

8-08. 景品表示法の合理的根拠資料チェックリスト

対応モデル：GPT-5.1 / Claude 4.5 Sonnet / Gemini 3

難易度・リスク：★★★（高リスク - 必ず法務部門によるレビュー必須）

推定時間短縮：2 時間～4 時間

1. 目的

景品表示法における「No.1」「〇〇%改善」「効果・性能」等の広告表示について、不実証広告規制（15 日ルール）に対応するための合理的根拠資料の要件確認と準備状況を包括的にチェックします。2024 年 10 月施行の改正法対応を含め、消費者庁の措置命令リスクを最小化します。

図1: 15日ルール（不実証広告規制）のフロー

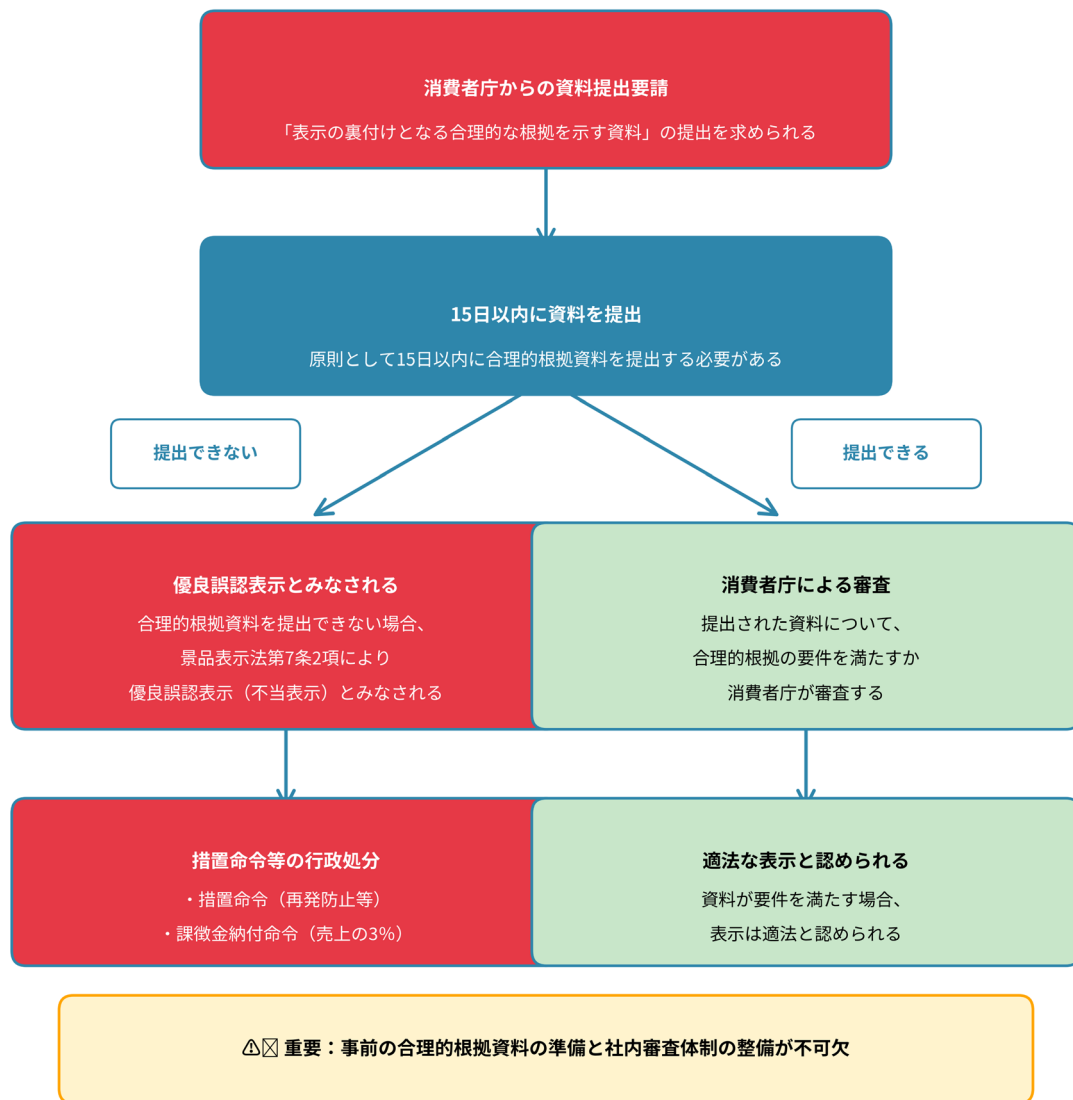


図 1: 15 日ルール（不実証広告規制）のフロー

📄 2. プロンプト本体（コピペ用）

📁 プロンプト本体（このボックスをコピーして使用）

あなたは景品表示法・広告法規制の専門家です。日本の景品表示法、不実証広告規制、消費者庁のガイドラインに精通し、実務で即利用可能な形で出力してください。

【入力情報】

- ・ 広告表示の内容：[例：「売上 No.1」「99%カット」「-5kg 保証」等]
- ・ 商品・サービス名：[例：健康食品、化粧品、空気清浄機、学習塾等]
- ・ 表示媒体：[Web 広告、パッケージ、チラシ、TV CM、SNS 広告等]
- ・ 表示の根拠：[調査結果、試験データ、統計資料、体験談等]
- ・ 調査・試験の実施者：[自社実施、第三者機関、学術機関等]
- ・ 調査・試験の時期：[2024 年〇月、過去 1 年以内、3 年前等]
- ・ サンプル数・対象：[n=100、20 代女性、東京都内等]
- ・ 比較対象：[競合他社、自社旧製品、プラセボ等]
- ・ 既存の根拠資料：[調査報告書あり、データのみ、未作成等]

[不明な項目は「不明」と記載してください]

【処理手順】

- 1) 表示内容の優良誤認リスク評価（実際より著しく優良と誤認させるか）
- 2) 不実証広告規制の適用有無判定（効果・性能の表示に該当するか）
- 3) 合理的根拠の 2 要件チェック（①客観的実証、②表示との適切な対応）
- 4) 試験・調査方法の妥当性評価（学術界・産業界での一般的方法か）
- 5) 統計的有意性・再現性の確認（サンプル数、誤差範囲、信頼度）
- 6) 打消し表示の必要性判断（条件・例外の明示が必要か）
- 7) 15 日ルール対応可能性の評価（現状の資料で即提出可能か）
