

<<特徴と指導件数>>

誇大な効果等をうたう広告が健康食品・化粧品・役務に多く見られました。不当な表示等を行っていた296事業者に対して、改善指導を行いました。

<令和6年度 指導内容別 インターネット広告件数>

指導内容	広告件数	主な商品・サービス等
優良誤認（※1）のおそれ	143件	健康食品、役務、雑貨（※4）等
有利誤認（※2）のおそれ	32件	役務、雑貨、健康食品等
その他誤認される（※3）おそれ	30件	健康食品、役務、医薬部外品等
過大な景品類提供のおそれ	0件	

<令和6年度 指導内容別 SNS等広告件数>

指導内容	広告件数	主な商品・サービス等
優良誤認（※1）のおそれ	154件	健康食品、医薬部外品、化粧品等
有利誤認（※2）のおそれ	53件	健康食品、化粧品、医薬部外品等
その他誤認される（※3）おそれ	68件	健康食品、化粧品、医薬部外品等
過大な景品類提供のおそれ	1件	化粧品

（注）指導内容は、景品表示法によるもの。複数の内容に違反する広告があるため、指導件数の合計とは一致しない。

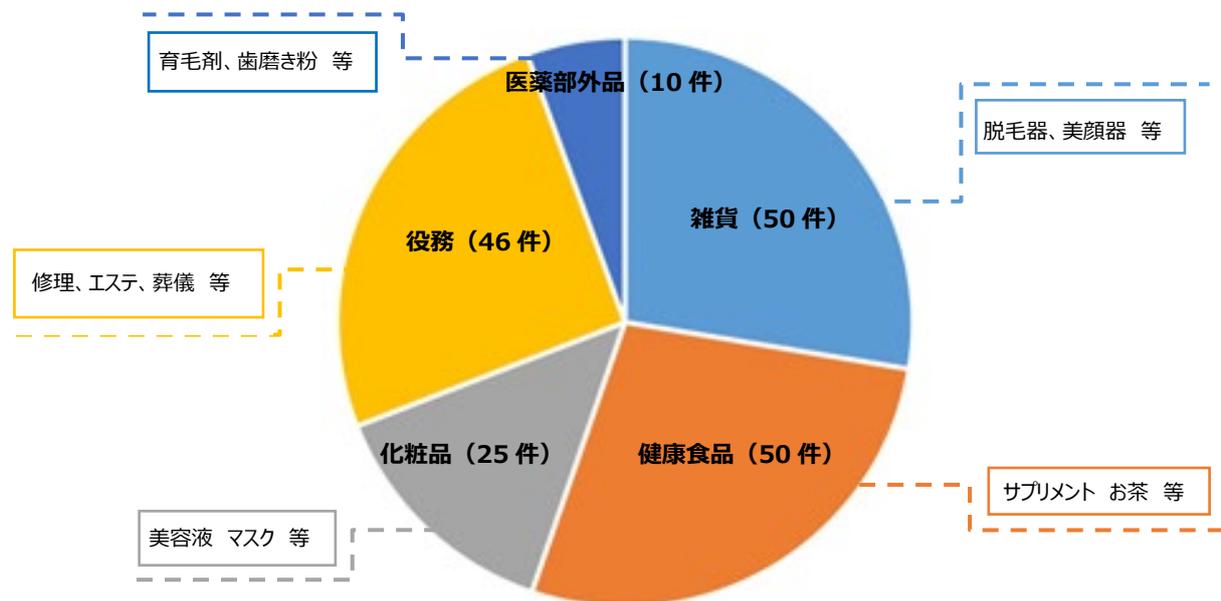
（※1）優良誤認…商品やサービスの品質、規格などについて、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示

（※2）有利誤認…商品やサービスの価格などについて、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

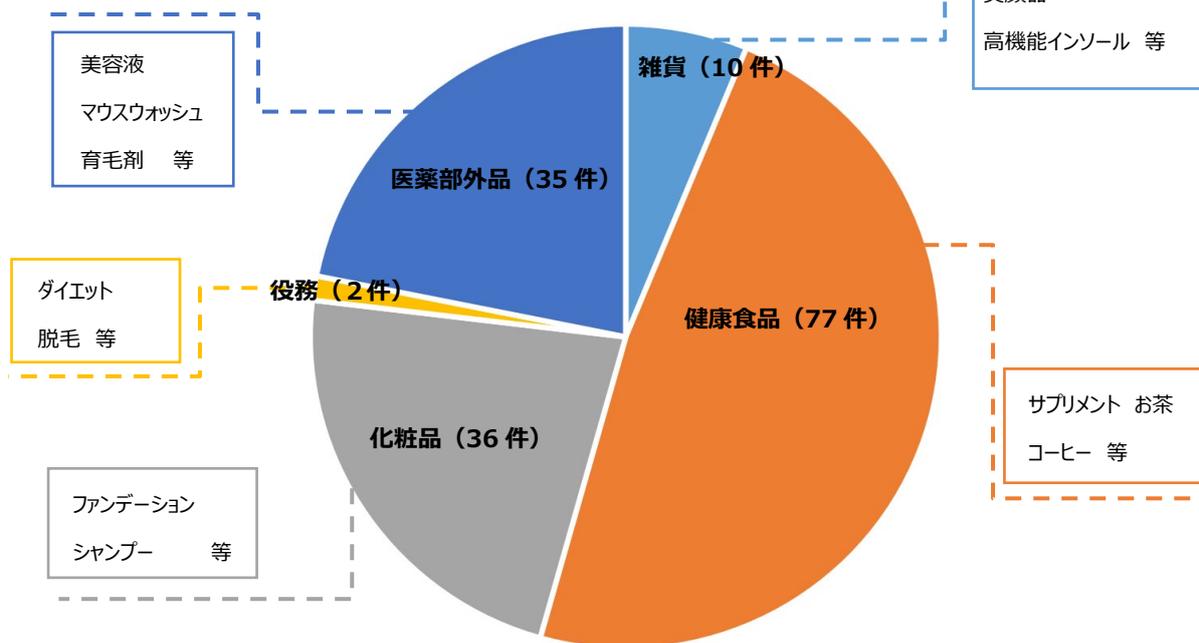
（※3）その他誤認されるおそれ…一般消費者に誤認されるおそれがある表示として指定されているもののうち、ステルスマーケティングに該当する表示（令和5年3月28日内閣府告示第19号により指定）

（※4）雑貨…着圧レギンス、美顔器、フェイスマスク、脱毛器、EMS機器、除菌スプレー等

<商品・サービス別指導件数（インターネット広告）>



<商品・サービス別指導件数（SNS等広告）>



<<業界団体への要望等>>

この結果を受け、関連の業界団体並びに検索サイト及びショッピングサイトの関係事業者（21団体）に対して、景品表示法及び関係法令の遵守について、より一層の周知を図ること等を要望するとともに、消費者庁に対して情報提供を行います。