

【免責事項】

本資料は、景品表示法、医薬品医療機器等法（旧薬事法）を知るための参考資料としてご活用ください。本資料に掲載されている違反とはならない例も、ケースによって、違反となってしまう場合がございます。本資料の内容は、違反防止を保証するものではありません。本資料に沿って、ショップ運営をしたにも関わらず、違反となってしまった場合も当社では一切責任を負いかねます。

景表法、医薬品医療機器等法（旧薬事法）は消費者を守るための法律です。各法律の「目的」を十分に理解し、「目的」を守るために、法律を守りましょう。行政による公式案内もご参照ください。

株式会社もしも

■景品表示法[消費者庁]

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/

■医薬品医療機器等法（旧薬事法）[東京都福祉保険局]

<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku>



流用/転載/二次利用禁止

Copyright © Moshimo Co.,Ltd. All Rights Reserved.

景品表示法について



流用/転載/二次利用禁止

Copyright © Moshimo Co.,Ltd. All Rights Reserved.

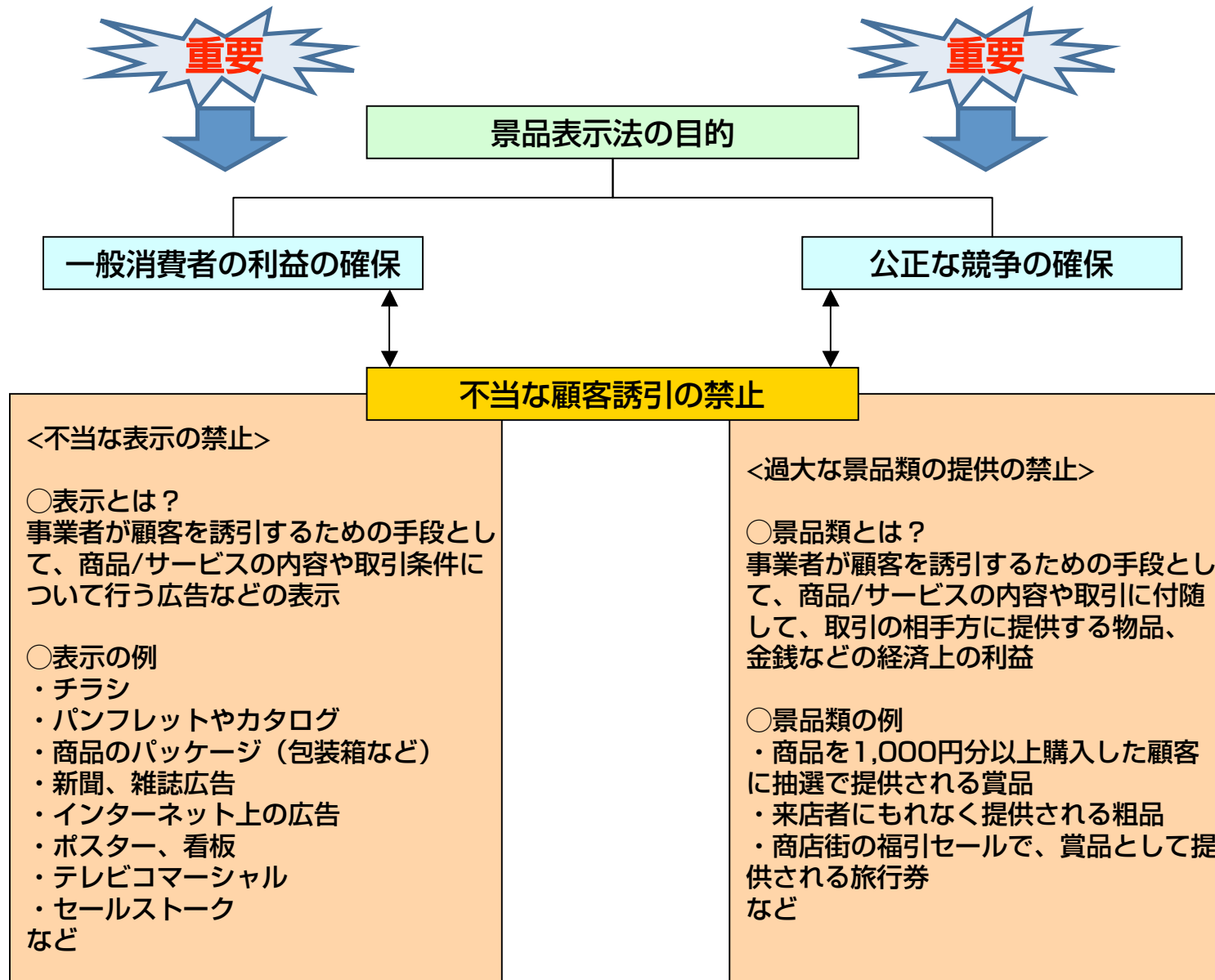
【景品表示法とは】

景品表示法とは、正式名称を「不当景品類及び不当表示防止法」と言い、略称として「景品表示法」「景表法」と呼ばれています。

不当な表示やサービスに釣り合わない過大な景品類をつけることにより、商品の価値の見極めや競争に悪影響が出ることを防ぐため、独占禁止法の特例法として制定された法律です。

