

誇大広告

特徴とカモになる人

中央大学経済学部 古川ゼミ
メンバー：塚本諒 大沼詩歩 水谷公紀 高木大輔 大坪琴里 塩田晟生

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
- 分析②
- まとめ

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
- 分析②
- まとめ

【実際の広告】

アイ犬のための3種の成分

- アントシアニン
- ルテイン
- アスタキサンチン

食べやすい
ふりかけタイプ

皆様に選ばれて

7冠達成!

No.1 日本トレンドリサーチ
食べさせやすいと思う
愛犬のアイケアサプリ

No.1 日本トレンドリサーチ
愛犬家におすすめの
アイケアサプリ

No.1 日本トレンドリサーチ
初めてでも安心の
愛犬のアイケアサプリ

No.1 日本トレンドリサーチ
愛犬のアイケアサプリ
口コミ人気

No.1 日本トレンドリサーチ
長く続けられると思う
愛犬のアイケアサプリ

No.1 日本トレンドリサーチ
友人にすすめたい
愛犬のアイケアサプリ

No.1 日本トレンドリサーチ
品質満足度が高いと思う
愛犬のアイケアサプリ

n=1200 実施対象：全国の男女
調査方法：インターネット調査 調査提供：日本トレンドリサーチ
調査概要：2021年3月 サイトのイメージ調査
本調査はサイトのイメージをもとにアンケートを実施し集計しております。

本日販売終了まで

あと**15時間35分50秒**

わんちゃんライフ 定期購入でお得な66%OFF!!

ふりかけサプリで健康をもっと美味しく!

喜びで瞳も輝く アイ情ご飯

獣医師
評価製品
vetseye.info

うま味たっぷり
チキン風味!

愛犬用サプリメント
アイズワン

犬の管理栄養士と
共同開発!

デンソー

JIJI.COM 会員登録 ログイン

デンソーなど10社に措置命令 除菌「効果3カ月」、根拠なし—消費者庁

2024年03月19日17時07分 配信

トップ 記事一覧へ シェア ランキング コメント



除菌製品「車両用クレベリン」の広告で、根拠がないのに効果が3カ月続くかのように

ライザップ

読売新聞 オンライン 購読申込 ログイン・登録

トップ 速報 朝刊記事 紙面ビューアー 社説 社会

ライザップ「ステマ広告」、消費者庁が措置命令...低価格ジム「チョコザップ」巡り

2024/08/09 15:00

スクラップに追加

個人の感想を装って商品を宣伝するステルスマーケティングとして、消費者庁「RIZAP（ライザップ）」をめぐり

社会問題になっている



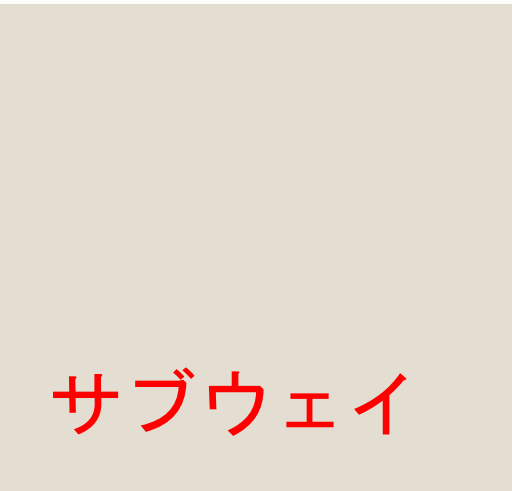
米サブウェイ、誇大広告と消費者が集団提訴 写真は肉3倍

By Jonathan Stempel

2024年10月29日 午後 2:17 GMT+9 · 24日前更新

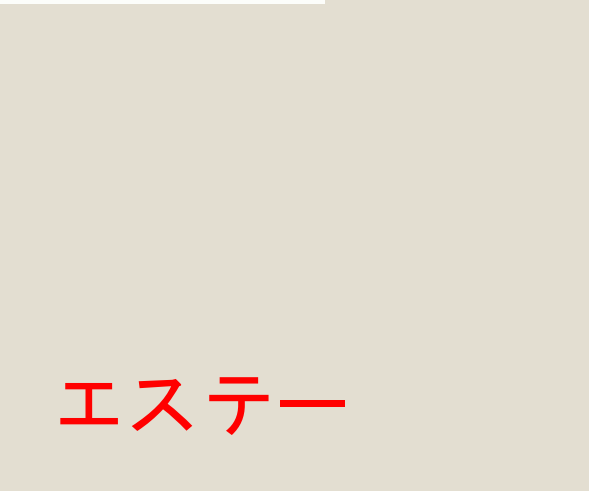


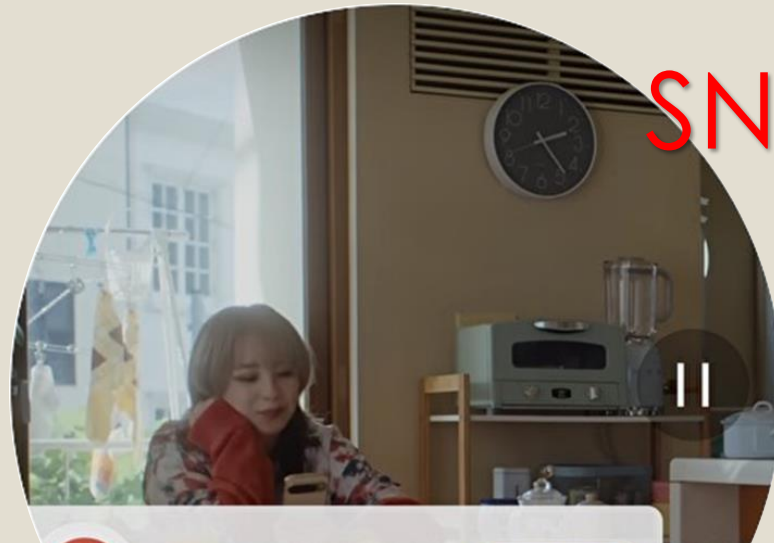
サブウェイ




エステーに措置命令 消費者庁“花粉 香りでガード”根拠認めず

エステー





S

広告は身近にあふれている



つり革



看板

身近でありながら社会問題である誇大広告

アンケート

特徴分析

どんな人がなぜ引っかかるかを
明らかにしたい

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
- 分析②
- まとめ

誇大広告とは...

商品やサービスの内容・価格などが、実際のものより**優良**または**有利**であると消費者に**誤認**させるように表示した広告。（goo辞書より）

(<https://dictionary.goo.ne.jp/word/%E8%AA%87%E5%A4%A7%E5%BA%83%E5%91%8A/>)

今回は**景品表示法**に違反していると
消費者庁が認めたものを誇大広告とする

景品表示法関連報道発表資料

(https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2024/index.html)

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
 - 〔分析方法
 - 〔分析結果と考察
- 分析②
- まとめ

分析方法 1

- **誇大広告**と**そうでない広告**から受ける影響に
違いはあるのか
- どのような人が**誇大広告に騙されやすいのか**

分析方法 1

～Google formでアンケートをとる～

1

- 実際に誇大広告を分析し、特徴を掴む

2

- 誇大広告のサンプルを作成し、アンケートで広告の印象を調査する

3

- アンケートの結果から、人々がどのような影響を受けているかを分析する

誇大広告の例

飲むだけで**絶対**に痩せる!!
ダイエットサプリメント



通常価格 ~~5000円~~

2980円

今だけ!!



