

メニュー・料理等の食品表示と景品表示法の考え方について

平成 26 年 4 月 9 日

消費者庁 菅久

1 不当な表示と表示の義務付け

(ガイドライン 4 ページ「第 3 不当な表示の禁止に関する基本的な考え方」)

(1) 表示の規制

ア 一定の事項の表示を義務付ける規制

事業者の自主性に任せておくだけでは必ずしも表示されないが、消費者にとって商品・役務を選択する上で表示されるべき必要な事項 ……JAS 法、食品表示法

イ 不当な表示を禁止する規制

事業者が顧客に商品等を訴求するために積極的に行う広告・宣伝などの表示は、原則自由。消費者に誤認される表示を禁止 ……景品表示法

(2) 景品表示法で何が禁止されるか分かりにくい？

(3) アが対象とする表示とイが対象とする表示

景品表示法：「表示上の特定の文言、図表、写真等から一般消費者が受ける印象・認識ではなく、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識が基準となる。」 (ガイドライン 4 ページ)

2 景品表示法

(1) 景品表示法の制定 (昭和 37 年)：ニセ牛缶事件

(2) 景品表示法の不当な表示 (優良誤認・有利誤認)

「優良」とは → 製紙会社に対する排除命令 (平成 20 年 4 月 20 日)

(ガイドライン 3 ページ、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」 3 ページ)

3 最近の事例

(1) LED ランプ → 明るさの表示 (優良誤認)

(2) 食品の痩身効果 → 表示を裏付ける合理的な根拠がない（優良誤認）

- ・ 不当景品類及び不当表示防止法第4条第2項の運用指針（不実証広告に関する指針）（平成15年 公正取引委員会）
- ・ 「あたかも」
- ・ 著名人の推薦、体験談

(3) 冷凍食品の販売価格 → 不当な二重価格表示（有利誤認）

- ・ 不当な価格表示についての景品表示法上の考え方（平成12年 公正取引委員会）
- ・ 消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方（平成25年 消費者庁）（参考）消費税率の引上げに伴う表示に関する景品表示法の考え方

4 メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方

(1) 景品表示法の基本的な考え方（Q-1）

- ・ 当該飲食店で提供される料理において、実際には、その表示から受ける一般消費者の印象・認識と異なる食材を使用しているにもかかわらず、あたかも、当該料理に、実際のものよりも著しく優良である食材を使用しているかのように示す表示といえるか否か。
- ・ 表示された特定の食材（A）と実際に使用されている食材（B）とが異なるといえる場合に、そのことを一般消費者が知っていたら、その料理に惹きつけられることは通常ないであろうと認められる程度に達する誇大表示といえるときには、優良誤認表示に該当する。
- ・ メニュー等における料理名だけでなく、そのほかの文言、写真等表示媒体としてのメニュー等全体から一般消費者が受ける印象・認識を基準に判断する。

(2) Q&Aを読む上での留意点

- ・ 各問いは、料理店で提供する料理に使用している材料をあえて強調して表示しているが実際のもとは異なる表示をしている場合に、景品表示法上問題となるか否かという趣旨。（公表文の記（2）、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」14ページ）
各問いのAと説明は、このような一定の表示を前提としたもの。

景品表示法は、特定の用語、文言等の使用を義務付けたり、禁止したりするものではない。このため、同じ用語が用いられていても、広告・表示の全体から一般消費者が持つ印象・認識は異なる。その表示全体から受ける一般消費者の印象・認識を基準として、個別具体的に判断される。

（Q-1、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」1ページ）

→ 成形肉を使った料理を「ビーフステーキ」と表示しても、「成形肉使用」等と料理名の近傍や同一視野内に明瞭に記載していれば、一般消費者に誤認されない。

(Q-2、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」8ページ)

→ 同じ「ステーキ」という用語を用いていても「ハンバーグステーキ」であれば、その料理が牛の生肉の切り身を焼いた料理であると認識することはない。

(Q-2、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」9ページ)

→ 一般的な料理の名称として確立しているものであって、かつ、その食材がその料理に現に広く用いられていることが社会的に定着している場合など、一般消費者が、その料理等の選択において、それらの食材の違いに通常影響されないと認められる場合には、その料理の名称を単に表示するだけで直ちに景品表示法上問題となるものではない。

(Q-7、Q-15)

→ 「〇〇産の魚」については、その魚を使った料理を本日のおすすめ等として強調して提供する場合を基本的に想定。野菜については、メイン料理の添え物として提供される場合も含め、様々な提供方法を想定。例えば、本日のおすすめのサラダとして、あえて「△△(地域名)野菜使用」と強調して示している場合には、「〇〇産の魚」と同じ考え方になる。

(Q-17、Q-23) (「御意見の概要及び御意見に対する考え方」16ページ)

