

申 入 書

2018年5月10日

有限会社野草酵素
代表取締役 金井 貴義 殿

〒700-0026

岡山市北区奉還町1-7-7 オルガ5階
適格消費者団体 特定非営利活動法人消費者ネットおかやま
理事長 河田 英正
TEL : 086-230-1316 FAX : 086-230-1317
HP : <http://okayama-con.net/>

1 はじめに

当法人は、消費者団体訴訟制度の制度化を受けて、不当な勧誘行為や不当条項の使用の中止の申し入れや、団体訴権を行使していくことを重要な活動内容として、岡山県の消費者団体や消費者問題に取り組む個人によって、2007年6月6日に設立されたNPO法人です。2015年12月8日には、内閣総理大臣より消費者契約法第13条に基づく適格消費者団体として認定されました（組織概要については当法人のホームページをご参照ください）。

この度、貴社が山陽新聞紙上で行っている、貴社製品の「ふし自慢 塗るタイプ」（以下、「本件商品」といいます）の広告について、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」といいます）、特定商取引に関する法律（以下「特商法」といいます）、及び医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（以下「薬機法」といいます）に違反するのではないかと考えられる表示が行われているため、以下のとおり申し入れをさせていただいた次第です。

つきましては、ご多忙中恐縮ではございますが、本書到達後1ヶ月以内に、貴社のご見解について文書にてご回答いただければ幸いです。なお、回答の有無及び回答内容は公表することがあることを予め申し添えます。

2 対象となる法律の規定について

(1) 景品表示法について

さて、景品表示法は、第5条1項1号において、商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示す表示を優良誤認表示として規制しています。

ここで、「著しく優良であると示す」表示に当たるか否かは、表示の受け手である一般消費者に「著しく優良」と認識されるか否か（誤認されるか否か）という観点から判断されることとなります。また、「著しく」とは、当該表示の誇張の程度が、社会一般に許容される程度を超えて、一般消費者による商品・サービスの選択に影響を与える場合をいい、「著しく優良であると示す」表示か否かは、表示上の特定の文章、図表、写真等のみからではなく、表示の内容全体から一般消費者が受ける印象・認識により総合的に判断されることとなります。

したがって、一般消費者が表示された内容全体を閲読した際に、表示の対象となった商品が実際のものよりも優れた物と誤解し、購入するとの意思決定を行う程度に影響を及ぼすものである場合は上記規定に違反することとなります。

(2) 特商法について

また、貴社の販売方法は、いわゆる通信販売に該当するところ、通信販売の広告においては誇大広告等が禁止されています（特商法第12条）。そして、禁止された内容は上記の景品表示法の規制と重なるところもあるため、景品表示法の上記規定に違反する場合は、同時に特商法の上記規定にも違反することとなると考えられます。

(3) 薬機法について

さらに、薬機法は、第68条において、何人も、厚生労働大臣の承認を受けていない医薬品について、その名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならないと定めており、第85条第5号において、68条の規定に違反した者は2年以下の懲役若しくは200万円以下の罰金、又はこれを併科されることがあると規定されています。そして、薬機法において、「医薬品」とは、「人又は動物の疾病の診断、治療又は予防に使用されることが目的とされている物」であり機械器具等ではないもの（薬機法2条2号）、「人又は動物の身体の構造又は機能に影響を及ぼすことが目的とされている物」であり機械器具等でないもの（同条3号）をいうとされています。

したがって、対象の物について、標榜されている記載内容や成分から判断して、人の疾病の判断、治療又は予防に使用されることが目的とされている物や人の身体の構造又は機能に影響を及ぼすことが目的とされている物であると認識される場合、「医薬品」として薬機法の適用対象となります。そのため、貴社が行った本件商品の広告が、標榜されている記載内容や成分により「医薬品」とであると判断される場合、本件商品は「医薬品」としての承認を得ていない以上、上記規定にも違反することとなります。

