

No	事件名	事件概要	違反法条
30	三光ホーム株式会社に対する件 (24.10.30)	<p>三光ホーム株式会社は、住宅用太陽光発電システムを供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成23年4月29日に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「東南西3方面に合計4.8kW設置したF様の例」、「太陽光発電でこんなに違う!!合わせてなんと月々25,631円の得!!」等と記載</p> <p>② 平成24年2月1日から同年3月31日までの間に戸別住宅への投函等により配布したチラシ及び平成24年1月下旬から同年7月2日までの間の自社ウェブサイトにおいて、「東南西3方面に合計4.87kW設置したF様の例」、「太陽光発電でこんなに違う!!合わせてなんと!月々27,222円の得!」等と記載並びに「今なら太陽光発電システムを設置した場合 ■試算シュミレーション 月々お得分 27,222円×36ヶ月=約98万円」、「※約36ヶ月で初期投資分の約98万円になります。」等と記載</p> <p>①について、実際には、4.8キロワット型の当該発電システムを設置することにより安定的に毎月得ることができる利益は25,631円を大きく下回るものであった。</p> <p>②について、実際には、4.87キロワット型の当該発電システムを設置することにより安定的に毎月得ることができる利益は27,222円を大きく下回るものであった。また、初期投資費用である約98万円を回収するには、約120か月という期間を要するものであって、36か月という回収期間を大きく上回るものであった。</p>	第4条 第1項 第2号
31	イー・アクセス株式会社に対する件 (24.11.16)	<p>イー・アクセス株式会社は、「EMOBILE LTE」と称するモバイルデータ通信サービスを提供するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成24年3月15日付けの日本経済新聞に掲載した広告において、「速っ!通信速度 下り最大75Mbps※1 上りも速っ! 上り最大25Mbps※1」、「広っ!EMOBILE LTEエリア 東名阪主要都市※4 人口カバー率※5 99%(2012年6月予定)」と表示</p> <p>② 例えば、「週刊文春」平成24年3月15日号に掲載した広告において、「速っ!通信速度最大75Mbps※1」、「[EMOBILE LTEエリア] 東名阪主要都市※2 人口カバー率※3 99%(2012年6月予定)」と表示</p> <p>③ 車両内に掲示した広告において、「速っ!通信速度最大75Mbps※1」、「[EMOBILE LTEエリア] 東名阪主要都市※2 人口カバー率※3 99%(2012年6月予定)」等と表示</p> <p>実際には、平成24年6月末日までに、当該役務の提供に係る基地局のうち下り最大の通信速度が75Mbpsとなる基地局を、東名阪主要都市における人口カバー率が99パーセントになるように開設する計画はなく、平成24年6</p>	第4条 第1項 第1号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
		<p>月末日時点で東名阪主要都市において75Mbps対応基地局が開設されていた地域は、東京都港区台場及びその周辺地域のみであった。また、当該役務を利用するための「Pocket WiFi LTE (GL01P)」と称するデータ通信端末、又は「Pocket WiFi LTE (GL02P)」と称するデータ通信端末を使用する場合に、一般消費者が享受できる下りの通信速度は、最大でも30Mbps程度となるものであった。</p>	
32	<p>シャープ株式会社に対する件 (24.11.28)</p>	<p>シャープ株式会社は、「プラズマクラスター」と称するイオンを放出する機器を搭載した電気掃除機を供給するに当たり、カタログ及び自社ウェブサイトにおいて、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 例えば、平成23年6月から同年9月までの間、「掃除機 総合カタログ 2011-6」と題するカタログに掲載した「EC-VX220」の型式の電気掃除機について、「プラズマクラスターだからできることがあります。掃除機の中も、お部屋の中も、清潔・快適。」「お部屋の空気にプラズマクラスター。」「掃除機内部で浄化したクリーン排気にのせて高濃度7000『プラズマクラスター』を室内に放出。床と一緒に部屋の空気まできれいにします。」「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質のタンパク質を分解・除去」及び「約15分で91%作用を低減します。(1㎡ボックス内での実験結果)」と表示</p> <p>② 例えば、平成24年1月から同年4月頃までの間、「掃除機 総合カタログ 2012-1」と題するカタログに掲載した「EC-WX300」の型式の電気掃除機について、室内と当該掃除機の排気口付近から「プラズマクラスター」と称するイオンを放出している図を掲載した上、「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質を分解・除去」及び「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質のタンパク質を切断して、作用を91%低減。」と表示</p> <p>③ 平成22年10月頃から平成23年10月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「EC-AX120」の型式の電気掃除機について、室内と当該掃除機の排気口付近からイオンを放出している図を掲載した上、「ダニのふん・死がいなどの浮遊アレル物質のタンパク質を分解・除去」及び「約15分で91%作用を低減します。(1㎡ボックス内での実験結果)」と表示</p> <p>④ 平成23年10月頃から平成24年4月頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「EC-WX300」の型式の電気掃除機について、「プラズマクラスター室内放出 床と一緒に空気まできれいにします。」及び「ダニのふん・死がいの浮遊アレル物質のタンパク質を切断して、作用を91%低減」と表示</p> <p>実際には、当該電気掃除機は、その排気口付近から放出される「プラズマクラスター」と称するイオンによって当該電</p>	<p>第4条 第1項 第1号</p>

