

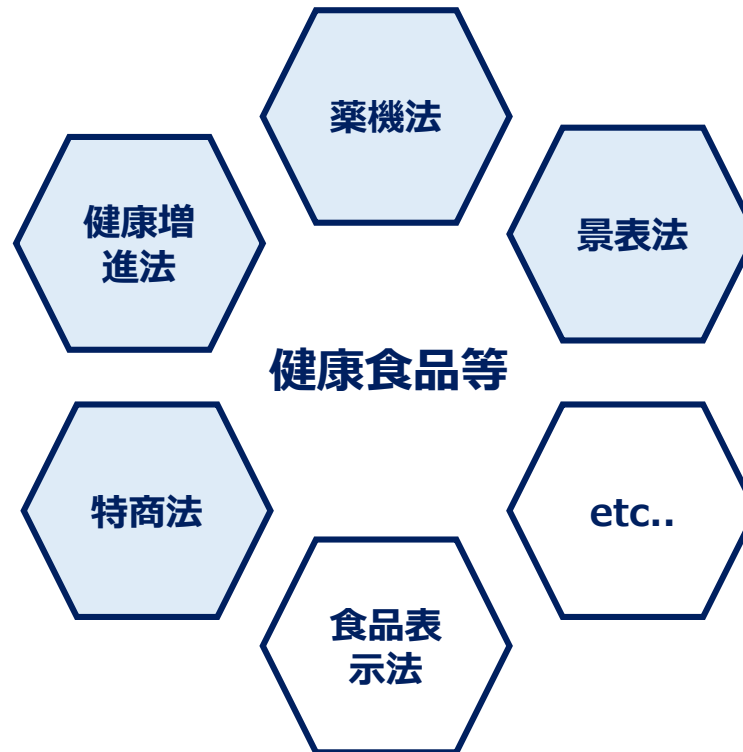
# 知らないといけない広告規制（景表法・薬機法）

Tokyo, October, 2017

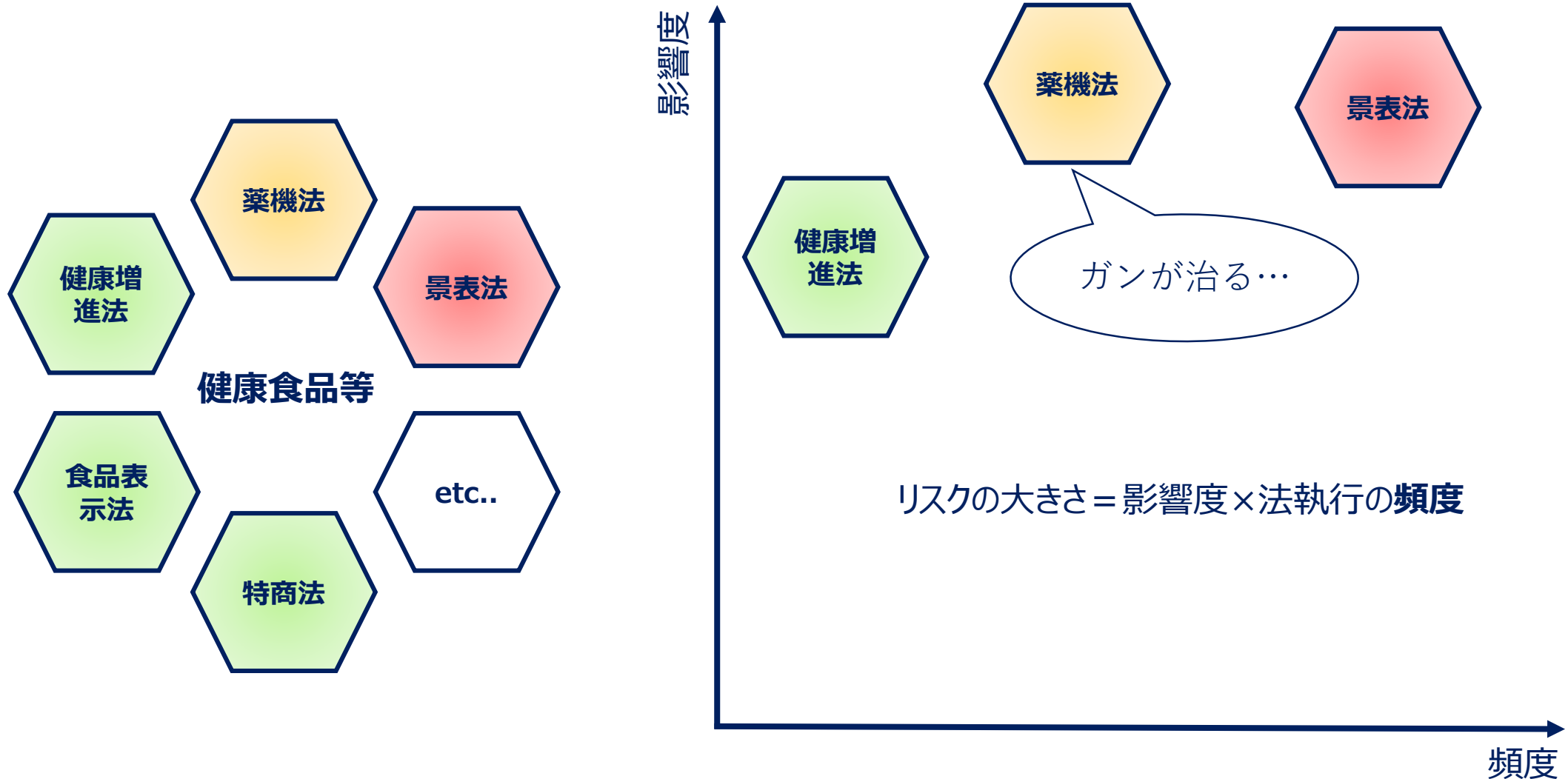
## ■ 本セミナーの概要

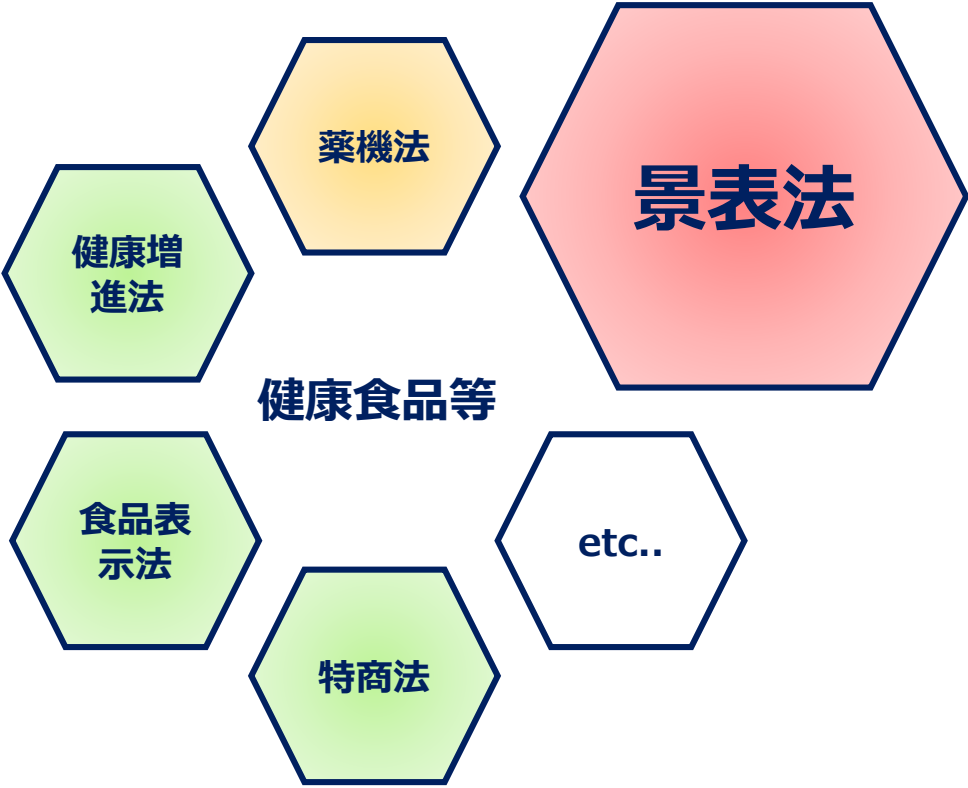
- ✓ 広告に関する法規制の概要
- ✓ 過去の摘発事例
- ✓ どのような対策をしたらよいか

# ■ 健康食品・機能性表示食品の広告・表示に関する諸法令



# ■ 何に一番注意したらいいの？～法執行のリスク評価





# ■ 景品表示法の概要

<p>第5条1号 優良誤認</p>	<p>商品又は役務の品質、規格その他の内容について、<b>一般消費者</b>に対し、<b>実際のものよりも著しく優良であると示し</b>、又は事実に相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示</p>
<p>第5条2号 有利誤認</p>	<p>商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも<b>取引の相手方に著しく有利</b>であると一般消費者に誤認される表示</p>
<p>第31条 公正競争規約</p> <p>事業者又は<b>事業者団体</b>は、内閣府令で定めるところにより、景品類又は表示に関する事項について、内閣総理大臣及び公正取引委員会の認定を受けて、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及び事業者間の公正な競争を確保するための協定又は<b>規約</b>を締結し、又は<b>設定することができる</b>。</p>	



公正競争規約は、平成28年12月1日現在、104規約が設定されており、このうち、表示関係は67規約（食品関係37規約、酒類関係7規約、その他23規約）、景品関係は37規約（食品関係11規約、酒類関係7規約、その他19規約）

