

# JADMA 通販広告自主評価リスト

通信販売は広告媒体が売場であり、その売場で消費者に安心してお買い物いただくためにも、広告媒体が適正に表示され、信頼されるものでなければなりません。そのためには、通信販売に関連する特定商取引法・景品表示法・医薬品医療機器等法・健康増進法・個人情報保護法などの法令遵守はもちろんのこと、消費者視点に立った信頼される広告表示を行わなければなりません。

JADMAでは、通信販売に対する消費者からの信頼を得ることによって、通信販売の健全な発展を期するため、通販事業者が遵守すべき基本的事項として、「通信販売倫理綱領」を定めています。加えて、この倫理綱領・実施基準に基づき、「JADMA広告適正表示の評価項目」を策定し、協会入会審査及び各種調査において活用しています。

については、貴社入会の申請にあたり、「JADMA広告適正表示の評価項目」をチェックリストにした「通販広告自主評価リスト」を用いて、貴社の通販広告の自主評価を行い、入会申請資料として提出をお願いいたします。

評価項目では通販に関連する法律名を以下の略称としています。

- 特定商取引法…「特商法」
- 景品表示法…「景表法」
- 医薬品医療機器等法…「薬機法」
- 健康増進法…「健増法」
- 個人情報保護法

## 1. 取引内容に関する広告適正表示の評価項目

右欄に○または×を記入してください。  
項目に該当しない場合には―を記入してください。

## (1) 事業者情報の表示

1	①	会社名は事業主の登記上の法人名を表示している。	特商法11	
	②	製造者など複数の法人名を表示する場合、販売主体が明瞭である。	特商法11	
2	①	事業主の住所を表示している。(私書箱、局留め、海外住所のみは不可)	特商法11	
	②	事業主の電話番号を表示している。(フリーダイヤル、携帯電話のみは不可)	特商法11	
3	①	店舗集客広告で通販でも購入できている場合、店舗の住所に加え、本社の住所を表示している。	特商法11	
	②	店舗集客広告で通販でも購入できている場合、通販顧客からの問合せ先を表示している。	特商法11	
4		消費者からの苦情・相談窓口とその連絡先を表示している。(FAX番号、E-mailアドレスのみは不可)	特商法11	

## (2) 取引条件の表示

1		送料、その他付帯費用(工事費・梱包料・組立費、代引き手数料・振込み手数料)を消費者に負担させる場合に、その旨と金額を表示している	特商法11	
2		商品等の申込方法、及び申込締切時期を表示している。	特商法11	
3		商品等の引渡時期について、期間または期限を明確に表示している。	特商法11	
4	①	原則として事業者が自主的に設ける返品制度を導入している。 (※ただし、音楽のダウンロード販売や生鮮食品のように、明らかに商品の特性上返品に馴染まないものは除く。)	特商法11	
	②	返品条件のうち、返品できる期間と起算日を明確に表示している。	特商法11	
	③	返品条件のうち、返品できる期間内に必要な手続きを表示している。 (返品の連絡の要否、連絡方法、商品返送の期間、返送期間内での商品到着の要否等)	特商法11	
	④	返品条件のうち、返品に要する送料や手数料などを消費者に負担させる場合に、その旨と金額を表示している。	特商法11	
	⑤	店舗商品主体ではあるが通販も可能としている広告で、通販で購入した商品の返品に関する問合せ先を表示している。	特商法11	
5	①	化粧品や健康食品の販売について、定期購入のみでなく、通常購入ができる。	景表法5-2	
	②	化粧品や健康食品の定期購入の説明で、変更、中止、解約について正確に表示している。	特商法11	

