

# 広告 N G 事例ファイル

vol.13

【内容】平成29年9月29日

消費者庁は、ティーライフ株式会社に対し、同社が販売する「ダイエツトプーアル茶」と称する食品に係る表示について、消費者庁及び公正取引委員会の調査の結果を踏まえ、景品表示法第7条第1項の規定に基づき措置命令を行ないました(優良誤認表示)。

## 【違反表示】

あたかも、普段の食生活における飲料を対象商品に替えることにより、対象商品に含まれる成分による痩身効果の促進作用が容易に得られるかのように示す表示をしていた。

●知らないうちにスタイルアップ

↑に導く まったく新しいダイ

エツト茶

●苦しむことなくラクラクダイ

エツトサポート！

●緑茶の有用成分カテキンが重合

カテキンや没食子酸にパワーアップ

## 【実際】

前記の表示について、当庁は、景品表示法第7条第2項の規定に基づき、ティーライフ株式会社に対し、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、同社から資料が提出された。しかし、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とは認められなかった。

## 【命令の概要】

前記の表示は、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示すものであり、景品表示法に違反するものである旨を一般消費者に周知徹底すること。今後、表示の裏付けとなる合理的な根拠をあらかじめ有することなく、同様の表示を行なわないこと。

弁護士丸の内ソレイユ法律事務所  
http://www.health-beauty-soleil.jp  
☎03-5224-3801  
弁護士 成 眞海氏



前回に続き、今回もダイエツト商材について優良誤認を理由とする措置命令が行なわれた事案になります。商品そのものではなく、商品に含まれる成分について痩身効果があるとの記載をした場合でも、商品そのものについて扱われず、痩身効果に関する消費者庁の見解はつきりしており、消費者庁が摂取カロリーを上回らなければ痩せることはない、というも

のです。つまり、運動をして消費カロリーを増やすか、食事制限をして摂取カロリーを減らすしか痩せる方法はないということ。したがって、今回のように、運動や食事制限をすることなく「飲むだけで痩せる」との印象を与える広告については、基本的に合理的な根拠がないとして優良誤認表示であると判断されるものだと考えておかなければなりません。