

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(令和3年5月31日現在)

(単位:件)(※4)

年度		平成22 (2010)	平成23 (2011)	平成24 (2012)	平成25 (2013)	平成26 (2014)	平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和1 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)	合計	年度	
国	措置命令 (※1)	20	28	37	45	30	13	27	50	46	40	33	4	373	措置命令 (※1)	国
	課徴金 納付命令 (※2)							1	19	20	17	15	0	72	課徴金 納付命令 (※2)	
都道府県等(※3)		36	22	29	64	3	3	1	8	9	15	8	0	指示 154	措置命令 44	都道府県等(※3)
北海道		2	3	1	36				1					42	1	北海道
青森														0	0	青森
岩手														0	0	岩手
宮城														0	0	宮城
秋田														0	0	秋田
山形														0	0	山形
福島														0	0	福島
茨城	1	1	2								1			4	1	茨城
栃木	6	1	2						1					9	1	栃木
群馬					1									1	0	群馬
埼玉		4	9	11	1	1					4	4		25	9	埼玉
千葉	1		1											2	0	千葉
東京	12	3	6	3	2				1	2	2	2		26	7	東京
神奈川		2	1											3	0	神奈川
新潟	3				1									4	0	新潟
富山														0	0	富山
石川														0	0	石川
福井														0	0	福井
山梨														0	0	山梨
長野									1					0	1	長野
岐阜	1				1		1						1	2	2	岐阜
静岡	1	1	3	2				1	2	1				7	4	静岡
愛知		1			2									3	0	愛知
三重														0	0	三重
滋賀														0	0	滋賀
京都		1	1											2	0	京都
大阪	1									6	6	1		1	13	大阪
兵庫									1					0	1	兵庫
奈良					2									2	0	奈良
和歌山	2		2	1										5	0	和歌山
鳥取														0	0	鳥取
島根	2													2	0	島根
岡山											1			0	1	岡山
広島							1							0	1	広島
山口					3									3	0	山口
徳島	1				1									2	0	徳島
香川														0	0	香川
愛媛			1											1	0	愛媛
高知														0	0	高知
福岡	1		1						1					2	1	福岡
佐賀	1													1	0	佐賀
長崎														0	0	長崎
熊本														0	0	熊本
大分			3											3	0	大分
宮崎			1											1	0	宮崎
鹿児島											1			0	1	鹿児島
沖縄	1													1	0	沖縄

※1 平成21年8月末日までは公正取引委員会における排除命令件数。平成21年9月1日以降は消費者庁における措置命令件数。

※2 課徴金納付命令は、平成28年4月1日施行の改正景品表示法により導入。

※3 平成26年11月末日までは指示件数。平成26年12月1日以降は措置命令件数(平成26年度の措置命令件数は0件。)(市町村の措置件数も含む。)

※4 法的措置件数は措置時点の件数(平成29年度の課徴金納付命令1件は平成30年12月21日に、平成30年度の国の措置命令1件は令和2年5月15日に取り消されている。)

2. 景品表示法に基づく法的措置事件の概要（令和2年6月1日～令和3年5月31日）

※ 国又は都道府県等において法的措置を採った事件の公表されたものの概要を掲載しています。措置の詳細につきましては、国又は公表を行った都道府県等のホームページを御覧ください（事件概要に記載のURLをクリックしてください）。

措置日	処分 行政庁	事業者名	事件概要
R3.5.13 【措置命令】	消費者庁	株式会社 シーズコーポ レーション	<p>株式会社シーズコーポレーションは、「^シeed^ズ糖鎖」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、遅くとも平成30年10月12日から令和元年9月29日までの間及び同月30日から令和2年10月22日までの間、「楽天市場」と称するウェブサイトに開設した「シーズコーポレーション 楽天市場店」と称する自社ウェブサイトにおいて、「糖鎖+PSで脳を活性化！ 認知症のリスクを軽減します。」「脳神経細胞の退化を予防し、アルツハイマー型・脳血管性認知症の症状が改善される『脳機能活性栄養素』です。」「PS（ホスファチジルセリン）は様々なお悩みに効果が期待されています。」「認知症予防」「めまい」「難聴」「物忘れ・冴え」「耳鳴り」「記憶力・集中力」「発達障害」「意欲向上」等と表示し、少なくとも令和3年1月31日に配布した本件商品に同梱した冊子において、「さまざまな症状に・糖鎖栄養素」と題し、「・ガン」「・アレルギー症・花粉症」「・喘息」「・糖尿病」「・老化」「・アルツハイマー病」「・認知症」「・関節リウマチ」「・不妊症」「・高血圧」「・脂質異常症」「・精神疾患」「・肝機能障害」「・感染症」「・膠原病」「・甲状腺障害」及び「・胃潰瘍 他。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる糖鎖栄養素等が身体の細胞に作用することにより、疾病の治療又は予防の効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当</p>

			<p>該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms214_210514_01.pdf</p>
R3.4.27 【措置命令】	消費者庁	株式会社 宮本製作所	<p>株式会社宮本製作所は、「洗たくマグちゃん」と称する商品（以下「洗たくマグちゃん」という。）、 「ベビーマグちゃん」と称する商品及び「ランドリーマグちゃん」と称する商品の各商品（以下こ れらを併せて「本件3商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、洗たくマグちゃ んについて、遅くとも令和2年7月30日以降、容器包装において、「ご家庭の水道水がアルカリ イオンの水素水に変身！洗剤を使わなくても大丈夫なお洗濯」、「部屋干しのイヤな臭いをスッキリ 解消！」、「菌の抑制」及び「除菌試験により99%以上の抑制効果が確認されています。」等と表 示するなど、あたかも、本件3商品を使用して洗濯すれば、本件3商品の効果により、洗濯用洗剤 を使用して洗濯した場合と同程度に洗浄する効果、部屋干し臭の発生を防止する効果及び菌を99 パーセント以上除菌する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提 出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当 該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210427_01.pdf</p>
R3.4.9 【措置命令】	消費者庁	レック 株式会社	<p>レック株式会社は、「ノロウィルバルサン」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消 費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年9月8日から同年10月19日までの間、「楽天市場」と称するウェブサイト開設 した「レック公式通販サイト楽天2号店 レックダイレクト レックホームストア」と称する自社 ウェブサイトにおいて、「クロラス酸で空間除菌 目に見えないウイルス・菌を99.9%除去」、 「空間の気になるウイルスに効く」、「●空気中のウイルスに対するの除菌効果はありますが、あ くまで対策としてご利用ください。」、「空間のウイルス除去・除菌」等と表示することにより、 あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有されるクロラス酸の作用により、</p>

			<p>リビング等の室内空間に浮遊するウイルス又は菌を99.9パーセント除去又は除菌する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 令和元年11月28日から令和2年10月28日までの間、「YouTube」と称する動画共有サービス又は小売業者等の店頭における動画広告において、本件商品の映像と共に、「空間除菌のノロウィルバルサン」との音声及び文字の映像、「微細なミストになった除菌成分のクロラス酸が気になる場所のウイルスや菌を99.9%除去」との音声及び「ウイルス・菌99.9%除去」との文字の映像等と表示することにより、あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有されるクロラス酸が空気中で作用することにより、リビング等の室内空間に浮遊するウイルス又は菌を瞬時に99.9パーセント除去又は除菌する効果が得られるかのように示す表示をしていた</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210409_01.pdf</p>
<p>R3.4.9 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>三慶 株式会社</p>	<p>三慶株式会社は、「ケア・フォー ノロバリアプラス スプレー」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年8月31日から同年10月19日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「ケア・フォーノロバリアプラスをシュッとひと吹き」、「浮遊菌をカット!!」、「空間（キッチン・リビング・トイレ・浴室・厨房・調理場・便所・風呂・食堂・ホールなどの狭小空間）のウイルス除去・除菌」及び「気になる空間に1㎡当たり1回を目安に噴霧してください」、「*当社試験として、狭小空間でケア・フォーノロバリアプラススプレーを噴霧し、空気中のクロラス酸（HClO₂）が特定の『浮遊ウイルス・浮遊菌』を除去できる濃度を確認しています。」等と表示することにより、あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有されるクロラス酸が空気中で作用することにより、キッチン、リビング等の室内空間に浮遊する</p>