## ■ 景表法に違反したらどうなる？

# ひどい目にあいます

- ✓ **手間**がかかります
  - 何度も何度も役所に呼び出されます
  - 報告書等の作成や関連資料の提出を求められます
- ✓ **お金**がかかります
  - 日刊紙 **2紙**に社告（2段10cm）を出すこととなります（例外あり）
    - 読売 約**358万**／朝日 約**312万**／毎日 約**238万**
    - 日経 約**160万**／産経 約**110万**（各税別）
  - 商品の**売上げの3%**を国に納めなければなりません（例外あり）
  - （依頼すれば）**弁護士費用**がかかります
- ✓ 行政の命令に従わないと**処罰**されます
  - 2年以下の**懲役** and/or **300万円**以下の罰金

## ■ うちが B to B だから、景表法は関係ないでしょ？

A そうとは限りません。

規制の対象となるのは、「問題となる表示の内容の決定に関与した事業者」ですので、例えば原材料メーカーであっても、取引先と共同して、積極的に表示の内容を決定していれば、規制の対象となり得ます。



【公正取引委員会】

【事業所管大臣等】

外部からの情報提供  
職権探知 等

連携

【消費者庁】

外部からの情報提供  
職権探知 等

連携

【都道府県知事】

外部からの情報提供  
職権探知 等

調査

調査

調査

(指導)

(指導)

措置命令

措置命令

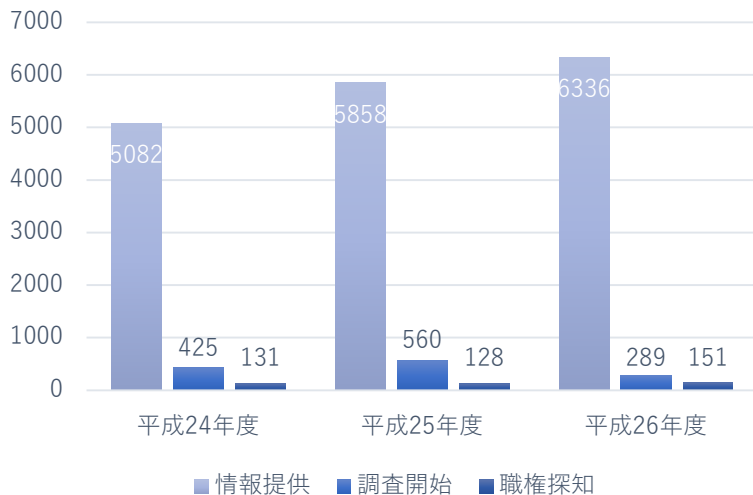
課徴金納付命令

(注)

(注)

