

# ラベルバンク新聞

発行所  
株式会社ラベルバンク  
大阪市淀川区西中島5-12-8  
新大阪ローズビル6F  
TEL : 06-6838-7090  
FAX : 06-6838-7091  
http://label-bank.co.jp/  
support@label-bank.co.jp

## 第118号

少し前になりますが、2018年6月に消費者庁より「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」(以下「留意点」)が公表されていますので、今回はこちらを取り上げてみたいと思います。

### 強調表示と打消し表示

打消し表示とは、商品の内容などについて強調表示をする際に、なんらかの例外などがあるときに表示されるものです。分かりやすい例としては、体験談の表示に添えられる「個人の感想です。効果には個人差があります。」といった表示があげられます。「留意点」によると、強調表示と打消し表示は以下のように定義されています。

【強調表示】…事業者が、自己の販売する商品・サービスを一般消費者に訴求する方法として、断定的表現や目立つ表現などを使って、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】…強調表示からは一般消費者が通常は予期できない事項であって、一般消費者が商品・サービスを選択するに当たって重要な考慮要素となるものに関する表示

### 打消し表示の方法について

「留意点」では、紙面広告だけでなく、動画広告やWeb広告(PC及びスマートフォン)についても、それぞれの媒体の特性別に注意すべき表示を整理してい

## 「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」について

ます。容器包装への表示については「紙面広告」と読み替えて想定していただくとして、ここではすべての媒体に共通する留意点について取り上げてみたいと思います。

### (1) 打消し表示の文字の大きさ

打消し表示の文字の大きさは、一般消費者に打消し表示が認識されない大きな理由の1つであると考えられています。事業者が打消し表示を行う際には、一般消費者が手にとって見るような表示物なのか、鉄道の駅構内のポスター等の一般消費者が離れた場所から目にする表示物なのかなど、表示物の媒体ごとの特徴も踏まえた上で、それらの表示物を一般消費者が実際に目にする状況において適切と考えられる文字の大きさを表示する必要があります。

### (2) 強調表示の文字と打消し表示の文字の大きさのバランス

打消し表示は、強調表示といわば「対」の関係にあることから、強調表示と打消し表示の両方を適切に認識できるように文字の大きさのバランスに配慮する必要があります。打消し表示の文字の大きさが強調表示の文字の大きさに比べて著しく小さい場合、一般消費者は印象の強い強調表示に注意が向き、打消し表示に気付くことができないときがあると考えられます。

### (3) 打消し表示の配置箇所

打消し表示は、一般消費者が、それが強調表示に対する打消し表示であると認識できるように表示する必要があります。

打消し表示の配置箇所は、打消し表示であると認識されるようにするため非常に重要な要素です。

### (4) 打消し表示と背景との区別

打消し表示の文字の色と背景の色が対照的でない場合(例えば、明るい水色、オレンジ色、黄色の背景に、白の文字で打消し表示を行った場合)など、打消し表示の文字と背景との区別がつきにくいような場合には、一般消費者は打消し表示に気付かないおそれがあります。

### 打消し表示の内容について

そして、問題となりえる打消し表示の内容については以下の4類型が公表されています。

### (1) 例外型の打消し表示

商品・サービスの内容や取引条件を強調した表示に対して、何らかの例外がある旨を記載している打消し表示についても、一般消費者が打消し表示を読んでもその内容を理解できない場合、一般消費者は例外事項なしに商品・サービスを利用できるという認識を抱くと考えられる。

### (2) 別条件型の打消し表示

例えば、割引期間や割引料金が強調される一方、割引期間や割引料金が適用されるための別途の条件が打消し表示に記載されており、一般消費者が打消し表示を読んでもその内容を理解できない場合、一般消費者は別途の条件なしに強調された割引期間や割引料金が商品・サービスを利用できるといった認識を抱くと考えられる。

### (3) 追加料金型の打消し表示

「全て込み」などと追加の料金が発生しないかのように強調している一方、それは別に追加料金が発生する旨が打消し表示に記載されており、一般消費者が打消し表示を読んでもその内容を理解できない場合、一般消費者は当該価格以外に追加料金が発生しないという認識を抱く

と考えられる。

### (4) 試験条件型の打消し表示

表示を行うに当たっては、表示された効果、性能等(ここで「表示された効果、性能等」とは、文章、写真、試験結果等から引用された数値、イメージ図、消費者の体験談等を含めた表示全体から一般消費者が認識する効果、性能等であることに留意する必要がある。)が、試験・調査等によって客観的に実証された内容と適切に対応している必要がある。

なお、冒頭の事例である「個人の感想です。効果には個人差があります。」については、体験談により一般消費者の誤認を招かないようにするために、当該商品・サービスの効果、性能等に適切に対応したものを示していることが必要であり、商品の効果、性能等に関する事業者が行った調査における(一)被験者の数及びその属性、(二)そのうち体験談と同じような効果、性能等が得られた者が占める割合、(三)体験談と同じような効果、性能等が得られなかった者が占める割合等を明瞭に表示すべきとされています。