			<p>菌又はウイルスを除菌又は除去する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210409_01.pdf</p>
R3.3.31 【措置命令】	消費者庁	株式会社 GSD	<p>株式会社GSDは、「GSD-208」と称する型式の「ION MEDIC O-RELA」と称する商品（以下「オーリラ208」という。）及び「GSD-209N」と称する型式の「ION MEDIC O-RELA」と称する商品（以下「オーリラ209N」という。）の各商品（以下これらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 平成31年4月1日から令和2年2月29日までの間に配布したパンフレットにおいて、あたかも、本件2商品を使用すれば、本件2商品によって発生するマイナスイオンの作用により、オーリラ208は50畳の空間、オーリラ209Nは20畳から30畳の空間において、空気中に浮遊するウイルス、菌、ダニの死骸やフンなどのアレルギー物質を分解し不活性化する効果、浮遊するインフルエンザウイルスを99.9%除去する効果、浮遊するカビ菌の分解、除去及び付着したカビ菌の成長の抑制をする効果、並びに衣類等の付着臭を分解、除去する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 「ION MEDIC O-RELA」と称する自社ウェブサイトにおいて、令和2年2月14日に、あたかも、オーリラ208のマイナスイオンの発生量は2000万個/cm³以上、オーリラ209Nのマイナスイオンの発生量は1000万個/cm³以上であって、本件2商品を使用すれば、本件2商品によって発生するマイナスイオンの作用により、オーリラ208は50畳の空間、オーリラ209Nは20畳から30畳の空間において、PM2.5、花粉、黄砂等を分解する効果、黄色ブドウ球菌、腸炎ビブリオ菌、サルモネラ菌及びレジオネラ菌を不活性化する効果、ウイルス感染を予防する効果、浮遊するインフルエンザウイルスを99.9%除去する効</p>

			<p>果、脱臭効果、並びに新型コロナウイルス感染を予防する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>③ 「Ameba」と称するウェブサイトにおける「PockyBear」と称する自社ブログにおいて、令和2年2月14日に、あたかも、本件2商品を使用すれば、本件2商品によって発生するマイナスイオンの作用により、新型コロナウイルスを不活性化する効果、空気中に浮遊するウイルス、菌、ダニの死骸やフンなどのアレルギー物質を分解し不活性化する効果、及び浮遊するインフルエンザウイルスを99.9%除去する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料はいずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210331_01.pdf</p>
R3.3.30 【措置命令】	東京都	株式会社 サードウェブ	<p>株式会社サードウェブは、パソコン55商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「ドスパラ」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、「Altair F-13KR」と称する商品について、令和元年10月3日から令和2年1月23日までの間、「84,980円（+税）→74,980円（+税）」と表示するなど、実際の販売価格に当該価格を上回る取消し線を付した価額（以下「比較対照価格」という。）を併記することにより、あたかも、本件商品の比較対照価格は自社ウェブサイトにおいて通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、当該比較対照価格は、自社ウェブサイトにおいて本件商品について最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。</p> <p>https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2021/03/30/43.html</p>
R3.3.30	消費者庁	高知県農業	高知県農業協同組合は、「特別栽培米 仁井田米」と称する袋詰玄米及び袋詰精米、「特別栽培米 仁

<p>【措置命令】</p>		<p>協同組合</p>	<p>井田米 にこまる」と称する袋詰玄米並びに「特別栽培米 仁井田米 香米入り」と称する袋詰精米の各商品（以下これらを併せて「本件4商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「特別栽培米 仁井田米」と称する内容量30kgの袋詰玄米について、令和元年11月8日頃から令和2年10月20日までの間、当該商品の容器包装において、「特別栽培米」、「農林水産省新ガイドラインによる表示」欄に「特別栽培米」及び「節減対象農薬：当地比5割減 化学肥料（窒素成分）：当地比5割減」並びに「農薬・化学肥料を高知県慣行栽培より50%以下に抑えたお米です」と表示するなど、あたかも、本件4商品には、農林水産省のガイドラインにのっとり、その生産地の一般的な栽培方法に比して使用する農薬及び化学肥料を5割減らした栽培方法により生産された特別栽培米が使用されているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件4商品には、その全部又は一部について、農林水産省が定める「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン」（平成4年10月1日4食流第3889号）にのっとり栽培方法により生産された特別栽培米ではなく、高知県内における一般的な栽培方法により生産された慣行栽培米（高知県知事が策定した「高知県農作物栽培慣行基準」[平成29年6月28日策定]の水準で生産された米をいう。）が使用されていた。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms214_210330_01.pdf</p>
<p>R3.3.30 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 ナック</p>	<p>株式会社ナックは、「マジックポット」と称する水素水生成器（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、令和2年11月20日に、自社ウェブサイトにおけるトップページからハイパーリンクにより画面遷移すると表示されるウェブページにおいて、例えば、「水素水を摂取することにより、癌・パーキンソン病・リウマチ・糖尿病・皮膚疾患・脳神経疾患などといった、様々な病気にかかるリスクを減らしてくれるのです。」等と表示することにより、あたかも、本件商品で生成された水素水を摂取することにより、体内の活性酸素が除去され、シミやシワ等の老化の防止効果、炎症やアレルギー症状の抑制効果、脂質代謝の改善効果及びがん、糖尿病、脳神経疾患等の疾病の予防効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p>

			<p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料はいずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_210330_1.pdf</p>
R3.3.30 【措置命令】	消費者庁	株式会社 アイ・ティー・ウェブジャパン	<p>株式会社アイ・ティー・ウェブジャパンは、「高濃度水素水キット」と称する水素水生成器及びウォーターサーバー（以下これらを併せて「本件商品」という。）のレンタルサービスを一般消費者に提供するに当たり、令和2年11月19日に、株式会社楽楽エージェントのウェブサイトにおいて、本件商品の画像と共に、「水素水とは」及び「水素分子が豊富に含まれている水のこと。体のサビや活性酸素を無害化する働きがあります。エイジングケアに最適です」、「活性酸素が肌のたるみやしみ・しわといった老化の大敵であることは、研究によってすでに判明済み。」等と表示することにより、あたかも、本件商品で生成された水素水を摂取することにより、体内の活性酸素が無害化され、肌のたるみ、シミやしわといった老化防止効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_210330_1.pdf</p>
R3.3.30 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ドクターズ チョイス	<p>株式会社ドクターズチョイスは、「H2 SERVER」と称する水素水生成器（以下「本件商品」という。）及び本件商品のレンタルサービスを一般消費者に供給するに当たり、令和2年11月19日に、自社ウェブサイトにおいて、水素が悪玉活性酸素と結びついて還元するイメージのイラストと共に、「水素水とは水素分子が水溶け込んでいる水のことを言います。この水素の大きな効果として活性酸素を取り除くということが挙げられます。」、「悪玉活性酸素は酸化力が非常に強力で、</p>

			<p>細胞を無差別に攻撃してしまうため老化や癌などの様々な病気の原因になると言われています。」等と表示することにより、あたかも、本件商品で生成された水素水を摂取することにより、体内の悪玉活性酸素が排除され、老化防止効果、がんなどの様々な疾病の予防効果、シミやくすみを改善する美肌効果及び筋肉疲労軽減効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_210330_1.pdf</p>
R3.3.29 【措置命令】	消費者庁	株式会社 シンアイ産業	<p>株式会社シンアイ産業は、「ピュールサーバーH+」と称する水素水生成器（以下「本件商品」という。）のレンタルサービスを一般消費者に提供するに当たり、令和2年11月19日に、自社ウェブサイトにおいて、本件商品が置かれたキッチンの画像と共に、「水素は体内に入ると、活性酸素と結合して中和（還元）し、体内の活性酸素を効果的に素早く消去してくれる効果があるといわれており、疲労や、老化、肌荒れの原因である錆を中和してくれます。」等と表示することにより、あたかも、本件商品で生成された水素水を摂取することにより、体内の活性酸素が中和され、疲労回復効果、老化防止効果、肌荒れ及びアトピー性皮膚炎の改善効果等が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_210330_1.pdf</p>
R3.3.29 【課徴金納付命令】	消費者庁	アワ・パーム・カンパニー・リミテッド	<p>アワ・パーム・カンパニー・リミテッドは、「THE KING OF FIGHTERS ' 98 ULTIMATE MATCH Online」と称するオンラインゲーム（以下「本件ゲーム」という。）内において、平成28年12月31日から平成29年1月4日までの間に実施した、本件ゲーム内で使用する「クーラ」と称するキャラクターを提供する「クーラ限定ガチャ」と称する役</p>