## (3) 販売価格の表示

1	①	商品・サービスの販売価格、送料、各種手数料等は、消費税額を含めた支払総額であるか明瞭である。	景表法5-2	
	②	店舗商品主体であるが通販も可能としている広告で、店頭販売価格の表示のみでなく通販価格も表示している。	特商法11 景表法5-2	
2		二重価格表示について、比較対照価格と販売価格に差があっても、その根拠を速やかに提出できる。	景表法5-2	
3		二重価格表示について、比較対照価格がメーカー・輸入総代理店等が設定した「希望小売価格」であるか、「自店通常価格」であるか、正確に表示している。	特商法11 景表法5-2	
4		二重価格表示について、比較対照価格を「希望小売価格」としている場合、当該価格は、小売業者以外の者（メーカー、卸売業者、輸入総代理店など）が設定したもので、かつ、小売業者に広く提示され予め公表された価格である。	景表法5-2	
5		二重価格表示について、比較対照価格が「自店通常価格」「セールス前価格」等、過去の販売価格としている場合、当該価格は、最近8週間のうち過半を占める期間に、実際に販売していた価格である。	景表法5-2	
6		二重価格表示について、比較対照価格に「容量換算をした価格」を使用する場合、その旨を正確に表示している。	特商法11 景表法5-2	
7	①	二重価格表示について、「キャンペーン中の特別価格」の場合、そのキャンペーンの展開期間を明示している。	景表法5-2	
	②	二重価格表示について、初回限定価格や数量限定価格の場合に、その旨が明快到理解できる表示をしている。	特商法11 景表法5-2	
	③	二重価格表示について、通常価格が記載されている。	特商法11	
8		定期購入について、定期購入価格と通常購入価格、割引条件等が明瞭に記載している。	特商法11 景表法5-2	
9		特定の競争事業者の販売価格を併記している場合は、実際に販売している最近時の価格を調査し、その事業者の名称を明示している。	景表法5-2	
10		通常価格、メーカー希望小売価格を『定価』として表示することはない。	独禁法上の指針	
11		「お試し商品」はキャンペーン専用商品であり、通常販売の実績がないにも関わらず、通常価格として表示することはない。	景表法5-2	
12		初回限定価格、定期購入価格が明瞭に記載されている。	特商法11	

## (4) 個人情報保護についての表示

1	個人情報保護の方針を表示している。	個人情報保護法	
---	-------------------	---------	--

## 2. 商品内容に関する広告適正表示の評価項目

### (1) 商品の優良品性を標榜する広告表示

1	商品の内容(機能、性能等)が優良であると表示した場合、表示の裏付けとなる合理的な根拠を速やかに提出できる。	景表法7-2	
2	商品の内容(機能・性能等)が優良である合理的な根拠が、提出資料によって実証された内容と適切に対応している。	景表法7-2	
3	合理的な根拠が、試験・調査によって得られた結果や専門家、専門家団体または専門機関の見解または学術文献によって客観的に実証されたものである。	景表法7-2	
4	① 商品の優位性を意味する「世界初」「日本初」「業界初」「最大」「最小」「最高級」「特選」「極上」などの用語を使用している場合、具体的な根拠を付記している。	景表法5-1	
	② 「売上累計〇〇万個」「販売実績〇億円」「自社内売上No.1」などの数値データについて、計測方法は合理的で信頼性があり、表示の根拠がある。	景表法5-1	
	③ 「デイリー」や「リアルタイム」等、著しく短期の売上ランキングなどの順位を表示し、あたかも自社商品が優良であるかのような表示を行っていない。	景表法5-1	
	④ 商品の説明を補足するデータ、図画、及び写真は、合理的で信頼性があるものである。	景表法5-1	
5	「永久」「半永久」「永遠」などの用語を使用して、耐久性等が無制限であるかのような不当な表示を行っていない。	景表法7-2	
6	客観的に実証された根拠なしに、「安全」「安心」「無害」「無公害」などの安全性を意味している用語を使用した表示を行っていない。	景表法7-2	
7	特許または特許出願中の表示を行っている場合に、「製造特許」といった種類、特許番号、特許発明にかかる事例を併記して正確に表示している。	景表法5-1	
8	外国における「特許取得」を表示している場合に、取得の状況、出願国名を明記している。	景表法5-1	
9	「世界特許」「国際特許」といった用語を使用した表示ではない。	景表法5-1	
10	公共機関や団体などから認定、推奨、受賞などを受けている表示をしている場合に、その内容、時期、名称、対象範囲を正確に表示している。	景表法5-1	
11	著名人・一般ユーザーの推薦・推奨の表示は、本人の了承を得ていることが明確で、また本人の意思を歪曲した内容で掲載していない。	景表法5-1	
12	「最新機種」等を表示する場合に、「データ更新日」を明示している。	景表法5-1	
13	販売する商品の画像について、他商品の画像で代替表示していない。	景表法5-1	
14	「注文殺到中」などの用語を使用して、消費者の購入を煽る表示をしていない。	景表法5-1	
15	「数量限定」と表示する場合、限定数量を明瞭に表示している。	景表法5-3	