→ 「自家製」から一般消費者が抱く印象・認識は、商品・サービスごと、それらの広告・表示の内容等によって異なる。「自家製」との表示に加えて、その内容をより具体的・明瞭に示すことで一般消費者に誤解されることのない表示であれば、景品表示法上問題とならない。

(Q-28、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」19ページ)

→ 「フレッシュジュース」との表示について、既製品のオレンジジュースや紙パックのジュースを提供している場合は、問題となる。

(Q-35、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」22ページ)

・ 成形肉を使用している場合のアレルギー表示は、景品表示法上問題となるか否かに関わりなく、積極的な対応が求められることから、アレルギー表示に関する注意事項を記載 (Q-2、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」11ページ)

- ・ 「なお、飲食店が実際には△△を使用しているにもかかわらず、あえて〇〇を使用している旨を表示しているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。」

(Q-9ほか)

- ・ 実際と異なる表示をすると、景品表示法違反となるか、そうなる可能性が極めて高い。
(「御意見の概要及び御意見に対する考え方」4ページ)

- ・ 不当な表示にならないようにするためには、自己の供給する商品・サービスの需要者(消費者)の立場に立って、自己の行う広告・表示の全体から一般消費者がどのような印象・認識を持つかを考え、その商品・サービスの内容などと比べて、顧客に誤解されないようにする(顧客に誤解されるような誤った情報や大げさな情報は伝えない)ということが肝要(基本)。

(Q-1、「御意見の概要及び御意見に対する考え方」5ページ)

- ・ Q-2以下では、ある特定の表示ごとに、分かりやすさの観点から景品表示法上問題となり得るのかを端的に回答。しかし、個々の表示が景品表示法違反となるかどうかは、本ガイドラインの第2、第3やQ-1で書かれている基本的な考え方に基づいて個別の事案ごと、具体的な表示ごとに判断される。

これから行おうとする個別の表示に関して景品表示法上問題となるか否かの判断に迷われた場合は、本ガイドライン8ページ記載の問い合わせ先に御相談を。

(ガイドライン7～8ページ)

(以上)

景品表示法とJAS法の比較

○表示規制を定める法律の規制内容

・表示規制を定める法律は、表示規制の内容に着目すると、次の2つに分類し得る。

- ①一定の表示基準(又は広告表示義務)を定める規定：「表示基準」
- ②虚偽誇大表示の禁止規定：「虚偽・誇大表示規制」

(下図中の「○」は該当する規定があることを示す。)

法律	表示基準	虚偽・誇大表示規制
不当景品類及び不当表示防止法 (景品表示法)	/	○ (4条1項各号)
農林物資の規格化及び品質表示の 適正化に関する法律 (JAS法)	○ (19条の13)	/

最近の不当表示事案（措置命令）の例

商品／役務	表示	実際
自動車のガソリン	ハイオク	レギュラーガソリン
振袖に袋帯、長襦袢等を組み合わせたセット商品	標準小売セット価格 ¥780,000 をコーディネート 価格¥498,000（税込）	「標準小売セット価格 ¥780,000」は架空の価格
入学試験受験対策用講座	平成 22、23 年度 看護大学、 看護短大及び看護専門学校 合格者 延べ 267 名の氏名	平成 22 年度の合格者 延べ 48 名、平成 23 年度の合格者 延べ 49 名
モバイルデータ通信サービス	自社の WIMAX Flat 年間パ スポートなら月額 3,591 円	月額 3,591 円は、インターネ ット接続サービスを併用し た場合の料金で、WIMAX Flat 年間パスポートのみ利 用の月額額は 3853.5 円
一般照明用電球型 LED ラン プ	消費電力 7.2W で白熱電球 60W 型とほぼ同等の明るさ です	白熱電球の 60 ワット型の明 るさを大きく下回る
抗シワ効果を標ぼうする化 粧品	深く刻まれたシワは、継続使 用による形状記憶によって、 また正常なターンオーバー が行われることによって 徐々に薄くなっていきます	この表示の裏付けとなる合 理的な根拠はなかった
身長伸ばし、美顔矯正術	一人ひとりのお身体の状態 に合わせた効果的な身長伸 ばしを実現します 顔幅を狭くする高度な技	この表示の裏付けとなる合 理的な根拠はなかった
分譲マンション（4 物件）	全ての開口部（窓、玄関等） の角にひび割れ防止用補強	ひび割れ防止用補強筋及び 構造スリットの施行されて

