

自動車の燃費向上等を標ぼうする商品の製造販売業者ら  
19社に対する排除命令について

平成20年2月8日  
公正取引委員会

公正取引委員会は、自動車のエネルギー消費効率（以下「燃費」という。）の向上等を標ぼうする商品（以下「本件対象商品」という。）の製造販売業者ら19社（以下「19社」という。）に対し調査を行ってきたところ、19社が販売する本件対象商品に係る表示が、景品表示法第4条第2項の規定により、同条第1項第1号（優良誤認）に該当する表示とみなされ、同号の規定に違反する事実が認められたので、本日、同法第6条第1項の規定に基づき、19社に対して、排除命令（別添1ないし16排除命令書参照）を行った。

1 関係人の概要

事業者名	所在地	代表者
株式会社ソフト99コーポレーション	大阪市中央区谷町二丁目6番5号	代表取締役 橋本 眞三
株式会社奈良健康堂	奈良市白毫寺町936番地の3	代表取締役 近藤 嵩
株式会社ル・モンド	東京都世田谷区南鳥山四丁目9番8号	代表取締役 岩沢 豊
株式会社ニッポンエミール	東京都豊島区長崎六丁目4番8号	代表取締役 森 信一
株式会社ニューイング	東京都墨田区江東橋四丁目29番12号	代表取締役 卯月 幸彦
株式会社オージーシステム	群馬県桐生市相生町二丁目316番地1	代表取締役 関口 信吾
株式会社コムテック	名古屋市昭和区折戸町六丁目8番地	代表取締役 大川 隆次
株式会社ZERO-1000	名古屋市中川区打中一丁目231番地	代表取締役 平野 泰司
すばるメディア株式会社	福岡県筑紫郡那珂川町松木一丁目136番地	代表取締役 青木 一晃
株式会社ピエラス	大阪市中央区本町橋1番30号	代表取締役 比那 勝郎
株式会社高野自動車用品	福岡県糟屋郡志免町田富四丁目1番11号	代表取締役 高野 薫
インタークマジック株式会社	富山市下赤江町一丁目10番34号	代表取締役 徳本 敏高
株式会社バッファロー	埼玉県川口市並木一丁目25番26号	代表取締役 坂本 裕二
コアーズインターナショナル株式会社	堺市堺区甲斐町西三丁目4番14号	代表取締役 池川 寛
株式会社リッツコーポレーション	栃木県小山市駅南町三丁目14番22号	代表取締役 高橋 昭
有限会社リッツソリューション	東京都品川区東品川三丁目23番27号	代表取締役 木村 佑悦
株式会社サン自動車工業	東京都世田谷区鎌田三丁目18番1号	代表取締役 鈴木 順
株式会社スカイフィールド	北海道帯広市西十七条南五丁目22番地	代表取締役 天野 康景
株式会社レミックス	名古屋市名東区藤森二丁目37番地	代表取締役 澤田 英夫

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部景品表示監視室

電話 03-3581-3377（直通）

公正取引委員会事務総局中部事務所取引課

電話 052-961-9423（直通）

ホームページ <http://www.jftc.go.jp>

## 2 本件対象商品の概要

本件対象商品は、いずれも、当該商品を自動車の燃料に混入させること等により、自動車の燃費が向上すること等を標ぼうする商品である。

事業者名	業態	商品名	商品の使用方法
(株)ソフト99コーポレーション	製造販売業	ギガスマルチパワータブレット	燃料に混入させる。
(株)奈良健康堂	製造販売業	ランナップ	燃料タンクに取り付ける。
(株)ル・モンド	製造販売業	エコストラップ	燃料タンクに取り付ける。
(株)ニッポンエミール	製造販売業	ハイオクくん	燃料タンクに入れる。
(株)ニューイング	製造販売業	燃良太郎	燃料タンクに入れる。
(株)オージーシステム	製造販売業	ハイパーグローブ	燃料タンクに入れる。
(株)コムテック	製造販売業	マグチューン	エンジンに燃料を供給する管に取り付ける。
(株)ZERO-1000	製造販売業	パワーネオプロフェッショナル	エンジンに燃料を供給する管に取り付ける。
すばるメディア(株)	製造販売業	起爆水	エンジンの冷却水に混入させる。
(株)ピエラス	卸売業		
(株)高野自動車用品	製造販売業	サイクロン3	エンジンの吸気装置等に取り付ける。
インテークマジック(株)	製造販売業	インテークマジック及びアウターマジック(セット販売)	エンジンの吸気装置等に貼り付ける。
(株)バッファロー	製造販売業	フューエルバンクEVO	蓄電池等に取り付ける。
コアーズインターナショナル(株)	卸売業		
(株)リッツコーポレーション	製造販売業	リッツパワーシフトMS-001	シガーソケットに取り付ける。
(有)リッツソリューション	卸売業		
(株)サン自動車工業	製造販売業	ホットイナズマポケット	シガーソケットに取り付ける。
(株)スカイフィールド	製造販売業	ネオソケットエコ	シガーソケットに取り付ける。
(株)レミックス	輸入販売業	エコサンダー	シガーソケットに取り付ける。