No	事件名	事件概要	違反法条
		<p>気掃除機を使用した室内の空气中に浮遊するダニ由来のアレルギーの原因となる物質を、アレルギーの原因とならない物質に分解又は除去する性能を有するものではなかった。</p>	
33	<p>VanaH株式会社に対する件 (24.12.20)</p>	<p>VanaH株式会社は、「VanaH」と称するペットボトル入り飲料水を供給するに当たり、平成23年10月31日に「VanaHフランチャイズシステム」と称する会の「エージェント」と称する会員に送付したファックス文書等において、「スイスのジュネーブにある国連本部にて、10月26日(水)にVanaH株式会社が世界で初めての『国連認定証』を取得致しました!」、「国連から富士山の天然水素を豊富に含んだ高品質な水を所有している、VanaH株式会社へ、飲料として世界で初めて、国連のロゴマークを商品ラベルにオンリーワン(世界でVanaH株式会社のみ)の証として使用許可を頂きました。」等と記載することにより、あたかも、本件商品の品質について、国際連合が高く評価し、かつ、そのため、国際連合が国際連合認定ロゴマークの使用をVanaH株式会社に許可したかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、国際連合が、本件商品の品質について高く評価した事実はなく、国際連合がVanaH株式会社に対し、国際連合認定ロゴマークの使用許可を行った事実もなかった。</p>	<p>第4条 第1項 第1号</p>
34	<p>株式会社一蔵に対する件 (25.2.8)</p>	<p>株式会社一蔵は、振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品(以下「セット商品」という。)のレンタルを行うに当たり、例えば、平成24年9月中旬に配布した「Ondine」と称するカタログにおいて、「レンタルふりそで全部に付いてくる、30点のパーフェクトセット!」、「30点レンタルパーフェクトセット内容はこちら!!」として、レンタルによるセット商品の内容を記載し、「OE-1031」の型番の対象役務について、「30点レンタルセット価格 ¥158,000 [税込]」及び「※写真のコーディネートは、オプション小物(別途料金)を使用しております。」と記載するとともに、セット商品を着用したモデルの写真を掲載するなど、カタログに掲載された合計88点のセット商品について、あたかも、「30点レンタルセット価格」等として記載された金額を支払うことによって写真どおりのコーディネートに係るセット商品がレンタルできるかのように表示していた。</p> <p>実際には、例えば、「OE-1031」の型番の対象役務について、写真どおりのコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「30点レンタルセット価格」として記載された金額のほか、袋帯、半衿、帯締め、帯揚げ、重ね衿、草履及びバッグをグレードアップするために必要な合計107,640円の費用が必要となるなど、カタログに掲載された合計88点のセット商品について、写真どおりのコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「30点レンタルセット価格」等として記載された金額のほ</p>	<p>第4条 第1項 第2号</p>

No	事件名	事件概要	違反法条
		か、相当程度の費用が必要となるものであった。	
35	有限会社きもの専門店まるやまに対する件 (25. 2. 8)	<p>有限会社きもの専門店まるやまは、振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品（以下「セット商品」という。）のレンタルを行うに当たり、平成24年3月下旬に配布した「MK Style Vol. 2」と称するカタログに掲載された合計39点のセット商品において、「レンタル振袖6点セット」、「レンタル振袖フルセット」として、レンタルによるセット商品の内容を記載し、例えば、「MK-2607」の型番の対象役務について、「レンタルセット価格 148,000円（税込）」及び「※写真のコーディネートは参考の一例につき、セットの内容と異なる場合がございます。」と記載するとともに、セット商品を着用したモデルの写真を掲載することにより、あたかも、「レンタルセット価格」として記載された金額を支払うことによって写真と同等のコーディネートに係るセット商品がレンタルできるかのように表示していた。</p> <p>実際には、例えば、「MK-2607」の型番の対象役務について、写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、次のア及びイの理由から、「レンタルセット価格」として記載された金額のほか、合計96,600円の費用が必要となるなど、カタログに掲載された合計39点のセット商品において、写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「レンタルセット価格」として記載された金額のほか、相当程度の費用が必要となるものであった。</p> <p>ア 「レンタルセット価格」として記載された金額は、「レンタル振袖6点セット」のものであったこと。</p> <p>イ 写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「レンタル振袖フルセット」に含まれているが「レンタル振袖6点セット」に含まれていない草履、バッグ、ショール等に係る費用と、半衿、帯締め、帯揚げ及び重ね衿をグレードアップするために必要な費用を支払う必要があったこと。</p> <p>なお、有限会社きもの専門店まるやま及び株式会社特選呉服京彩の関係については、いずれも丸山実が代表取締役を務め、「まるやま・京彩グループ」として企画したセット商品のレンタルをそれぞれの店舗で行っている。</p>	第4条 第1項 第2号
36	株式会社特選呉服京彩に対する件 (25. 2. 8)	<p>株式会社特選呉服京彩は、振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品（以下「セット商品」という。）のレンタルを行うに当たり、平成24年3月下旬に配布した「MK Style Vol. 2」と称するカタログに掲載された合計39点のセット商品において、「レンタル振袖6点セット」、「レンタル振袖フルセット」として、レンタルによるセット</p>	第4条 第1項 第2号