## (2) 不当な比較広告表示

1	「自社しかできない」「他社にマネできない」などの用語を使用し、他社と比較しての優位性を強調する場合、その裏付けとなる合理的な根拠を速やかに提出できる。	景表法5-1	
2	自社独自の不合理な条件設定・論理を用いて、自社商品と他社の同様商品を比較し、自社の商品が性能等や価格において優位であることを強調していない。	景表法5-1 景表法5-2	
3	自社独自の不合理な条件設定・論理を用いて、自社の既存商品と新規商品を比較し、新規商品の性能等が格段に向上したことを強調していない。	景表法5-1	

## (3) 商品ごとに制限されている広告表示

(食品、化粧品、医療機器等を販売する事業者対象)

## A.食品(健康食品、生鮮食品、加工食品等)を販売している場合

1	「病気の治療又は予防を目的とする効果」「身体の組織機能の一般的な増強、増進を目的とする効能効果」について、著しく事実に相違する、又は誤認させるような表示をしていない。	健増法31-1 景表法7-2	
2	有機農産物のJAS規格に定める生産方法で生産され、登録認定機関の認定を受けた農産物ではないのに「有機」と表示していない。	JAS法 景表法5-1	
3	特別栽培農産物表示ガイドラインで禁止されている「無農薬」「無化学肥料」「減農薬」「減化学肥料」といった表示をしていない。	JAS法 景表法5-1	

## B.健康食品を販売している場合

1	医薬品と誤認されるような効能効果を暗示させる表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
2	病気の治療又は予防を目的とする効能効果を暗示させる表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
3	身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効能効果を暗示させる表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
4	名称やキャッチフレーズから見て、医薬品的な効能効果を暗示させる表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
5	含有成分の表示や説明から見て、医薬品的な効能効果暗示させる表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
6	製法や品質検査の説明から見て、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
7	起源、由来等の説明から見て、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
8	新聞、雑誌等の記事を引用又は掲載することにより、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
9	① 医者、学者、医療関係者等の談話などを掲載することにより、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
	② 医者や学者の著書やセミナーの紹介をすることで、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2 健増法31-1	
10	① 使用体験談を掲載することにより、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
	② 使用体験談について、効能効果を表示しているにも関わらず「使用体験には個人差がある」等の注釈を表示して、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
11	「服用時期」「服用間隔」「服用量」等を細かく定めることにより、医薬品的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
12	「副作用がない」「安全」「安心」など、不当に安全性を訴求する用語を使用していない。	薬機法68 景表法7-2	
13	その食品の製造・販売元が製薬会社の場合、「製薬会社」を極端に強調することにより、安全性及び効能効果を暗示させるような表示をしていない。	薬機法68 景表法7-2	
14	その食品を使用することのみによって、大きなダイエット効果があると暗示させるような表示をしていない。	健増法31-1 景表法7-2	
15	その食品が粉末や固形であるにも関わらず、含有成分をエキス換算して含有量を表示するなど、本来より大きな効能効果を暗示させるような表示をしていない。	健増法31-1 景表法7-2	
16	トラブルのある顔写真や部位の写真を表示し、あたかもそのトラブルに対する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	健増法31-1 薬機法68 景表法7-2	