### 今後について

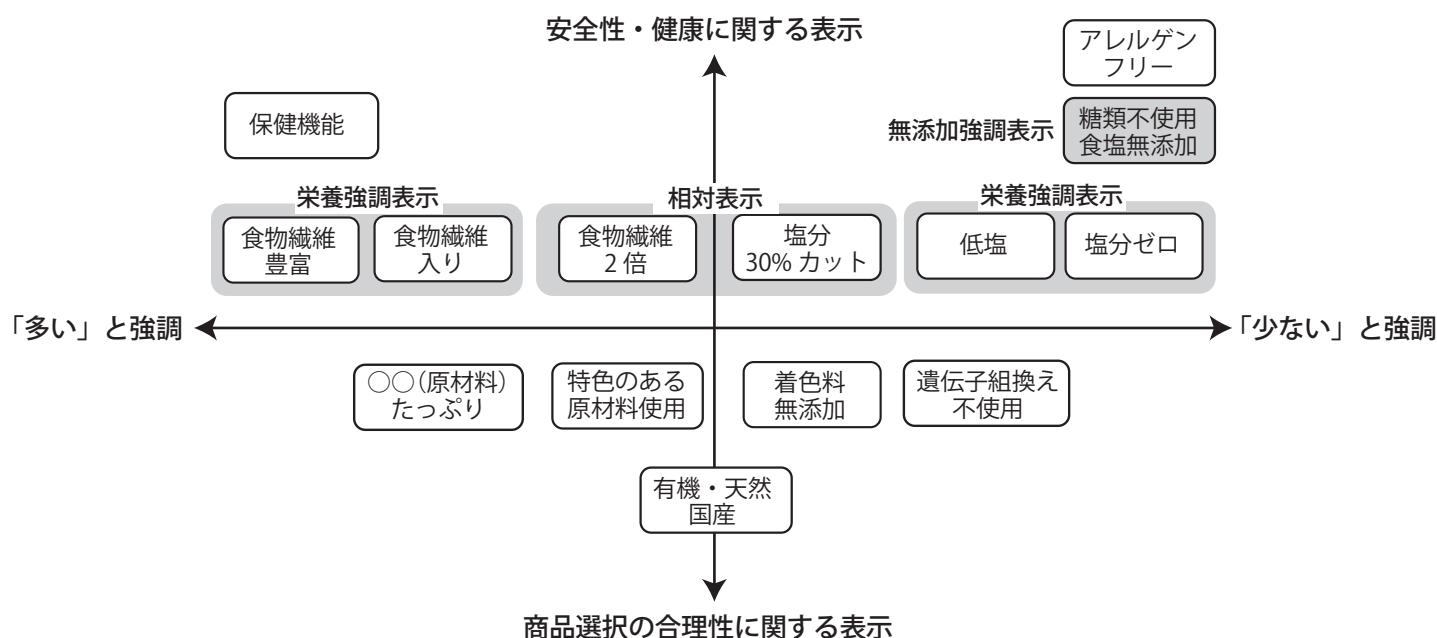
消費者庁の発表によれば、「打消し表示」については今後厳しく取り締まる方針となっています。上にあげた4つの表示方法と4つの表示内容については、どのような表示にもあてはめて考えることができる視点となっていると思いますので、パッケージデザインだけでなく、同封のしおり、パンフレットやウェブサイトなどの表示が適切であるかを検証する業務に携わる方は、一度目を通していただくとよいと思います。(川合)

参照：景品表示法(消費者庁)  
http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation\_fair\_labeling/  
打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点(実態調査報告書のまとめ)  
http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation\_fair\_labeling/pdf/fair\_labeling\_180607\_0004.pdf

## ミニコラム 「強調表示とは」

食品表示基準での強調表示といえば、栄養成分強調表示(高い旨、含む旨等)を思い浮かべる方が多いのではと思いますが、不当表示を防ぐ目的で広義にとらえると様々な強調表示がありますので、ミニコラムとしてまとめてみたいと思います。

以下の図は、強調表示の類型についてまとめたものです。



上下の違いは、強調の目的の違いです。

安全や健康に関して強調をする場合と、商品の品質に関して強調をする場合に分けています。

左右の違いは、強調の内容の違いです。

何かを使用しているか、強化している場合と、何かを使用していないか、軽減している場合に分けています。

これらの強調表示の際には、根拠(エビデンス)となる資料が必要となります。

原材料の種類に関する強調の場合であれば、原材料規格書や製造記録などが該当します。

栄養成分の量に関する強調の場合であれば、栄養成分の分析成績書などが該当します。

食品の場合、すべての原材料について常に同じ規格のものを安定して使用することは、簡単ではないケースが多いと思います。ですので、毎年定期的に原材料規格書や分析成績書を更新するといった品質保証(表示してあることと実際の整合性を確認する)業務が大切といえます。

強調している表示に対して、保有している根拠資料が適切でなければ、不当表示となる恐れがあります。

その点で、強調表示と不当表示は背中合わせのような関係と考えてよいでしょう。

何かを強調するには、それにふさわしい根拠が必要です。

保有している根拠資料が強調表示の根拠として適切であるかどうかを、一度見直しをする機会にいただければと思います。

### 今月の「お気に入り」言葉

Everything should be as simple as it is, but not simpler.

- Albert Einstein