	筋を施工	いた開口部は、全体の 25%から約 60%
熱中対策首もと氷ベルト	冷たさ長持ち 約 120 分冷却	効果が失われるまでの時間は、平均約 60 分強で、120 分を相当程度下回る。
葬儀	ご葬儀会員価格 88 万円パック お返し品、料理、精進料理まですべて入った追加・オプションの必要のないパックです	このパック料金には、飲料の費用、受付や棺の運搬等で必要となる人件費等が含まれておらず、追加の費用の支払いが必要
はちみつ	「いわて・もりおか」等の国内の地名等	国内で採蜜された天然はちみつに、中国又はハンガリーで採蜜された天然はちみつを混合
宿泊プラン	坊っちゃん島アワビと地鶏のコラボ♪堪能してください	坊っちゃん島アワビではなく、交雑種の外国産養殖アワビ
太陽光住宅発電システム	約 36 ヶ月で初期投資分の約 98 万円になります	初期投資費用である約 98 万円を回収するには、約 120 か月の期間を要する
MOBILE LTE というモバイルデータ通信サービス	速っ！通信速度 下り最大 75Mbps 広っ！MOBILE LTE エリア 東名阪主要都市 人口カバー率 99% (2012 年 6 月予定)	東名阪主要都市での人口カバー率を 99%にする計画はなく、2012 年 6 月末時点で 75Mbps 対応だったのは、東京都港区台場及びその周辺地区のみ

(参考) 現行の食品表示に関する法律

(現行法令に基づく表示例)

名称	スナック菓子
原材料名	じゃがいも(遺伝子組換えでない)、植物油、食塩、デキストリン、乳糖、たんぱく加水分解物(小麦を含む)、酵母エキスパウダー、粉末しょうゆ、魚介エキスパウダー(かに・えびを含む)、香料、調味料(アミノ酸等)、卵殻カルシウム
内容量	81g 賞味期限 この面の右部に記載
保存方法	直射日光および高温多湿の場所を避けて保存してください。
販売者	39