(注)措置命令及び課徴金納付命令に関する要件を満たすと認められる事案であることが前提。

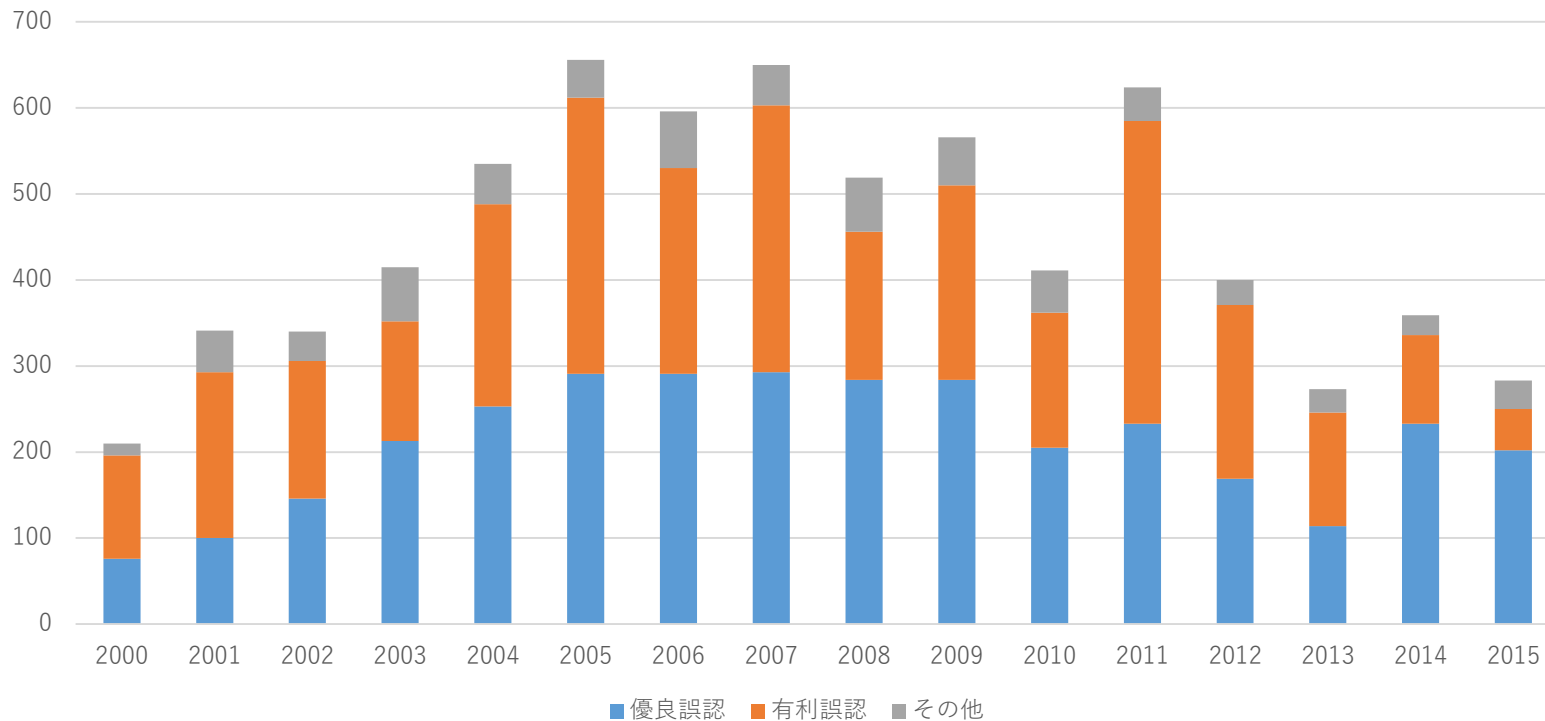
# 法執行状況概観



## 端緒は情報提供

[http://www.caa.go.jp/representation/disobey\\_form.html](http://www.caa.go.jp/representation/disobey_form.html)

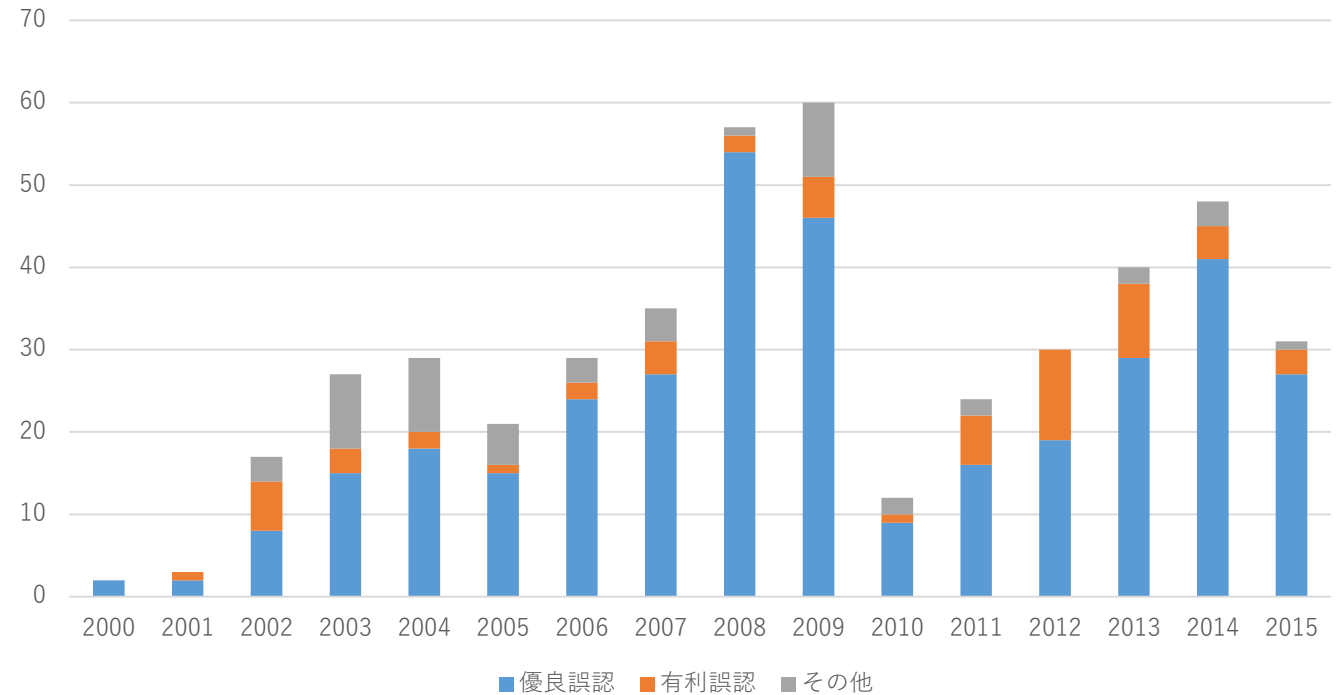
## 景表法違反（指導・警告）



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
優良誤認	76	100	146	213	253	291	291	293	284	284	205	233	169	114	233	202
有利誤認	120	193	160	139	235	321	239	310	172	226	157	352	202	132	103	48
その他	14	48	34	63	47	44	66	47	63	56	49	39	29	27	23	33
件数	210	339	338	420	523	671	568	603	501	560	402	414	405	265	373	294

# ■ 法執行状況概観

## 景表法違反（措置命令）



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
優良誤認	2	2	8	15	18	15	24	27	54	46	9	16	19	29	41	27
有利誤認	0	1	6	3	2	1	2	4	2	5	1	6	11	9	4	3
その他	0	0	3	9	9	5	3	4	1	9	2	2	0	2	3	1
件数	2	3	10	22	27	21	28	32	56	52	12	20	28	37	45	30