医師も認めた製品です

- ・絶対
- ・比較金額の有無
- ・今だけ!!
- ・売上全国1位
- ・医師が認めた製品



よくある誇大表現!

正規広告の例

ダイエットのお供に!
ダイエットサプリメント



お値段なんと

2980円!



運動・食事制限に一粒追加!
脂肪の燃焼を促し、効果促進に繋がります

主な質問内容

年齢・性別

この広告を見てどの程度商品を買いたいと思うか（購買意欲）

この広告に対してどの程度 **信頼感** を覚えるか（信頼度）

目次

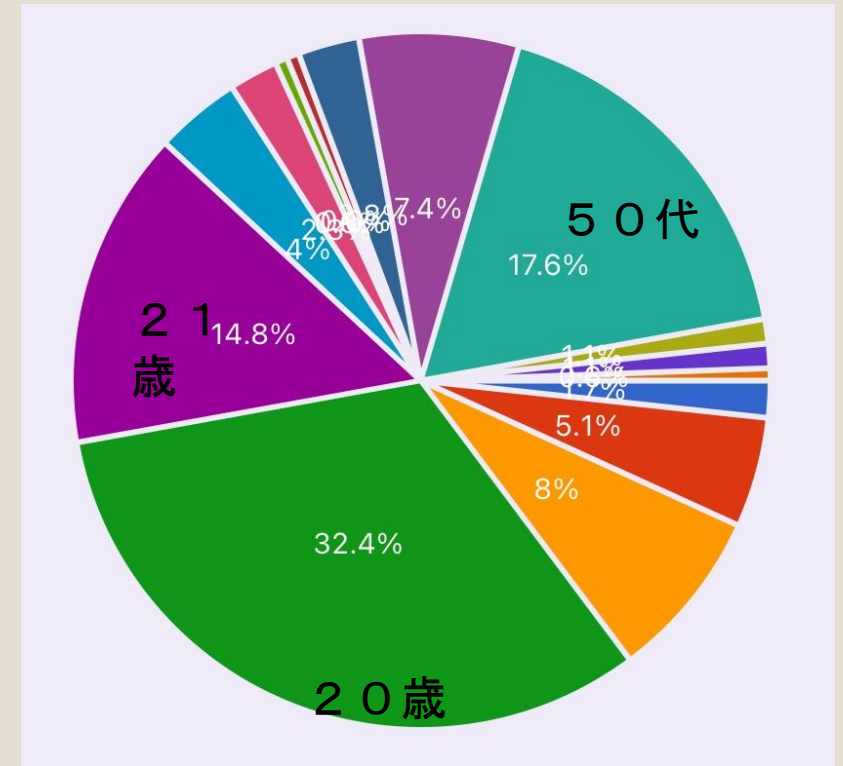
- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
 - 〔分析方法
 - 〔分析結果と考察
- 分析②
- まとめ