No	事件名	事 件 概 要	違反法条
		<p>商品の内容を記載し、例えば、「MK-2607」の型番の対象役務について、「レンタルセット価格 148,000円（税込）」及び「※写真のコーディネートは参考の一例につき、セットの内容と異なる場合がございます。」と記載するとともに、セット商品を着用したモデルの写真を掲載することにより、あたかも、「レンタルセット価格」として記載された金額を支払うことによって写真と同等のコーディネートに係るセット商品がレンタルできるかのように表示していた。</p> <p>実際には、例えば、「MK-2607」の型番の対象役務について、写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、次のア及びイの理由から、「レンタルセット価格」として記載された金額のほか、合計96,600円の費用が必要となるなど、カタログに掲載された合計39点のセット商品において、写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「レンタルセット価格」として記載された金額のほか、相当程度の費用が必要となるものであった。</p> <p>ア 「レンタルセット価格」として記載された金額は、「レンタル振袖6点セット」のものであったこと。</p> <p>イ 写真と同等のコーディネートに係るセット商品をレンタルするためには、「レンタル振袖フルセット」に含まれているが「レンタル振袖6点セット」に含まれていない草履、バッグ、ショール等に係る費用と、半衿、帯締め、帯揚げ及び重ね衿をグレードアップするために必要な費用を支払う必要があったこと。</p> <p>なお、有限会社きもの専門店まるやま及び株式会社特選呉服京彩の関係については、いずれも丸山実が代表取締役を務め、「まるやま・京彩グループ」として企画したセット商品のレンタルをそれぞれの店舗で行っている。</p>	
37	株式会社ハヤシに対する件 (25.3.4)	<p>株式会社ハヤシは、中古自動車を販売するに当たり、平成24年6月30日等に配布した新聞折り込みチラシにおいて、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 2台について、表示された走行距離数であるかのように示す表示</p> <p>② 9台について、記載した販売期間中に、当該中古自動車を販売することができるかのように表示</p> <p>①について、実際には、走行距離数が示す数値よりも走行距離数を過少に表示しているものであった。</p> <p>②について、実際には、記載した販売期間よりも前に売買契約が成立しており、取引の対象となりえないものであった。</p>	第4条 第1項 第1号 及び 第4条 第1項 第3号 (おとり 広告)

2 平成24年度の指導

(1) 表示事件

ア 第4条第1項第1号（優良誤認）

品質、規格その他の内容について、著しく優良であると誤認されるおそれのある表示

事 件 概 要
<p>Aは、惣菜（おにぎり）を販売するに当たり、経営する店舗において、惣菜の貼付シールに「紅鮭」等と表示していたが、実際には、秋鮭であった。</p>
<p>Bは、惣菜を販売するに当たり、新聞折り込みチラシ等において、本件惣菜にどのような食材を使用しているか具体的に記載せずに、「20品目以上（毎日）」又は「30品目以上（毎日）」及び「半日分の野菜がとれる30品目お惣菜」とそれぞれ記載することにより、あたかも、本件惣菜が、それぞれ記載された品目数以上の食材を使用して調理されたものであるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該品目数は、惣菜を調理するために必要な調味料、粉類、乳製品及び油類も加えて算出したものであった。</p>
<p>Cは、サプリメントを販売するに当たり、通信販売サイトにおいて、「酵素を効率よく補給すると代謝酵素量が増え、日常生活を変えずにダイエットが可能です。」「まだ、1食を酵素ドリンクに置き換えてしんどいダイエットをしますか？」「1日2～3粒のカプセルを飲むだけ 飲んだ翌日から充実の日常が始まります」等と記載することにより、あたかも、本件商品を1日2粒から3粒飲むことにより、日常生活を変えなくても、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果がもたらされるものであるとまでは認められないものであった。</p>
<p>Dは、清涼飲料水を販売するに当たり、商品パッケージ及び自社ウェブサイトにて『〇〇茶の茶葉について』〇〇茶の“茶葉”には、△△△（※特定の野菜）に比べて約25倍*の食物繊維などが豊富に含まれています。（*100g当り、当社調べ）等と記載することにより、あたかも、本件商品には、食物繊維が含まれているかのように示す表示をしていたが、実際には、本件商品は、食物繊維を含むものではなかった。</p>
<p>Eは、そばを提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「十割そばを、ぜひご賞味ください。」「十割そばは、そば粉と軟水のみで作ります。」等と記載することにより、あたかも、全ての店舗でそば粉と軟水のみで製造されたそばを提供しているかのように示す表示をしていたが、実際には、一部の店舗において、つなぎとして小麦粉を使用したそばを提供しているものであった。</p>
<p>Fは、通信販売の方法等により販売する化粧品等について、自社ウェブサイト、新聞折り込みチラシにおいて、例えば、「わずか28日間で、皮膚深部（※）からシミ原因を抑え込みます。※角質層の奥まで」、「シミの元、メラニンを抑制する力！あのプラセンタの3倍！・・・」、「『****』は、『年齢肌対策の決定打！』といわれるアルジレリンをたっぷり配合。著名人の間や欧米でも人気で、長らく注目を浴びている美容成分です。」等と記載し、美白効果がある旨を表示していたが、実際には、卸売事業者から受領した含有成分の試験結果に基づく資料及び第三者が開設するウェブサイトや雑誌に掲載されている含有成分の一般的な効果性能に係る情報に基づいて表示されたものであり、本件商品そのものの効果性能の試験が行われていないものであった。</p> <p>また、これら商品について記載された体験談は、テレビ番組、イベントなどへの</p>