			<p>務（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年12月31日から平成29年1月4日までの間、本件ゲーム内の本件役務の取引画面において、「クーラ」と称するキャラクターの画像とともに、「ガチャでピックアップの格闘家があたる」、「クーラ」、「出現確率：3%」、「購入」並びに「万能破片と格闘家確定」及び「10回購入」と記載することにより、あたかも、本件役務を1回ごとに取引する場合にあっては、本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率が3パーセントであるかのように、また、本件役務を10回分一括して取引する場合にあっては、「万能破片」と称するアイテムの出現に割り当てられる1回を除く9回における本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率が3パーセントであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件役務を1回ごとに取引する場合の本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率は、0.333パーセントであり、また、本件役務を10回分一括して取引する場合の「万能破片」と称するアイテムの出現に割り当てられる1回を除く9回における本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率は、9回のうち8回については0.333パーセントであった。</p> <p>課徴金額：609万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210329_01.pdf</p>
<p>R3.3.24 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社晋遊舎</p>	<p>株式会社晋遊舎（以下「晋遊舎」という。）は、懸賞付きパズル雑誌（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 例えば、平成28年8月1日発行の「特盛！まちがいさがしフレンズ Vol. 6」と称する商品の誌面上で実施した「特盛！超豪華プレゼント」と称する懸賞企画について、「液晶テレビ（東芝）」、「QUESTION1」、「1名様」、「現金1万円」、「QUESTION2」、「1名様」、「PlayStation4（SONY）」、「QUESTION3」、「1名様」、「ヘルシオ無水鍋（シャープ）」、「QUESTION4」、「1名様」等と表示するなど、本件商品の誌面上で実</p>

			<p>施した懸賞企画について、賞品等及び当せん者数を表示するとともに、応募締切日及び発送に関する事項を表示することにより、あたかも、本件商品の誌面上で実施された懸賞企画に応募して当せんすれば、それぞれの賞品等について、応募締切日から相当の期間内に誌面上に表示された数の当せん者に賞品等が提供されるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、晋遊舎が当せん者に対して当該懸賞企画に係る賞品等を発送したのは、応募締切日から240日ないし1428日が経過した後であった。</p> <p>② 例えば、平成29年1月19日発行の「漢字ジグザグフレンズ 3月号」と称する商品等の誌面上で実施した「みんなのフレンズキャンペーン」と称する景品類提供企画について、「現金1万円」、「30名」、「現金5000円」、「50名」、「図書カード(1000円分)」、「300名」等と表示するなど、本件商品の誌面上で実施した景品類提供企画について、景品類及び当せん者数を表示するとともに、応募締切日及び発送に関する事項を表示することにより、あたかも、本件商品の誌面上で実施された景品類提供企画に応募して当せんすれば、それぞれの景品類について、応募締切日から相当の期間内に誌面上に表示された数の当せん者に景品類が提供されるかのように表示していた。</p> <p>実際には、晋遊舎が当せん者に対して当該景品類提供企画に係る景品類を発送したのは、応募締切日から262日ないし1217日が経過した後であった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210324_01.pdf</p>
<p>R3.3.23 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>ティーライフ株式会社</p>	<p>ティーライフ株式会社は、「メタボメ茶」と称するポット用ティーバッグ30個入りの食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成30年4月3日ないし同月7日、同月9日及び同月10日に配布された株式会社ベルーナが通信販売の方法により販売する商品に同梱して配布した冊子において、「中年太り解決読本」と題し、体型が異なる2名の人物のイラストと共に、「もう一度、あの頃のスリムな私に!」、飲料の入ったティーカップの画像と共に、「漫画でわかる! 日本一*売れている中年太りサポート茶とは!？」及び「2年半で-43</p>

			<p>k g ! ! その方法を公開中 !」、並びに飲料を飲む様子の複数の人物のイラストと共に、「スリムも！健康も！自信も！家族の絆も！取り戻す これはあなたの物語です。」「健康にうれしい成分が桁違い！ 雲南省ハニ族のプーアール茶」、並びにダイエットプーアール茶の茶葉における重合カテキンの含有量を示すグラフ及びダイエットプーアール茶と緑茶における没食子酸の含有量の割合を比較して示すグラフと共に、「お茶のルーツでもある中国雲南省の少数民族であるハニ族が栽培する特別なプーアール茶。その茶葉には、とっとうれしい“重合カテキン”や“没食子酸”などが存在することがわかりました。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取することにより、本件商品に含まれる成分の作用による著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_210323_01.pdf</p>
<p>R3.3.18 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 レッドスパイス</p>	<p>株式会社レッドスパイスは、「SARARITOウイルスブロッカー」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、令和2年5月1日に、容器包装において、「塩素成分で空間のウイルスから除菌・除去」、「家・電車・オフィス・学校・病院等 ウイルスが気になる場所から普段居る場所まで」並びに「SARARITO サラリト ウイルスブロッカー」及び本件商品を身に着けた人物のイラスト等を表示するなど、あたかも、本件商品を身に着ければ、身の回りの空間におけるウイルスや菌が除去又は除菌される効果を得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p>

			https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210318_01.pdf
R3.3.15 【措置命令】	埼玉県	一般社団法人 社会福祉組合	<p>一般社団法人社会福祉組合は、「住宅被災ケアサービス」と称する屋号で火災保険等を利用した雨どいの補修工事（以下「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり</p> <p>① 自ら作成したチラシにおいて、例えば令和2年4月14日から同年12月28日までの間、「・昨今の異常気象に伴う被害により、本法人が雨樋（アマドイ）を調査しましたところ、火災保険から自然災害による修理・交換費用が認められ、これまでに関東地域全体で900件以上、無料で交換又は修理を行うことができました。」と表示し、自ら作成したウェブサイトにおいて、「現地調査・修繕実績 900件以上！」と表示することにより、あたかも本件役務の施工実績が900件以上あるかのように示す表示をしていたが、実際には、本件役務の施工実績は7件であり、表示の根拠となる施工実績を有していなかった。</p> <p>② 自ら作成したチラシにおいて、令和2年4月14日から同年12月28日までの間、「無料で雨樋調査を行い、被害を確認できましたら雨樋を無料で修理・交換いたします。」等と表示し、自ら作成したウェブサイトにおいて、令和2年4月7日から令和3年2月12日までの間、「被害が出る前にまずは無料調査！」と表示することにより、あたかも、火災保険等の利用を前提とした雨どい補修工事を施工するための調査（以下「本件調査」という。）に係る一般消費者の金銭の負担が生じないかのように表示していたが、実際には</p> <p>ア 社会福祉組合と補修工事契約を締結した場合に一般消費者に提示している見積書には、本件役務に係る費用の内訳として、本件調査に係る費用が計上されており、本件調査に係る一般消費者の金銭の負担が生じる約定であった。</p> <p>イ 損害保険会社等から一般消費者に損害保険金等が支払われた後に、社会福祉組合と補修工事契約を締結しない場合には、損害金として損害保険金等の半額を支払わなければならない、本件調査に係る一般消費者の金銭の負担が生じる約定であった。</p> <p>https://www.pref.saitama.lg.jp/a0310/news/page/news2021031501.html</p>

<p>R3.3.11 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社遊笑</p>	<p>株式会社遊笑は、「コロバスター」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年8月21日に、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「premiumshop.on-line」と称する自社ウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）において、「【ppm（濃度）】100ppm」及び「100%の次亜塩素酸水で100ppmの殺菌力。」と表示することにより、あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、100ppmであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、100ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>②ア 令和2年7月28日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「99.9%瞬間除菌」と表示することにより</p> <p>イ 令和2年8月21日に、本件ウェブサイトにおいて、「次亜塩素酸水は、スピード除菌に定評があり、様々な用途で便利に使用できます。」、「理由2 速攻除菌 99%以上の除菌力」、「次亜塩素酸水は高い速攻性と安全性が認められており、様々な用途で便利に使用できます。」及び「99%以上瞬間除菌」と表示することにより</p> <p>あたかも、本件商品を使用することで、本件商品の内容物に接した菌が瞬時に99パーセント除菌される効果があるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出しなかった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210311_01.pdf</p>
<p>R3.3.11 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 OTOGINO</p>	<p>株式会社OTOGINOは、「OX MIST」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 例えば、令和2年7月9日及び同年8月29日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「成分：次亜塩素酸水 50ppm」と表示するなど、あたかも、本件商品における有効塩素濃</p>

