

今月のリスク業種

効果・性能をうたう商品・サービスの広告を出す全業種

試験室データの流用・自社作成の報告書・極小文字の注記

危険度

高

3秒チェック

1つでも当てはまる社長は、この事例を読んでください

- ☐ 広告でうたう「効果」の根拠が、試験室など限定条件のデータのままになっている
- ☐ 自社で作った試験報告書や、関係者の話だけを広告の根拠にしている
- ☐ 目立つ効果表示の例外・条件を、小さな注記(※)で処理している

3つすべてが揃う広告は、本件と同じ構造で措置命令・課徴金の対象になり得ます

CASE OF THE MONTH

課徴金6億744万円

広告の「根拠資料」が認められず措置命令。後に課徴金納付命令(東京高裁 令和4年4月13日決定)

事件のあらまし

空間除菌用品のメーカーの「空間のウイルスを除去」との広告について、消費者庁が効果の裏付け資料の提出を要求(景品表示法)。会社は論文・外部試験・社内報告書等を提出したが「合理的な根拠」と認められず、措置命令を止めるため仮の差止めを申し立てた。東京高裁は、資料は閉鎖された試験空間の実証にすぎないとして申立てを全部却下。後に6億744万円の課徴金納付命令が出された。

出典: 東京高裁 令和4年4月13日決定(令和4年(行ス)第8号・令和5年度重要判例解説)

裁判所が見たもの

裁判所が見たのは、「試験データの有無」ではなく「実生活での裏付け」でした

- × 「表示全体の印象」基準
映像・図表を含む広告全体から一般消費者が受ける印象で優良誤認を判断。「瞬時に効く」と明言せずとも、そう見える演出なら該当するとした。
- × 実証条件と使用環境の乖離
提出された論文や外部試験は閉鎖された試験空間での実証にすぎず、商品が使われる実生活空間での効果を示さない以上、「合理的な根拠」にならないとした。
- × 社内資料・注記の限界
妥当な方法によらない社内報告書や論拠のないヒアリング記録は実証資料と認めず、極小文字の打消し表示も誤認を打ち消さないとした。

経営者がハマる「3つの落とし穴」

- 01 「試験データがある」が、安心材料にならない
根拠資料は「ある」だけでは足りない。表示した効果と実証内容が対応していなければ、論文や外部試験を揃えていても「合理的な根拠」とは認められない。
- 02 「嘘は書いていない」でも、アウトになる
個々の文言が正確でも、広告全体が与える印象で優良誤認と判断される。映像や演出が「効きすぎる印象」を作れば、それ自体が処分の根拠になる。
- 03 裁判所は、処分を止めてくれない
有名商品を持つ大手が仮の差止めを申し立てても、措置命令は止まらなかった。社名公表と売上の3%の課徴金は、処分が出てから争っても間に合わない構造になっている。

今月の先手の一手 処分が来る前に、まずこの3つを点検

効果・性能をうたう広告を出す会社は、「根拠資料」の質がそのまま裁かれます

STEP 01

効果・性能をうたっている広告・LP・パッケージをリスト化する

STEP 02

各表示の根拠資料と実使用環境とのズレを洗い出す

STEP 03

出稿前の根拠チェックを仕組み化する



顧問弁護士が事前に点検するポイント

- ・ 優良誤認・不実証広告規制に触れる表示の洗い出し
- ・ 根拠資料と表示内容の対応関係のチェック
- ・ 打消し表示・注記の見せ方の是正
- ・ 措置命令・課徴金に備えた初動対応フローの整備

LEGAL EIGHT通信
無料メール登録



30分・無料・オンライン可

30分の法務健診で 御社の広告表示を点検します



中澤 剛 弁護士 淡青税務法律事務所

「試験データはあるから大丈夫」「嘘は書いていない」
——うちも当てはまるかもと思った社長へ。お気軽にご相談ください。

▶ lightbluelawoffice.com/kenshin.html