平成１９年（排）第２４号

排　除　命　令　書

大阪市中央区内久宝寺町二丁目２番１号
株式会社総通
同代表者　代表取締役　喜多 俊憲

公正取引委員会は，上記の者に対し，不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第６条第１項の規定に基づき，次のとおり命令する。

主　　文

1　株式会社総通は，一般消費者に販売した「魔法の洗面器」と称する浴室用の洗桶（以下主文において「魔法の洗面器」という。）の取引に関し，一般消費者の誤認を排除するために，平成１８年３月１１日付け一般日刊紙に掲載した広告において，魔法の洗面器を浴室に置くだけで，当該製品から発生する銀イオンにより浴室内のカビの発生を抑制するかのように示す表示をしているが，かかる表示は，当該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ものである旨を速やかに公示しなければならない。この公示の方法については，あらかじめ，当委員会の承認を受けなければならない。

2　株式会社総通は，今後，魔法の洗面器又はこれと同種の商品の取引に関し，前項の表示と同様の表示が行われることを防止するために必要な措置を構じ，これを自己の役員及び従業員に周知徹底させなければならない。

3　株式会社総通は，今後，魔法の洗面器又はこれと同種の商品の取引に関し，表示の裏付けとなる合理的な根拠をあらかじめ有することなく第１項と同様の表示をしてはならない。

4　株式会社総通は，第１項に基づいて行った公示及び第２項に基づいて採った措置について，速やかに文書をもって

当委員会に報告しなければならない。

事　　実

1 (1)　株式会社総通（以下「総通」という。）は，肩書地に本店を置き，家庭用雑貨品等の通信販売業等を営む事業者である。

(2)　総通は，平成１６年４月ころ以降，卸売業者から，埼玉県草加市所在の株式会社三恵精機（平成１８年８月１０日までは有限会社三恵精機製作所との商号）が発売元となっている浴室用の洗桶を仕入れ，これに「魔法の洗面器」との商品名（以下「魔法の洗面器」という。）を付けて，一般日刊紙に当該商品の広告を掲載し，同広告を見た一般消費者から電話，はがき又はファクシミリにより注文を受け付けるなどして，これを販売していた。

2　総通は，魔法の洗面器について，平成１８年３月１１日付けの朝日新聞に掲載した広告（別添写し）において，「カビ知らずの浴室に!!」，「浴室に置くだけでピカピカに!」，「表面に施された高硬質アルミ酸化皮膜「ＧＨＡ加工」が、強力な抗菌効果の銀イオンを空気中に放出、カビの発生を抑制します。しかも効果は半永久。これで風呂場はカビ知らずです。」，「浴室内のカビを抑制するメカニズム　洗面器から銀イオンが発生。Ａｇの触媒作用により浴室内の水蒸気の一部も酸化分解能力のある酸素に変身。銀イオン（Ag^{+}）、酸素原子（Ｏ）、スーパオキサドアニオン（O^{2-}）がタイル、目地、天井等に接触作用して、抗菌効果を発揮。」と記載することにより，あたかも，魔法の洗面器を浴室に置くだけで，当該商品から発生する銀イオンにより浴室内のカビの発生を抑制するかのように示す表示をしている。

3　公正取引委員会は，前記２の表示について，景品表示法第４条第１項第１号に該当する表示か否かを判断するため，同条第２項の規定に基づき，総通に対し，期間を定めて，当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ，総通は，当該期間内に資料を提出したが，当該資料は，当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。

4　本件について，公正取引委員会が調査を開始したところ，総通は，平成１９年６月１日以降，魔法の洗面器の販売を中止している。

法　令　の　適　用

上記事実によれば，総通が行っている表示は，景品表示法第４条第２項の規定に

より，魔法の洗面器の内容について，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ことにより，不当に顧客を誘引し，公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示とみなされるものであって，かかる行為は，同条第１項第１号の規定に違反するものである。

よって，主文のとおり命令する。

平成１９年６月２９日

公　正　取　引　委　員　会

委員長　竹　島　一　彦

委　員　三　谷　　紘

委　員　山　田　昭　雄

委　員　濱　崎　恭　生

委　員　後　藤　　晃