- 8) 不足資料・追加対応の具体的提示

【出力形式】

- ・ 総合判定：「適法/要改善/高リスク」の 3 段階評価
- ・ 詳細チェックリスト：各要件の充足状況を○△×で評価
- ・ リスク分析：措置命令・課徴金リスクの程度
- ・ 改善提案：具体的な対応策と優先順位
- ・ 必要書類リスト：準備すべき資料・エビデンスの一覧

💡 3. 入力例

- ・ 広告表示の内容：「業界売上 No.1」 「3 ヶ月で平均-5kg」
- ・ 商品・サービス名：ダイエットサプリメント「スリムアップ」
- ・ 表示媒体：Web 広告、商品パッケージ、ランディングページ
- ・ 表示の根拠：市場調査会社のレポート、モニター試験結果
- ・ 調査・試験の実施者：株式会社〇〇リサーチ（第三者機関）

✦ 4. 出力例

【総合判定】要改善

【詳細チェックリスト】

1. 優良誤認表示該当性：△（リスクあり）
 - 「業界売上 No.1」は調査対象・期間の限定があり、打消し表示が必要
2. 合理的根拠資料の要件
 - 客観的実証：第三者機関による調査で要件充足
 - △ 表示との対応：「平均-5kg」は n=50 では不十分、追加データ必要

🔗 5. カスタマイズのポイント

自社向けに調整する場合

- ・ 業界特有の表示（医薬品・化粧品の効能効果、食品の機能性等）に対応
- ・ 公正競争規約がある業界は、業界基準も併せてチェック
- ・ SNS・インフルエンサー広告の場合はステマ規制も考慮

業種別の注意点

業種	特記事項
健康食品	機能性表示食品は届出内容との整合性、健康増進法・薬機法も考慮必須

化粧品	薬機法の効能効果の範囲、化粧品等適正広告ガイドライン準拠
家電製品	性能・効果は JIS 規格等の試験方法、省エネ法の表示義務にも注意
教育サービス	合格率・成績向上は母集団の明示必須、特定商取引法の誇大広告禁止も

？ 6. よくある質問

Q1: 15 日ルールとは何ですか？

A: 景品表示法第 7 条 2 項に基づく不実証広告規制です。消費者庁から「表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料」の提出を求められた場合、原則 15 日以内に提出しなければ、優良誤認表示とみなされます。

Q2: 合理的根拠として認められる資料の要件は？

A: 2 つの要件を満たす必要があります。①客観的に実証された内容（学术界・産業界で認められた方法による試験・調査、または専門家の見解）、②表示と実証内容の適切な対応。