アンケート調査結果

対象人数：176人

集計期間：2週間

質問項目数：13



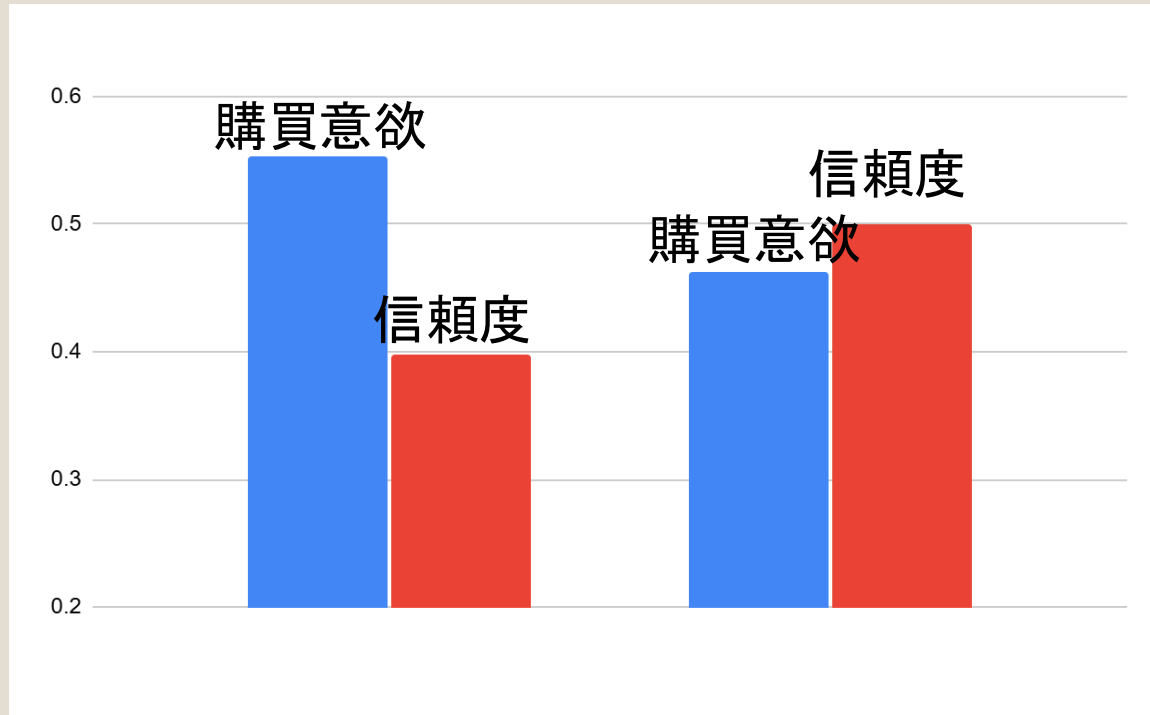
アンケート調査の限界

・無作為抽出ではない&サンプル数の少なさなどの問題はあるが、この調査から類推できる結果を1つの可能性として我々は提示する

誇大広告と正規広告の影響比較

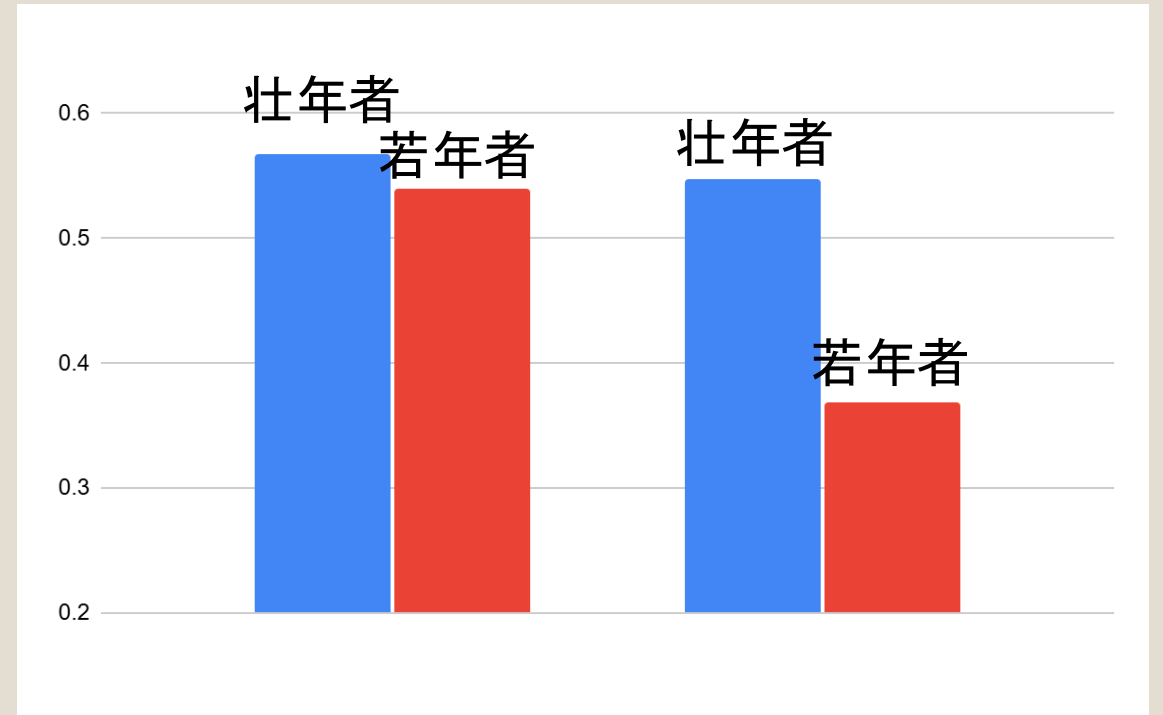
誇大広告と正規広告の比較

年代による購買意欲の比較



誇大広告

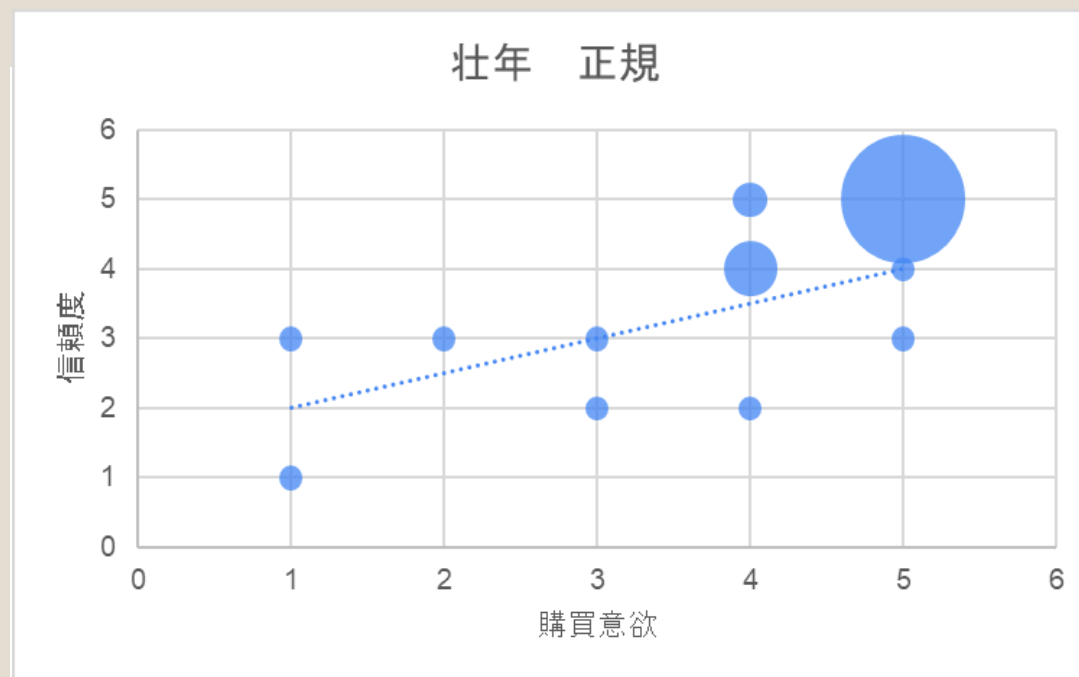
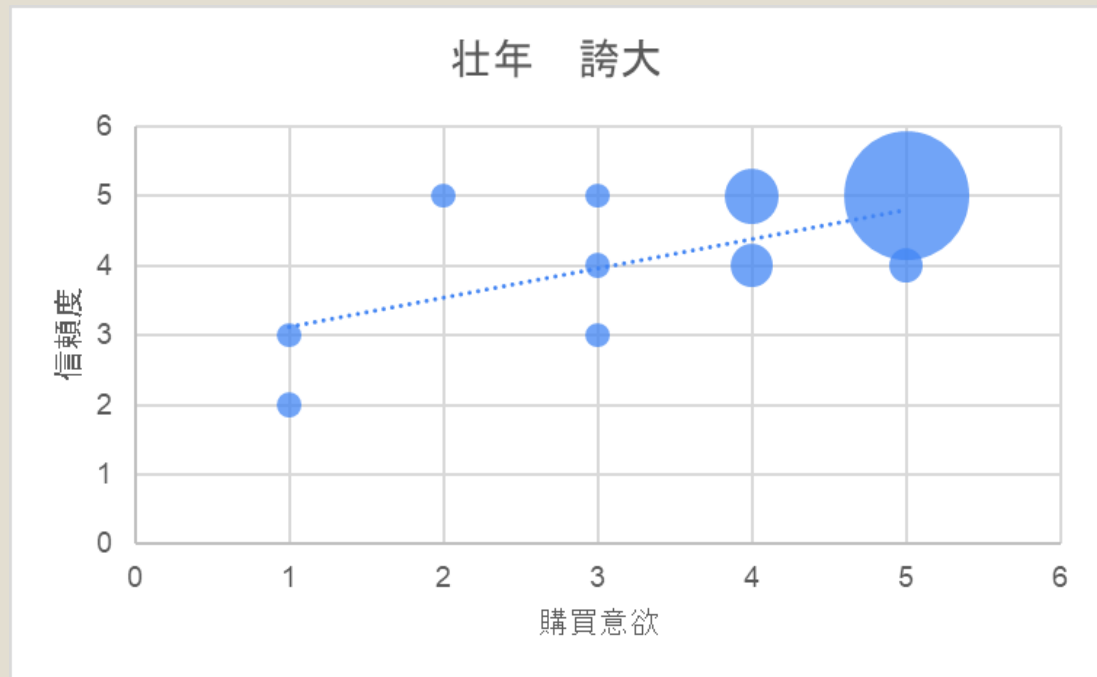
正規広告