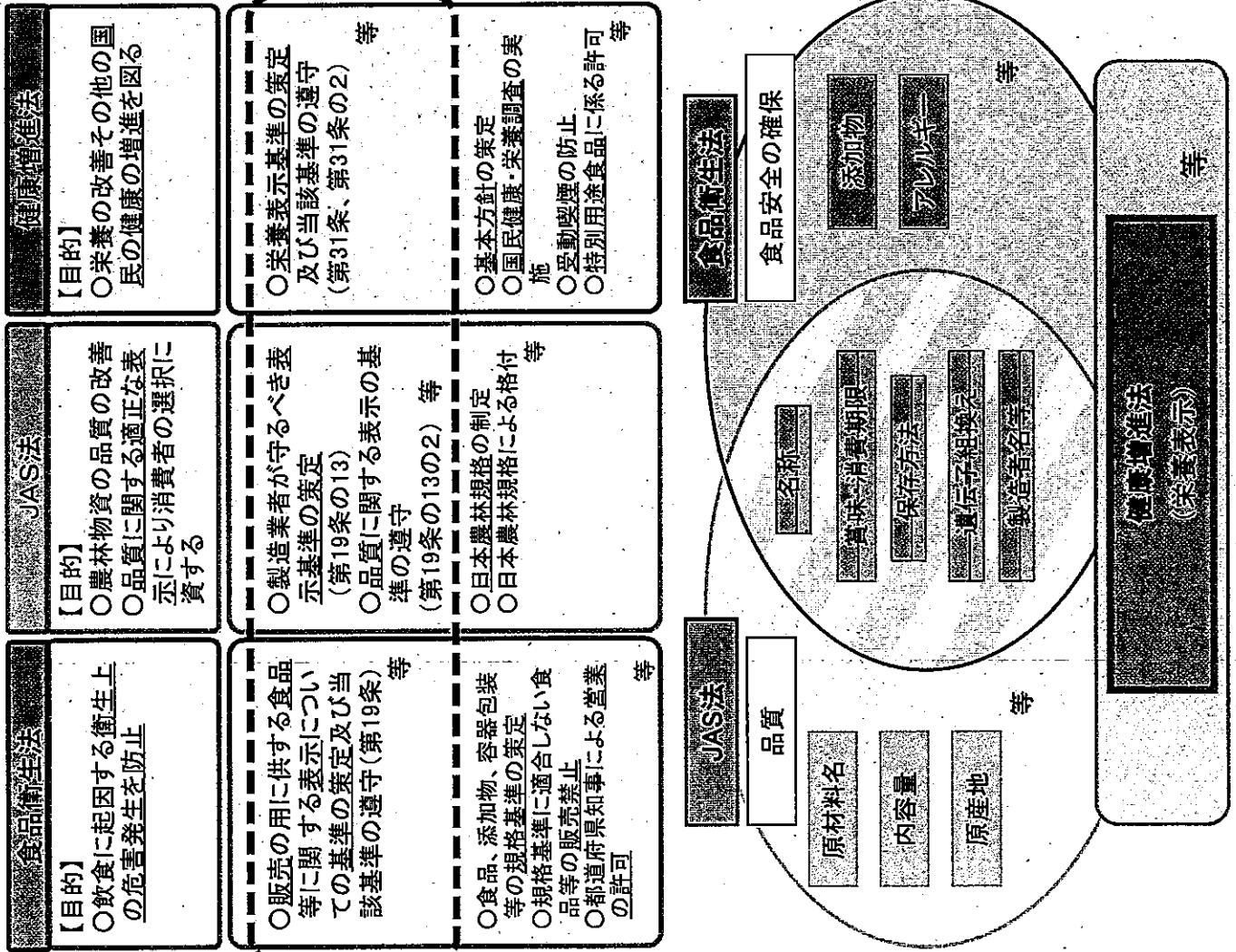
※「39」は製造所固有記号

主要栄養成分 1袋(81g)当たり (当社が評価)	
エネルギー	488 kcal 炭水化物 37.6g
たんぱく質	3.8g ナトリウム 330 mg
脂質	35.3g 食塩相当量 0.8g

※栄養表示は任意

- 食品衛生法に基づく表示事項
- JAS法に基づく表示事項
- 食品衛生法、JAS法の両法に基づく表示事項
- 健康増進法に基づく表示事項

表示関係 (表示関係以外)



健康増進法

【目的】

- 栄養の改善その他の国民の健康の増進を図る

JAS法

【目的】

- 農林物資の品質の改善
- 品質に関する適正な表示により消費者の選択に資する

食品衛生法

【目的】

- 飲食に起因する衛生上の危害発生を防止

表示関係

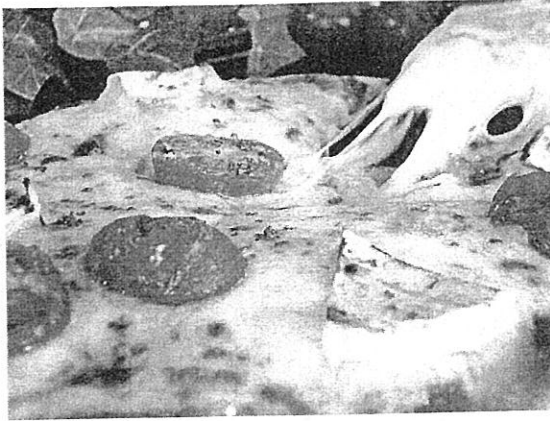
- 栄養表示基準の策定及び当該基準の遵守 (第31条、第31条の2) 等
- 基本方針の策定
- 国民健康・栄養調査の実施
- 受動喫煙の防止
- 特別用途食品に係る許可等

表示関係以外

- 製造業者が守るべき表示基準の策定 (第19条の13)
- 品質に関する表示の基準の遵守 (第19条の13の2) 等
- 日本農林規格の制定
- 日本農林規格による格付等

表示関係以外

- 販売の用に供する食品等に関する表示についての基準の策定及び当該基準の遵守 (第19条) 等
- 食品、添加物、容器包装等の規格基準の策定
- 規格基準に適合しない食品等の販売禁止
- 都道府県知事による営業の許可等



カマンベールチーズ

ローズマリーがアクセント!

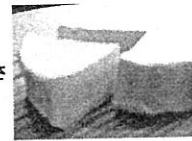
カマンベールとフレッシュトマトの
とってもクリーミーはピッツァです

ざく切りのカマンベールチーズに
ほんの少しだけ蜂蜜をたらしております

とってもクリーミーなピッツァは
ローズマリーの香りでお楽しみください

カマンベール【Camembert】

フランスのカマンベール原産のチーズのひとつ。軟質チーズの表面に白カビを生やして熟成させるチーズでチーズの女王とも呼ばれています。コクとうまみがあり、赤ワインとよく合い、料理にもよく使用されるチーズです。



生地は2種類からお選びいただけます。

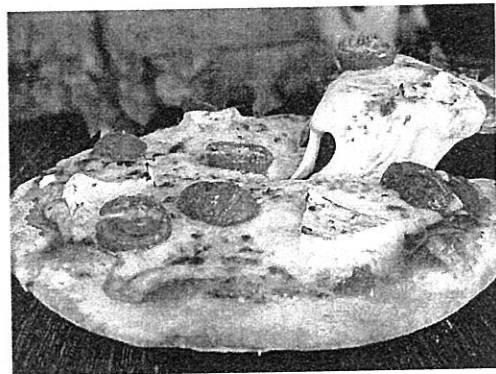
生地はナポリ風とクリスピータイプの2種類からお選びいただけます

ナポリ風

外はカリッと中はモチリとした歯ごたえのあります。周囲がふくらんでいるのが特徴です。

クリスピータイプ

薄くてサクサクした食感が特徴のライトな生地です。



PIZZA Information

サイズ	20cm (8inch)
ソース	トマトソース
トッピング	カマンベールチーズ(乳成分を含む)、プチトマト、蜂蜜、(全体にモッツアレラ、マリポーチーズ使用) (生地に小麦粉を使用) チーズ(乳成分を含む)

賞味期限	冷凍庫の保存状態によって異なりますが1ヶ月を目安として下さい
お届けの状態	焼く前の状態を冷凍にてお届けいたします

同梱出来ます! 店長おすすめ商品

6000円以上で無料!

