

表示・景品例と問題点

商品・役務	表示例	問題点
健康食品	<p>◎ 著しい痩身効果をうたうサプリメントの広告</p> <p>「“確実に痩せる”痩身チュアブルタブレット」 「リバウンド件数0件という奇跡」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠をメーカー側に確認することなく表示していた。</p> <p>このサプリメントを摂取するだけで、著しい痩身効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
化粧品	<p>◎ 著しい美容効果をうたう洗顔商品の広告</p> <p>「若返り成功率驚異の98%!!」 「シミ・シワ・老化肌を完全修復!!」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠をメーカー側に確認することなく表示していた。</p> <p>この商品を使用するだけで、著しい美容効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
健康器具	<p>◎ 著しい体質改善効果や品質の優良性をうたう健康器具の広告</p> <p>「5分握るだけで、自律神経のバランスを調整！」 「通販の申込購入によるお客様からの返品率0.01%以下!!」 等</p>	<p>販売事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有することなく表示していた。</p> <p>この器具を使用するだけで、著しい体質改善効果が得られると誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(優良誤認のおそれ)</p>
美容関連サービス及び学習塾	<p>◎ 期間限定で適用される割引であると思わせる美容サービス及び学習塾の広告</p> <p>「今だけの期間限定！今月末まで」 「1月新入塾割引キャンペーン！入塾料無料」 等</p>	<p>当該割引キャンペーンは、月をまたいで継続して実施されていた。</p> <p>表示された期限までに申込しないと割引が適用されないと誤認させるおそれがある。</p> <p>⇒(有利誤認のおそれ)</p>
<p>◎ 化粧品販売の際に提供される景品</p> <p>「“○×化粧品 販売価格 6,090円” 今だけ初回購入者に薬用ノンシリコンシャンプー(2,940円) & 薬用トリートメント(3,150円)をプレゼント！」</p>		<p>化粧品の購入者にもれなく提供される6,090円相当の景品は、総付景品の限度額1,218円(化粧品の販売価格の20%)を超えていた。</p> <p>⇒(総付景品告示)</p> <p>※総付景品とは、懸賞によらず、商品・サービスを購入した時などにもれなく提供される景品類のこと。総付景品の限度額は、取引価格の20%以内とされている。</p>