

## 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健康食品の広告</p> <p>「5日間で確実に痩せる。」 「飲むだけで痩せやすいカラダをサポート」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>この健康食品を摂取するだけで、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化粧品の広告</p> <p>「シワ・シミ・ハリなど様々な老化サインを保湿することで改善します。」 「朝起きると実感できる、-15歳肌」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>
水関連商品	<p>◎ 著しい体質改善効果や品質の優良性をうたう水関連商品の広告</p> <p>「体を活性化させ代謝を促進しますので、シミ・たるみ・ダイエットなどにも効果的です。」 「業界最高水準の水素濃度！」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>この商品を使用するだけで、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各種教室	<p>◎ 期間限定で適用される割引であると思わせる美容関連サービス及び各種教室の広告</p> <p>「今なら、特別価格！」 「入会金0円キャンペーン」等</p>	<p>当該割引キャンペーンは、期限が延長されるなど継続して実施されていた。</p> <p>今だけの特別割引であったり、表示された期限までに申込み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>◎ 商品販売の際に提供される過大な景品類</p> <p>健康食品を販売の際に「初回限定 1,620円 初回に国産はちみつ (840円相当分) プレゼント！」等</p>		<p>当該商品の購入者にもれなく提供される840円相当の景品は、総付景品の限度額324円(対象商品販売価格の20%)を超えていた。</p> <p>⇒(総付景品の限度額超過)</p>