			<p>度は、50ppmであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、50ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>② 例えば、令和2年9月24日に、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「おとぎの国」と称する自社ウェブサイトにおいて、「・99.9%瞬間除菌！ウイルスも瞬時に撃退！」等と表示するなど、あたかも、本件商品を使用することで、本件商品の内容物に接した菌及びウイルスが瞬時に99.9パーセント除菌及び除去される効果があるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210311_01.pdf</p>
<p>R3.3.10 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 マトファー・ジャ パン</p>	<p>株式会社マトファー・ジャパンは、「微弱酸性次亜塩素酸水 アクアトロン® MATFER JAPAN」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年7月1日に、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「MATFER shop」と称する自社ウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）において、「有効塩素濃度50ppm」、「有効塩素濃度50～80ppm」、「アクアトロン®有効塩素濃度50ppm±10」、「●有効塩素濃度が50～80ppmで低刺激の微弱酸性です。」、「当店の製品は有効塩素濃度50ppm、pH値は5.0～6.5で調整されています。」及び「当店の、アクアトロン®は次亜塩素酸水の中でも微弱酸性に電気分解されており、pH値5.0～6.5、有効塩素濃度については、50ppm（±10）で調整された次亜塩素酸水です。」と表示することにより、あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、50ppm程度であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、50ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>② 令和2年7月1日に、本件ウェブサイトにおいて、「新型コロナウイルスを20秒で99.9</p>

			<p>9%不活性化※)、「※N I T E (独立行政法人 製品評価技術基盤機構)が6月26日(金)に公式発表を行いました。」及び「あらゆる菌・ウイルスを瞬時に除菌します。」と表示することにより、あたかも、本件商品を使用することで、本件商品の内容物に接した新型コロナウイルスを20秒で99.99パーセント不活性化する効果があるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210311_01.pdf</p>
<p>R3.3.9 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>マクロフューチャー株式会社</p>	<p>マクロフューチャー株式会社は、「マクロ元気」と称する食品及び「マクロ元気乳酸菌1250億プラス」と称する食品の各商品(以下これらを併せて「本件2商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、例えば、遅くとも令和2年9月1日から同月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「LPSは、マクロファージを活性化し免疫力を高めます。だから、こんな方におススメします。」「風邪をひきやすい」「花粉症の季節が辛い」「骨粗鬆症が気になる」「肌荒れが気になる」「なかなか眠れない」「お通じがよくない」等と表示し、令和2年10月20日、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した自社ウェブサイトにおいて、「LPSは、マクロファージを活性化し免疫力を元気にします。だから、こんな方におススメします。」「風邪をひきやすい」「花粉症の季節が辛い」「骨粗鬆症が気になる」「肌荒れが気になる」「なかなか眠れない」「お通じがよくない」等と表示し、令和2年6月1日から同年8月31日までの間に配布した自ら販売する商品と同梱するチラシにおいて、『免疫』と『防疫』で、感染症対策!」「免疫 防疫 LPS macrogenki」「STOP! CORONA」「食事と一緒に 摂って、しっかり免疫力アップ」「免疫力アップで ウィルスに 負けない!」等と表示するなど、あたかも、本件2商品を摂取するだけで、免疫力が高まり、疾病の治療又は予防の効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p>

			<p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms214_210514_01.pdf</p>
R3.3.4 【措置命令】	消費者庁	株式会社 ANOTHER SKY	<p>株式会社ANOTHER SKYは、「AIROSOL（エアロゾール）空間除菌」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年8月14日及び同年10月16日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「空間除菌」、「水溶性安定型亜塩素酸水」、「長時間空気中に留まる優れた空間除菌効果」、「品名」AIROSOL（エアロゾール）空間除菌」、「用途」及び「排泄物吐物の処理時・動物の排泄の処理時」、「製品の特長」本商品は野菜等食品の除菌にも使用できる安全性に優れた商品です。その他、空気中や器具などの抗ウイルス作用や除菌効果にも大変優れているので、インフルエンザ・多発ウイルス発生・花粉の時期など年間を通して使用して頂きたい商品です。」等と表示することにより、あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有される成分が長時間空気中に留まり作用することにより、空間を除菌する効果が得られるかのように示す表示、及び本件商品を対象物に噴霧することで、当該成分の作用により、排泄物吐物等が存在する環境下においても除菌する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 令和2年8月21日から同年10月23日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「空間除菌」、「安定型クロラス酸水除菌スプレー」、「クロラス酸水とは？」及び「・長時間空気中に留まる、優れた空間除菌効果」、「③『クロラス酸水』は分子レベルでの優れた空間除菌効果！ 空気中の有機物に対して長時間の除菌効果を発揮。」、「クロラス酸水の物性の特長」及び「弱い殺菌力で緩やかな反応性を持ち、安定して殺菌効果を持続することができるという特長を持つ『クロラス酸水』は、これまでの塩素酸化物系の薬剤が最も苦手としてきた、有機物が多く存在する汚れた環境下でも“弱くゆっくりと持続的”に殺菌効果（遅効性）を発揮することが出来ます。」</p>

			<p>等と表示することにより、あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有される成分が長時間空气中に留まり作用することにより、室内空間を長時間除菌する効果が得られるかのように示す表示、及び本件商品を対象物に噴霧することで、当該成分の作用により、有機物が存在する汚れた環境下においても除菌する効果が長期間持続するかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210304_01.pdf</p>
<p>R3.3.4 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>アデュー株式会社</p>	<p>アデュー株式会社は、「BMV Blocker」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年8月17日及び同年10月22日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「バクテリア・カビ・ウイルス 強力除菌」、「安定型亜塩素酸水」、「用途」及び「排泄物吐物の処理時・動物の排泄の処理時」、「製品の特長」本商品は野菜等食品の除菌にも使用できる安全性に優れた商品です。その他、空気中や器具等の抗ウイルス作用や除菌効果にも大変優れているので、インフルエンザ・多発ウイルス発生・花粉の時期など年間を通して使用して頂きたい商品です。」並びに「使用法・対象物より20～30cm離して噴霧してください。」と表示することにより、あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有される成分の作用により、空気中における抗ウイルス作用又は除菌効果が得られるかのように示す表示、及び本件商品を対象物に噴霧することで、当該成分の作用により、排泄物吐物等が存在する環境下においても除菌する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 令和2年8月26日から同年10月19日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「こんな方におすすめ」及び「○室内の空間も除菌したい」、「BMV Blocker（クロラス酸：亜塩</p>

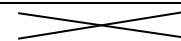
			<p>素酸水)」、「亜塩素酸のメリット」、「㊟次亜塩素酸よりも反応速度の遅い求核付加反応（酸素を与える酸化反応）瞬間的な除菌力は弱い、有機物が存在する環境下でも安定した効果を発揮し、長時間この除菌力が持続する。」及び「㊟従来の塩素酸化物が苦手としてきた周囲の汚れが存在している環境下でもその酸化能力がすべて消費してしまわない。」、「用途」及び「排泄物吐物の処理時・動物の排泄の処理時」等と表示することにより、あたかも、本件商品を空間に噴霧することで、本件商品に含有される成分の作用により、室内空間を除菌する効果が得られるかのように示す表示、及び本件商品を対象物に噴霧することで、当該成分の作用により、排泄物吐物等が存在する汚れた環境下においても除菌する効果が長時間持続するかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210304_01.pdf</p>
<p>R3.3.4 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 I G C</p>	<p>株式会社 I G C は、「スーパーキラーV」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年8月17日及び同年10月19日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「ウイルス／バクテリア／カビ 強力除菌 99.9%」、「長時間の除菌力！ 特殊技術で汚れた場所にも使えます！」、「成分：亜塩素酸水」及び「使用方法 対象物から20cm程度離し、表面が濡れる程度にスプレーしてください。その後、そのまま自然乾燥させるか、しばらく置いて拭き取ってください。」と表示することにより、あたかも、本件商品を対象物に噴霧することで、本件商品に含有される成分の作用により、ウイルス、バクテリア及びカビを99.9パーセント除菌する効果が得られ、汚れた場所においても除菌する効果が長時間持続するかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提</p>