誇大広告

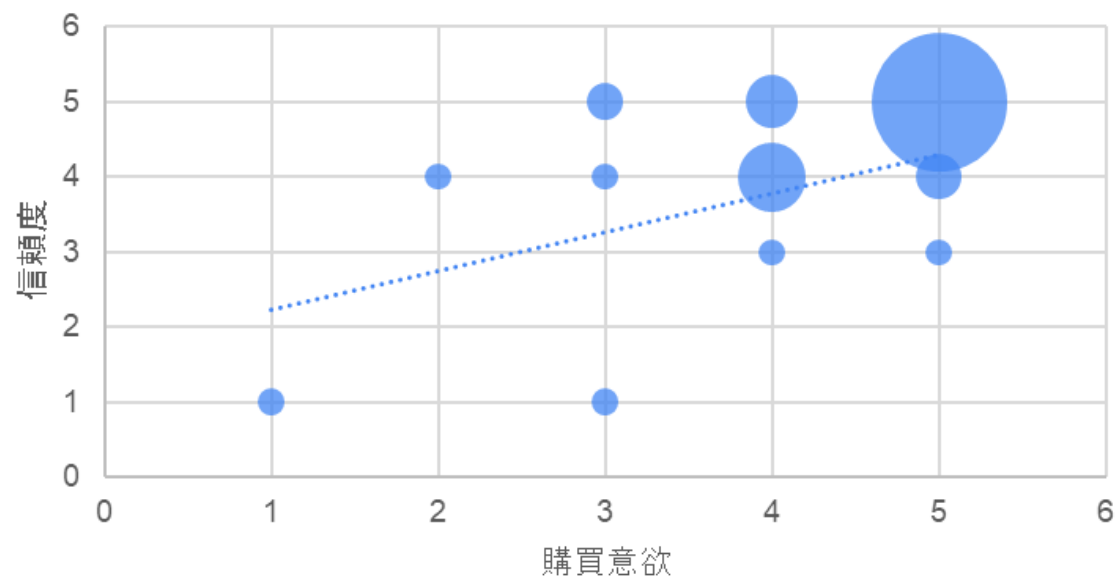
正規広告

広告が生む信頼度と購買意欲（壮年）

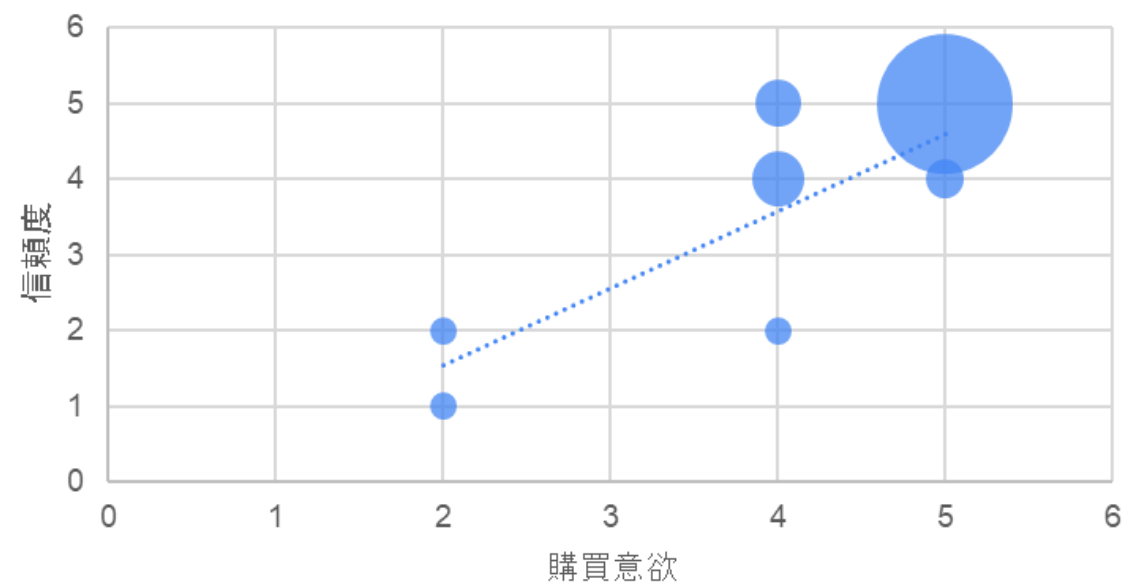


広告が生む信頼度と購買意欲（若年）

若年者 誇大



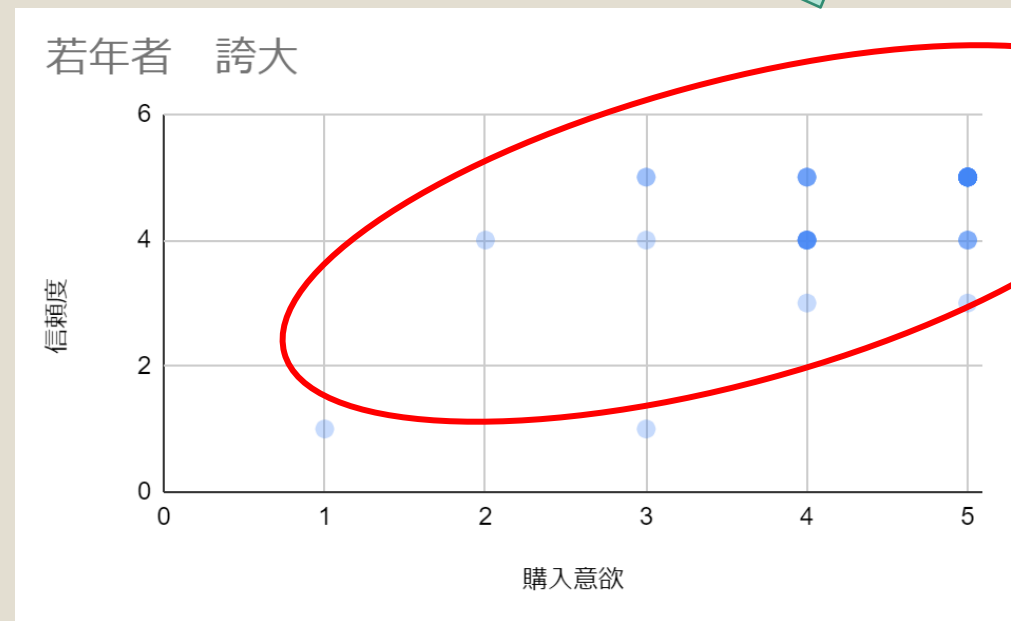
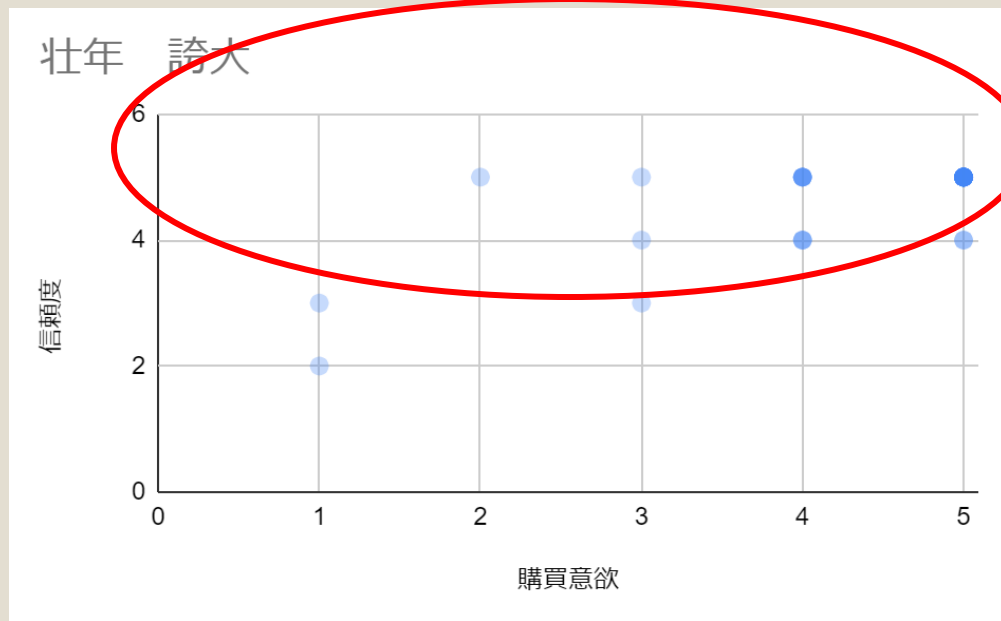
若年者 正規