本格手作りピザを全国へお届けいたします



ピザ★カマンベールチーズのPIZZA

商品番号 ti-01
価格 830円 (税込 896円) 送料別

お買い物の前に2,000ポイントゲット!

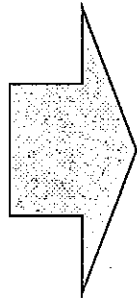
生地のタイプをお選びください

個数



歴史的経緯

- 昭和20年代後半から景品付販売が拡大
- 昭和35年「二七缶事件」



昭和37年 景品表示法制定

表示の適正化、消費者取引の適正化

→ 消費者利益の実現

景品表示法の概要

景品表示法は、消費者の自主的かつ合理的な商品及び役務の選択を確保するため、一般消費者に誤認される表示や過大な景品類の提供を制限及び禁止している(消費者庁移管に伴い、「競争法」から「消費者法」に変更)。

景品表示法第4条(不当な表示の禁止)

優良誤認
(4条1項1号)

商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示

不実証広告規制(4条2項)

優良誤認に該当する表示か否かを判断するため必要があるとき、事業者に対し、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ることができる。
 ⇒ 事業者が合理的な根拠を示す資料を提出しない場合には、当該表示は優良誤認表示とみなされる。

有利誤認
(4条1項2号)

商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示

誤認されるおそれのある表示
(4条1項3号)

商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあるとして認められ内閣総理大臣が指定する表示

- 1 無果汁の清涼飲料水等についての表示
- 2 商品の原産国に関する不当な表示
- 3 消費者信用の融資費用に関する不当な表示
- 4 不動産のおとり広告に関する表示
- 5 おとり広告に関する表示
- 6 有料老人ホームに関する不当な表示

景品表示法第3条(景品類の制限及び禁止)

総付制限告示(昭和52年告示第5号)

総付景品

= 商品の購入者等にもれなく提供する景品類

取引価額	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の20%

懸賞制限告示(昭和52年告示第3号)

懸賞景品

= 商品の購入者等に対し、くじなどの偶然性、特定行為の優劣等によって提供する景品類

一般懸賞

取引価額	景品類限度額(①、②両方の限度内)	
	①最高額	②総額
5,000円未満	取引価額の20倍	懸賞に係る売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	

共同懸賞

= 一定地域の同業者や商店街が共同実施

景品類限度額(①、②両方の限度内)	
①最高額	②総額
取引価額にかかわらず30万円	懸賞に係る売上予定総額の3%

カード合わせ

= 異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法を用いた懸賞

⇒ 全面禁止

業種別景品告示

- ①新聞業、②雑誌業、③不動産業、④医療用医薬品業・医療機器業及び衛生検査所業

平成24年6月14日

一般照明用電球形LEDランプ販売業者12社に対する
景品表示法に基づく措置命令について

消費者庁は、本日、一般照明用電球形LEDランプ（以下「LED電球」という。）を販売する事業者12社（以下「12社」という。）に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、措置命令（別添1～12参照）を行いました。

12社は、一般消費者に供給するLED電球について、商品パッケージ等において、「白熱電球60W形相当の明るさ」等と表示していましたが、実際には、用途によっては比較対照とした一般照明用白熱電球（以下「白熱電球」という。）と同等の明るさを得ることができないものであり、景品表示法に違反する行為（同法第4条第1項第1号（優良誤認）に該当）が認められました。

なお、本件は、公正取引委員会（公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所及び同九州事務所）との合同調査の結果を踏まえ、当庁が措置命令を行うものです。

