

# 広告表現に関する報告書サンプル

## I. 課題

株式会社〇〇〇〇〇〇より、同社商品××××××××××

(以下、「本件商品」と略す) について、△△△△△を用いて痩身効果をうたす広告(以下、「本件広告」と略す) が景表法や健康増進法(以下、「健増法」と略す) に違反することのないように合理的な根拠を整えたいという要請が株式会社薬事法ドットコムにあり、株式会社薬事法ドットコム法務委員会(代表 松澤建司弁護士) の協力を得て、見解をまとめたので報告する。

## II. 与件

1. 本件広告に関し、□□□□□の体験談として次のような表現を行っている。  
半年で-5kg
2. 消費者庁は健康食品に対する景表法・健増法のガイドライン改正に関する平成25年12月24日通知の中で、真実の体験談について次のように述べている。

「3. 健康増進法>(3) 違反行為(虚偽誇大広告)の要件>②人を誤認させる表示

・体験者、体験談は存在するものの、一部の都合の良い体験談のみや体験者の都合の良いコメントのみを引用するなどして、誰でも容易に同様の効果が期待できるかのような表示がされている。」

## III. 本件広告の適法性(表現A)

1.
  - 1) 本件については、2013年に行った臨床試験がある。
  - 2) その試験は本件商品を試験品とし、BMI値が24以上の者を対象として、10週にわたって、3食中の1食を試験品20-40mlと具なしの味噌汁または、フレッシュジュースに置き換えるという方法にて行われた。
  - 3) 結果、体重は有意に改善がみられている(P=9.319E-06)。
  - 4) また、標準正規分布(Standard Normal distribution)は下図のようになる。

(以下、略)