

商品やサービス等の内容について、
強調表示を行う一方で、
打消し表示を明りょうに行わないことにより、
消費者に実際のもの又は、
競争事業者に係るものよりも著しく優良又は、
有利であると誤認される場合には、不当表示となります。

強調表示とは

一般消費者に訴求するため、品質等の内容や価格等の取引条件を強調した表示

打消し表示

一般消費者からは予測できない事項であって、商品・サービス選択の重要な考慮要素となるものについての表示

強調表示を行う場合の望ましい表示

強調表示を行う場合には…

- 強調表示の内容について、例外条件、制約条件等がないかを十分に検討する必要があります。
- 打消し表示を行わずにすむように、強調表示の方法を工夫することが必要です。

やむを得ず、打消し表示を行う場合には、

- 強調表示に接近した箇所
 - 強調表示の文字の大きさとバランス
 - 消費者が手に取ってみる表示物の場合、最低でも8ポイント以上の文字
 - 十分な文字間余白、行間余白
 - 背景の色との対照性
- などの配慮が必要となります。

産地の表示

Q1 沖縄県産の紅芋を100%使ってお菓子を製造していますが、
沖縄県産100%と表示しても
問題ありませんか。

A

100%使用していることが
事実であれば、
表示しても問題はありません。
なお、県産と別の産地を
混ぜて使用している場合は、
消費者が誤認しないように、
県産紅芋がどれだけ使用されているかを
明示する必要があります。

よくある質問②

プレミアム、特選、最上等の表示

Q₂ 商品パッケージに「プレミアム」と表示しても問題ありませんか。

A

景品表示法は、特定の用語、文言の使用を禁止するものではありません。「プレミアム」は、最上級を表す用語であるため、ほかの類似の商品よりも優れているという裏付けとなる根拠が必要となります。

よくある質問③

「元気」の表示

Q₃ ○○を使用した健康食品に、「からだ元気」と表示しても問題ありませんか。

A

表示した内容について、この健康食品を摂取したことによる効果、効能の根拠が問われることがあります。このような根拠となる資料がない場合、又は、客観性がない場合は、不当表示となります。

※合理的な根拠がない効果・効能等の表示は、優良誤認を招く不当表示とみなされます。(9p参照)