

広告NG事例ファイル

vol.14

【内容】平成26年9月19日

消費者庁は、株式会社ハープ健康本舗に対し、同社がウェブサイトに于行なった『カロピタスリム オールクリア』と称する食品の瘦身効果に関する表示について、景品表示法第6条の規定に基づき、措置命令を行いました。

（優良誤認表示）

【違反表示】

あたかも、対象商品を摂取するだけで、食事からのカロリ摂取を阻害し、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

●食べたこと、なかったコトに？

●3大パワーでオールクリア！『あまじ』も『こつじ』も『どつじ』もまとめてカロピタス……など

【実際】

前記の表示について、当庁は、

景品表示法第4条第2項の規定に基づき、ハープ健康本舗に対し、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。ハープ健康本舗から資料は提出されたが、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とは認められなかった。

【命令の概要】

対象商品の内容について、一般消費者に対し、実際のものであり、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、一般消費者へ周知徹底すること。再発防止策を講じて、これを役員及び従業員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、同様の表示を行わないこと。

弁護士法人丸の内ノレイユ法律事務所
http://www.health-beauty-soleil.jp
☎03-5224-3801
弁護士 成 真海氏



優良誤認表示においては、不実証広告規制という制度があります。これは、事業者側で表示内容について合理的な根拠となる資料を提出しなければ、当該表示が優良誤認表示とみなされてしまうというものです。

そして、合理的な根拠として認められるためには、①提出資料が客観的に実証されたものであること、②表示内容と提出資料の内容が適切に対応していることが必要とされ

ています。①は、提出資料が臨床試験の結果や専門家等の学術論文などでなければならぬということであり、②は、例えばマウスに対する試験結果ではヒトに対して効果がある旨を表示した場合の合理的な根拠にはならぬということですが、今回の事案のような「飲むだけで痩せる」という表示に関しては、何らかの資料を提出しても、それが合理的な根拠と認められることはまずありません。