2017 6/30現在 21件

\*消費者庁及び公正取引委員会HPの公表データから集計 1案件で複数計上されているものもあり、合計数は一致しない。

# ■ 機能性表示食品と景品表示法

## 2 表示実態の把握等

特定保健用食品及び機能性表示食品については、消費者の信頼性確保が特に要請されている現下の状況に鑑み、当面の間、許可又は届出の範囲を超えた表示がなされていないかどうかについて、許可又は届出のあった全ての商品のウェブサイト等における表示の状況の監視を毎年度実施することとし、問題のある表示に接した場合には、当該表示の状況等を踏まえ、適切に対処する。

以上

# ■ 機能性表示食品と景品表示法

## 機能性表示食品の広告問題

### 「葛の花」販売企業を “一斉聴取、課徴金調査で処分不可避か”

通販新聞 8月3日 <http://www.tsuhanshinbun.com/archive/2017/08/post-2926.html>

#### 自主的な社告？

S社（5月31日）  
葛の花由来イソフラボンには「お腹の脂肪を減らすことを助ける」機能があるとの機能性表示食品でありながら、**本商品を摂取さえすれば、どんな条件下でも誰もが容易に痩身効果を得られる**とお客様に過度に期待を抱かせる表示をおこなっておりました。

N社（8月1日）  
葛の花由来イソフラボンには「肥満気味な方の、体重やお腹の脂肪(内臓脂肪と皮下脂肪)やウエスト周囲径を減らすのを助ける」機能がある機能性表示食品でありながら、**あたかも本商品を摂取するだけで、どんな条件下でも誰もが容易に痩身効果を得られる**とお客様に過度の期待を抱かせる表示を行っておりました。

#### 措置命令事案

「あたかも、対象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容易に著しい痩身効果が得られる**かのように示す表示」

# ■ 機能性表示食品と景品表示法

---

近々，機能性表示食品に対して、  
措置命令が行われる可能性は極めて大



# 健康食品と景品表示法



News Release

平成29年3月30日

株式会社ミーロードに対する景品表示法に基づく措置命令について

消費者庁は、本日、株式会社ミーロードに対し、景品表示法第7条第1項の規定に基づき、措置命令（別添参照）を行いました。

株式会社ミーロードが供給する「B-UP」と称する食品に係る表示について、景品表示法に違反する行為（表示を裏付ける合理的根拠が示されず、同法第7条第2項の規定により同法第5条第1号（優良誤認）に該当）が認められました。

あたかも対象商品を摂取するだけで豊胸効果が得られるとともに痩身効果が得られるかのように示す表示





# 健康食品と景品表示法

景品表示法  
健康食品



News Release

平成29年3月9日

株式会社だいにち堂に対する景品表示法に基づく措置命令について

消費者庁は、本日、株式会社だいにち堂に対し、景品表示法第7条第1項の規定に基づき、措置命令（別添参照）を行いました。  
株式会社だいにち堂が供給する「アスタキサンチン アイ&アイ」と称する食品に係る表示について、景品表示法に違反する行為（表示を裏付ける合理的根拠が示されず、同法第7条第2項の規定により同法第5条第1号（優良誤認）に該当）が認められました。

あたかも、対象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

**60代でも衰え知らずが私の自慢!!**  
**ようやくく出会えた**  
**クリアでスツキリ!!**  
1日1粒 (目安)  
**30日分に納得!!**  
クリアさに納得できない毎日...放っておけないその悩み  
40代を過ぎた頃から急激に増え始める気がかり。「読書に集中できない」「パソコンや携帯の画面が...」などの悩みを抱える方々が、高齢化と共に増加中と言われる。  
そんな悩みをケアする、天然成分アスタキサンチンにクリア感を助ける7つの栄養成分を濃縮高配合した「アスタキサンチン アイ&アイ」が、くもりの気にならない、鮮やかな毎日へと導きます。

「アスタキサンチン」  
水溶性のビルベリーと  
脂溶性のアスタキサンチン  
が複作用として知られて  
いる「フルベリー」・「ビルベ  
リー」の2つの成分との相  
性が抜群と注目されている  
「アスタキサンチン」  
もともと「ブルーベリー」  
ルベリーに含まれる「アントシ  
アントン」というクリア感をサポ  
ートする成分は、水溶性の性  
質を持つため、吸収しやす  
く流出しやすいことが欠点で  
した。しかし「サ」に付くと脂  
溶性なビルベリーの約100  
0倍もあり、さらに脂溶性の  
性質を持つアスタキサンチン  
を同時に摂取することで取り  
込まれやすくなり、効果が  
期待される。

「目からうるって!!」  
この爽やかに  
大満足!!