1 12社の概要

別紙1のとおり

2 措置命令の概要

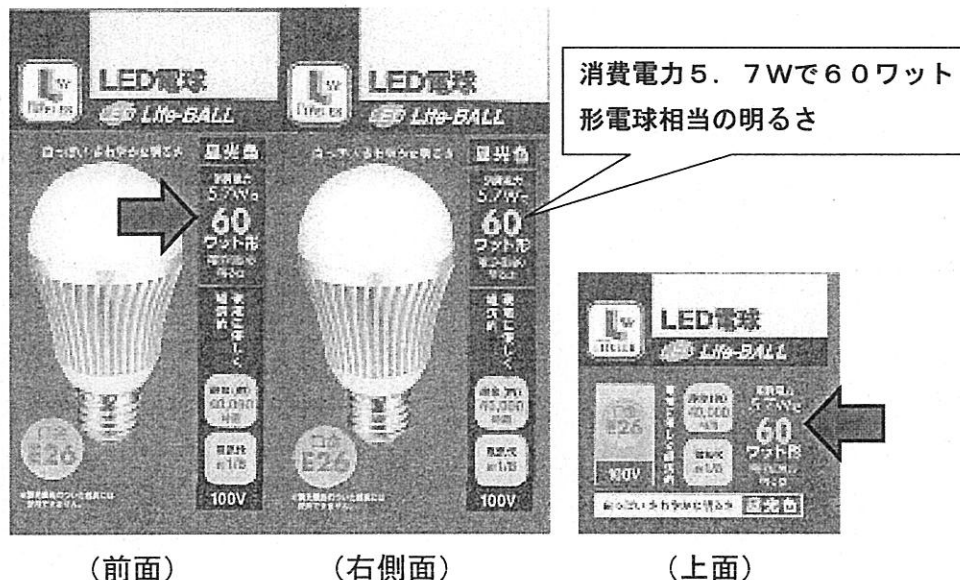
(1) 対象商品（別紙2参照）

12社がそれぞれ一般消費者に供給するLED電球（計54商品）

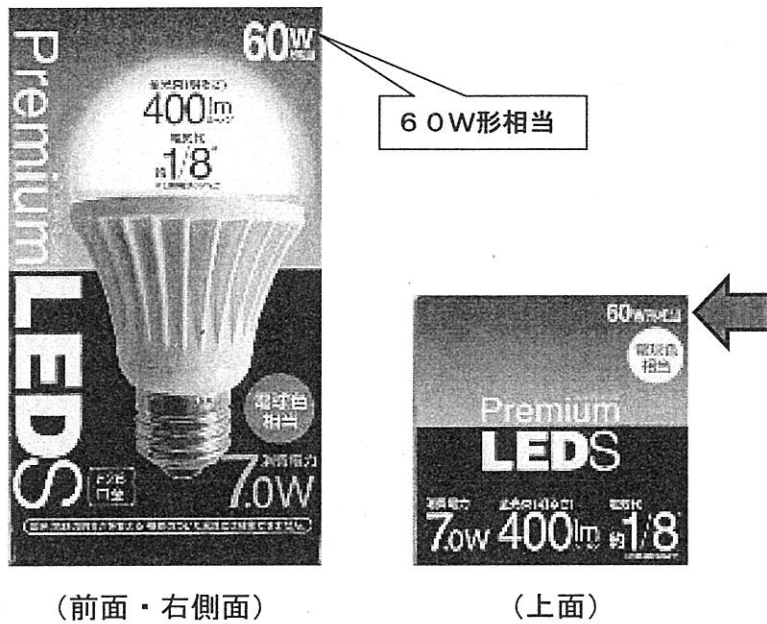
(2) 対象表示

12社は、商品パッケージ等において、対象商品について、白熱電球の40ワット形又は白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができるような表示をしていた（対象商品ごとの表示と実際の詳細は別紙2及び別紙3～別紙13参照）。

<表示例①>（コーナン商事株式会社のLED電球の商品パッケージ）



<表示例②> (株式会社エディオンのLED電球の商品パッケージ)



(前面・右側面)

(上面)

(3) 実際

ア 日本工業規格 (JIS) において、白熱電球の40ワット形の全光束は485ルーメン、白熱電球の60ワット形の全光束は810ルーメンと規定されている。

イ 白熱電球は、ほぼ全方向へ配光されるのに対し、LED電球は、現時点においては、下方向 (下向きの照明器具に取り付けて用いる場合。以下同じ。) への配光が強く、上方向及び水平方向への配光が弱い形状のものが多い。

このような形状のLED電球を、例えば白熱電球の60ワット形の代替品として、ダウンライト、スポットライト等の上方向及び水平方向へ光が広がる必要性の低い照明器具等に取り付けて用いる場合には、当該LED電球の全光束が白熱電球の60ワット形の全光束より低くても、下方向の明るさが白熱電球の60ワット形と同等となる程度の全光束であれば、白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることができる。

しかし、空間全体を照らすための照明器具等に取り付けて用いる場合には、少なくとも白熱電球の60ワット形と同等以上の全光束でなければ、白熱電球の60ワット形と同等の明るさを得ることはできない。