<p>モデル等のキャスティングを行う事業者に委託して掲載したものであり、ユーザーの体験談に基づくものではなかった。</p>
<p>Gは、照明器具を販売業者を通じて販売するに当たり、カタログ、自社ウェブサイト及びリーフレットにおいて、「空気中に浮遊している塵、花粉、バクテリア、カビの孢子等をイオンが包み込みマイナス帯電させ、床（＋）に短時間で落下させます。」等と本件照明器具から放出されるマイナスイオンによる室内空間の空気清浄効果を表示していたが、実際には、当該表示が示すような室内空間の空気清浄効果があるものとまでは認められないものであった。</p>
<p>Hは、放射線測定器を販売するに当たり、ウェブ上の仮想店舗において、例えば、「野菜の放射線濃度を計測」、「空気の放射線濃度を計測」、「水源の放射線濃度を計測」等と記載することにより、あたかも、物体の表面汚染や空間の放射線量を測定できるかのように示す表示をしていたが、実際には、個人線量計であり、物体の表面汚染や空間の放射線量の測定には適しないものであった。</p>
<p>Iは、電動ベッドを販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「サイドガードを取り付けた時にできる隙間はJIS規格のサイズに合わせた安全設計です。」と記載することにより、あたかも、サイドガードを取り付けた時にできる隙間が日本工業規格に準じているかのように示す表示をしていたが、実際には、日本工業規格に準じていないものであった。</p>
<p>Jは、スーツケースのSサイズを販売するに当たり、例えば、「S... 約縦55cm×横35cm×奥行き23cm」、「※Sサイズのみ国内線（100席以上）機内持込可」と記載することにより、あたかも、国内線における100席以上の座席を有する航空機内に持ち込みが可能であるかのように示す表示をしていたが、実際には、国内における主要な航空会社2社が定める機内持込可能手荷物サイズを超えるものであって、当該航空会社の国内線における100席以上の座席を有する航空機への機内持ち込みはできないものであった。</p>
<p>Kは、衣料品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、例えば、紳士用UネックTシャツについて、ブランド説明として「***は、ベルギー製の高級肌着を扱うブランドです。多くのメゾンブランドが使っている工場で製造をしているブランドです。1908年の設立以来、高品質な肌着を生産し続け、1970年代頃よりベルギー国内だけではなくイギリスやイタリアのブランドの生産も請けています。」等と表示していたが、実際には、***と称するブランドは、日本に所在する事業者が設立し、企画立案しているブランドで、同ブランドの製品は、日本国内でのみ販売されているものであった。</p>
<p>Lは、靴下を販売するに当たり、自社の通販カタログにおいて、「絹冬用靴下」と表示していたが、実際には、シルク100%の靴下ではなく、混用素材（内側がシルク75.8%、その他24.2%、外側がアクリル76.8%、ポリエステル21.3%、ポリウレタン1.9%）を使用したものであった。</p>
<p>Mは、コンタクトレンズケア用品を販売するに当たり、商品パッケージ及び自社ウェブサイトにおいて、「No. 1 SHARE BRAND User Recommended」と表示していたが、当該表示は、根拠となるデータの出典やデータの調査時点が明記されておらず、また、平成19年以降、「No. 1」であることの具体的根拠が十分とはいえないものであった。</p>
<p>Nは、「〇〇」と称する検査装置を用いた内部被ばく検査の取次業務を提供するに当たり、配布したチラシにおいて、例えば「〇〇生活環境に起因する健康度チェック（体内被曝度チェック）」、「今回福島第一原発の事故に際し、『体内被ばく及び体機能チェック』をメニューとして作成致しました。」など表示していたが、実際</p>