### 3 排除命令の概要

#### (1) 違反事実の概要

19社は、それぞれ、本件対象商品を直接又は取引先販売業者を通じて一般消費者に販売するに当たり、別表のとおり、商品の包装容器又は包装容器の台紙において、あたかも、当該商品を自動車の燃料タンクに混入させること等により、自動車の燃費が向上するかのよう示す表示を行っているが、当委員会が19社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ところ、19社は、期限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。

#### (2) 排除措置の概要

ア 前記表示は、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公示すること。

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、同様の表示を行わないこと。

事業者名 (本件対象商品名)	表示期間	表示内容
(株)ソフト99コーポレーション (ギガスマルチパワータブレット)	遅くとも平成15年12月ころ～平成19年12月ころ	<p>【包装容器・表面】 「燃費アップ」及び「燃費10.3%改善。」</p> <p>【包装容器・裏面】 「燃費テスト 10.3%燃費向上」及び「Average MPG」と題するグラフ</p>
(株)奈良健康堂 (ランナップ)	遅くとも平成15年12月ころ～平成18年10月ころ	<p>【包装容器の台紙・表面】 「燃費大幅向上」</p> <p>【包装容器の台紙・裏面】 「省燃費器具」及び「燃料1リットル当たり走行距離の向上率の目安(当社測定値) 20～40%(高速道路走行)・・・左記数値は、同じような天候(気温・風・湿度)のときに同一高速道路ルートを同じ速度で走行し比較したものです。お車の状態・年式・車種・走行条件等により効果は異なりますので、いかなる場合でも本数値を保証するものではないことをご了承ください。(高年式・走行済距離の大きい車ほど向上率が大きくなります)」</p>
(株)ル・モンド (エコストラップ)	平成18年7月ころ～平成18年10月ころ	<p>【包装容器の台紙・表面】 「燃費大幅向上」, 「燃費最大35%アップ!」及び「大幅燃費アップ!」</p> <p>【包装容器の台紙・裏面】 「燃費大幅向上」, 「燃費向上: マイナスイオン、微電流の効果により、燃料の燃焼効率をアップさせます。」及び「エコストラップの装着により、エンジンレスポンスが向上します。その為装着前よりも少ないアクセルの踏み込みで十分な加速を実感いただけます。踏み過ぎますと、燃費向上が低下しますのでご注意ください。」</p>
(株)ニッポンエミール (ハイオクくん)	平成17年2月ころ～	<p>【包装容器の台紙・表面】 「タンクに入れるだけの超簡単チューニング燃費も変わる!」及び「燃料改質器」</p> <p>【包装容器の台紙・裏面】 「燃料改質器」及び「燃費改善・・・アクセルワーク・ブレーキワークに注意してドライブすると市街地走行で5～7% 郊外走行(バイパス・高速道)で10～25%の改善も可能です。」</p>
(株)ニューイング (燃良太郎)	平成18年6月ころ～	<p>【包装容器の台紙・表面】 「燃費の革命 燃良太郎(ねん・りょうたろう) 燃料タンクに入れるだけで燃費向上!! 平均燃費21%向上!! 当社調べ」</p> <p>【包装容器の台紙・裏面】 「燃費の革命 燃良太郎」, 「平均で21%燃費向上!! (当社調べ)」及び「本製品は燃料を細分化し燃焼効率を向上する物です。」</p>