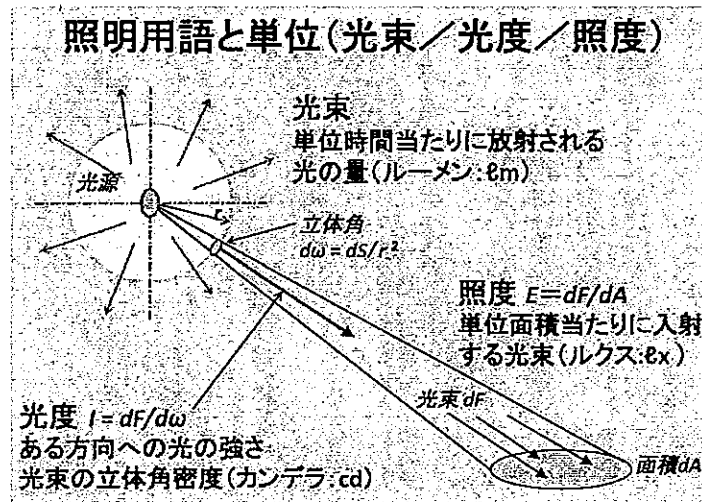
ウ 実際には、対象商品の全光束は、ほとんどが前記アの値を大きく下回るものであり、用途によっては比較対照とした白熱電球と同等の明るさを得ることができないものであった。

表示例①及び表示例②の商品の全光束

	全光束 (A)	白熱電球の60ワット形の全光束 (810ルーメン) に対するAの比率
表示例①の商品	430ルーメン	53.1%
表示例②の商品	400ルーメン	49.4%

※ 光源の明るさを評価する指標としては、単位時間あたりに放射される光の量である「光束」(単位: lm (ルーメン))、単位面積あたりに入射する光束である「照度」(単位: lx (ルクス)) 等がある。

このうち、照度は、測定位置・距離等によって変化するが、光源から放射される光の総量（全光束）は条件に左右されず一定であることから、光源の明るさの性能は、全光束で測定するのが適当である（電球の形状等による配光特性、照明効果の比較並びに適切な表示及び問題となる表示の例は、別紙14～別紙16参照）。



出典：一般社団法人日本電球工業会ウェブサイト

(4) 12社に対する命令の概要

- ア 12社が行った前記2(2)記載の表示は、LED電球の内容について、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り、景品表示法に違反するものである旨を、一般消費者へ周知徹底すること。
- イ 再発防止策を講じて、これを社内に周知徹底すること。
- ウ 今後、同様の表示を行わないこと。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課

担当者：佐藤（政）、新井、小林

電話 03-3507-9239

ホームページ <http://www.caa.go.jp/>

平成25年12月5日

株式会社コマースゲートに対する景品表示法に基づく措置命令について

消費者庁は、本日、株式会社コマースゲート（以下「コマースゲート」という。）に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、措置命令（別添参照）を行いました。
コマースゲートが新聞折り込みチラシ等において行った「夜スリムトマ美ちゃん パワーアップ版」と称する食品の痩身効果に関する表示について、景品表示法に違反する行為（表示を裏付ける合理的根拠が示されず、優良誤認に該当）が認められました。

1 コマースゲートの概要

所在地 東京都渋谷区道玄坂一丁目10番8号
代表者 代表取締役 井上 裕基
設立年月 平成17年12月
資本金 800万円（平成25年10月現在）

2 措置命令の概要

(1) 対象商品

「夜スリムトマ美ちゃん パワーアップ版」と称する食品

(2) 対象表示

ア 表示の概要

(ア) 表示媒体

- a 日刊新聞紙に折り込み、又は通信販売業者等が発行する商品カタログ等に同封し、それぞれ配布したチラシ・・・別紙1
- b 雑誌、フリーペーパー等・・・別紙2
- c 自社ウェブサイト・・・別紙3

(イ) 表示期間

- a 平成25年1月21日から同年3月30日まで
- b 平成24年8月21日から平成25年3月20日まで
- c 平成23年12月1日から平成25年4月30日まで

(ウ) 表示内容

前記(ア) aのチラシ、bの雑誌、フリーペーパー等又はcの自社ウェブサイトにおいて、次のように、あたかも、対象商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

a チラシ

「寝ている間に勝手にダイエット!?!」、「寝る前に飲むだけで努力なし!?!」、「夜トマトダイエットでマイナス?キロ!!」等と記載

b 雑誌、フリーペーパー等

「寝ている間に勝手にダイエット!?!」、「寝る前に飲むだけで努力なし!?!」、「夜トマトダイエットでマイナス?キロ!!」「以前着ていた洋服もこんなにブカブカ!」等と記載

c 自社ウェブサイト

「そもそも正しいダイエット法とは?」、「でも、通常のダイエットには大きな問題が・・・」、「これらの悩みを解決したい!そこで・・・」等と記載

イ 実際

前記アの表示について、当庁は、景品表示法第4条第2項の規定に基づき、コマースゲートに対し、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。コマースゲートから資料は提出されたが、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とは認められなかった。

(3) 命令の概要

ア 前記(2)アの表示は、前記(2)イのとおりであって、対象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り、景品表示法に違反するものである旨を、一般消費者へ周知徹底すること。

イ 再発防止策を講じて、これを役員及び従業員に周知徹底すること。

ウ 今後、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、同様の表示を行わないこと。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課食品表示対策室 担当者：宮下、金子（智）

電 話 03-3507-9122

ホームページ <http://www.caa.go.jp/>

寝ている間に勝手にダイエット!?