<p>には、当該検査は、一般的に行われている放射性物質の種類や量を計測し、預託実効線量を推計して内部被ばくを評価する内部被ばく検査ではなかった。</p>
<p>○は、電子書籍専用の電子書籍リーダーを一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト等において、それぞれ、「○○ブックストアでは、日本語で約3万冊、日本語以外の言語も含めると240万以上のタイトルの電子ブックがラインナップ」と表示していたが、実際には、少なくとも発売日において日本語で閲覧可能な電子書籍の数は19,164点であり、3万点を大きく下回るものであった。</p>
<p>Pは、○○（※特定のスマートフォン）用液晶保護フィルムを販売するに当たり、自社ウェブサイト及び商品パッケージにおいて、「強度は約15倍!」、「穿刺力テストしたところ、○○フィルムが耐久性のある他社フィルムより約2倍、一般フィルムより約15倍の強度があるという結果になりました。（○○社調べ）」等と記載することにより、あたかも、一般的な液晶保護フィルムよりも約15倍の強度があるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの強度を有しているとは認められないものであった。</p>
<p>Qは、セキュリティソフトウェアを提供するに当たり、パッケージ等において、「世界第1位の「軽さ」、「○○○.org パフォーマンステスト第1位 2010年12月、2011年11月」等と記載することにより、あたかも、本件ソフトウェアが△△国に所在するセキュリティソフトウェアの検査機関である○○○.orgが行ったパフォーマンステストにおいて第1位と認められたものであるかのように示す表示をしていたが、本件ソフトウェアは、他社が開発・提供を行っているセキュリティソフトウェアについて、ライセンス提供を受け、いわゆるユーザーインターフェイス部分について変更したものであるところ、実際には、当該テストにおいて第1位と認められたのは、平成22年12月においては当該他社のセキュリティソフトウェア、平成23年11月においては当該他社のセキュリティソフトウェアの機能の一部を除いたものであって、本件ソフトウェアそのものが当該テストにおいて第1位と認められたといえるものではなかった。</p>
<p>Rは、外張り断熱外壁材等を用いた住宅の改装工事を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「家から漏れるエネルギー（熱損失）を防ぐ、外張り断熱」、「85%の流出カット（壁と窓の熱損失）」等と記載していたが、実際には、熱損失のカット率は、約65パーセントであった。</p>
<p>Sは、携帯用浄水器を販売するに当たり、運営するウェブ店舗において、「フィルターのろ過能力：（約）○○〇L」等と記載することにより、あたかも、原水の内容に係わらず、フィルターのろ過能力は、約○○〇リットルであるかのように示す表示をしていたが、実際には、泥水など粘土質を多く含む水を処理する場合には、少量の水でろ過することができなくなるものであり、表示しているろ過能力は水道水又はこれに準じた生水のろ過に使用した場合のフィルターのろ過能力を示すものであった。</p>
<p>Tは、集合住宅の賃貸契約の仲介に係る役務を提供するに当たり、店頭で配布したチラシにおいて、仲介物件に浴室乾燥機を備えていることを示す図を記載するとともに、その下に、「浴室乾燥機」と記載していたが、実際には、浴室乾燥機は設置されておらず、通常の換気扇が設置されているのみであった。</p>
<p>Uは、防カビコーティングを提供するに当たり、パンフレット及びウェブサイトにおいて、「防カビコーティングは、カビと真菌を含む397種類の菌に効果があり」等と表示していたが、実際には、表示された効果があるとまでは認められないものであった。</p>
<p>Vは、岩盤浴に係る役務を提供するに当たり、</p>

(1) フリーペーパーにおいて、「秋田・玉川温泉の貴重な『北投石』を使用した天然石岩盤浴」、「大多数の方が、手術や抗ガン剤などせずに、症状が改善しています。」等と表示していたが、実際には、使用する石は、秋田・玉川温泉の「北投石」と称する天然石ではなく、「北投石セラミックス」と称する人工石であった。

(2) 地域情報ポータルサイトにおいて、「脳溢血・くも膜下出血などの身体に麻痺のある方も多数来店されています。皆様2～4年で回復をされていらっしゃいます。」、「現在、来店されたがんの方の死亡率ゼロという記録を生んでおります。」等と表示していたが、実際には、本件役務には、前記(1)のとおり、「北投石」が使用されておらず、また、「北投石」による表示上の効果は、医学的・学術的に認められているものではなかった。

Wは、飲料水の宅配サービス及びウォーターサーバーのレンタルサービスを提供するに当たり、自社のウェブサイト等において、「ウォーターサーバーを選べるのは*****だけ!」等と記載していたが、実際には、同業他社が提供する同様のサービスでもウォーターサーバーの種類を選択できるものであった。

Xは、「小顔矯正」及び「肩幅矯正」と称する本件役務を提供するに当たり、ウェブサイトにおいて、例えば「1回の施術で顔幅を縮小し確実に効果をだします。長期間キープが可能です」、「1度の施術で、顔の横幅と縦幅を8mm～2cm小さくすることが出来ます。」、「肩幅整体矯正で、肩の幅を狭めます。1cm～最大3cm縮小!」等と記載することにより、あたかも、本件役務を受けることにより、骨格のゆがみが修正され、顔の大きさを長期的に小さく維持できる効果又は肩幅を縮小できる効果が容易に得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果もたらされるとまでは認められないものであった。