			<p>出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210304_01.pdf</p>
R3.3.3 【措置命令】	消費者庁	株式会社T. S コーポレーショ ン	<p>株式会社T. Sコーポレーションは、「BUBKA ZERO」と称する育毛剤（以下「BUBKA ZERO」という。）及びBUBKA ZEROを含むセット商品の各商品（以下これらを併せて「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和元年9月25日に、「『有名大学がマウス実験で実証』 医療関係者も勧める『90%がフサフサになった育毛剤』がヤバイ！」と記載のあるアフィリエイトサイトにおいて、「『有名大学がマウス実験で実証』 医療関係者も勧める『90%がフサフサになった育毛剤』がヤバイ！」、毛髪が薄い頭頂部の画像及び毛髪が濃い頭頂部の画像を矢印で結んだ画像と共に、「悩んでいたのがウソのように、<u>たった2ヶ月で髪がフサフサになったんです!!!</u>今ではもう頭皮が見えないくらい生えるので、理髪店に行っても『髪の量多いですね~』と言われるように（笑）抜け毛が嫌だったシャンプーもガシガシ洗えるし、<u>まるで20代に戻ったみたいです。</u>」等と表示することにより</p> <p>② 令和元年7月30日に、「【新常識！薄毛の原因は●●だった】<u>世界的な科学誌が推奨の毛髪再生法 有名医科大のマウス実験で実証済！試した90%以上がボリューム復活！？</u>」と記載のあるアフィリエイトサイトにおいて、「【新常識！薄毛の原因は●●だった】<u>世界的な科学誌が推奨の毛髪再生法 有名医科大のマウス実験で実証済！試した90%以上がボリューム復活！？</u>」、「<u>長年ハゲとバカにされてきた私がたったの1か月で</u>」、並びに「before」と記載のある毛髪が薄い頭頂部の画像及び「after」と記載のある毛髪が濃い頭頂部の画像と共に、「『カツラ！？』同僚から疑われましたw」等と表示することにより</p> <p>あたかも、本件商品を使用するだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、短期間で、外見上視認できるまでに薄毛の状態が改善されるほどの発毛効果が得られるかのように示す表示をして</p>

			<p>いた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料はいずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210303_1.pdf</p>
R3. 2. 3 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 だいにち堂	<p>株式会社だいにち堂は、「アスタキサンチン アイ&アイ」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年6月27日から同月30日までの間、全国に配布された日刊新聞紙に掲載した広告において、「ボンヤリ・にごった感じに！！」、「ようやく出会えたクリアでスッキリ！！」、「クリアな毎日に『アスタキサンチン』」、「つまり、だいにち堂の『アスタキサンチン アイ&アイ』でスッキリ・クリアな毎日を実感、納得の1粒を体感出来ます。」、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。」、「多くのお客様より嬉しいお声をいただいている『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！」等と記載することにより、あたかも、本件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示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：370万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_210203_01.pdf</p>
R3. 1. 28 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 ECホールディ	<p>株式会社ECホールディングスは、「ブラックサプリーX」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成30年10月1日から平成31年2月7日までの</p>

付命令】		ングス	<p>間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成30年10月1日から平成31年2月7日までの間、「Before」と付記された白髪が目立つ人物のイラスト及び「After」と付記された黒髪の人物のイラスト、並びに本件商品及び本件商品の容器包装の写真と共に、「いくつになっても、柔らかな印象でゆるふわっ！華やか！」、「年齢のせい・・・じゃなかった！」及び「1日3粒※飲むだけで私もこんなに変わった秘密のサプリ！ ※3粒は目安です」等と記載するなど、あたかも、本件商品を摂取することにより、白髪が黒髪になる効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p>課徴金額：1972万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_CMS215_210128_01.pdf</p>
R3.1.15 【措置命令】	消費者庁	萬祥株式会社	<p>萬祥株式会社は、「J a i a i l e (ジュエル)」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、令和2年5月26日、同年7月31日、同年9月3日、同月10日、同月14日、同月28日、同年10月1日及び同月26日に、自社ウェブサイトにおいて、「J a i a i l e パーソナル空気清浄機 日々の空気をよりキレイに」、「- i o n 1 0 0 万 / c m ³」、「花粉除去率99.9%」及び「PM2.5除去率99.9%」並びに「0.5秒ごとに1,000,000 / c m ³のマイナスイオンを連続48時間出し続けることが可能、平均一日8時間使用しても、五日間持ちますから、頻繁な充電は要らず、首にかけるだけでいつでも、どこでも、キレイな空気があなたを包み込みます。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を身に着ければ、本件商品から発生するマイナスイオンの作用により、いつでもどこでも、様々な場面で、身の回りの空間の花粉、PM2.5などの浮遊物を除去し、空気を清浄にする効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提</p>

			<p>出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料はいずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210115_01.pdf</p>
R3. 1. 15 【措置命令】	消費者庁	<p>株式会社 ネイチャー Nature リンク Link</p>	<p>株式会社Nature Linkは、「AirRevo CARD／エアレボカード」と称する商品（以下「エアレボカード」という。）及び「AirRevo CERAMIC PLATE／エアレボセラミックプレート」と称する商品（以下これらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年8月31日、同年9月3日、同月28日、同年10月1日、同月12日、同月19日、同年11月2日、同月17日、同月24日、同月30日、同年12月3日、同月7日、同月17日及び同月21日に、自社ウェブサイトにおいて、例えば、エアレボカードについて、「イオンのパワーで空気革命」及び「ION CLEANER AirRevo」、「身近にある様々な空気トラブル」と表示し、「空気のトラブル」、「ウイルス、花粉、アレル物質、細菌、PM2.5・・・。目には見えなくても、私たちの身のまわりの空気中には、日々の健康に影響を及ぼすさまざまな原因物質が浮遊しています。」、「エア・レボリユーション、“AirRevo（エアレボ）”は、イオンの発生効果を利用した携帯エア・クリーナー。いつでも、どこでも、身につけているだけで、あなたの身のまわりの空気トラブルを軽減します。」等と表示するなど、あたかも、本件2商品を身に着ければ、本件2商品から発生するイオンの作用により、いつでもどこでも身の回りの空気を清浄にして、空気中に浮遊するウイルス、花粉、アレル物質、PM2.5、細菌等が人体に及ぼす影響を軽減する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210115_02.pdf</p>
R2. 12. 23	消費者庁	株式会社	株式会社ジャパネットたかたは、エアコン4商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平



<p>【課徴金納付命令】</p>		<p>ジャパネット たかた</p>	<p>成29年5月19日に配布した会員カタログにおいて、「ジャパネット通常税抜価格 79,800円」、「2万円値引き」、「さらに！会員様限定2,000円値引き」及び「値引き後価格 会員様特価 57,800円」と記載するなど、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において通常販売している価格であり、「値引き後価格」等と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において、最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。</p> <p>課徴金額：5180万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms212_201223_1.pdf</p>
<p>R2.12.23 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 ゼネラルリンク</p>	<p>株式会社ゼネラルリンクは、「マカミア」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、令和元年11月25日から令和2年2月5日までの間、「nene」と称する自社ウェブサイトにおいて、「自然環境の厳しい南米ペルー産のマカを厳選し独自製法のエキスパウダーとして抽出。大学教授をはじめとする共同研究チームによる機能性試験において、授かり率が190%高まることが示されました。」等と表示し、令和2年1月9日から同月16日までの間、実際には自社が運営しその表示内容を自ら決定しているにもかかわらず第三者が運営するものであるかのように装った「妊活ガイド」と称するウェブサイトにおいて、「妊娠率190%UPも！？今話題の妊活サプリ総合ランキング!」、「マカミア（ネンネ）」、「授かり率が190%UPする妊活サプリ」等と表示することにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、著しく妊娠しやすくなる効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：193万円</p>