事業者名 (本件対象商品名)	表示期間	表示内容
		【包装容器の台紙・両側面】 「燃費の革命 燃良太郎 燃料タンクに入れるだけで燃費向上!!」
(株)オージーシステム (ハイパーグローブ)	平成17年6月ころ～	【包装容器・表面】 「マイナスイオンパワー!遠赤外線効果で燃料(ガソリン 軽油)の完全燃焼を促進」及び「燃費効率UP」 【包装容器・右側面】 「燃費効率UP」
(株)コムテック (マグチューン)	遅くとも平成15年12月ころ～	【包装容器の台紙・表面】 「燃費の向上 平均(5～20%)の燃費向上」及び「燃焼効率をUP」
(株)ZERO-1000 (パワーネオプロフェッショナル)	平成15年12月ころ～	【包装容器の台紙・表面】 「燃費アップ」 【包装容器の台紙・裏面】 「燃費の向上/平均5～30%のアップ(社内テストデータによる/走行条件によって変化します。)」
すばるメディア(株)及び (株)ピエラス (起爆水)	遅くとも平成15年12月ころ～	【包装容器・表面】 「燃費性能アップ!」 【包装容器・左側面】 「燃費向上!」及び「燃費向上(省エネ)率 平均向上率15.52% 最大向上率24.01%(注入前平均燃費 7.75km/リットル)」 【包装容器・右側面】 「ラジエーターに入れるだけで燃費が最大24%アップ!」
(株)高野自動車用品 (サイクロン3)	平成16年4月ころ～	【包装容器の台紙・表面】 「最大20% 燃費節約 ランニングコスト低減!」 【包装容器の台紙・裏面】 「燃費向上」,「燃費向上に優れた効果を発揮します。」及び「燃費テスト カリフォルニア環境研究所(CEE) 燃費向上率:24%」
インテークマジック(株) (インテークマジック及びアウターマジック(セット販売))	平成18年1月ころ～	【包装容器・表面】 「燃費削減!」
(株)バッファロー及び コアーズインターナショナル(株) (フューエルバンクEVO)	平成18年12月ころ～	【包装容器の台紙・表面】 「今までに無かった燃費向上システム」及び「驚きの効果!! 燃費向上」 【包装容器の台紙・裏面】 「高速の巡航に最もその効果は現れ、平均で20%の燃料消費が改善されます。(状況により数値が変わる場合があります)アイドリング時や市街地でのストップ&ゴーを繰り返す走りでは、効果は落

事業者名 (本件対象商品名)	表示期間	表示内容
		<p>ちますが約10%前後の改善は実証されています。 「フューエルバンクEVO」はあくまで、エンジンを完全燃焼させ本来の性能に近づけるものであり、エンジンの性能以上のアップをうたったり、大きな数字を表示したりしません。しかし、その効果は装着して頂ければ分かっていたらものと確信しています。そのため「フューエルバンクEVO」は、毎日の走行距離が長い業務車両には最適です。特に高速道路の走行が多い車両は、その効果を最大限に発揮できます。」</p> <p>【包装容器の台紙・左側面】 「消費燃料は平成10年式カラーワゴン未装置10.8km/l 装着時15.2km/l 各400km走行平均値 当社、走行実験による。(状況により数値が変わる場合があります) 静電気除去=燃費向上」</p>
<p>(株)リッツコーポレーション 及び (有)リッツソリューション (リッツパワーシフトMS-001)</p>	<p>平成17年8月ころ～</p>	<p>【包装容器の台紙・表面】 「燃焼効率向上」 【包装容器の台紙・裏面】 「燃焼効率の向上」</p>
<p>(株)サン自動車工業 (ホットイナズマポケット)</p>	<p>平成18年3月ころ～</p>	<p>【包装容器の台紙・表面】 「燃費向上」 【包装容器の台紙・裏面】 「家計にやさしい 走行燃費の向上を促進(約10%)【当社テストによる平均値】」</p>
<p>(株)スカイフィールド (ネオソケットエコ)</p>	<p>平成18年9月ころ～</p>	<p>【包装容器の台紙・表面】(平成18年9月ころ～) 「燃費向上(10～30%)」 【包装容器の台紙・表面】(平成18年11月ころ～) 「燃費向上(10～30%)」及び「本製品は国立大学による燃費性能試験において、10%以上の向上が認められました。」 【包装容器の台紙・裏面】 「燃費向上(10～30%)」</p>
<p>(株)レミックス (エコサンダー)</p>	<p>平成18年10月ころ～</p>	<p>【包装容器の台紙・表面】 「燃費5%～20%アップ!(当社比) お車の型式・使用年数及び、運転状況により左右されません。また、測定値を保証するものではありませんので、ご了承ください。」及び「燃焼効率の向上」 【包装容器の台紙・裏面】 「燃焼効率の向上」</p>

## 不当景品類及び不当表示防止法(抜粋)

(昭和三十七年五月十五日法律第百三十四号)

### (目的)

**第一条** この法律は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和二十二年法律第五十四号)の特例を定めることにより、公正な競争を確保し、もつて一般消費者の利益を保護することを目的とする。

### (不当な表示の禁止)

**第四条** 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号に掲げる表示をしてはならない。

一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、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し、又は事実と相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係る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

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるため、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

三 前二号に掲げるもののほか、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表示であつて、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て公正取引委員会が指定するもの

2 公正取引委員会は、前項第一号に該当する表示か否かを判断するために必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、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。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、第六条第一項及び第二項の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。

### (排除命令)

**第六条** 公正取引委員会は、第三条〔景品類の制限及び禁止〕の規定による制限若しくは禁止又は第四条第一項〔不当な表示の禁止〕の規定に違反する行為があるときは、当該事業者に対し、その行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項を命ずることができる。その命令(以下「排除命令」という。)は、当該違反行為が既になくなつている場合においても、することができる。

2及び3 (省略)