

24,000件のインターネット広告を監視！

329事業者に対し、改善指導を行いました！

－令和元年度インターネット広告表示監視事業 実施報告－

インターネット通信販売に関する都内の消費生活相談は、全件数の約2割を占めています。自宅で過ごす時間が増えている中、インターネットなどの通信販売トラブルに関する相談は増加傾向にあります。

東京都は、インターネット上の広告に誇大・不当な表示がないか監視を行っています。この度、令和元年度の実施結果がまとまりましたのでお知らせします。

1 令和元年度の監視結果

(1) インターネット広告監視数

24,000件

(2) 景品表示法に基づく指導

改善指導：329事業者（331件の広告）



2 令和元年度の特徴と表示例（詳細は別紙を参照）

◆健康食品と化粧品の広告に誇大な効果等をうたう表示が多く見受けられました。

【健康食品】・・・161件の広告を改善指導

例) 「ストレス解消」などと表示するとともに、「すぐ効果を実感しました」などの体験談を掲載し、商品（サプリメント等）を摂取するだけでストレス解消効果が得られるかのような表示

例) 「人気 No.1」「満足度第1位」などと、比較・調査方法が明確ではないにもかかわらず、競争事業者のものよりも高い満足度等が得られるかのような表示

【化粧品】・・・94件の広告を改善指導

例) 「マイナス●歳は若見せできる」などととともに、表示した年齢よりも若く見える女性の画像を掲載し、美容液等の商品を使用するだけで若返り効果が得られるかのような表示

◆通常価格の実態がないおそれのある二重価格表示が見受けられました。

例) 「通常価格2万円→特別価格」「コース通常価格1万円→50%オフ」

詳しくはこちらをご覧ください。

東京暮らしWEB

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



【問合せ先】

生活文化局消費生活部取引指導課

電話 03-5388-3066

3 令和元年度 指導内容別 広告件数

指導内容	広告件数	主な商品・サービス等
優良誤認（※1）のおそれ	307件	健康食品、化粧品、雑貨等
有利誤認（※2）のおそれ	61件	エステ、健康食品、化粧品等
過大な景品類の提供（※3）のおそれ	3件	総付景品

（注）複数の内容に違反する広告があるため、指導件数の合計とは一致しない。

- （※1）**優良誤認** 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
- （※2）**有利誤認** 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
- （※3）**過大な景品類の提供（総付景品の限度額制限）**

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。

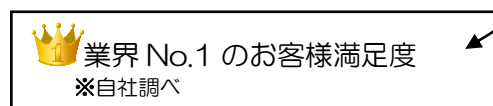
4 業界団体等への要望等

この結果を受け、本日、関連の業界団体及びインターネット関係事業者（19団体）に対して、表示の根拠となる客観的な事実を確認した上で広告・表示を行うことや、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よう要望を行うとともに、消費者庁に対して情報提供を行いました。

～消費者の皆様へ！～

● 「No.1 表示」は客観的調査に基づいているか確認しましょう！

健康食品（サプリメント）の広告例



この広告にある「自社調べ」だけでは、どのような人何人に満足度調査を実施したのかわかりません。調査対象の範囲・サンプル数・調査機関など、No.1表示の内容と根拠となる調査が対応しているか確認しましょう。

● 健康食品は、あくまでも食品です！

たとえ健康に良いとされる効果が表示されている場合であっても、薬のように、病気や体の不調を治療するものではありません。

● 「～するだけで痩せる」などの表示には、注意が必要です！

容易に効果が得られるような表示については、内容をうのみにせず、慎重に検討しましょう。食事制限も運動もせず、楽しく痩せることはあり得ません。

★新型コロナウイルス感染症に便乗した商品やサービス等に関する

悪質な宣伝・広告にご注意ください。

悪質な宣伝・広告を見つけたら、東京都の悪質事業者通報サイトに情報提供を！

悪質事業者通報サイト

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/tsuho/>



表示・景品例と問題点

商品・サービス	表示例	問題点
健康食品	<ul style="list-style-type: none"> ・「体の免疫細胞を活性化」 ・「病気や症状を予防・改善できる ●●成分」 ・「血液サラサラ」「冷え性予防」 ・「ストレス解消」などと表示するとともに、「すぐ効果を実感しました」などの体験談 	<p>この健康食品を摂取することで、病気や症状を予防・改善したり、免疫力向上効果が得られるかのように表示していた。</p> <p>実際には、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
化粧品	<ul style="list-style-type: none"> ・「マイナス●歳は若見せできる」などと表示するとともに、表示した年齢よりも若く見える女性の画像を掲載 ・「脂肪細胞を分解促進しサイズダウン」 	<p>この化粧品を使用することで、若返りや痩身等の美容効果が得られるかのように表示していた。</p> <p>実際には、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
美容雑貨	<ul style="list-style-type: none"> ・「しわを消す」「たるみを改善」などと表示するとともに、商品使用前後の比較するような顔写真を掲載 	<p>商品を使用するだけで、若返り等の美容効果が得られるかのように表示していた。</p> <p>実際には、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
健康食品 化粧品	<ul style="list-style-type: none"> ・「満足度第1位」 ・「●●が選ぶ美容液 第1位」 ・「人気No.1」 ・「信頼度No.1」「勧めたいNo.1」 	<p>競争事業者のものよりも高い満足度等が得られるかのように表示していた。</p> <p>主張する内容が客観的に実証されていないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
エステ	<ul style="list-style-type: none"> ・「コース通常価格1万円⇒50%オフ5千円」 ・「限定プラン 通常価格1万円→40%オフ 6千円」 ・「通常価格2万円→特別価格」 	<p>通常価格から値引きし、お得であると思わせる表示をしていた。</p> <p>実際には、通常価格の実態がなく、不当な二重価格を記載しているおそれ (有利誤認のおそれ)</p>
健康食品、 化粧品、 エステ、 各種教室等	<ul style="list-style-type: none"> ・「夏割キャンペーン」 ・「入会金が今だけ0円でOK」 ・「先着●名様に限り 80%OFF」 	<p>期間や人数限定の特別価格であり、今申し込めばお得であると思わせる表示をしていた。</p> <p>実際には、期間や人数の明示がなかったり、キャンペーン期限が延長されるなど継続して実施されていた。 (有利誤認のおそれ)</p>
商品販売の際 に提供される 過大な景品類	<p>雑貨を販売の際に、 「初回プレゼント●●付」</p>	<p>購入者にもれなく提供される特典の景品は、総付景品の限度額（対象商品販売価格の20%）を超えていた。 (総付景品の限度額超過)</p>