			https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_1223_1.pdf
R2. 12. 22 【措置命令】	消費者庁	サ ル ー テ S a l u t e . ラ ボ L a b 株式会社	<p>S a l u t e . L a b株式会社は、「イオニアカードPLUS」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年7月16日に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」と記載のあるウェブページにおいて、本件商品の画像と共に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」、「スギ花粉 84.5%除去」及び円グラフの画像、「ヒノキ花粉 77.6%除去」及び円グラフの画像、並びに「PM2.5 90.1%除去」及び円グラフの画像、「カードを身につけるだけで <u>空気のトラブル</u> からあなたを守る」、「花粉」、「アレル物質」、「ウイルス」、「PM2.5」、「タバコのニオイ」及び「これらは、ぜんそくや鼻水・鼻詰まり、目のかゆみなどの原因に。インフルエンザには、二次感染のリスクもあります。『イオニアカード』は、そんな”空気のトラブル”からイオンの力であなたを守ります。」等と表示することにより、あたかも、本件商品を身に着ければ、本件商品から発生するイオンの作用により、本件商品から半径1.5メートルから2メートル程度又は半径1.5メートル程度の身の回りの空間における花粉及びPM2.5を除去し、本件商品を身に着けた者にウイルス、菌等を寄せ付けない効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201222_01.pdf</p>
R2. 12. 18 【措置命令】	消費者庁	株式会社 TBSグロー ディア	<p>株式会社TBSグローディアは</p> <p>① 「TBCスレンダーパッド」と称する商品（以下「本件商品①」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成30年12月29日にBS放送を通じて放送した「プレミアムカイモラボ」と称するテレビショッピング番組（以下「本件番組」という。）において、「今回御紹介するアイテムを使えば、寸胴ボディもたった3週間でこんなすっきりくびれボディに」及び「下腹部</p>

			<p>がなんとマイナス8.5センチ」との音声、「使用前 81.0cm」、「3週間使用后 72.5cm」及び「下腹部 -8.5cm」との文字の映像等を表示することにより、あたかも、本件商品①を腹部に使用すれば、本件商品①の電気刺激によって腹部の筋肉が鍛えられることにより、特段の食事制限や激しい運動をすることなく、1日20分間の使用を3週間継続することで腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 「トルネードRFローラー」と称する商品（以下「本件商品②」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成31年3月17日に本件番組において、「そこで、お腹周りでお悩みの皆さんに、軽微な運動を併せて、EMSモードで4週間使っていただきました」との音声、「使用前へそ周り74.3cm」との文字の映像、「へそ周り63.8センチ。マイナス10.5センチです」、「1回わずか10分間の使用を4週間続けていただけでなんとマイナス10.5センチ」との音声等を表示することにより、あたかも、本件商品②を身体の部位に使用すれば、本件商品②によって当該部分がもみ出されるとともに温められ、かつ、本件商品の電気刺激によって当該部位の筋肉が引き締められることにより、1日10分間の使用を3週間又は4週間継続することで当該部位の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201218_01.pdf</p>
<p>R2.12.16 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 オンテックス</p>	<p>株式会社オンテックスは、自社が運営する「和泉橋本温泉 美笹のゆ」において、施設内に「温泉」と表示するとともに、当該「温泉」の効能を表示することなどにより、あたかも、浴槽の温水について、温泉を使用したものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、温泉法に基づく温泉の利用の許可を受けておらず、当該浴槽の温水は、効能を表示できるものではなかった。</p>

			<p>課徴金額：1582万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms212_201216_01.pdf</p>
R2.12.16 【課徴金納付命令】	消費者庁	大和ハウス工業株式会社	<p>大和ハウス工業株式会社は、同社が運営を委託する「岩塩温泉りんくうの湯」及び「岩塩温泉和らかの湯」において、施設内に「温泉」と表示するとともに、当該「温泉」の効能を表示することなどにより、あたかも、浴槽の温水について、温泉を使用したものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、温泉法に基づく温泉の利用の許可を受けておらず、当該浴槽の温水は、効能を表示できるものではなかった。</p> <p>課徴金額：2738万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms212_201216_01.pdf</p>
R2.12.16 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 ダッドウェイ	<p>株式会社ダッドウェイは、「ADAPT」、「OMNI360」、「ORIGINAL」及び「360」と称する抱っこひも（以下これらを併せて「本件4商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「ADAPT」と称する抱っこひもについて、平成29年7月1日頃から令和2年2月28日までの間、「店頭空箱」と称する店頭表示物において、「人間工学専門家も認める快適性」と記載し、乳幼児を対面抱きしている人物の写真と共に、「肩への負担が1/7（他社比）」及び「快適性を使用者にかかる圧力で比較すると、一般的な腰ベルト付き抱っこひもを100とした場合、エルゴベビーはわずかその14%程度、つまり負担がきわめて少ない、という実験結果が出ています。抱いた赤ちゃんが自然に中央に導かれる立体設計により、親子ともにバランスの良い抱っこ姿勢を保てることも、疲れにくい理由のひとつです。」等と表示することにより、あたかも、本件4商品の各商品を使用して乳幼児を対面抱き又はおんぶした際に使用者の身体に掛かる負担は、他社の商品に比して著しく少ないかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当</p>

			<p>該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：3億7478万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201216_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	株式会社アイビューティ	<p>株式会社アイビューティは、「J i a e n P o w e r 次亜塩素酸水」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年7月8日及び同年9月1日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「Ph5.0～6.5 50ppm」及び「[濃度] pH5.0～6.5 有効塩素濃度50ppm」と表示することにより</p> <p>② 令和2年7月1日に、「Yahoo!ショッピング」と称するウェブサイトにて株式会社アンジェラ（以下「アンジェラ」という。）が開設した「Angela」と称するウェブサイトにおいて、「Ph5.0～6.5 50ppm」及び「この製品の濃度は50ppm（Ph5.0～6.5）です。」と表示することにより</p> <p>③ 令和2年8月20日に、「楽天市場」と称するウェブサイトにてアンジェラが開設した「Angela」と称するウェブサイトにおいて、「Ph5.0～6.5 50ppm」及び「この製品の濃度は50ppm（Ph5.0～6.5）です。」と表示することにより</p> <p>あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、50ppmであるかのように示す表示をしていた。実際には、本件商品における有効塩素濃度は、50ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	合同会社EVOLUTION	<p>合同会社EVOLUTIONは、「【日本製／マスクを保護する除菌コート】使い捨てマスクを繰り返し使える・マスクの手前でウイルスをガード マスク 除菌 ウイルス対策 MASKGUARD」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年7月8日及び同年8月27日に、本件商品に同封した用紙において、「【成分】200ppm次亜塩素酸水」と表示することにより</p>

			<p>② 令和2年8月26日に、「Amazon.co.jp」と称するウェブサイトにおける本件商品の販売ページにおいて、「成分：200ppm次亜塩素酸水」と表示することによりあたかも、本件商品における有効塩素濃度は、200ppmであるかのように示す表示をしていた。実際には、本件商品における有効塩素濃度は、200ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	Knets 株式会社	<p>Knets株式会社は、「新型ウイルバスターK」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年7月8日及び同年9月4日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「200ppm」及び「品名：安定型次亜塩素酸水 200ppm」と表示することにより、あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、200ppmであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、200ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	株式会社 伝聞堂	<p>株式会社伝聞堂は、「CORONAIN」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年8月20日に、「Yahoo!ショッピング」と称するウェブサイト開設した「伝聞堂」と称する自社ウェブサイトにおいて、「次亜塩素酸水」、「高濃度 500ppm」及び「濃度：500ppm pH5～6.5（出荷時）」と表示することにより、あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、500ppmであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、500ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	ハームレス・ スタイル こと 川邊 治	<p>ハームレス・スタイル こと 川邊 治は、「HARMLESS aMIST」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年7月10日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「HOCL40-50ppm」及び「【HOCL濃度】40～50ppm」と表示することにより</p>