## C.特定保健用食品を販売している場合

1	「特定保健用食品」(条件付き特定保健用食品にあつては、条件付き特定保健用食品)である旨を適正に表示している。	健増法31-1 景表法7-2	
2	健康の維持増進や特定の保健の用途として許可又は承認を受けた内容を適正に表示している。	健増法31-1 景表法7-2	
3	医薬品と誤認されるような疾病の診断、治療、予防等に関する内容を表示していない。	薬機法68	

## D.栄養機能食品を販売している場合

1	「栄養機能食品」である旨と栄養成分の名称を併記して表示している。	健増法26	
2	国で定めた規格基準に適合していることを確認し、定められた栄養成分の機能表示及び注意喚起表示について適正に表示している。	景表法7-2	
3	機能表示が認められていない成分の機能を表示していない。	健増法31-1 景表法7-2	
4	特定保健用食品で許可されている「お腹の調子を整える」など、特定の保健の目的に役立つ旨の表示をしていない。	健増法31-1 景表法7-2	
5	医薬品と誤認されるような疾病の診断、治療、予防等に関する表示をしていない。	薬機法68	

## E.特別用途食品を販売している場合

1	「特別用途食品」としての許可を確認した上で、乳児用、幼児用、妊産婦用、病者用等の特別な用途に適する旨の表示をしている。	健増法26	
2	「特別用途食品」としての許可を受けた範囲内の内容で表示している。	健増法26	

## F.機能性表示食品を販売している場合

1	「機能性表示食品」である旨を適正に表示している。	健増法26	
2	「機能性表示食品」としての許可を受けた範囲内の内容で表示している。	健増法26	

## F.承認を要しない化粧品を販売している場合

1	化粧品の効能効果の範囲である表示項目から外れた表示をしていない。 （『3.化粧品の効能効果の表示範囲』を参照）	景表法5-1 薬機法66-1	
2	特定成分を記載してあたかも有効成分であるかのような表示をしていない。	景表法5-1	
3	① 化粧品の効能効果又は安全性を保証する表示をしていない。	景表法7-2	
	② 化粧品の使用前、使用後の図画・写真等を掲載し、効能効果および安全性を暗示するような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
	③ 化粧品の医療機関での取り扱い、医師の推薦等を表示し、効能効果および安全性を暗示するような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
	④ トラブルのある顔写真や部位の写真を表示し、あたかもそのトラブルに対する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
4	「毛髪の修復」「毛髪の改善」などの用語を使用し、育毛に関する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
5	「無駄毛の除去」「ムダ毛が薄くなる」などの用語を使用し、除毛に関する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
6	「シミが消える・薄くなる」「透明な肌になる」などの用語を使用し、美白に関する効能効果を暗示させるような表示をしていない。ただし、メーキャップ効果により肌を白く見せるという場合は除く。	景表法7-2 薬機法66-1	
7	「老化を防ぐ」「若返る」「アンチエイジング」などの用語を使用し、若返りに関する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
8	「しわを解消する」「しわを予防する」「ボトックス」などの用語を使用し、肌の改善に関する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
9	「ぬって痩せる」「〇日でマイナス10kg」などの用語を使用し、ダイエットに関する効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	
10	「使用体験談」を掲載することにより、一般化粧品で認められない効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	

## G.健康雑貨、美容器具等を販売している場合

1	医療機器と誤認するような名称を使用していない。	薬機法66-1,68	
2	疾病の診断、治療、予防に使用されること、身体の構造若しくは機能に影響を及ぼすことなどの、医療機器的な効能効果を暗示させるような表示をしていない。	景表法7-2 薬機法66-1	