誇大広告が生む信頼度と購買意欲

横に長い楕円

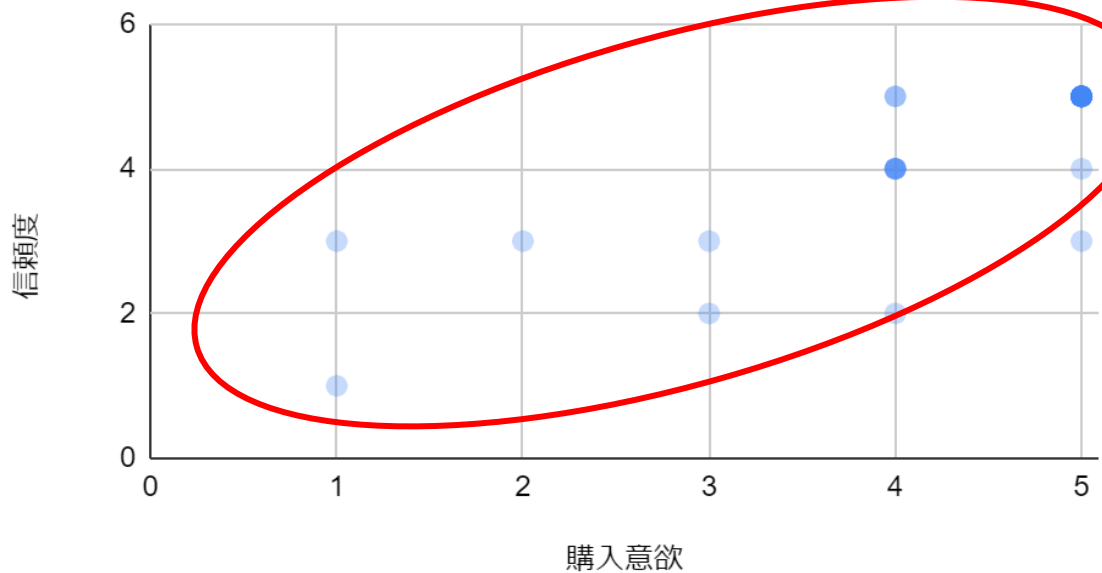
右肩上がりの楕円



正規広告が生む信頼度と購買意欲

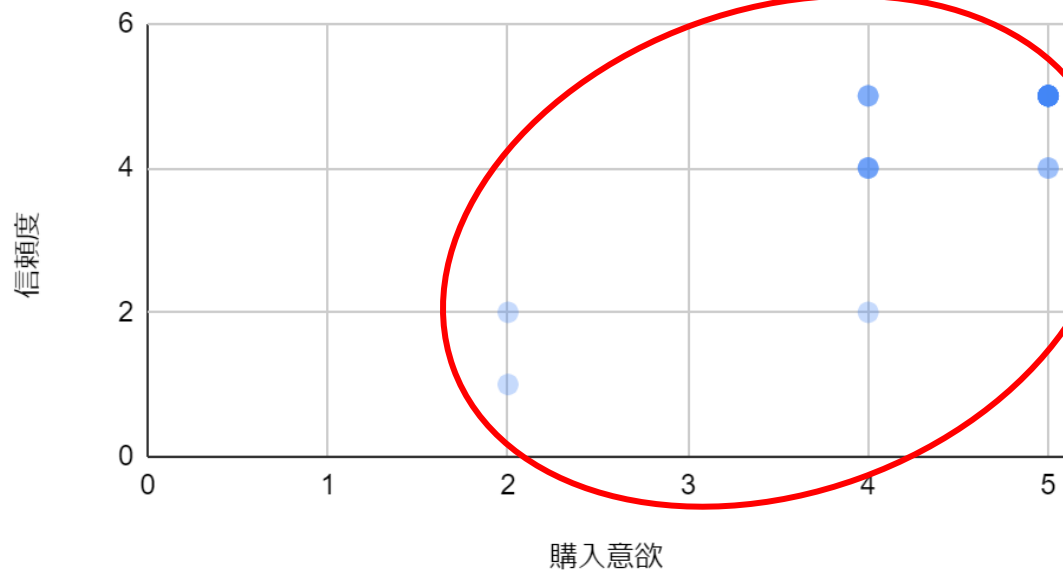
右肩上がりの
楕円

壮年 正規



右に寄った、
円に近い楕円

若年者 正規



結果のまとめ

壮年 誇大

- ・ 騙されにくい
- ・ 購買意欲が高い

若年 誇大

- ・ 騙されやすい
- ・ 購買意欲が低い

壮年 正規

- ・ 信頼度が若干高い
- ・ 購買意欲が若干低い

若年 正規

- ・ 信頼度が若干高い
- ・ 購買意欲が低い

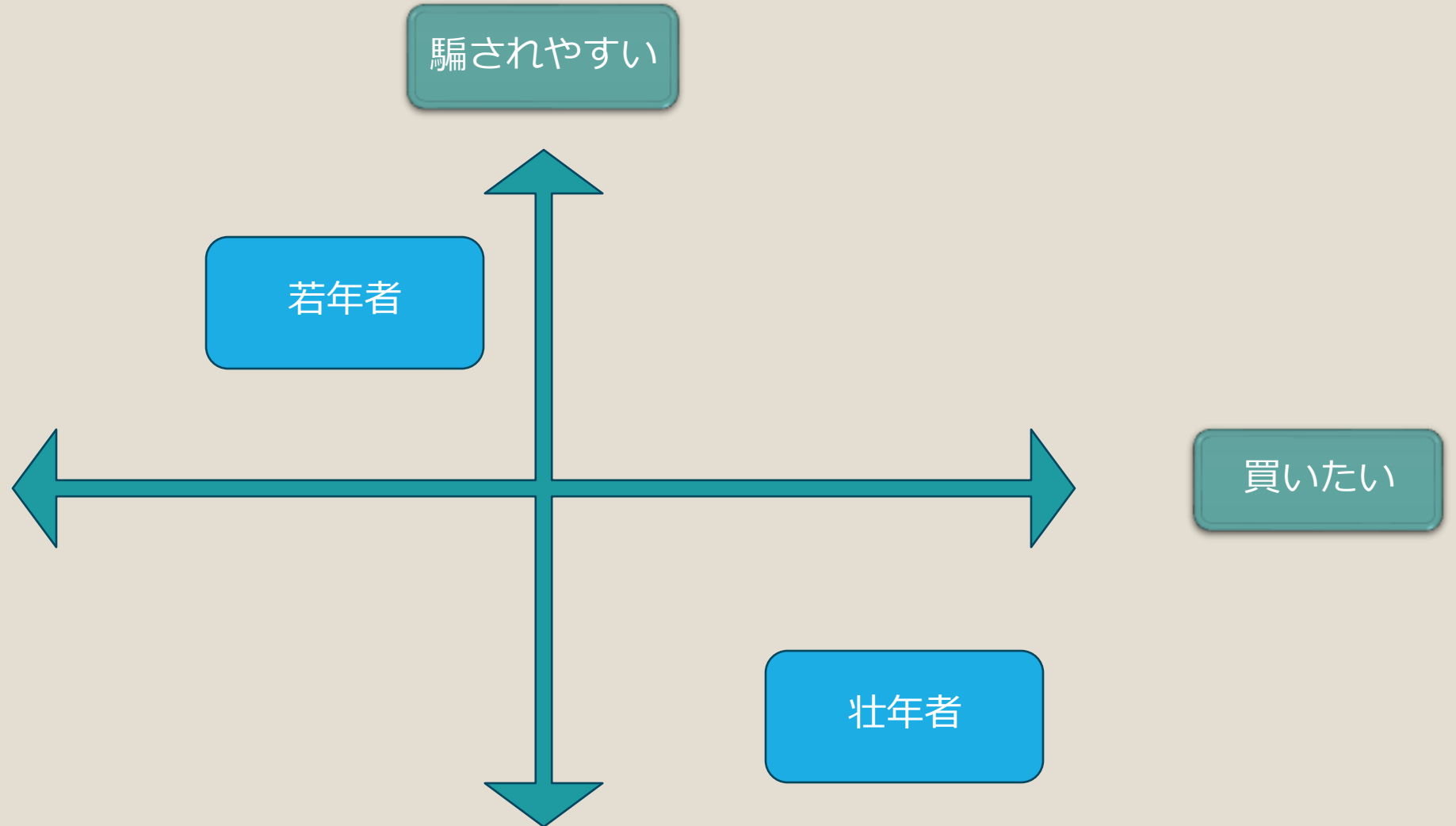
結果のまとめ

騙されやすい

若年者

買いたい

壮年者



結果のまとめ

騙されやすい

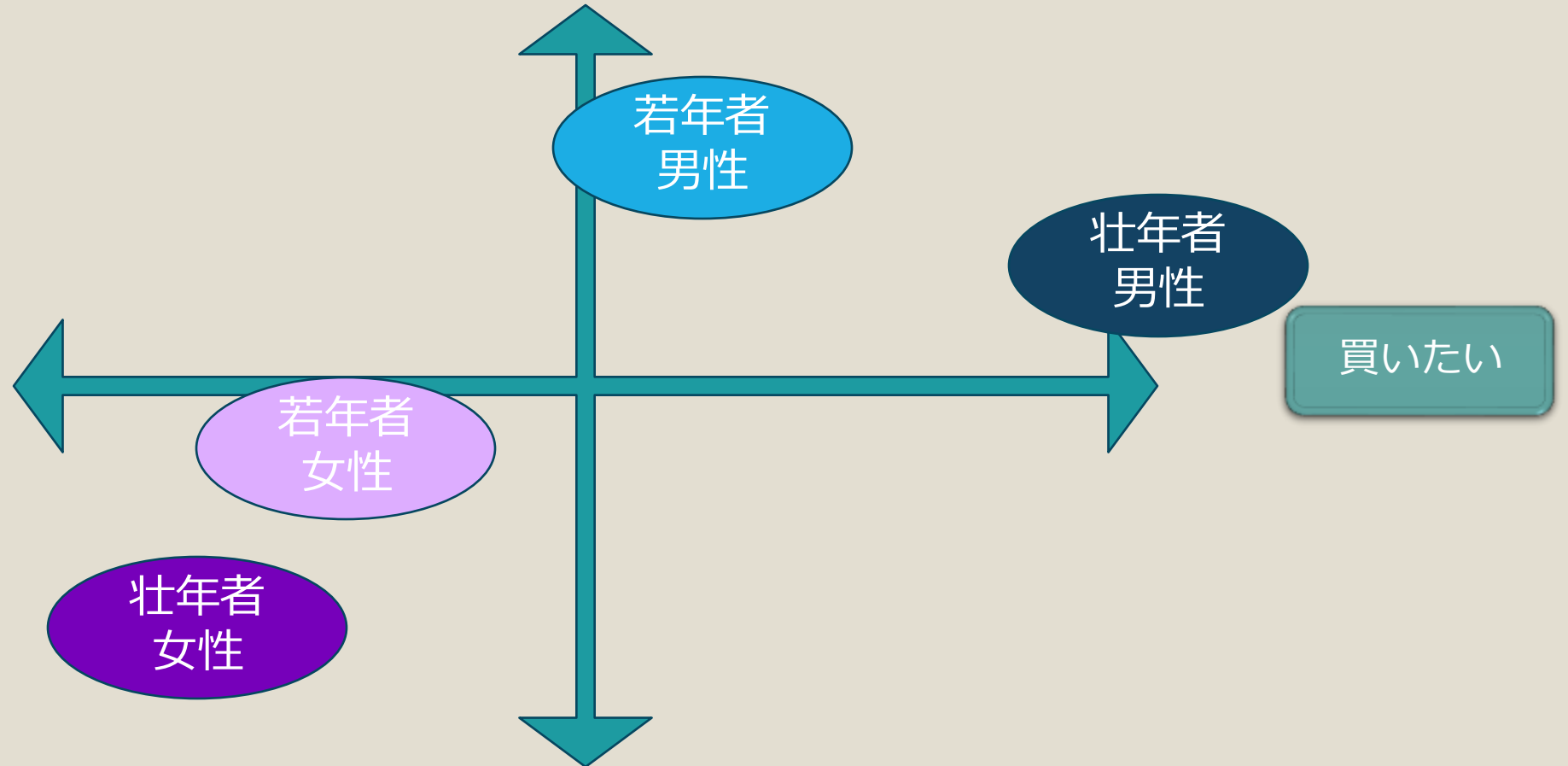
若年者
男性

壮年者
男性

買いたい

若年者
女性

壮年者
女性



まとめから得た考察

壮年

- ・嘘への耐性が高い
- ・自由に使えるお金が多い

若年

- ・嘘への耐性が低い
- ・自由に使えるお金が少ない

誇大

- ・信頼を得にくい
- ・購買意欲をあまりやすい

正規

- ・信頼を得やすい
- ・購買意欲を得にくい

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
- 分析②
 - 〔分析方法
 - 〔分析結果と考察
- まとめ

分析方法 2

- 消費者庁が景品表示法に違反すると判断した広告と健全な広告から以下の要素を抽出して傾向を調べた

①広告形態

②急かす表現の数

③割引率

④※の数

⑤No.1の数

⑥体験談の数

⑦割合表現の数

⑧専門家の意見の数

きなり匠 約1ヶ月分
1袋120粒入

定期コース
通常価格 ~~7,980円~~
定期初回価格 **1,980円** (税込)

約76% OFF

機能性表示食品

※次回お届け日の10日前までのご連絡で変更可能です。
※2回目以降は1袋あたり約44%OFFの4,480円(税込)でお届けします。※定期の縛りはございません。

まずは試して欲しいから!