			<p>② 令和2年8月18日に、「Yahoo!ショッピング」と称するウェブサイト開設した「Harmless Style」と称する自らのウェブサイトにおいて、「【HOCL濃度】40～50ppm」と表示することにより</p> <p>あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、40ppmから50ppmであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、40ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	株式会社マイズワークス	<p>株式会社マイズワークスは、「[Amazon限定ブランド]Cleanzia クリンジア 次亜塩素酸水 スプレー 300ml」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年8月18日に、「Amazon.co.jp」と称するウェブサイトにおける本件商品の販売ページにおいて、「100ppm」と表示することにより、あたかも、本件商品における有効塩素濃度は、100ppmであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品における有効塩素濃度は、100ppmを大幅に下回るものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf</p>
R2.12.9 【措置命令】	消費者庁	株式会社マグファイン	<p>株式会社マグファインは、「アルコール65スプレー 100ml」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年5月30日に、本件商品の容器に貼付したラベルにおいて、「アルコール濃度65度」と表示することにより</p> <p>② 令和2年5月21日に、「Amazon.co.jp」と称するウェブサイトにおける本件商品の販売ページにおいて、「アルコール濃度65度」と表示することにより</p> <p>あたかも、本件商品におけるアルコールの濃度は、65パーセントであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品におけるアルコールの濃度は、65パーセントを下回るものであった。</p>

			https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_201211_1.pdf
R2. 10. 23 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 TOLUTO	<p>株式会社TOLUTOは、「ケトジェンヌ」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和元年8月2日に、自社ウェブサイトにおいて、「スリムボディ」、「ケトジェンヌでボディメイクに燃える！」と題し、ウエストがくびれた人物の写真と共に、人物の腹部に炎のイラスト及び「ケトン体」と記載、並びに「中鎖脂肪酸MCT」、「オメガ3系脂肪酸アマニ油」、「基礎アミノ酸でタンパク質」、「スーパーフードミネラル」、「どっさり食物繊維」、「ケトン体質に切り替える」及び「5つのこだわり」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる成分の作用による体質改善により、容易に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：2961万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms215_201023_1.pdf</p>
R2. 10. 23 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 トラスト	<p>株式会社トラストは、</p> <p>① 「ヴィーナスカーブ」と称する下着（ガードル）（以下「本件商品①」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「BeautyMarket」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト」という。）において、例えば、平成30年5月15日から同年8月1日までの間、「毎日履くだけで2週間-10cm! ?」、「人間工学に基づいた設計により履くだけでダイエットを実現!」、「自宅で簡単に脚ヤセ、理想的なくびれを手に入れるならヴィーナスカーブ」等と表示することにより、あたかも、本件商品①を着用するだけで、著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 「ヴィーナスウォーク」と称する下着（ソックス）（以下「本件商品②」という。）を一般消費</p>

			<p>者に販売するに当たり、平成30年8月13日から令和元年9月25日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「いま業界で話題沸騰中の“加圧式”脂肪燃焼ソックス」、「自宅で履くだけで常時トレーニング状態!?’」、「自宅で簡単! 毎日履くだけで憧れのモデルのようなスラッと美脚に!」等と表示することにより、あたかも、本件商品②を着用するだけで、著しく脚が細くなる効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、上記①及び②の各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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：合計6523万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/entry/016440/</p>
<p>R2. 9. 14 【措置命令】</p>	<p>埼玉県</p>	<p>株式会社 ワン・ツー・ワン</p>	<p>株式会社ワン・ツー・ワンは、家庭教師派遣サービス（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり</p> <p>① 「第一志望校合格率95%以上 ※当社調べ」等と表示することにより、あたかも本件役務の供給を受けた者の第一志望校への合格率が高いかのように示す表示をしていたが、実際には、本件役務の提供を受けた全ての者を含めた合格率ではなく、第一志望校を複数校挙げた者がそのいずれかの学校に合格した場合は第一志望校として計上される等、統計的に客観性が十分に確保されていないものであった。</p> <p>② 「家庭教師 お客様・料金・第一志望校合格 満足度3部門第1位 2019年3月 全国の子どもがいる20～50代の男女から選ばれました。 実査委託先：日本マーケティングリサーチ機構」等と表示することにより、あたかも、本件役務は、顧客からの満足度が高いかのように示す表示をしていたが、実際には、インターネット上で収集した家庭教師派遣サービス事業者9社に対するブランドイメージの調査であり、本件役務の提供を受けた顧客に対する調査ではな</p>

			<p>かった。</p> <p>③ 本件役務のうち「最短即日スピード派遣」と称する役務について、「通常、家庭教師の派遣までに7～10日程度かかりますが、最短で依頼した即日に指導を受けることができるシステムです。」等と表示することにより、あたかも通常より早期に家庭教師の派遣を受けることができるかのように示す表示をしていたが、実際には、申し込みの日から平均して7日程度を要するものであった。</p> <p>④ 「首都圏最大級の教師登録数7万名の豊富な人材を活用できるノーバスだからできるサービスです。」等と表示することにより、あたかも、本件役務に係る家庭教師の登録数は7万人であり、その全てが派遣可能であるかのように示す表示をしていたが、実際には、令和2年8月3日における家庭教師の登録数は33,489人であった。</p> <p>⑤ 「ノーバスの安心システム 中止料・解約料・更新料ナシ」等と表示することにより、あたかも本件役務を解約した場合に中止料等の負担を要するものではないかのように表示していたが、実際には、本件役務の解約に当たり金銭の負担を要するものであった。</p> <p>http://www.pref.saitama.lg.jp/a0001/news/page/2020/0914-04.html</p>
<p>R2. 8. 28 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 東亜産業</p>	<p>株式会社東亜産業は、「ウイルスシャットアウト」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 令和2年2月26日に、自社ウェブサイトにおいて、本件商品及びその周囲に浮遊するウイルスや菌のイメージの画像並びに本件商品の容器包装の画像と共に、「緊急ウイルス対策！！」、「流行性ウイルスからあなたを守ります！」、「二酸化塩素配合の除去・除菌成分が周囲に浮遊するウイルスや菌を除去します。」、「この時期・この季節に必携！ウイルスの気になる場所でご使用ください。」、「首にかけるだけで空間のウイルスを除去！」等と表示することにより</p> <p>② 令和2年2月27日に、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した自社ウェブサイトにおいて、本件商品から成分が出ているイメージ画像及び本件商品を首にかけた人物の写真と共に、</p>

			<p>「ウイルス対策 塩素成分で空間の除菌」、「この時期・この季節に必携」及び「幅広く・様々な環境に最適！ 学校 オフィス 病院 電車」等と表示することにより</p> <p>あたかも、本件商品を身につければ、身の回りの空間におけるウイルスや菌を除去又は除菌する効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_200828_1.pdf</p>
R2. 8. 12 【措置命令】	岐阜県	株式会社 田中屋FOOD SERVICE	<p>株式会社田中屋FOOD SERVICEは、自社が運営する「雪月花 大野店」と称する飲食店において一般消費者に料理を提供するに当たり</p> <p>① 店舗メニュー又はフリーペーパーにおいて、例えば、「逸品 雪月花飛騨牛の冷しゃぶ」と表示するなど</p> <p>② 店舗内に掲示された「本日の使用銘柄牛」と称する店頭掲示板において、「岐阜県産飛騨牛」との表示と共に、個体識別番号を表示することにより</p> <p>あたかも、当該飲食店で提供される料理に飛騨牛を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、一部について飛騨牛として認定されていない牛肉を使用しており、前記②の個体識別番号の個体は、飛騨牛ではなかった。</p> <p>https://www.pref.gifu.lg.jp/event-calendar/c_11261/sochimeirei202008.html</p>
R2. 7. 31 【課徴金納付命令】	消費者庁	玉川衛材株式会社	<p>玉川衛材株式会社は、「フィッティ 吸着分解マスク スーパーフィット ふつう [大人向け]」と称するマスク（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月1日から令和元年7月12日までの間、容器包装において、例えば、「しっかり吸着 光で分解」及び「光触媒チタンアパタイト*採用」等と表示するなど、あたかも、本件商品を装着すれば、太陽光下において、本件商品に含まれる光触媒の効果によって、本件商品表面に付着した花粉由来のA</p>

			<p>アレルギーの原因となる物質、細菌及びウイルスを化学的に二酸化炭素と水に分解することにより、これらが体内に吸入されることを防ぐ効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：708万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms212_200731_01.pdf</p>
R2.6.26 【措置命令】	消費者庁	有限会社 ファミリア薬品	<p>有限会社ファミリア薬品は、「朱の実」と称する石けん（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 平成30年8月28日、平成31年1月16日及び令和元年7月1日に、自社ウェブサイトにおいて、「年齢のせいにしていた、そのシミ… 老斑^{ろうはん}が消えた！？」、「そして…今すでに出来ているシミを薄くする。」等と表示することにより</p> <p>② 例えば、平成29年6月24日に配布された「いただきます！」と称する情報紙に掲載した広告において、顔にシミのある人物の画像と共に、「目尻や頬のおばあちゃんシミが消えた…！？」、「エッ？洗顔で老斑やシミが薄くなる？」及び「濃く、落ちにくい60代以上のシミ（老斑）に劇的実感力！」等と表示するなど</p> <p>あたかも、本件商品を使用することで、シミを消す又は薄くすることができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representaition_200626_1.pdf</p>
R2.6.24	消費者庁	株式会社	株式会社サンドラッグは、同社が運営する117店舗において供給する医薬品、食品等13商品

