

24,000件のインターネット広告を監視！

257事業者に対し、改善指導を行いました！

－令和2年度インターネット広告表示監視事業 実施報告－

インターネット通信販売に関する令和2年度の都内の消費生活相談は、前年度に比べると26%増加して過去最高となり、全件数の約3割を占めています。

東京都は、インターネット上の広告に誇大・不当な表示がないか監視を行っています。この度、令和2年度の実施結果がまとまりましたのでお知らせします。

1 令和2年度の監視結果

(1) インターネット広告監視数

24,000件

(2) 景品表示法に基づく指導

改善指導：257事業者（260件の広告）



2 令和2年度の特徴と表示例（詳細は別紙を参照）

◆健康食品と雑貨の広告に誇大な効果等をうたう表示が多く見受けられました。

【健康食品】・・・115件の広告を改善指導

例) 「飲むだけ簡単楽々美的ダイエット生活」「免疫力アップ」などとし、商品（サプリメント等）を摂取するだけで痩身や免疫力向上などの効果を得られるような表示

例) 「ランキング No.1」「モニター満足度 96.5%」などと、比較・調査方法が明確ではないにもかかわらず、競争事業者のものよりも高い評価を得ているかのような表示

【雑貨】・・・76件の広告を改善指導

例) 「首にかけるだけで空間のウイルスを除去」などと、その商品を使用することによりウイルス除去の効果が得られるかのような表示

詳しくはこちらをご覧ください。

 **東京**くらしWEB 

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



【問合せ先】

生活文化局消費生活部取引指導課

電話：03-5388-3066

3 令和2年度 指導内容別 広告件数

指導内容	広告件数	主な商品・サービス等
優良誤認（※1）のおそれ	244件	健康食品、雑貨、化粧品等
有利誤認（※2）のおそれ	63件	健康食品、雑貨、サービス等
過大な景品類提供のおそれ	1件	総付景品

（注）複数の内容に違反する広告があるため、指導件数の合計とは一致しない。

- （※1）**優良誤認** 商品やサービスの品質、規格などについて、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示
- （※2）**有利誤認** 商品やサービスの価格などについて、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

4 業界団体等への要望等

この結果を受け、本日、関連の業界団体及びインターネット関係事業者（21団体）に対して、景品表示法及び関係法令の遵守について、より一層の周知を図ること等を要望するとともに、消費者庁に対して情報提供を行いました。

～消費者の皆様へ！～

● 健康食品は、あくまでも食品です！

たとえ健康に良いとされる効果が表示されている場合であっても、薬のように、病気や体の不調を治療するものではありません。

● 「～するだけで痩せる」などの表示には、注意が必要です！

容易に効果が得られるような表示については、内容をうのみにせず、慎重に検討しましょう。食事制限も運動もせず、楽しんで痩せることはあり得ません。

● 「新型コロナウイルスに対応」などの表示には、注意が必要です！

新型コロナウイルスに対する予防効果を標榜する商品については、同ウイルスの性状特性が必ずしも明らかではなく、かつ、民間施設における試験等の実施も困難な現状においては客観性及び合理性を欠くおそれがあると考えられています。

悪質な宣伝・広告を見つけたら、東京都の悪質事業者通報サイトに情報提供を！

悪質事業者通報サイト

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/tsuho/>



表示例と問題点

商品・サービス	表示例	問題点
健康食品	<ul style="list-style-type: none"> ・「飲むだけ簡単の〇〇ドリンクで美味しく楽々美的ダイエット生活」 ・「サプリメントで免疫力アップ」 ・「熱中症対策にも！効果絶大」 ・「美容、若返りに！」 	<p>この健康食品を摂取することだけで、痩身や免疫力向上等の効果を得られるかのように表示していた。</p> <p>実際には、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
化粧品	<ul style="list-style-type: none"> ・「肌が生まれ変わる究極のスキンケア」 ・「強力なリフトアップ機能」 	<p>この化粧品を使用することで、究極的又は強力な美容効果を得られるかのように表示していた。</p> <p>実際には、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
雑貨	<ul style="list-style-type: none"> ・「履くだけ！美脚&ヒップアップ」 ・「首にかけるだけで空間のウイルスを除去」 	<p>この商品を使用するだけで、体形を修正する効果を得られるかのように表示していた。</p> <p>この商品を使用するだけで、周囲の空気のウイルスや菌の活動が不活性化するかのように表示していた。</p> <p>実際には、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していないおそれ (優良誤認のおそれ)</p>
商品・サービス全般	<ul style="list-style-type: none"> ・「モニター満足度 96.5%」 ・「ランキング NO.1」 ・「お客様商品推奨度 99.8%」 ・「人気 No1、最も売れている」 ・「期間限定価格」 ・「今なら送料無料 今すぐご注文ください！！」 	<p>競争事業者のものよりも高い評価を得ているかのように表示していた。</p> <p>主張する内容が客観的に実証されていないおそれ (優良誤認のおそれ)</p> <p>期間限定の特別価格であり、今申し込めばお得であるかのように表示していた。</p> <p>実際には、期間の明示がなかったり、キャンペーン期限が延長されるなど継続して実施されているおそれ (有利誤認のおそれ)</p>