

令和3年度第1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

「エステ・整体・マッサージのサービスの提供に関する広告調査」

2 調査の目的

エステ・整体・マッサージのサービスの提供に関する広告においては、実際のサービスの品質や取引条件より著しく優良または有利だと誤解をあたえるような表示が多くみられる。

例えば、合理的根拠がなく効果を表示しているものや実際にはない行政の許認可をうたっているもの、実績やNo.1表示の根拠が不明な表示、地域限定でお得であるとみせかけているものや期間限定キャンペーンでお得をうたいながら、期間の明示がない広告等です。そこで今回は、エステ・整体・マッサージのサービスの提供に関して、消費者が日常的に目にする広告が掲載されているフリーペーパー、新聞折り込みチラシ、ポスティングチラシなどに不当なおそれのある表示がないかを調査を実施した。

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、ポスティングチラシ等の他、フリーペーパーを調査対象とした。

なお、インターネットのホームページ等に表示されている広告は「調査対象外」とした。

4 調査期間

令和3年7月13日（火曜日）から同月26日（月曜日）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、「エステ・整体・マッサージのサービスの提供」に関する広告について、景品表示法上の不当表示にあたると思われる表現がないか調査してもらった。なお、医療の美容クリニック等は、調査対象外とした。

6 調査規模

調査員数	回答調査員数	有効回答数
198名	174名	151件

調査件数151件のうち不当表示に対する調査員の判断

不当と思われる表示 有	127件
不当と思われる表示 無	24件

7 不当表示等の判断理由の内訳（複数回答あり）

判断理由	件数
優良誤認	
効果・性能表示	32
No. 1等の比較表示	18
認定・認証の権威付け表示	16
打消し表示が適切でない	6
有利誤認	
キャンペーン期間等の表示	33
取引条件がわかりにくい表示	55
その他(事業者住所不明)	1

8 調査員からの報告をもとに調査及び指導の対象とした広告表示例

調査員から「不当と思われる表示あり」と報告された広告のうち、7事業者の表示について、景品表示法第5条第1号・2号（優良・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ると思われる事例】

- ・新聞折り込みチラシにおいて「-〇〇歳の若見え顔へ！ フェイスアップフィットネス」と表示し、効果があると表示しているがマイナス年齢の根拠がなく、わかりにくいものであった。

【有利誤認のおそれがあると思われる事例】

- ・新聞折り込みチラシにおいて「期間限定でお試しキャンペーン」
施術2回まで2,980円（税込）通常2回13,000円（税抜）と表示し、期間限定の日付が表示されていない。また、通常価格が施術内容に関係なく一律なのか不明瞭であり、通常13,000円が2,980円になるのかと思いつむという場合もある。表現があいまいであり、消費者に誤認を与えるものであった。

9 エステ・整体・マッサージのサービスの提供の広告表示に関するアンケート結果

1. 今回の表示調査から受ける印象や感じることについて、該当するものはどれですか。（複数回答あり）

回答	件数	有効回答数に対する割合
表示自体をあまり信用できない	73	48.3%
表示の一部分について、信用できる	38	25.2%
自社に都合のいい表示だとしても、ある程度は信用できると思う	33	21.9%
有利性(契約条件等)の表示を意識している	21	13.9%
表示の大部分について、信用できる	14	9.3%
事業者は、表示を行う場合に合理的な根拠がなければ表示しないと思う	12	7.9%

2. 当該サービスの広告で魅力を感じる表示はどれですか。(複数回答あり)

回答	件数	有効回答数に対する割合
公的機関の認定、指定、公認	57	37.7%
無料(入会金、初月など)	56	37.1%
限定(期間、人数)	36	23.8%
〇〇キャンペーン	28	18.5%
最安値	26	17.2%
満足度〇〇%、リピート率〇〇%	23	15.2%
今だけ、今なら	21	13.9%
広告内の口コミ	15	9.9%
〇〇No.1	14	9.3%
その他(企画内容・クーポン券等)	21	13.9%

3. 当該サービスを申し込む際、参考にする広告の表示は何ですか。(複数回答あり)

回答	件数	有効回答数に対する割合
事業者の信頼性	109	72.2%
サービスの値段	107	70.9%
サービスの内容	106	70.2%
キャンペーンなどのお得感	43	28.5%
限定などの特別感	16	10.6%
その他(お試しだけでよい等)	9	6.0%

【「エステ・整体・マッサージのサービスの提供」に関する消費者の意識】

調査において、「エステ・整体・マッサージのサービスの提供に関する不当表示あり」と回答した調査員が有効回答数151件のうち127件、84.1%に上った。不当表示であると判断した理由で最も多くは、過半数に達するのが「取引条件がわかりにくい」であった。

同時に実施したアンケート調査において、「1. 今回の表示調査から受ける印象や感じることにについて」という問いに対して複数回答で聞いたところ、「表示自体をあまり信用できない」が48.3%と一番多く、次いで「表示の一部について、信用できる」が25.2%であった。「2. 当該サービスの広告で魅力を感じる表示」について複数回答で聞いたところ「公的機関の認定、指定、公認」が37.7%と一番多く、次いで「無料（入会金、初月など）」が37.1%と多かった。「3. 当該サービスを申し込む際、参考にする広告の表示」について複数回答で聞いたところ「事業者の信頼性」が72.2%、「サービスの値段」が70.9%であった。

その他、自由意見欄では、「施術は、個人差があるが改善の目安が分からない。」
「効果の有無を確認する資料を提供して欲しい」という消費者の意見があった。

当該サービスの提供全般について、「事業者は不当表示と認識して表示するケースが多いと思われる。」「当該サービス分野は、広告の表示を少々誇大にうたっても内容が伴っているかどうかはチラシでは判断出来ない。」等の意見があった。

消費者は「エステ・整体・マッサージのサービス」の利用に際して、施術内容や金額等の条件についての広告表示を確認し、表示内容を理解したうえで施術を行うかどうかを慎重に判断する必要がある。思い込みで行動せず事業者に問い合わせるなど、施術前に疑問を解決しておくことがトラブル回避への早道となると言えよう。