愛用者の方が集まって
自慢のお腹を披露!!



他の愛用者の方も
ビックリ!!



さんの
ご自宅で撮影

以前着ていた
洋服もこんなに
ブカブカ!

もともと90kg台の体重だったんですよ。そんな時に出会ったのがトマ美ちゃん。そして、ここまでスリキリすることができました。一番上の子供が20代なのですが、この間、並んで歩いていた時に長男の奥さんと間違えられたりしました(笑)



これが子供を4人
産んだお腹です!

私、昔はなんと

91kg

もあつたんです!!

41歳

トマ美ちゃんは寝る前に飲む、という手軽さで続けやすかったとのこと。

累計販売
35万個突破!

夜トマト ダイエット

マイナス

?

kg!!

寝る前に飲むだけで努力なし!

こんなにたくさんのくびれ美人成功者が!!



集う日本のくびれ美人!!

トマト約3個分の
リコピンを凝縮

先着100名様限定



パワーアップ版 夜スリトマ美ちゃん【約1カ月分】

初回購入者限定

通常価格 4,179円

●内容量:27g(300mg×約90粒)

こちらからさらに!
1,199円もおトク!

FAXでお申し込み 03-6867-0046

2,980円

※通常送料630円のところ、2個ご購入で送料無料
3個ご購入で送料無料+更に1個おまけ
5個ご購入で送料無料+更に2個おまけ

FAXでのご注文の場合は、商品名(トマ美ちゃん)、数量、郵便番号、住所、氏名(フリガナ)、電話番号、広告コード(1月ルール版)をご記入のうえ、お送りください。

認定 美食スペシャリスト・
食育指導士との共同開発!!



飯野耀子さん

「痩せるためにカロリーを減らす」と考えがちですが、長続きはせず結局リバウンド...という方も多いはず。重要なのはめぐり力!そこで注目されたのが簡単、かつ効果的なダイエットが開発できる「夜トマトダイエット」。キレイもスリムも全部叶えたい方はぜひ!

こんなに魅せ合う、 くびれ大会になった秘密は...

▼お急ぎください!お電話のみの特別プランもご用意しております。▼

お電話
通話料無料

0120-981-268

ご注文時に

広告コード

1月 ルール版

をお伝えください。

●受付時間 9:00~21:00 年中無休(年末年始除く)

冷凍食品の販売価格に係る表示の適正化

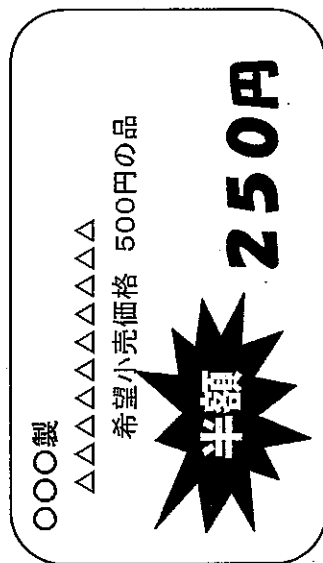
消費者庁は平成25年4月25日に以下の公表を行った。

- 消費者庁は、スーパーマーケット、ドラッグストア等への小売業者において販売される冷凍食品の販売価格に係る表示に関して調査を行ってきた。その結果、複数の小売業者が、景品表示法第4条第1項第2号(有利誤認)の規定に違反するおそれがある表示を行っていた事実が認められたため、これらの小売業者(12社)に対し、行政指導を行った。
- 消費者庁は、景品表示法違反と消費者被害を防止するため、行政指導の対象となった事例の概要を公表した。
- 消費者庁は、小売業者が加盟する業界団体及び冷凍食品製造業者等が加盟する業界団体に対し、冷凍食品の価格表示の適正化について要請した。

行政指導の対象となった事例の概要

- 「希望小売価格」、「メーカー小売価格」等を比較対照価格とした不当な二重価格表示
⇒ 実際にはメーカー側の価格は設定されていなかった。

【表示例】



- 「当店通常価格」を比較対照価格とした不当な二重価格表示
⇒ 実際には、「当店通常価格」と称する価額で、最近相当期間にわたって販売された実績はなかった。

【表示例】

