県

- (1) 祭りの会場でエビ商品の表示を偽り販売していた商店事業者に対し3月30日、景品表示法に違反するものとして措置命令を行った。

優良誤認により措置命令を受けたのは西村商店（静岡県下田市）を営む男性事業者。同事業者は遅くとも平成29年2月10日～3月8日の間、河津桜まつり会場で県内の水産卸売業者から仕入れた素干し小エビを販売するにあたり、商品パッケージ及び店頭看板に「駿河湾直送桜えび」とあたかも静岡県内で捕れた桜えびであるかのように表示していたが、実際には本商品はアキアミであり、静岡県の特産品として認知度が高い桜えびではないものだった。

なお、同商品はパッケージに原材料名、賞味期限、原産国などの表示も行っていないものであったため、同事業者に対しては食品表示法違反でも指示を行った。

# 広告等法規・行政情報

---

広告等法規・行政情報／第289号（平成29年4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)

---