

24,000件のインターネット広告を監視！

234事業者に対し、改善指導を行いました！

—令和3年度インターネット広告表示監視事業 実施報告—



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3年度の監視・指導結果がまとまりましたのでお知らせします。

<<監視結果>> インターネット広告監視数 24,000件
景品表示法に基づく指導 234事業者（243件の広告）

<<こんな表示には注意しましょう>>

「〇〇するだけ」などの表示



商品（サプリメント等）を利用するだけで痩せるなどの効果を容易に得られるような広告もありますが、**食事制限も運動もせず、楽しく痩せることはありません。**

健康食品や化粧品は、薬や医療行為のように、病気を治したり、アンチエイジングなどの効果を得ることはできません。

薬や医療行為のような効果を表示



事実に基づかない「期間限定」や「No.1」表示



期間限定セールとしながらも、その期間を過ぎた後も同価格で販売していることがあります。

商品の優良性とは無関係のイメージ調査による No.1 表示があります。

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】

東京都生活文化スポーツ局 消費生活部
取引指導課 電話 03-5388-3066

<<特徴と指導件数>>

誇大な効果等をうたう広告が健康食品や雑貨に多く見受けられました。不当な表示等を行っていた事業者に対して、改善指導を行いました。

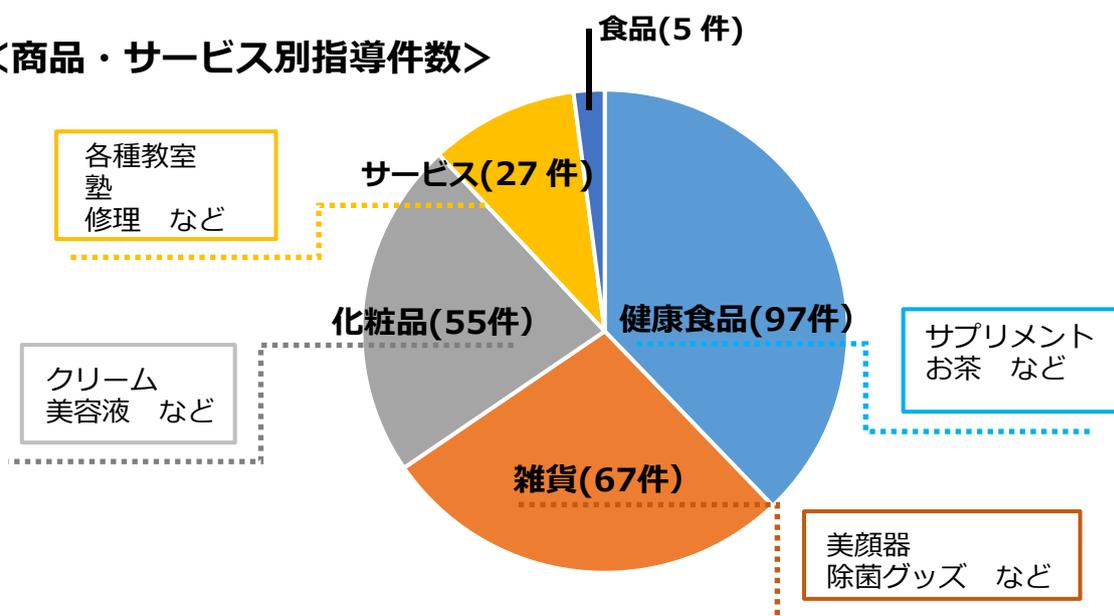
<令和3年度 指導内容別 広告件数>

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	225件	健康食品、雑貨 ^(※3) 化粧品等
有利誤認 ^(※2) のおそれ	52件	健康食品、雑貨、サービス等
過大な景品類提供のおそれ	2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
- (※3) 雑貨 美顔器、除菌グッズ、害虫駆除器、ダイエット用品など

<商品・サービス別指導件数>



<<業界団体への要望等>>

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。

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"> ・「疲労回復」「視力改善効果」 ・「医師も推奨」 ・「ガン予防」「細胞が若返る」 	<p>この健康食品を摂取することで、血糖値の減少に効果がある、目の血行をよくし、眼精疲労の回復など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"> ・「シミ しわ くすみ キメ あらゆる年齢肌の悩みに即対応！ ・「瞬時に－10歳肌の若返りを実現する“塗る美肌細胞再生美容液”」 ・「メスのいらぬ美肌再生医療！」 	<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"> ・「装着するだけで小顔矯正！」 ・「骨を正しい位置に補正して小顔に」 ・「貼るだけで簡単に鍛えることが可能」 	<p>この商品を使用するだけで、小顔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、腹筋トレーニング等と同程度の運動効果が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>
商品・サービス全般	<ul style="list-style-type: none"> ・「お客様満足度96%」 ・「ダイエット史上NO.1」 ・「キャンペーン特別価格〇〇円」 	<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>