## H.承認を要する医薬品、医薬部外品、医療機器を販売している場合

1	承認を受けた効能効果等の範囲を逸脱した表示をしていない。	薬機法66-1 景表法7-2	
2	「副作用がない」「使用法を問わず安全である」といった安全性を保証する表示をしていない。	薬機法66-1 景表法7-2	
3	期限、由来等の説明から見て、安全性又は優秀性を保証する表示をしていない。	薬機法66-1 景表法7-2	
4	臨床データや実験例等を例示した表示をしていない。	薬機法66-1 景表法7-2	
5	効能効果又は安全性に関する使用前後の図画、写真等を表示をしていない。	薬機法66-1 景表法5-1	
6	効能効果又は安全性に関する使用体験談等の表示をしていない。	薬機法66-1 景表法7-2	
7	効能効果又は安全性について、「最高のききめ」等、最大級を意味する言葉を表示していない。	薬機法66-1 景表法5-1	
8	製品発売後6ヶ月を超えた商品について「新発売」と表示していない。	薬機法66-1 景表法5-1	
9	効能効果又は安全性について、「速く効く」等即効性に関して表示していない。	薬機法66 景表法7-2	
10	医薬関係者の推薦、公的機関の公認・推薦（「厚生労働省認可」等）等を表示していない。	薬機法66-2 景表法5-1	
11	品質、効能効果、安全性等について、他社製品を誹謗する表示をしていない。	薬機法66-1 景表法7-2	
12	医療機器を販売している場合、都道府県へ届出、都道府県知事の許可、管理者の設置といった必要な措置を取っている。	薬機法68	

## (4) その他

1	商品の原産国を表示している場合は、原産国を誤認させるような表示ではない。	JAS法 景表法5-3	
2	景品類の提供を行っている場合は、景品表示法に定められた景品類の額の制限を守っている。	景表法4	
3	チラシで商品を購入するには、機能性やサイズなどの基本的な商品情報を適切に表示している。	特商法11	
4	チラシに使用している用語や数値に、自社独自の定義づけをして、チラシの記載内容を不合理に正当化していない。	景表法5-1	
5	メンテナンスや消耗品等の付属物の追加購入が必要な商品である場合、その旨についての説明を、明瞭かつ正確に表示している。	景表法5-1	

## 3. 化粧品の効能効果の表示範囲

1	頭皮・毛髪を洗浄する。	29	肌を柔らげる。
2	香りにより毛髪・頭皮の不快臭を抑える。	30	肌にはりを与える。
3	頭皮・毛髪をすこやかに保つ。	31	肌にツヤを与える。
4	毛髪にはり、こしを与える。	32	肌を滑らかにする。
5	頭皮・毛髪にうるおいを与える。	33	ひげを剃りやすくする。
6	頭皮・毛髪のうるおいを保つ。	34	ひげそり後の肌を整える。
7	毛髪をしなやかにする。	35	あせもを防ぐ(打粉)
8	クシどおりをよくする。	36	日やけを防ぐ。
9	毛髪をつやを保つ。	37	日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。
10	毛髪につやを与える。	38	芳香を与える。
11	フケ・カユミがとれる。	39	爪を保護する。
12	フケ・カユミを抑える。	40	爪をすこやかに保つ。
13	毛髪の水分・油分を補い保つ。	41	爪にうるおいを与える。
14	裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。	42	口唇の荒れを防ぐ。
15	髪型を整え、保持する。	43	口唇のキメを整える。
16	毛髪の帯電を防止する。	44	口唇にうるおいを与える。
17	(汚れをおとすことにより)皮膚を清浄にする。	45	口唇をすこやかにする。
18	(洗浄により)ニキビ、アセモを防ぐ(洗顔料)	46	口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。
19	肌を整える。	47	口唇の乾燥によるカサツキを防ぐ。
20	肌のキメを整える。	48	口唇を滑らかにする。
21	皮膚をすこやかに保つ。	49	ムシ歯を防ぐ(※)。
22	肌荒れを防ぐ。	50	歯を白くする(※)。
23	肌をひきしめる。	51	歯垢を除去する(※)。
24	皮膚にうるおいを与える。	52	口中を浄化する(歯みがき類)
25	皮膚の水分・油分を補い保つ。	53	口臭を防ぐ(歯みがき類)
26	皮膚の柔軟性を保つ。	54	歯のやにを取る(※)。
27	皮膚を保護する。	55	歯石の沈着を防ぐ(※)。
28	皮膚の乾燥を防ぐ。	56	乾燥による小ジワを目立たなくする。

(※)使用時にブラッシングを行う歯みがき類