Yは、ダイエット商品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「運動 食事制限 サプリ 必要ありません」、「“貼る” たったそれだけで 理想のBODYを手に入れる」、「大食いの巨漢だったのにとっても驚いています!! 食事制限は一切していません。ただこの〇〇を貼っただけです。こんなに簡単にDIETできるなんて、もっと早く知りたかった!」、「貼り続けている限り24時間365日速度が止まらない!? だから短期間で大幅DIETが実現!!」、「だから食べても食べても問題なし!!」、「短期間で激的な結果を実現させます!!」等と記載することにより、あたかも、本件商品を体に貼ることで、運動及び食事制限を行うことなく、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果もたらされるとまでは認められないものであった。

また、Yは、ダイエット食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「酵素を効率よく補給すると代謝酵素量が増え 日常生活を変えずにダイエットが可能」、「まだ、1食を酵素ドリンクに置き換えてしんどいダイエットをしますか?」、「1日2～3粒のカプセルを飲むだけ 飲んだ翌日から充実の日常が始まります」等と記載することにより、あたかも、本件ダイエット食品を1日2粒から3粒飲むことにより、日常生活を変えなくても、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果もたらされるとまでは認められないものであった。

Zは、ダイエット商品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「飲めば飲むほどに脂肪細胞が次々と破壊されますので一度に何杯もの摂取は本当に危険です。」、「特にお腹周りと下半身は面白いように落ちていきます!!」、「約3個使用で39.9kgまで一気に落ちます!!」と表示していたが、実際には、当該

表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。
aは、ウェブサイトにおいて、Aダイエット食品を販売するに当たり、「Diet 乳酸菌2兆5000億個を腸までダイレクトに注入!!」、「いくら食べても……ぜんぜん問題ないのです!」などと、また、Bダイエット食品を販売するに当たり、「驚異のタブレット!!リバウンドを気にしないダイエット法!」、「驚くほどのクビレが!!」などと表示していたが、実際には、いずれについても当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。
bは、通信販売の方法等により、健康食品を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「〇〇△△には若さがいっぱい! 免疫力・自然治癒力UP!」等と表示していたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。

イ 第4条第1項第2号（有利誤認）

事 件 概 要
cは、提供するクレジットカードの利用金額に応じて付与するポイントについて、ウェブサイトに掲載していたカタログにおいて電子マネーに交換するに当たり、「交換レート1ポイントあたり 電子マネー5円分」と表示していたが、実際には、電子マネー3円分であった。
dは、婚礼プロデュースサービスを提供するに当たり、「〇〇パック」と称する定額サービスを利用することが前提であるところ、自社ウェブサイト及びパンフレットにおいて、「挙式スタイルは主要な3タイプから選べます」等と記載することにより、あたかも、〇〇パックにおいて挙式スタイルを自由に選択することができるように表示していたが、実際には、〇〇パックにおいて行うことができるのは挙式スタイルのうち人前式のみであって、教会式及び神前式を行う際には、追加費用が発生するものであった。
eは、宿泊プランについて、自社ウェブサイトの宿泊プランを案内するトップページにおいて、例えば、スタンダードシングルでは、「料金 ※料金は日別に変動いたします。」と記載した上で、「シングル 1名様部屋のみ 10,900円～」と記載していたが、実際には、シングル 1名部屋のみ利用を10,900円で提供される期間は、平成24年4月から同年7月までの間においてわずか5日間に過ぎないものであった。
fは、太陽光発電パネル付き住宅を販売するにあたり、自社ウェブサイト及びパンフレットにおいて、「太陽光発電という技術で電力を作り出してくれます。その電力を生活に必要なエネルギーに使うことで、日々の暮らしの電力は全て太陽光発電でまかなえます。」等の説明及び本件商品を紹介する図を掲載するとともに、太陽光発電による売電収入のシミュレーションの表示をしていたが、実際には、本件住宅には、発電した電力を電力会社が買い取る方式として「全量買取」※1又は「余剰電力買取」※2のいずれの方式も適用が可能であるところ、本件商品を紹介する図や説明文は余剰電力買取を前提とした記載となっているのに対し、発電シミュレーションの表示は全量買取に基づき試算されているものであった。このため、発電シミュレーションの表示では、発電量から自家消費分が差し引かれておらず、余剰電力買取を前提とした場合の売電収入に比べて、より多くの売電収入が得られる試算となっているものであった。
※1 発電した電力の全量を電力会社が買い取る方式 ※2 自家消費分を除く余剰電力を電力会社が買い取る方式

gは、雑誌を販売するに当たり、表紙及び自社ウェブサイトにおいて、「全員もらえる 行列ができる（洋菓子）専門店 ○○○○作りたて工房の△△（特定の洋菓子）無料クーポン」と表示していたが、実際には、洋菓子店において販売される商品を3点以上購入した場合に、クーポン1枚につき、△△1点と交換できるものであり、商品を3点以上購入することなく当該クーポンを使用することはできないものであった。

hは、医薬品等を販売するに当たり、店舗において購入者に発行している商品と交換できるポイントカードにおいて、通常付与するスタンプ数が購入200円ごとに1個である旨表示しているところ、新聞折り込みチラシ等において、例えば「○月○日（○）限り スタンプ○倍セール実施!!」等と記載することにより、あたかも、セール実施日には通常付与するスタンプ数1個の2倍、4倍又は6倍の数のスタンプを付与するかのような表示をしていたが、実際には、通常付与するスタンプは購入200円ごとに2個であって、セール実施日には、その2倍又は3倍の数のスタンプを付与するものであった。