消費者庁が主管しており、「排除命令」「警告」「注意」の措置が取られます。景品表示法について、さらに詳しく知りたい方や、最新の情報を確認したい方は消費者庁の景品表示法ページ（※本資料冒頭にURL掲載）をご覧ください。





【「表示」とは】

この法律で言う「表示」とは、顧客を誘引するあらゆる手段のことを指します。

チラシや折り込み広告、インターネットでの表示はもちろんのこと、口頭での説明や、色、匂い、商品名も「表示」とするとされています。

【「表示」とされる例】

- 商品名・味・匂い・見た目・包装・容器・ラベルなど
- チラシ・パンフレット・ダイレクトメール・ポスター・新聞広告
- インターネット・書籍
- 口頭・演劇・放送 等々



【「不当表示」とは】

景品表示法における「不当表示」とは、大きく3つあります。

【1.優良誤認を招く表示】

「本当のところよりも、良い物のように表示してはダメ」

【2.有利誤認を招く表示】

「本当のところよりも、お買い得と思わせるような表示をしてはダメ」

【3.公正取引委員会が告示で指定するもの】

その他の告示は公正取引委員会ホームページをご確認ください。

※特定の欠陥事項などを表示しなかったことにより、消費者に誤認される場合も「不当表示」にあたる場合があります。



【優良誤認】

優良誤認とは、販売する商品の内容や品質について、実際よりも著しく優良であると示す表示、又他社の製品と比べて実際よりも著しく優良であると示す表示の事を指します。

事実に反する表示の禁止は当然のこと、事実であっても、誇張や誤解を招く表記も禁止されています。

優良誤認表示に該当するか否かを判断する必要がある場合には、公正取引委員会は事業者に対し、期限を設け、表示の根拠となる資料の提出を求めることができます。期限以内に資料を提出しない場合や、資料が裏付けとなる十分な理由を示せなければ、「不当表示」とみなされてしまいます。