【措置命令】		サンドラッグ	<p>(以下これらを併せて「本件商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、例えば</p> <p>① 本件商品のうち、「アース渦巻香ジャンボ50巻缶入」と称する商品について、例えば、令和元年7月30日に配布された日刊新聞紙に折り込んだ藤原店に係るチラシにおいて、「アース渦巻香 ジャンボ <u>大型50巻</u>」、「★1190円の品」、「498円 (税込) 537円」及び「★印はメーカー希望小売価格(税抜)の略です。」と表示するなど、実際の販売価格に当該価格を上回る「★」との記号を付した「メーカー希望小売価格」と称する価額を併記することにより、あたかも、当該商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、実際の販売価格が当該メーカー希望小売価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>② 本件商品のうち、「ピザガーデン マルゲリータ」と称する商品又は「ピザガーデン ベーコンピザ」と称する商品について、例えば、令和元年12月23日に配布された日刊新聞紙に折り込んだ伊勢崎境店に係るチラシにおいて、「伊藤ハム ピザガーデン ・マルゲリータ ・ベーコンピザ <u>1枚</u> 各種」、「★298円の品」、「198円 (税込) 213円」、「メーカー希望小売価格より33%OFF」及び「★印はメーカー希望小売価格(税抜)の略です。」と表示するなど、実際の販売価格に当該価格を上回る「★」との記号を付した「メーカー希望小売価格」と称する価額及びメーカー希望小売価格からの割引率を併記することにより、あたかも、当該商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、当該メーカー希望小売価格から表示された率を割り引いて当該商品を販売するかのように表示していた。</p> <p>③ 本件商品のうち、「アースレッド」と称する商品について、例えば、令和元年7月30日に配布された日刊新聞紙に折り込んだ藤原店に係るチラシにおいて、「アースレッド シリーズ 各種」及び「<u>メーカー希望小売価格より</u> 45%OFF」と表示するなど、あたかも、当該商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、当該メーカー希望小売価格から表示された率を割り引いて当該商品を販売するかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品についてメーカー希望小売価格は設定されていなかった。</p>
--------	--	--------	---

			https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_200623_01.pdf
R2.6.24 【課徴金納付命令】	消費者庁	フィリップ・モリス・ジャパン合同会社	<p>フィリップ・モリス・ジャパン合同会社は、</p> <p>① 「iQOSキット（バージョン2.4）」と称する商品（以下「本件商品①」という。）を一般消費者に供給するに当たり、平成28年1月1日から平成29年6月20日までの間、例えば、平成28年1月1日から同年5月31日までの間に東京都等に所在するコンビニエンスストアに設置したフライヤーにおいて、「アプリ・Webで会員登録すれば4,600円OFF」、「iQOSキット メーカー希望小売価格 9,980円（税込）▼5,380円（税込）」、「会員登録キャンペーン期間：2016/5/31まで」等と表示するなど、あたかも、表示された期間内又は期限までに、本件商品①の購入に伴い会員登録を行った場合又は「nanacoカード」と称する会員制電子マネーを使用して本件商品①を購入した場合に限り、表示された値引きが適用される又は「nanacoポイント」と称するポイント（以下「nanacoポイント」という。）が付与されるかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成28年1月1日から平成29年6月20日までのほとんど全ての期間において、本件商品①について表示された値引きが適用される又はnanacoポイントが付与されるものであった。</p> <p>② 「IQOSキット（バージョン2.4 Plus）」と称する商品（以下「本件商品②」という。）を一般消費者に供給するに当たり、平成29年6月6日から平成30年3月21日までの間、例えば、平成29年6月6日から同年9月20日までの間に東京都等に所在するコンビニエンスストアに設置したIQOSコーナーにおいて、「お一人様各一台限り」、「専用クーポンの発券で、IQOSキットが 3,000円OFF 専用クーポンの発券にはWebでの会員登録が必要です。」、「IQOS2.4 Plusキット（ホワイト/ネイビー） メーカー希望小売価格 40,980円（税込）▼7,980円（税込）」、「クーポン発券期間：発売開始日～2017/9/20まで」及び「クーポン引き換え期間：2017/9/30まで」と表示するなど、あたかも、</p>

			<p>表示された期間内又は期限までに、会員登録を行った上で専用クーポンを使用して本件商品②を購入した場合又は本件商品②を購入後に会員登録を行った場合に限り、表示された値引きが適用されるかのように表示していた。</p> <p>実際には、平成29年6月6日から平成30年3月21日までの期間において、本件商品②について表示された値引きが適用されるものであった。</p> <p>課徴金額：5億5274万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_200624_02.pdf</p>
R2.6.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	D.R. C医薬株式会社	<p>D.R. C医薬株式会社は、光触媒を使用したマスク3商品（以下「本件3商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、平成30年1月1日から令和元年7月4日までの間、それぞれの容器包装において、例えば、「花粉を水に変えるマスク +4 くもり止めつきマスク（ふう）」と称するマスクについて、「+4 花粉対策 分解力 レギュラー」、「花粉※を水に変えるマスク」及び「※花粉の中のタンパク質を分解」、「医師の新しい発想で生まれたハイドロ銀チタン®（Hyd[AgTiO₂）テクノロジーは、花粉／ハウスダスト／カビ等のタンパク質や、汗※／ニオイ※／不衛生タンパク質を分解して水に変える、D.R. C医薬独自のクリーン技術です。」及び「※汗・ニオイのタンパク質を分解」等と表示するなど、あたかも、本件3商品の各商品を装着すれば、本件3商品の各商品に含まれるハイドロ銀チタンの効果によって、本件3商品の各商品に付着した花粉、ハウスダスト及びカビのそれぞれに由来するアレルギーの原因となる物質並びに悪臭の原因となる物質を化学的に分解して水に変えることにより、これらの物質が体内に吸入されることを防ぐ効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該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ところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：857万円</p>

			https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms212_200619_01.pdf
R2.6.12 【課徴金納付命令】	消費者庁	有限会社 鹿北製油	<p>有限会社鹿北製油は、</p> <p>① ごま製品及び食用油の9商品（以下「本件9商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「国産 釜いりごま白 30g」と称する商品について、平成27年11月から平成30年10月26日までの間、容器包装において、「鹿児島県産」等と記載するなど、あたかも、本件9商品の各商品の原料は、国産のものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、外国産のものが含まれていた。</p> <p>② 本件9商品のうち、「菜の花畑なたね油 650g」と称する商品及び「菜の花畑なたね油 1650g」と称する商品（以下「本件2商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、少なくとも平成30年6月から平成30年12月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「添加物や化学薬品等（苛性ソーダ・蓚酸など）は使用していません。」と記載するなど、あたかも、本件2商品の各商品は、添加物や化学薬品等を使用していないかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、リン酸、水酸化ナトリウム（別名カセイソーダ）、クエン酸及び白土が使用されたものであった。</p> <p>課徴金額：793万円</p> <p>https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms212_200612_1.pdf</p>
R2.6.11 【措置命令】	埼玉県	株式会社 夢グループ	<p>株式会社夢グループは、「やわらか立体マスク30枚セット」と称する商品及び「立体マスク30枚セット」と称する商品（以下これらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり</p> <p>① 新聞掲載チラシ、新聞折込チラシ及びハガキにおいて、「立体マスク30枚セット3,600円（税抜）」等と表示することにより、あたかも、本件商品の1セット当たりの販売価格が3,600円であるかのように表示していた。</p>

		<p>実際には、販売価格のほかに、手数料及び送料が必要となるものであった。</p> <p>② 本件2商品のうち「立体マスク30枚セット」と称する商品について、新聞掲載チラシ及び新聞折込チラシにおいて、「本日の広告の有効期限5日間」等と表示していた。</p> <p>実際には、販売期間が限定されているものではなかった。</p> <p>http://www.pref.saitama.lg.jp/a0001/news/page/2020/0611-06.html</p>
--	--	---