

インターネット上の広告2万件を監視！

～ 不当広告を行った136事業者に改善指導 ～

近年、通信販売市場の売上高は増加しており、インターネットを経由した商品の販売が増大しています。インターネット広告は媒体別広告費では新聞広告を上回る規模となったと言われ、インターネット広告に関連する消費生活相談も増加しています。



こうした状況を踏まえ、東京都は、平成21年度から、年間2万件のインターネット上の広告を継続的に調査し、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に違反するおそれのある表示が行われていないかどうか監視する事業を開始しました。

景品表示法違反に関して、これほど大規模な継続的広告監視を行うのは、**全国で初めて**です。

なお、この事業は平成22年度も引き続き実施しています。

1 平成21年度インターネット広告監視事業の概要

- (1) 監視期間：平成21年6月から10ヶ月間
- (2) 監視方法：各月、「エコ」「抗菌」などの調査テーマを定め、検索サイト（8サイト）及びショッピングモール（2サイト）において、キーワードによる検索を実施。各サイトの上位に検索されたインターネット広告について、景品表示法に違反するおそれのある表示が行われていないかどうか、調査を行った。

2 事業者指導

実際のものよりも著しく優良・有利であると消費者に誤認させるおそれのある広告182件（136事業者）<別添事例参照>について、事業者に表示の修正・削除等の改善指導を行った。

3 監視結果から見たインターネット上の不当広告の特徴

- (1) インターネット通販事業は誰でも簡単に参入できることから、景品表示法や特定商取引法などの法令知識が不足したまま、販売事業者が広告表示を行っていると思われる事例が多い。
- (2) 販売事業者が、客観的事実を確認しないまま、商品提供元から与えられた商品情報をそのまま転記して広告を作成している場合が多く、複数の販売事業者のサイトで全く同じ不当な広告表示が行われていた事例もあった。
- (3) 科学的な根拠があるかのように効能・効果をうたっている広告表示であっても、効能・効果についての裏づけとなる客観的事実は乏しく、販売事業者が表示の根拠を説明できない事例が多い。

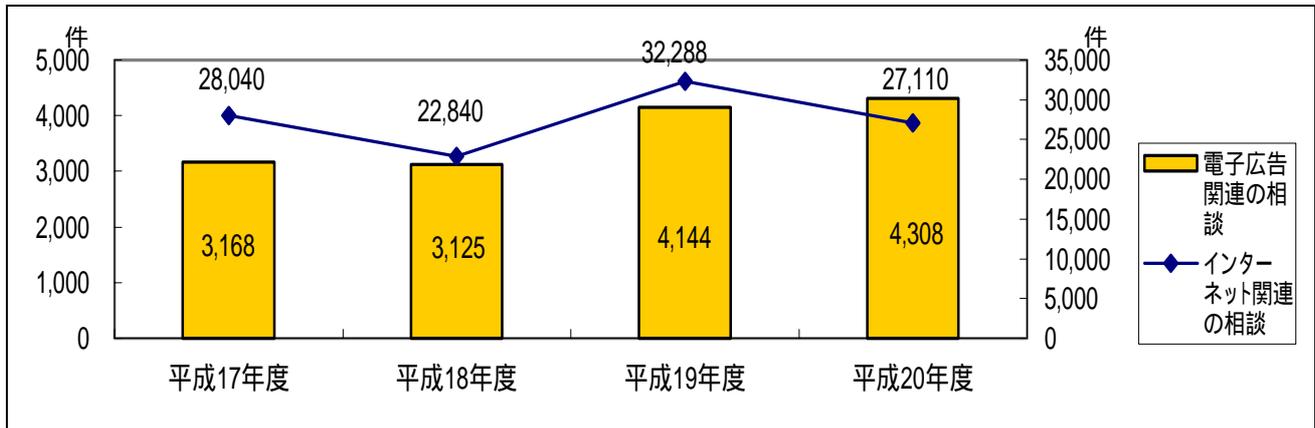
消費者へのアドバイス 不当広告にご注意！

インターネット上の広告には、景品表示法に違反するおそれのある広告表示が多く見受けられます。広告表示の内容をうのみにせず、多角的に情報を収集するなど十分に検討を行い、商品やサービスを選択するようにしましょう。

業界団体等への要望

社団法人日本広告審査機構、社団法人日本通信販売協会等の業界団体及びインターネット関係事業者に対して、表示の適正化に向けて自主的に取り組むよう、平成22年6月21日、要望を行いました。