【優良誤認の例】

【具体例1】

食品の場合「○○産牛肉使用！」と表示しながら、実際の産地は別の場所だった。



当然ながら虚偽の表示は認められない。景品表示法だけでなく、JAS法や不正競争防止法など、複数の法律に抵触します。

【具体例2】

化粧品などで、「100%の人が効果を実感しました！」と表示しておきながら、実際には1人にしかリサーチしていなかった



100%は事実であっても、母数を示さないことにより、誇張した表現になっている。



【優良誤認の例】

【具体例3】

食品などで、「日本一おいしい○○です！」と表示する。



味や匂いなど、客観的根拠を示しづらいものの順位付けは「不当表示」とみなされる場合がある。

【具体例4】

実際には果汁が入っていないドリンクに、オレンジの写真を使用した。



食品などで、実際に入っていない果汁の写真や文句を使うと「不当表示」とみなされます。



【有利誤認】

有利誤認とは、価格や取引条件について、実際よりも著しく得であると誤認させる表示、又他社の製品と比べて実際よりも著しく得であると示す表示の事を指します。

事実に反する表示の禁止は当然のこと、事実であっても、誇張や誤解を招く表記も禁止されています。

有利誤認表示に該当するか否かを判断する必要がある場合には、公正取引委員会は事業者に対し、期限を設け、表示の根拠となる資料の提出を求めることができます。期限以内に資料を提出しない場合や、資料が裏付けとなる十分な理由を示せなければ、「不当表示」とみなされてしまいます。



【有利誤認の例】

【具体例1】

「今だけ30%引きで販売」と表示しているが、実際に割引前の値段で販売した実績はなかった



弊社以外で高い価格で販売していた場合でも、弊社での販売実績がない場合には「割引」は表示できません。

【具体例2】

1日30円でリフレッシュ！と表示しながら、実際に使用する場合には特別な機器が必要で、1日30円では利用できない。



全体にかかる価格を表示せずに、一部の利用料だけを誇張して表示すると、「不当表示」になります。



【「景品」とは】

景品とは、顧客を誘引するための手段として、商品の取引に付随して提供する、物品や金銭などの事をさします。景品は、以下のように分類されます。

【一般懸賞】

商品・サービスの利用者に対し、くじ等の偶然性、特定行為の優劣等によって景品類を提供することを「懸賞」といい、共同懸賞以外のものは「一般懸賞」と呼ばれています。

【共同懸賞】

複数の事業者が参加して行う懸賞は、「共同懸賞」として実施することができます。



【「景品」とは】

【総付景品】

一般消費者に対し、「懸賞」によらずに提供される景品類は、一般に「総付景品（そうづけけいひん）」、「ベタ付け景品」等と呼ばれており、具体的には、商品・サービスの利用者や来店者に対してもれなく提供する金品等がこれに当たります。商品・サービスの購入の申し込み順又は来店の先着順により提供される 金品等も総付景品に該当します。

【オープン懸賞】

新聞、テレビ、雑誌、ウェブサイト等で企画内容を広く告知し、商品・サービスの購入や来店を条件とせず、郵便はがき、ファクシミリ、ウェブサイト、電子メール等で申し込むことができ、抽選で金品等が提供される企画には、景品規制は適用されません。このような企画は、一般に「オープン懸賞」と呼ばれています。



【公式パンフレット】

下記のページからさらに具体的な事例などをご紹介する公式パンフレット資料などをダウンロードできます。

■ 景品表示法[消費者庁]

<http://www.caa.go.jp/representation/index.html#m01>



健康食品や化粧品の販売について



流用/転載/二次利用禁止

Copyright © Moshimo Co.,Ltd. All Rights Reserved.

【健康食品などの販売にかかわる法律】

◎間接的にかかわる法律

- ・医薬品医療機器等法（旧薬事法）

医薬品/医薬部外品/医療機器/化粧品などについて定める法律であり、直接健康食品を取り締まる法律では無い。「薬」の有効性、安全性確保のため、「食品」なのに医薬的な効果効能をうたって販売するのを取り締まる。

◎食品を販売する時に、直接かわる法律

- ・食品衛生法
- ・健康増進法
- ・J A S 法

◎物販全般にかかわる法律

- ・景品表示法
- ・特定商取引法



【医薬品医療機器等法（旧薬事法）で定められる分類】

- ・ 医薬品

製造販売に許可があるため、もしもドロップ SHIPPING では販売できない。

※リスクの低い一部医薬品を除いてインターネットでは販売できません

- ・ 医薬部外品

製造には許可が必要だが、小売販売には特にいらないため、
もしもドロップ SHIPPING で販売できる。



【医薬品医療機器等法（旧薬事法）で定められる分類】

・化粧品

肌や頭髮などにつける物全般。石鹸や歯磨き粉などもこれにあたる。化粧品の効果は細かく（56 項目）定められており、それ以外のことは言うてはいけない。

⇒薬用はみがき粉などは、医薬部外品にあたる。

■化粧品の効能の範囲（56項目）

http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/iya_cos_ki/kijun/kono.html