15日間返金返品保証
をご用意しました。

安心してお客様にお使いいただくために、初めてのご購入に限り15日間の返金返品保証付きです。万が一お体に合わない場合は、商品返品確認後返金いたします。

!!!予約殺到中!!!

簡単♪ **30秒**で申し込み完了!

③割引率

限定特別価格を
お楽しみください!

1,980円 (税込) **76% OFF**

ですが...!

申し訳ございません!
ご好評につき完売
致しました。

特別価格で手に入りたい方は
必ずご予約ください!

本日販売終了まで

あと **15時間35分50秒**

②急かす表現

多くの方に評価していただき

楽天市場で
5冠達成!
kinari takumi

スチロール部門 RANKING **No.1**
DEIAサプリ部門 RANKING **No.1**
楽天 中性脂肪部門 **No.1**
楽天 脂肪酸・オイル部門 RANKING **No.1**
楽天 血圧部門 **No.1**

⑤No.1の数

お客さまに愛されて



⑦割合表現
の数

感動のお声も続々!

01 血圧への不安が
減りました!

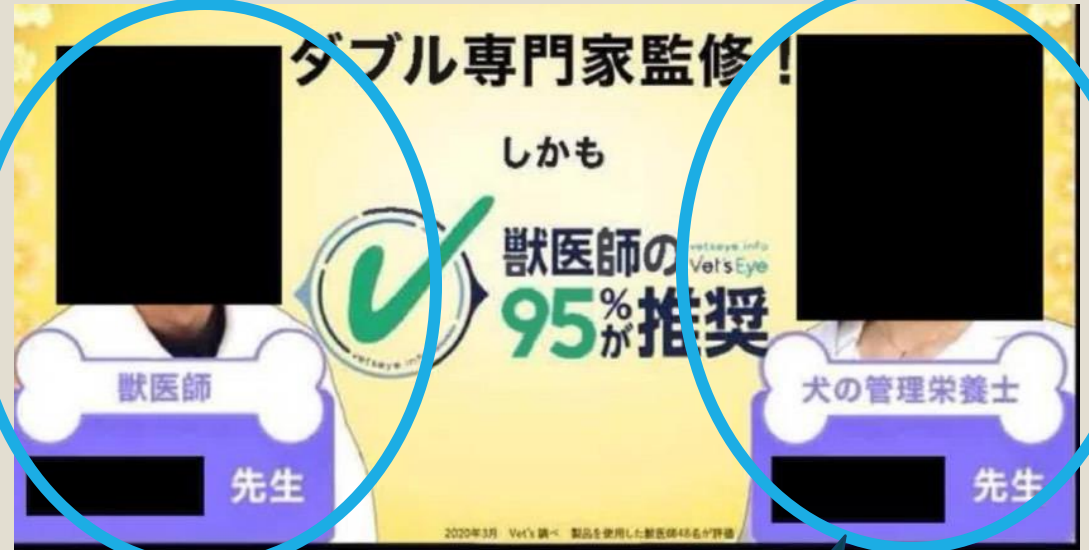


62歳 / 女性

日頃の食事や運動も気をつけていたのですが、注意を受けてしまって。どうしようかと思っていたときに、友人の紹介できなり匠を飲み始めたのですが、今では不安もなく過ごせています。

※個人の感想です。効能効果を保証するものではありません。

⑥体験談の数



現役の獣医師と犬の管理栄養士が

ダブル監修を

サプリ

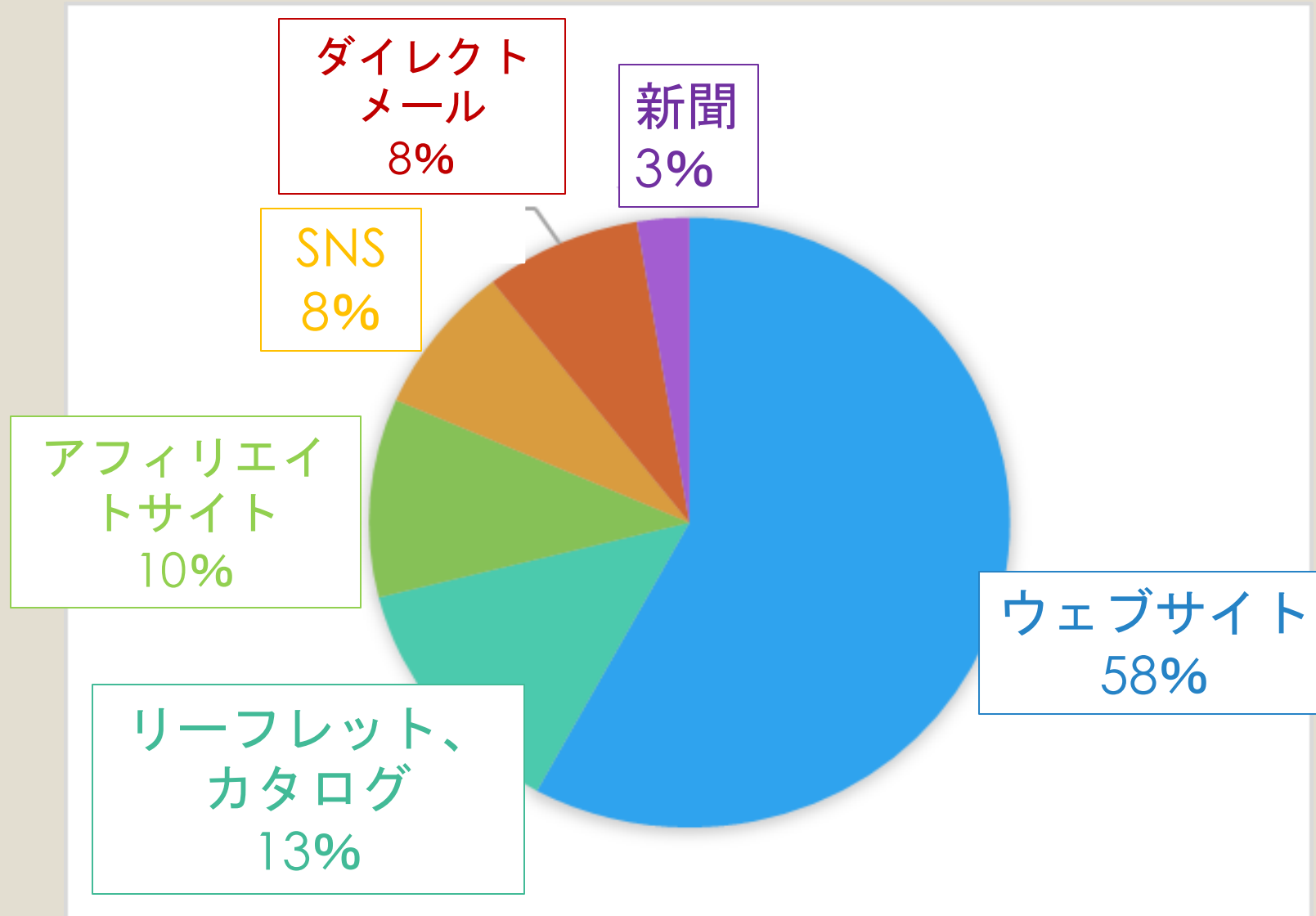
⑧専門家の
意見の数

景品表示法関連報道発表資料
2024年度 | 消費者庁より引用

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
- 分析②
 - 〔分析方法
 - 〔分析結果と考察
- まとめ

