

## 平成30年度第3回表示・広告調査結果「東京都消費生活調査員調査」

### 1 調査のテーマ

「打消し表示に関する広告調査」

### 2 調査の目的

商品・サービスの質の良さや価格の安さなどのアピールポイントを目立たせる表現を「強調表示」と言い、強調した部分の用語や内容について、「※」等を用いて説明する表現を「打消し表示」と言う。打消し表示は強調表示の訴求内容を反映していることが望ましいが、実際には打消し表示の文字が小さすぎたり、双方の表示が離れているために、消費者が重要な情報を見落してしまう実態が明らかになっている。そこで、消費者が日常的に目にする新聞折り込みチラシ、フリーペーパー等の広告において「打消し表示」がきちんと書かれているか、誤認を招く表示になっていないかなどについて調査を実施した。

### 3 調査対象

新聞・雑誌広告、折り込みチラシ、ダイレクトメール・カタログ、ポスティングチラシの他、店頭や街中で配布されるフリーペーパー等を調査対象とした。

なお、インターネット上の広告及び景品表示法の規制対象外である求人募集や買い取りサービスの広告は「調査対象外」とした。

### 4 調査期間

平成30年11月30日（金曜日）から同年12月13日（木曜日）まで

### 5 調査方法

消費生活調査員の身近にある新聞・雑誌広告、折り込みチラシ、ダイレクトメール、ポスティングチラシ、フリーペーパー等において、「強調表示」と呼応する「打消し表示」について、景品表示法上の不当表示にあたるおそれのある表現がないか調査を行った。文字の大きさや表示位置、色使いなどが原因で重要な情報を見落としたり、説明の内容がわかりにくいなど、問題があると思われる「打消し表示」を1点選び、誤認を招きやすいと考えられる広告を調査した。

## 6 調査規模

調査員数	回答人数	調査件数	回収率
200名	182名	184件	92%

※ 一人で複数件提出した調査員がいたため、回答人数と調査件数は一致しない。

### 調査件数184件のうち問題があると思われる表示に対する調査員の判断

問題があると思われる表示 有	177件	96.2%
問題があると思われる表示 無	7件	3.8%

## 7 問題があると思われると判断した主な理由（複数回答）

判断理由	件数
過大評価や自社に都合のよい説明で、表示内容が信用できない	61件
説明が不十分・内容がわかりにくい・意味が不明	48件
文字が小さい・表示位置がわかりにくい・色が薄くて見えにくい	38件
打消し表示の説明が強調表示と矛盾している	18件
その他	9件

## 8 調査員からの報告をもとに調査及び指導対象とした広告表示例

調査員から「問題があると思われる」と報告された広告のうち、**11事業者**の表示について、景品表示法第5条第1号（優良誤認）及び第2号（有利誤認）に抵触するおそれの有無について調査及び指導を行った。

### 【優良誤認のおそれがあった表示例】

- 健康食品や化粧品の新聞折り込みチラシにおける「お客様満足度98.7%」のような強調表示について、「98.7%」は、とても満足・満足・やや満足を合計した数値であることを打消し表示に記載していたが、満足度が高いように誤認させる表示であった。

【有利誤認のおそれがあった表示例】

- 健康食品の新聞広告における「1日わずか約〇円！続けやすい価格」という強調表示に対して、「※初回価格(税抜)のみ」という打消し表示が記載されていた。「〇円」は、税抜の初回価格に対してのみ試算可能となる金額であるが、もともと継続使用を推奨する商品であり、2回目以降、1日あたりの価格が約2倍になることがわかりにくく、お得感を強調しているような表示であった。

## 9 打消し表示に関するアンケート結果

### 1. 打消し表示と強調表示を一体として認識できましたか

回答	件数	調査件数に対する割合
認識できた	150件	81.5%
認識できなかった	30件	16.3%
その他	4件	2.2%

### 2. 日常的に打消し表示を読んでいますか

回答	件数	回答人数に対する割合
必ず読んでいる	37件	20.3%
なるべく読むようにしている	101件	55.5%
ほとんど読まない	44件	24.2%

### 3. 打消し表示を見落とす理由は何だと思えますか（複数回答）

回答	件数	回答人数に対する割合
打消し表示の文字が小さかったり、読みにくい色である	151件	83.0%
強調表示と打消し表示を一体として認識できない	99件	54.4%
強調表示のみに引きつけられ、打消し表示に注意が向かない	83件	45.6%
内容が複雑そうで読む気がせず、読み飛ばしてしまう	75件	41.2%
その他	8件	4.4%

## 【「打消し表示」に対する消費者の意識】（アンケート結果から）

調査員に対して実施したアンケート調査（調査件数184件）において、「問題があると思う打消し表示あり」と回答したものは177件（96.2%）に上った。問題があると判断した理由として「自社製品やサービスを過大評価によって優良に見せたり、都合のよい解釈による説明で表示内容が信用できない」「打消し表示の説明が不十分だったり、意味がわかりにくい」「文字の大きさや表示の位置、色の使い方などに問題がある」「打消し表示の説明が強調表示と矛盾している」が挙げられた。

また、日常的に打消し表示を読んでいるかどうかについて、「必ず読んでいる」と回答したものが37件（20.3%）、「なるべく読むようにしている」が101件（55.5%）あった。7割以上が打消し表示を読む必要性を感じているが、「なるべく読むようにしている」の回答理由から、文字が小さくて読み飛ばしているのではないかという懸念や、読もうと思うが表示内容や説明が難しそうで、最初から読むことを放棄してしまう様子が見られた。一方、「ほとんど読まない」が44件（23.9%）あったが、読みにくい・わかりにくい以外の理由として、元々広告の内容を信用していないことが複数名から挙げられた。

なお、打消し表示全般に関して寄せられた自由意見を集約すると、以下のような傾向が見られた。

### ●打消し表示のルールや基準を定めてほしい

- ・打消し表示の文字が異常なくらい小さいことが多いので、文字のサイズや判読しやすい書体、色の使い方などについての基準がほしい。
- ・年をとると小さな文字は読みづらく面倒である。商品の対象年齢が高い広告でも打消し表示の文字が小さすぎる人が多いので、サイズのルールを決めてほしい。
- ・強調表示と打消し表示の大きさの比率を規定してはどうか。
- ・打消し表示は読みにくく、打消し表示が多い広告は信頼性に欠けると考える。多用しないよう、1つの広告には〇件までなどの規制をした方がよいのではないか。

### ●打消し表示に書かれているのは重要な情報だけとは限らない

- ・打消し表示は、事業者にとって消費者になるべく伝えたくない情報なのではないかと思ってしまう。
- ・事業者は、打消し表示に記載していることを消費者がきちんと読んでくれなくても構わないと思っていないだろうか。打消し表示に不利な情報を隠そうとしている気がする。
- ・打消し表示は、そのまま企業の言い訳だと思う。そこに商品やサービスの問題点が潜んでいる可能性もあり、消費者自身が丁寧に読んで矛盾を解明すべきである。

調査員が今回の調査を通じて打消し表示を熟読した結果、呼応すべき強調表示と打消し表示に矛盾が生じていたり、強調表示の詳細について説明するはずの打消し表示の記載が不十分な広告が報告された。また、このような広告に対しては、消費者の信頼感を損ねる可能性があることも示唆された。

広告表示によるトラブルを回避するために、事業者は消費者が迷わず必要な情報に到達でき、納得して商品購入やサービスの提供が受けられるような広告表示を行うことが必要であろう。消費者も打消し表示をきちんと読む習慣をつけ、内容をしっかり把握することが望まれる。