「モヤモヤスツキリ  
クロスワードも  
楽しい!!」

「毎日の新聞も  
隔々まで!!  
読書も楽しみ!!」

「卓球のボールも  
しつかり追える  
趣味も楽しめる!!」



# ■ 打消し表示



News Release

平成29年7月14日

## 打消し表示に関する実態調査報告書の公表について

消費者庁は、打消し表示に関する実態調査を行い、その結果に基づき、景品表示法上の考え方を取りまとめましたので、これを公表します。

事業者が商品・サービスの内容や取引条件について訴求するいわゆる強調表示は、対象商品・サービスの全てについて、無条件、無制約に当てはまるものと一般消費者に受け止められるため、仮に例外条件や制約条件などがあるときは、その旨の表示（打消し表示）を分かりやすく適切に行わなければ、一般消費者に誤認され、不当表示として景品表示法上問題となるおそれがあります。

消費者庁では、打消し表示の実態を調査するために、打消し表示が含まれている表示物を収集・整理するとともに、幅広い年代の消費者を対象とした意識調査を行いました。

今般、上記の調査結果に基づき、景品表示法上の考え方を整理し、「打消し表示に関する実態調査報告書」を取りまとめましたので、公表いたします。

打消し表示を適切にしないと  
不当表示のおそれ

例：体験談に付された「\*個人の感想です。効果には個人差があります」の記載

内容厳しく、インパクト大

# ■ 打消し表示

## 体験談を用いる場合の留意点

体験談を用いる際は、体験談等を含めた表示全体から「大体の人に効果がある」と一般消費者が認識を抱くことに留意する必要がある。（中略）実際には、商品の使用に当たり併用が必要な事項（例：食事療法，運動療法）がある場合や、特定の条件（BMIの数値が25以上）の者しか効果が得られない場合，（中略）一般消費者の誤解を招かないようにするためには、その旨が明瞭に表示される必要がある。

体験談により誤解を招かないようにするためには（中略）商品の効果，性能等に関して事業者が行った調査における(i)被験者の数及びその属性，(ii)そのうち体験談と同じような効果，性能等が得られた者が占める割合，(iii)体験談と同じような効果，性能等が得られなかった者が占める割合等を明瞭に表示すべきである。

「望ましい」，ではなく，「べきである」

## ■ 打消し表示

### 体験談

「あきらめていた服が入った！ 鏡を見るのがたのしくなりました。」

「『お腹周りがスッキリした』と最近、妻も満足げです。」

「\*個人の感想です。効果には個人差があります。」

体験談により誤解を招かないようにするためには（中略）商品の効果，性能等に関して事業者が行った調査における (i)被験者の数及びその属性，(ii)そのうち体験談と同じような効果，性能等が得られた者が占める割合，(iii)体験談と同じような効果，性能等が得られなかった者が占める割合等を明瞭に表示すべきである。



本商品については，瘦身効果が得られたかについての調査を行いました。(i)被験者は，BMIの数値が25から30までの間の男性50名，女性50名であり，(ii)体験談と同じような効果が得られたと回答した者の割合は〇〇パーセント，(iii)効果が得られなかったと回答した者は，〇〇パーセントでした。

少なくともここまで書くことを要求するものであるが，現状，このような打消し表示のある体験談は皆無

## ■ 打消し表示

---

事実上、体験談の利用を禁止するに等しいのではないか？

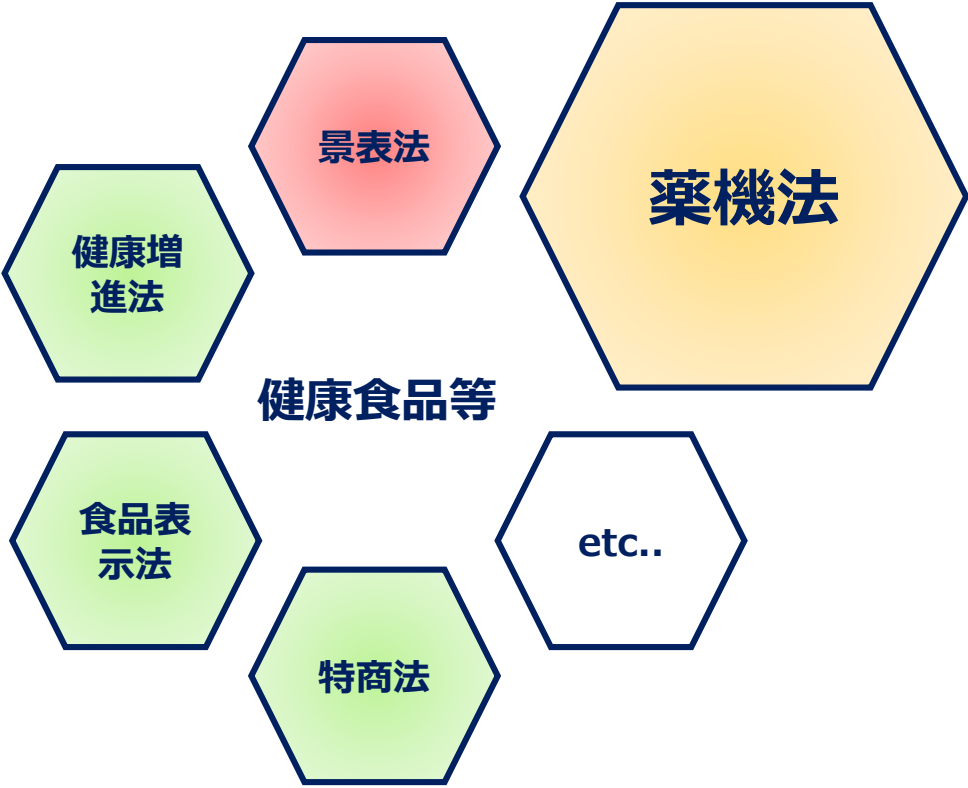
報告書を前提として、体験談が不当表示であるとして、将来、措置命令等が行われるのではないか？

