

貴社は  
本当に  
大丈夫!?



# 知らなかったでは

すまされない!

おとり広告

インターネット上の  
不当表示

優良誤認  
有利誤認

過大景品

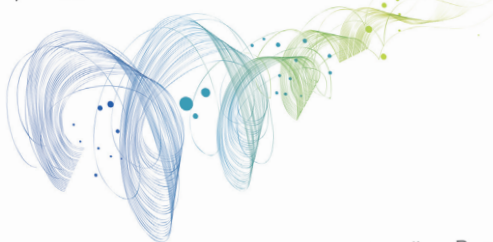
二重価格  
表示

打消し表示

原産国表示

製造も広告担当も知っておきたい

## 景品表示法 対応ガイドブック



Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations

弁護士

植村幸也

UEMURA Koya

[著]

第一法規

景品表示関連業務の  
現場責任者・担当者が  
押さえておきたい

**景品表示法の全体像**と

**業務上の留意点**を

コンパクトに整理

業務に関連付けて  
理解できる解説書!

企業活動に大きなインパクトのある

**課徴金制度**についても

事例を交えてわかりやすく解説

“こんな問題点があったのか”  
という気づきを与える全体構成!

弁護士 植村 幸也 [著]

A5判・264頁 定価: 本体2,500円+税

本書の詳細・お申し込み方法は裏面をご覧ください。▶



第一法規

東京都港区南青山2-11-17 〒107-8560  
<http://www.daiichihoki.co.jp>

☎ Tel. 0120-203-694

☎ Fax. 0120-302-640

第一法規の書籍 オンラインストアはこちら

<https://www.daiichihoki.co.jp/store/>  
電子書籍・定期購読なども!

# 目次 (抜粋)

## はしがき

### 序 景表法とはどのような法律か

## 第1編 不当表示規制

- 第1章 まずは具体例から
- 第2章 「優良誤認」と「有利誤認」
- 第3章 不当表示の判断枠組み
- 第4章 表示に求められる根拠
- 第5章 不当表示性判断の各論
- 第6章 指定告示
- 第7章 表示規制の周延的問題

## 第2編 景品規制

- 第1章 はじめに
- 第2章 景品類とは
- 第3章 値引きにまつわる諸問題  
～景品規制の迷宮へようこそ
- 第4章 懸賞による景品類
- 第5章 総付による景品類
- 第6章 景品類の提供の主体

## 第3編 景表法遵守のための管理体制

- 第1章 はじめに
- 第2章 不当表示の発生原因
- 第3章 管理措置指針
- 第4章 不当表示を防止する体制の構築方法

## 第4編 景表法の運用

- 第1章 消費者庁の組織
- 第2章 措置命令
- 第3章 課徴金納付命令
- 第4章 都道府県知事による運用
- 第5章 適格消費者団体による差止請求
- 第6章 公正競争規約

## 練習問題

## 第1章 まずは具体例から

これから不当表示規制の説明をする。まずは、消費者庁や公正取引委員会が命令を出した正式事件の例をいくつかみてみよう。

### ① カロビタスリム事件

消費者庁から措置命令を受ける景表法違反の圧倒的多数は、不当表示であることが明白な事件である。そのようなものを1つ紹介しておこう。

(株)ハープ健康本舗は、「カロビタスリム」という健康食品を販売していたが、その広告に、「食べたこと、なかったコトに!?!」「3大パワーでオールクリア!」「あまいも「こっ तरीも「どっ तरीもまとめてカロビタ!」などと表示していた。



出所：消費者庁措置命令

Point

事例を挙げ、  
「何が問題なのか」  
を明示



変更前	変更後
「食べたこと、なかったコトに!?!」	「ダイエットをもっと楽しく♪」
「食べすぎに」	「酵素乳酸菌プラス!」
「3大パワーでオールクリア!」	「『自然植物の3大パワー!』」
「3大パワーでカロリーサポート」	「『自然植物の3大パワーでサポート』」
「あまいも「こっ तरीも「どっ तरीもまとめてカロビタ!」	「あまいも「こっ तरीも「どっ तरीもサッと3粒でカンタン♪」

としては、「カロビタスリム」(カロリーの吸収をストップさせてスリムになることを暗示させる)という商品名の広告に、「あまいも「こっ तरीも「どっ तरीもサッと3粒でカンタン♪」と書いてあれば、3粒でカロリーの吸収を抑えられることを暗示しているというのに十分だと思う。

少なくとも、変更後の表示について消費者庁がお墨付きをあたえたということはないはずである。このような表示が現におこなわれているからといって、「これくらい変えれば消費者庁には刺されないのだ」などと考えるのは危険である。

### ② 葛の花由来イソフラボン事件

この事件は、機能性表示食品について景表法違反で措置命令がなされたためずらしい事件である。

葛の花由来イソフラボンを機能性成分(機能性表示食品の機能性表示の根拠となる成分)として痩身効果を標ぼうする機能性表示食品の販売業者16社に対して、消費者庁は、表示のような痩身効果は認められないとして措置命令を出した(2017年11月7日)。

たとえば(株)CDグローバルは、「葛の花イソフラボン果汁」と称する機能性表示食品について、自社ウェブサイトにおいて、「内臓脂肪 皮下脂肪 ウエスト 体重 減少」「CDグローバルの 体重、ウエスト周囲径を 内臓脂肪、皮

Point

留意点や対策の  
ヒント等を明示!



詳細・お申し込みはコチラ  
＜クレジットカードでもお支払いいただけます＞



第一法規

検索

CLICK!