3 貴社の本件商品の広告における表示の問題性について

(1) さて、貴社は本件商品の広告において、次のような表示を行っています。

ア ステップ1 温感成分ですぐにぽかぽか

ステップ2 気になる違和感がスーッと

ステップ3 軟骨成分グルコサミンがじんわり働く

→だから実感がはやいんです！

イ 怖〜いビリッに塗るだけの簡単ケア

安心・安全の植物性グルコサミン、ビリビリに直に働きかける温感成分、さらに秘伝の薬草成分を配合。気になるところにサッと塗るだけでジワッと温まり、「あれっあのビリビリは!？」と思わずつぶやく驚きの実感を。

ウ 直接塗れるグルコサミンが登場!との謳い文句を記載するとともに、膝に本件商品を塗布している写真を掲載する。

(2) また、貴社は、本件商品の広告において、使用者の体験談として以下の内容を掲載しています

エ 熊本県 鶴田福誉さん（75歳）の写真を掲載した上で、

「一歩目を踏み出そうにもビリッとして1cmくらいしかあがらないから、いつもズルズル引きずって歩く状態。手すりがないと立ち上がることもできませんでした。…中略…試しにそ〜っと動かしてみると、あのイヤなビリビリを感じない。…中略…3日目には手すりなしで立ち上がれるようになったんですよ」

などと記載している。

オ 大阪府 今岡健さん（77歳）の写真を掲載した上で、

「塗ったらすぐにスーッとかるくなってね!思いっきり屈伸しても平気だ」などと記載している。

カ 神奈川県 伊藤信雄さん（81歳）の写真を掲載した上で、

「塗ったとたんに温かくなって、「なんだ、この気持ちよさは…!」って。気づいた時にはあのビリビリが飛んで行っちゃってまたビックリ!いまでは仕事がテキパキできるし、自転車にも乗れる」などと記載している。

(3) さらに、貴社は、本件商品の広告として、池田整骨院院長である池田俊幸氏の意見として、

キ 「温めることで慢性的なビリビリをすばやくおさえながら、軟骨成分グルコサミンや野草成分がじんわりと働きかけてくれる。こんなに良いケア方法はないでしょう」などとの見解を掲載しています。

(4) このように、貴社の広告では、本件商品を対象部位に塗布することにより、即座にビリビリとした感覚が解消され、ひいては身体機能が回復することが印象づけられる内容となっています。

これらの表示を見た消費者としては、本件商品の使用により、膝のビリビリが即座に消え去り、手すりがなくとも立ち上がれる状態になる、ひざをまげることが困難であった人が思い切り屈伸できるようになる、痛みを気にすることなく仕事ができるようになるとの効果が得られると認識する可能性が極めて高いと考えられます。

そして、上記の認識は、要するに、膝などの関節痛について治療効果がある旨の印象を抱くことに他なりません。

なお、健康増進法第31条1項はいわゆる健康食品について、健康の保持増進の効果等の誇大表示を禁止しているところ、同項に規定する「人を誤認させる表示」の解釈において、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場合は、一般的に「人を誤認させる表示」にあたりとされています（「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」平成28年6月30日 消費者庁制定 参照）。

(5) 景品表示法に違反すること

すでに述べたとおり、本件商品の広告を閲読した消費者は、本件商品を塗布することによって自らの関節痛が治癒する効果を得ることができると誤認して本件商品を購入するとの意思決定を行う可能性が高いといえることから、本件商品の広告は、商品の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示す表示であると言わざるを得ません。

また、同様の理由から、特商法の誇大広告等の禁止の規定にも違反しているといわざるを得ません。

さらに、上記で述べた本件商品の広告の内容からすれば、本件商品が、膝などの関節痛という人の疾病の治療に使用されることが目的とされている物と言わざるを得ませんので、「医薬品」（薬機法第2条2号）に該当すると考えられます。そうすると、貴社の広告は、未承認の「医薬品」に関する広告となるため、薬機法第68条1項に違反すると考えられます。

4 結語

以上のとおり、貴社の本件商品に関する新聞広告は上記のような法律違反が認められることから、当法人は貴社に対して、本件商品の広告について同様の表示による広告を行わないように申し入れます。

以上、よろしくご願ひ申し上げます。

以上