# 対策

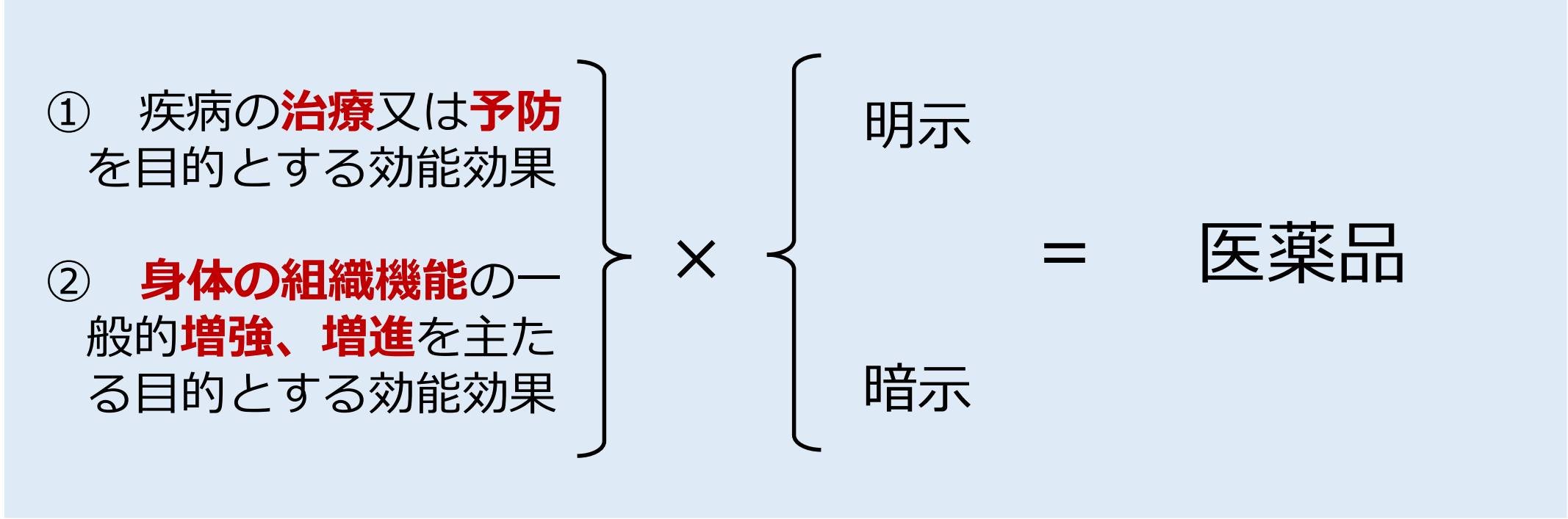
## 表示管理体制の整備

(平成26年11月24日「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」)

- ① 景品表示法の考え方の周知・啓発
- ② 法令順守の方針の明確化
- ③ 表示等に関する情報の確認
- ④ 表示等に関する情報の共有
- ⑤ 表示等を管理するための担当者等（表示等管理担当者）  
を定めること
- ⑥ 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置をとること
- ⑦ 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応