違反した広告の広告形態の分布



ウェブサイトの割合が一番高い
SNSやアフィリエイトサイトなどもあり、**普段見ているインターネットにこのような誇大広告が多いことがわかる**

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（％）	34.202	40.933
※の数（個）	6.613	16.3
No.1の数（個）	1.445	0.4
体験談の数（個）	4.078	4.3
割合表現の数（個）	4.489	2.1
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（%）	34.202	10.933
※の数（個）	6.613	6.3
No.1の数（個）	1.445	0.4
体験談の数（個）	4.078	4.3
割合表現の数（個）	4.489	2.1
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

違反した広告
が大幅に多い

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（%）	34.202	40.933
※の数（個）	6.613	1.3
No.1の数（個）	1.445	
体験談の数（個）	4.078	
割合表現の数（個）	4.489	2.1
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

割引率は大きな
差はなかった

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（%）	34.202	40.933
※の数（個）	6.613	16.3
No.1の数（個）	1.445	0
体験談の数（個）	4.078	0
割合表現の数（個）	4.489	0
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

違反していない広告のほう大幅に多い

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（%）	34.202	40.933
※の数（個）	6.613	16.3
No.1の数（個）	1.445	0.4
体験談の数（個）	4.078	3
割合表現の数（個）	4.489	
専門家の意見の数（個）	0.87	

違反した広告
のほうが大幅
に多い

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（%）	34.202	33
※の数（個）	6.613	
No.1の数（個）	1.445	0.
体験談の数（個）	4.078	4.3
割合表現の数（個）	4.489	2.1
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

大きな差は
出なかった

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（％）	34.202	40.933
※の数（個）	6.613	
No.1の数（個）	1.445	
体験談の数（個）	4.078	4.078
割合表現の数（個）	4.489	2.1
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

違反した広告のほうが大幅に多い

違反した広告としていない広告の比較

	違反した広告	違反していない広告
急かす表現の数（個）	1.083	0.2
割引率（％）	34.202	40.933
※の数（個）	6.613	1.1
No.1の数（個）	1.445	0.1
体験談の数（個）	4.078	0.1
割合表現の数（個）	4.489	2.1
専門家の意見の数（個）	0.87	0.1

違反していない広告にはほぼなかったが、違反した広告にはたびたび見られた

考察

- 今すぐには買わなければいけないなどの急かす表現が多い場合は、焦るのではなく一度冷静に考えた方が良いと言えるのではないか
- 誇大広告では、様々なランキングでのNo.1表示や〇〇%が効果を実感などの文言で信頼度を上げようとしている場合が多いのではないか
- クリーンな広告のほうが論文などを用いて詳しく説明するために※の数が多くなっているのではないか
- ウェブサイトなどのインターネットでの広告が多く、普段何気なく目にする広告にも気を付ける必要がある

目次

- このテーマを選んだきっかけ
- 誇大広告とは
- 分析①
- 分析②
- まとめ

まとめ

購買意欲は向上、信頼度は低下

危機意識よりも興味が勝ってしまう

企業にとっての信頼損失の原因

出典及び参考文献

- [景品表示法関連報道発表資料 2024年度 | 消費者庁 \(caa.go.jp\)](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2024/)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2024/
- 味の素DHA&EPA+ビタミンD
https://direct.ajinomoto.co.jp/cp/de031cp/index.html?adid=11010!~!oo&utm_source=y&utm_medium=cpc&utm_campaign=us_de&utm_content=21142501831_159060548574_694931532198&yclid=YSS.1001236824.EAlalQobChMI5YXWnvD9hwMVfOcWBR2LGS2sEAAYASAAEgJYR_D_BwE
- 大塚製薬 エクレル https://www.otsuka-plus1.com/shop/formlp/equelle_lp_eq02_equelle.aspx
- やずや ホワイトプラス https://www.yazuya.com/assets/lp/did-138/index.html?cid=9008&argument=aQheRVz6&dmai=YZ_MIC_2407_01&msclkid=b8702565d3aa1a0832a543a4739c34d3
- 世田谷自然食品 グルコサミン+コンドロイチン
https://www.shizensyokuhin.jp/products/detail.html?prod_id=6411&c_cd=001001&from_to_p_popular

- 富士フィルム メタバリア https://h-jp.fujifilm.com/campaign/lp/supplement/dt/meta/dt-5087.html?utm_source=Lis-des-yahoo&utm_medium=cpc-paidsearch&utm_campaign=metabarrier_tr&utm_content=sep-ysa_C002-G002-RAS-011-LP007_sptn&media_no=FA001-0101
- 大正製薬 おなかの脂肪が気になる人のタブレット <https://www.taisho-direct.jp/products/detail/KTX-01-L3F000X?gclid=6d4cfb5a0cdd1f94d6ef9d9bbad462ff>
- ロート製薬 ロートV5アクティビジョン https://cp.rohto.co.jp/v5-169894-021ts_pc?utm_campaign=KT_products&utm_source=sem_Microsoft&utm_medium=cpc&utm_content=v5&argument=r7bugCgH&dmai=a650160b1b46a5&msclkid=b4c6ab60e90e12590815cda1501da87a
- サントリー ロコモア https://www.suntory.co.jp/wellness/40/1st/lcmr/id_yb/
- DHC ウエスト気になる https://www.dhc.co.jp/sph/goods/goodsdetail.jsp?gCode=32826&sc_iid=detail_recommended-32826
- ファンケル カロリミット https://www.fancl.co.jp/pub/otm/index_lis.html?argument=gy66XG6S&dmai=a65f02e7ddee0e&scid=Lis-pla-2otc100GS&utm_source=Lis&utm_medium=gsa-pla&utm_campaign=lis-pla_2otc_100_GS&utm_content=&utm_term=&gad_source=1&gclid=Cj0KCCQjwzva1BhD3ARlsADQuPnU3-A4RGvr0PgSBnfvoZrfPssUntLx2cmJT9bXLDUjNV_sLvivKkGgaApt_EALw_wcB

○ (goo辞書

<https://dictionary.goo.ne.jp/word/%E8%AA%87%E5%A4%A7%E5%BA%83%E5%91%8A/>)

○ Reuters (サブウェイニュース)

<https://jp.reuters.com/markets/japan/funds/HG5VR2YVHFKHDOEZNON2XXXCHM-2024-10-29/>

○ 読売新聞オンライン (ライザップニュース) <https://www.yomiuri.co.jp/national/20240809-OYT1T50173/>

○ JIJI.COM (クレベリンニュース) <https://www.jiji.com/jc/article?k=2024031900771&g=soc>

○ NHK NEWS WEB (エステーニュース)

<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20240426/k10014434351000.html>

ご清聴ありがとうございました