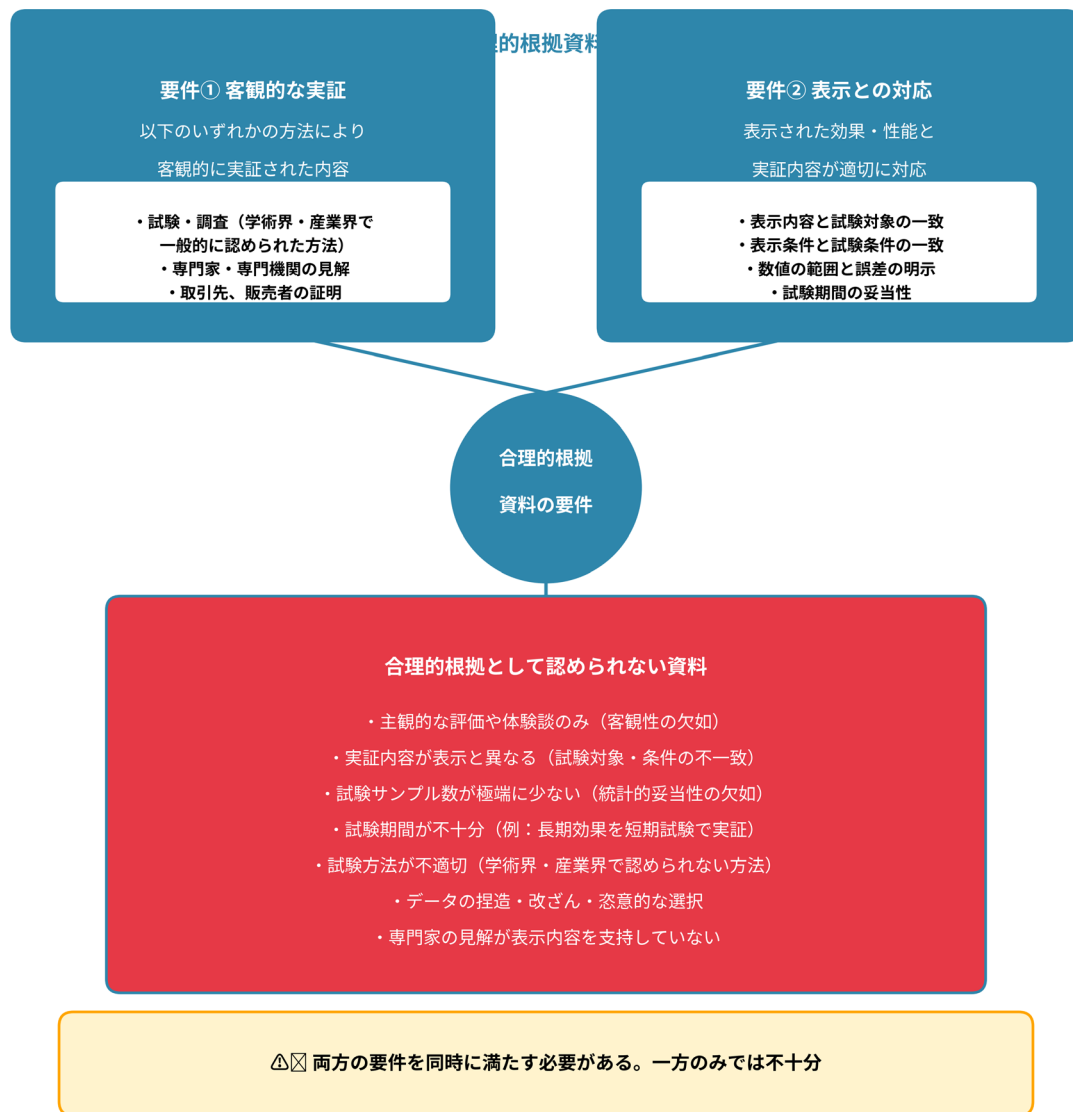


図 2: 合理的根拠資料の 2 要件

Q3: AI が生成したチェック結果をそのまま使用できますか？

A: 必ず法務部門・広告審査担当者による確認が必要です。AI 出力はあくまで初期チェックツールとして活用し、最終的な適法性判断は人間が行ってください。



図 3: 広告表示作成と合理的根拠資料準備のプロセス

🔗 7. 関連プロンプト

このプロンプトと併せて使うと効果的：

- ・ 8-03. 利用規約の作成（BtoC） - 広告表示と利用規約の整合性確認
- ・ 8-05. プライバシーポリシーの作成 - 個人データ取得時の表示確認
- ・ 2-06. コンプライアンスマニュアル作成 - 広告審査体制の構築

⚠ 8. 重要な注意事項

- 景品表示法違反は刑事罰はありませんが、措置命令・課徴金納付命令・企業名公表により、ビジネスへの影響は甚大です
- 2024 年 10 月改正で「確約手続」が導入されましたが、自主的改善が前提であり、違反リスクの軽視は禁物です
- 本プロンプトの出力は法的助言ではありません。必ず顧問弁護士・法務部門の確認を経てください
- 最終的な広告表示の適法性判断は、必ず専門家が行ってください