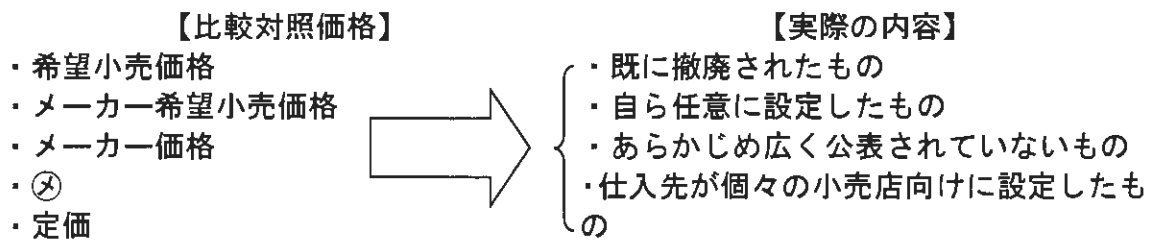
(有利誤認のうち不当な二重価格表示)

二重価格表示は、事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示するものであり、その内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択に資する面がある。しかし、二重価格表示において、販売価格の安さを強調するために用いられた比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、有利誤認に該当するおそれがある。

(7) 希望小売価格を比較対照価格とするもの

事件の概要例
iは、ミシンを販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「メーカー希望小売価格1**、***円 【大特価】6*、***円」と記載し、実際の販売価格を上回る「メーカー希望小売価格」と称する比較対照価格を併記していたが、実際にはメーカー希望小売価格は既に撤廃されているものであった。

事件の概要例のほか、以下のような類型があり、食料品販売業者及び季節人形販売業者等による同様の行為に対して指導を行った。

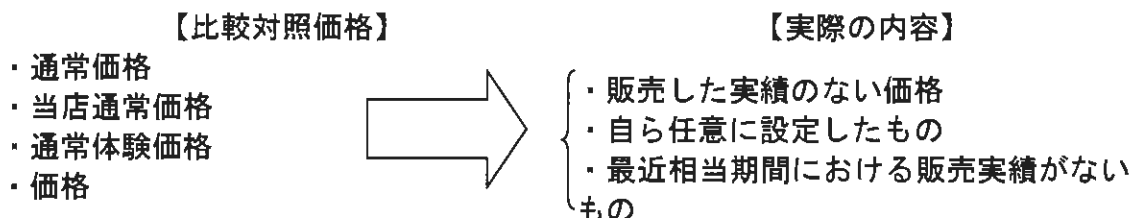


(4) 過去の販売価格を比較対照価格とするもの

事件の概要例
jは、運営する小売店舗において洋菓子を販売するに当たり、店頭POPにおいて、「○○アップルパイ 本日起特価!! 半額 1本 ***円 通常価格1,

***円」と記載していたが、実際には、最近相当期間において「通常価格」と称する価格での販売実績はないものであった。

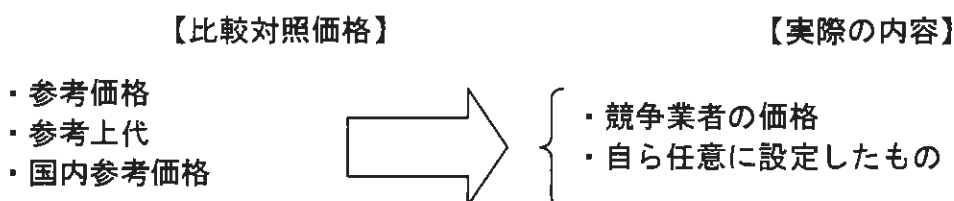
事件の概要例のほか、以下のような類型があり、寝具販売業者、健康食品販売業者、季節人形販売業者、エステサービス業者等による同様の行為に対して指導を行った。



(ウ) 参考価格を比較対照価格とするもの

事件の概要例
<p>kは、布団セットを販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「参考上代2*, ***円(税込)〇〇 Price! 9, ***円(税込 9, ***円)送料込」と併記していたが、実際には、本件布団セットは他社に製造を委託した自主企画商品であって、専ら自ら小売販売している商品について設定した価格であった。</p>
<p>lは、ベビー用品等を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「国内参考価格3*, ***円(税込)」、「〇〇価格1*, ***円(税込)送料込」と記載していたが、実際には、国内参考価格と称する価格は、競争事業者が運営するウェブサイトを参考に、自ら設定した価格であった。</p>

事件の概要例のほか、以下のような類型があり、季節人形販売業者、寝具販売業者及び装飾品販売業者による同様の行為に対して指導した。



ウ 第4条第1項第3号(指定告示)
(原産国)