・医療機器

さらに内部でクラス分けされており、取扱いに許可や届け出を要するものと、要さないものがあるので注意。

⇒許可が必要なもの[コンタクト（カラーコンタクトも含む）など]

⇒許可が不要なもの[救急ばんそうこう]



【医薬品の定義】

医薬品医療機器等法（旧薬事法）第1章第2条第1項

この法律で「医薬品」とは、次に掲げる物をいう。

1. 日本薬局方に収められている物
2. 人又は動物の疾病の診断、治療又は予防に使用されることが目的とされている物であつて、機械器具等（機械器具、歯科材料、医療用品、衛生用品並びにプログラム（電子計算機に対する指令であつて、1の結果を得ることができるように組み合わせられたものをいう。以下同じ。）及びこれを記録した記録媒体をいう。以下同じ。）でないもの（医薬部外品及び再生医療等製品を除く。）
3. 人又は動物の身体の構造又は機能に影響を及ぼすことが目的とされている物であつて、機械器具等でないもの（医薬部外品及び化粧品を除く。）



【医薬部外品の定義】

医薬品医療機器等法（旧薬事法）第1章第2条第2項

この法律で「医薬部外品」とは、次に掲げる物であつて人体に対する作用が緩和なものをいう。

1 次のイからハまでに掲げる目的のために使用される物（これらの使用目的のほかに、併せて前項第二号又は第三号に規定する目的のために使用される物を除く。）であつて機械器具等でないもの

イ 吐きけその他の不快感又は口臭若しくは体臭の防止

ロ あせも、ただれ等の防止

ハ 脱毛の防止、育毛又は除毛



【化粧品定義】

医薬品医療機器等法（旧薬事法）第1章第2条第3項

この法律で「化粧品」とは、人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう。

ただし、これらの使用目的のほかに、第1項第2号又は第3号に規定する用途に使用されることも併せて目的とされている物及び医薬部外品を除く。

【医療機器定義】

医薬品医療機器等法（旧薬事法）第1章第2条第4項

この法律で「医療機器」とは、人若しくは動物の疾病の診断、治療若しくは予防に使用されること、又は人若しくは動物の身体の構造若しくは機能に影響を及ぼすことが目的とされている機械器具等（再生医療等製品を除く。）

であつて、政令で定めるものをいう。



【医薬品と判断するための具体的基準】

1. 成分本質 ⇒ 医薬品専用の成分がはいっているか
2. 効能効果 ⇒ 治療・予防効果、改善効果等が暗示されているか
3. 形状 ⇒ アンプル・スプレー（口腔内用）等の形状をしているか
（カプセル・錠剤は、「食品」と明記すれば医薬品に当たらない）
4. 用量用法 ⇒ 使用時間や、使用量等の記載があるか
例）1日3回、食後に服用など

以上の4点を総合的に判断して「医薬品」と「食品」を区別する

※野菜、果物、菓子、調理品等その外観、形状等から明らかに食品と認識される物は、判定によることなく医薬品に該当しない。

【健康食品・化粧品を販売する時に表記してはいけないこと・1】

◎効果効能をうたってはいけない

明示的・暗示的を問わず、人体に影響があるという事を言うてはいけない。

⇒体に影響を及ぼすものは、医薬品である！という事。

【明示的表現】

- ・ がんに効く
- ・ 高血圧の改善に
- ・ 動脈硬化を防ぐ
- ・ メタボ予防に最適
- ・ デトックス
- ・ アンチエイジング

etc...