# ✓ 医薬品

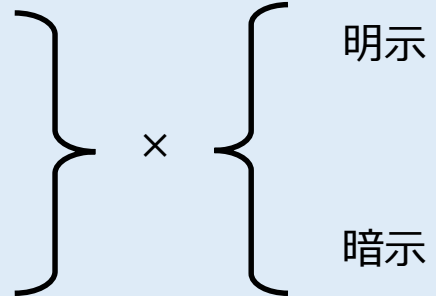


**通常人**が医薬品としての目的を有するものであると認識するかどうかにより判断

# ✓ 医薬品

① 疾病の**治療**又は**予防**を目的とする  
効能効果

② **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



## 逮捕

- ✓ がんに効く
- ✓ 筋肉増強、脂肪を効率よく燃焼
- ✓ 内臓脂肪をどろどろに溶かす

## 書類送検

- ✓ ひざの痛みが楽になる
- ✓ 保湿やアトピーに効く

**通常人**が医薬品としての目的を有するものであると認識するかどうかにより判断



# ✓ 広 告

- ① 顧客を誘因する意図が明確
- ② 特定医薬品等の商品名が明らか
- ③ 一般人が認知できる状態

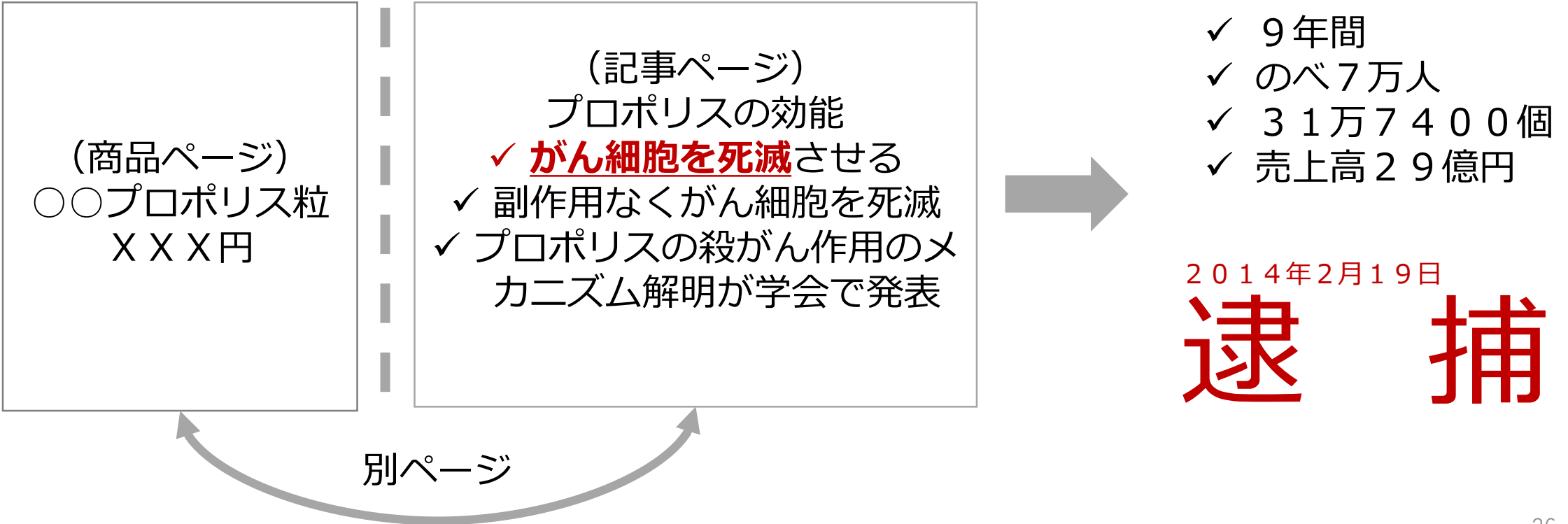
= 広 告

①～③のひとつでも欠ければ広告ではない

\*平成 10 年 9 月 29 日医薬監第 148 号 都 道府県衛 生主管 部 (局)長あて 厚生省医 薬安全 局監視 指導課 長通知

# 具体例 1

- 会社名 S社
- 商品名 ○○プロポリス粒、 ○○プロポリス液等
- 販売手法 病院やクリニックに設置される無料の健康情報誌に商品名、 効能効果を掲載



## 具体例 2

- 会社名 A社
- 商品名 強○水○
- 販売手法 インターネット、小売店等で販売

### A社HP

(商品ページ)  
 強○水○  
 500ml 2,000円  
 「○○ 不思議な水」  
 で検索してください

### 他団体HP

(記事ページ)  
 超エネルギー水研究会 (商品名なし)  
 ✓ 切り傷の出血が止血  
 ✓ がん細胞をも抑え込む  
 ✓ 痛み・かゆみを瞬時に消す

\* 他団体の拠点は、A社役員名義で賃借

検索誘導

## 末期すい臓がんですが普通に暮らしています

母がすい臓がんの末期と昨年6月に診断され、

余命6カ月との宣告を受けました。レベル4で手術もできない状態のためすがる思いで波動水のタイプ1とタイプ2を交互に飲んでいます。(毎日150ccずつ)(週1回)

医者からはがんは点在しているのにいまだにこんなに体力があるのが不思議らしい。体重は15kgも減ったが、普通に暮らしていただける奇跡は波動水のお陰と確信しています。ありがとうございます。

母がすい臓がんの末期と昨年6月に診断され、余命6ヶ月との宣告を受けました。レベル4で手術も出来ない状態の為すがる思いで波動水のタイプ1とタイプ2を交互に飲んでいます(毎日150ccずつ)(週1回) 医者からはがんは点在しているのにいまだにこんなに体力があるのが不思議らしい。体重は15kgも減ったが、普通に暮らしていただける奇跡は波動水のお陰と確信しています。ありがとうございます。

末期すい臓がんの体験談/宮城県 鈴木さん(女性50代)

水(2011年3月12日 13:09) | [トラックバック\(0\)](#) [ツイート](#)



2014年8月19日

# 逮捕

## 当事務所のサービス（税別）

- ✓ 御社取扱い商品の悪いクチコミ, 消します（10万円～）
- ✓ 御社の広告, チェックします（3万円～）
- ✓ 行政対応, 代理します（50万円～）

当事務所は, 契約書の作成, 訴訟等のリーガルサービスはもとより, 事前の広告チェックから, 消費者庁, 都道府県, 警察・検察対応まで, 豊富な実績がございます。お困りの際は, 当事務所へ