事件概要
<p>mは、原産国がミャンマー連邦共和国である紳士靴を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「国産+現地買い付けならではの『荒業』ですね。」と表示していたが、この表示は、当該紳士靴の原産国がミャンマー連邦共和国であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。 (原産国告示第2項)</p>
<p>nは、原産国が中華人民共和国である紳士用ズボン販売するに当たり、新聞折り込みチラシ等において、「〇〇 △△ ITALY」、「イタリアブランドの高級チノパン」等と表示していたが、この表示は、当該ズボンの原産国が中華人民共和国</p>

であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。
(原産国告示第2項)

○は、原産国が中華人民共和国である串柿を販売するに当たり、商品パッケージにおいて、「和歌山四郷特産」及び「四郷特産串柿」と記載していたが、この表示は、当該串柿の原産国が中華人民共和国であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。
(原産国告示第2項)

(おとり広告等)

事 件 概 要

pは、「区民葬 市民葬」と称する葬儀サービスを提供するに当たり、新聞折り込みチラシ等において、「区民葬 市民葬 お任せ下さい」等と記載することにより、あたかも、表示された葬儀サービスを提供できるかのように表示していたが、実際には、区民葬・市民葬を行える取扱指定店ではなく、取引に応じることができないものであった。
(おとり広告告示第1号)

qは、「〇〇さんコース体験」又は「大幅減量コース体験」と称する施術を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「100キロ超級ダイエットを▽▽がサポート!! なんと!70kgの減量に成功」、「彼女たちと同じコースを是非、ご体験ください。」等と記載することにより、あたかも、100kg超級の者であっても本件施術を体験できるかのように示す表示をしていたが、実際には、100kg超級の者には提供されていないものであって、本件施術を提供する相手方が限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていないものであった。
(おとり広告告示第3号)

rは、介護付有料老人ホームの利用サービスを提供するに当たり、新聞広告において「〇〇ホーム〇〇」、「夫婦部屋あり」と記載することにより、あたかも、施設において夫婦が同居することができる部屋の利用に係るサービスを提供するかのように示す表示をしていたが、実際には、夫婦が同居することができる部屋の利用に係るサービスは提供していないものであった。
(おとり広告告示第1号)

sは、不動産賃貸物件を仲介するに当たり、ウェブサイトにおいて掲載した不動産賃貸物件について、空室であり契約すれば即入居が可能である旨を表示していたが、実際には、取引の申出に係る不動産賃貸物件は存在するが、取引の対象とはなり得ない不動産賃貸物件であった。
(不動産おとり広告告示第2号)

(有料老人ホーム)

事 件 概 要

tは、介護付有料老人ホームの利用サービスを提供するに当たり、例えば、新聞広告において、「〇〇ホーム〇〇」、「看護師常駐」等と記載することにより、あたかも、経営する施設において看護師が常駐しているかのように示す表示をしていたが、

ア 実際には、夜間の時間帯において看護師は駐在していないものであった。

イ 看護師の数が常勤又は非常勤の別ごとに明瞭に記載されていなかった。

(有料老人ホーム告示第11項)

uは、介護付有料老人ホームの利用サービスを提供するに当たり、介護施設選び専門情報誌に掲載した広告において、例えば、施設Aの月額利用料について「25*、***円(税込)(管理費12*、***円、特別サービス費6*、***円、食費6*、***円)」と記載していたが、管理費及び特別サービス費と称する費用の内訳が明瞭に記載されていないものであった。

(有料老人ホーム告示第12項)

(2) 景品事件

ア 懸賞景品告示

景品類の限度額：取引価格の20倍の金額(当該金額が10万円を超える場合10万円まで)

景品類の総額：取引予定総額の2%まで

事件概要
v社は、新聞折り込みチラシ及び自社ウェブサイトにおいて、新築住宅の契約者に対して、抽選によりキャッシュバック(10組に200万円)を提供する企画を実施した。 これは、当該企画により提供できる景品類の限度額10万円を超えるものであった。
wは、ウェブサイトにおいて、パソコン用ソフトウェア等を1,000円以上購入した者に対し、抽選により、ノートパソコン(99,979円相当)を3名等、32品目の景品類を提供する企画を実施した。 当該企画により提供できる景品類の限度額は、2万円であるところ、32品目のうちノートパソコンなどの11品目の景品類の価額は、これを超えるものであった。

イ 総付景品告示

景品類の限度額：取引価格1,000円未満の場合、200円

取引価格1,000円以上の場合、取引価格の10分の2の金額

事件概要
xは、おでんを1,400円以上(店舗により2,800円以上)購入した者に対して、先着順により、鍋(680円から999円まで相当)を提供する企画を実施した。 これは、当該企画により提供できる景品類の限度額の280円(店舗により560円)を超えるものであった。
yは、同社の書籍(2,100円)の購入者に対して、もれなく同社の会員向けウェブサイトの6か月の利用料(5040円相当)を提供する企画を実施した。 これは、当該企画により提供できる景品類の限度額の420円を超えるものであった。
zは、婦人服を21,000円以上購入した者に対して、もれなく「チェックベロアリボンチュニック」(12,200円相当)を提供する企画を実施した。 これは、当該企画により提供できる景品類の限度額の4,200円を超えるものであった。