【暗示的表現】

- ・ 漢方秘薬
- ・ C型肝炎に効果があるといわれる、○○を使用
- ・ 内科医推薦の○○
- ・ 一時的に吹き出物が出る事がありますが、体内浄化の初期症状です。

⇒好転反応は示してはいけない
etc...

【例外】「特定保健用食品」として厚生労働省に認可されたものに関しては、認められた事項に限り、効果効能を表記してよい。



【健康食品・化粧品を販売する時に表記してはいけないこと・2】

◎最近問題になったことのある成分と表現

■ ブルーベリー、アントシアニン

⇒「目に良い」、「視力回復」等・・・

■ コラーゲン、ヒアルロン酸、エラスチン

⇒「免疫力の活性化」、「抗癌作用」等・・・

■ シャンピニオン

⇒「体臭・便臭の防止」等・・・

■ ウコン

⇒「二日酔い防止」、「肝臓に良い」等・・・

■ 酸素水

⇒「疲労回復」等・・・

etc...



【健康食品・化粧品を販売する時に表記してはいけないこと・3】

◎使用体験談（医薬品医療機器等法（旧薬事法）に抵触する事についてのみ）

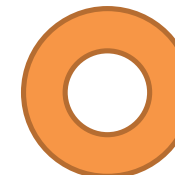
2歳になる子供の喘息が本当にひどく、可哀そうだったのですが、この〇〇のおかげで、いまはとっても元気になりました！



もう髪の毛のことは、すっかり諦めていたんですが、〇〇をためしたところ、本当に生えてきたんです！



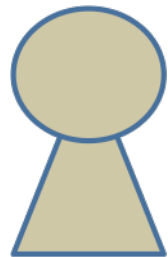
この香水は、本当に匂いが爽やかで、しかも、驚くほど長持ちするんです。もう手放せません！



※3番目の例は、使用感のコメントであり、効果効能をうたっていないので問題ない！

【健康食品・化粧品を販売する時に表記してはいけないこと・4】

◎使用前・使用後の写真及び、イラストの掲載



【使用前】



【使用後】

美白効果抜群の○○美容液！
今なら¥1,980

写真だけでなく、イラストもNGな事に注意！

ただし、これも体験談と同じで、化粧品などの使用例として、
単純に見た目の比較などならばOK

【その他、健康食品・化粧品を販売する時に表記してはいけないこと・5】

◎バイブル商法

別途、本などで効果効能をまとめたものを販売し、商品と一緒に紹介する方法。数年前に、アガリクスの販売で逮捕者もでた。

◎最大級の表現

- ・最高級の化粧品です。
- ・日焼け止めの最後の切り札
- ・過去に類を見ない注目の逸品 etc...

◎安全保障の表現

- ・無農薬で栽培された野菜を原料にしていますので、絶対に安心です。
- ・天然素材100%だから、副作用の心配なし！
- ・無添加だから肌質不問！ etc...



【問題ない表現】

「医薬品医療機器等法（旧薬事法）」とは、あくまで薬のような効果効能をうたう事を禁止しているという事を忘れないでください。

たとえば「豆乳おからクッキー」で、「カロリーが控えめなので、いつものおやつの代わりにこれ、プラス適度な運動でダイエット！」

のような表現は、特に問題ないとおもわれます。

「カロリーが減る + 運動する = 痩せる」は医薬品医療機器等法（旧薬事法）に引っ掛かるところはないからです。

（ただし、「絶対痩せる」や「食べるだけで痩せる」は景表法に抵触するのでNG。
また、「痩せる」という文言はキーワード的に危険なので、「ダイエット」にとどめたほうが無難）

また、化粧品とかの使用前使用後の写真などでも、口紅や、マニキュアなど、単純に見た目が変わるだけの物に関しては、掲載してしまっても問題ないでしょう。

NGなポイントをしっかり押さえて、無駄に情報を削らないように注意しましょう。