参考1 都内におけるインターネット関連・電子広告*関連の消費生活相談件数



電子広告には「広告メール」を含む。

参考2 一景品表示法における表示規制の概要一

表示の定義（第2条）

顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について行う広告その他の表示で、内閣総理大臣が指定するもの

景品表示法で禁止されている不当表示

・優良誤認（第4条第1項1号）

内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

内容について、事実と相違して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

・有利誤認（第4条第1項2号）

取引条件について、実際の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

取引条件について、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

・その他（第4条第1項3号）

商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示

「インターネット広告における不当表示調査」は、「10年後の東京」への実行プログラム2010において、以下の目標・施策に指定し、重点的に実施している事業です。

目標5 「安心できる少子高齢社会の都市モデルを創造する」

施策17 「犯罪から都民を守り、消費生活の安全・安心を実現」

不当表示のおそれがあるとして改善を指導した広告表示

商 品	広 告 事 例
銀糸による抗菌防臭効果をうたった「靴下」	<p>「銀糸ソックスが足の悩みを解消します！ 防臭 臭いの原因といわれる黄色ブドウ球菌の増殖を99.5%抑制します」「水虫の原因となる白癬菌などの発育や増殖を阻止します」「銀イオンの効果は一緒の洗濯物にまで！」</p> <p>商品提供元からの情報をもとに広告を作成したとして、合理的な根拠の提出はなかった。</p>
銅イオンによる殺菌効果をうたった「マスク」	<p>「世界初！銅の力で殺菌 ウィルス、花粉からあなたを守ります」「銅イオン効果で血行が良くなり（鼻の周りが暖かくなり）鼻水、鼻づまり、くしゃみなどが緩和されます」</p> <p>殺菌力については、合理的根拠と言えるだけの資料の提出はなかった。</p> <p>血行が良くなる等については、商品提供元からの情報をもとに広告を作成したとして、合理的な根拠の提出はなかった。</p>
欧米で大人気とうたった「フィットネスマシン」	<p>「イギリス、米国、ドイツ…世界のTV通販で激売れ」「世界中のTV通販で合計66万台も売れているフィットネスマシンがなんと、このプライスダウン」</p> <p>商品提供元からの情報をもとに広告を作成したとして、合理的な根拠の提出はなかった。</p>
他社商品に比べ著しく優良であるとうたった「ペット用食品」	<p>「頭の頂点に立った、あのチャンピオン犬も愛用中！」「ロイヤルゼリーの量が他製品の約2倍！」「ロイヤルゼリーの他に核酸やビール酵母をはじめとする40種類以上の栄養素で生活習慣病から免疫力の向上、新陳代謝の活性化まで、この1包で何役もこなし、愛犬の元気な姿が期待できます」</p> <p>商品提供元からの情報をもとに広告を作成したとして、合理的な根拠の提出はなかった。</p>
オゾンによる除菌効果や値下げをうたった「室内乾燥機」	<p>「オゾンによる酸化作用が細菌や花粉に付着した細菌の細胞膜の破壊、分解を促すというから驚き！」「この度、オフプライスでのご紹介となりました」</p> <p>オゾンによる酸化作用については、合理的根拠と言えるだけの資料の提出はなかった。</p> <p>値下げについては、商品提供元からの情報で、削除すべきところ漏れていたとの報告があり、販売事業者において値下げの事実はなかった。</p>
根拠のない価格や除菌、野菜の鮮度回復などをうたった「オゾン水生成器」	<p>「ノロウィルス、O157を簡単除菌！」「調理器具や野菜・肉・魚まで除菌できる」「オゾン水に浸して保存すると、もやしやにらなどの足の早い食材も長持ち。千切りキャベツも保存前と使用前にオゾン水にさらすと、鮮度回復」</p> <p>「今までのオゾン水生成器で同じ効果を得ようとしたら、設置型といわれるもので、本体価格が30万円から120万円はします。蛇口取り付け型は本体価格で約8万円ぐらい。カートリッジ交換が年2回で、1本6,000円前後です。そうすると当商品は非常にリーズナブルと言えるのではないのでしょうか」</p> <p>効能・効果について表示内容を実証する合理的な根拠の提出はなかった。</p> <p>他社の商品の価格については根拠のないものであった。</p>

以上のような広告表示については、東京都が指導し、事業者は当該サイトの表示を改善しています。