

平成27年度における九州地区の景品表示法の運用状況等

平成28年6月14日
公正取引委員会事務総局
九州事務所
消費者庁

消費者庁は、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある不当な表示及び過大な景品類の提供に対して、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）に基づいて厳正・迅速に対処するとともに、同法の普及・啓発に関する活動を行うなど、表示等の適正化に努めている。

公正取引委員会は、消費者庁長官から景品表示法違反事件に係る調査権限を委任され、必要な調査を行うとともに、相談への対応、講師派遣等を通じた同法の普及・啓発に取り組んでいる。

平成27年度における九州地区（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県及び鹿児島県の7県）の景品表示法の運用状況等は、次のとおりである。

第1 景品表示法違反事件の処理状況

1 概況

景品表示法違反事件については、公正取引委員会事務総局九州事務所（以下「九州事務所」という。）及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえ、消費者庁が、違反行為者に対して措置命令を行うほか、違反のおそれのある行為等がみられた場合には関係事業者に対して指導を行うなどしている。

平成27年度における景品表示法の事件処理件数は、措置命令が2件、指導が11件の計13件であった（平成27年度の主要な処理事件は、別紙参照）。

表1 事件処理件数

（単位：件）

| 事 件 | 措置命令 | | 指 導 | | 合 計 | |
|---------|------|------|------|------|------|------|
| | 26年度 | 27年度 | 26年度 | 27年度 | 26年度 | 27年度 |
| 表 示 事 件 | 2 | 2 | 14 | 10 | 16 | 12 |
| 景 品 事 件 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 合 計 | 2 | 2 | 14 | 11 | 16 | 13 |

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局九州事務所取引課
電話 092-431-6031（直通）
ホームページ http://www.jftc.go.jp/regional_office/kyusyu/

2 表示事件

平成27年度に処理した表示事件は12件で、事件処理件数全体の大半（約92%）を占めた。

その内訳を延べ数で見ると、優良誤認（景品表示法第5条第1号）が10件、有利誤認（景品表示法第5条第2号）が3件であった。

平成27年度において、茶に係る表示及び食品の痩身効果に係る表示について、九州事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえ、消費者庁において措置命令を行った。

表2 表示事件の内訳

（単位：件）

| 事 件 | 措置命令 | | 指 導 | | 合 計 | |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|
| | 26年度 | 27年度 | 26年度 | 27年度 | 26年度 | 27年度 |
| 優良誤認 （第5条第1号） | 2 | 2 | 10 | 8 | 12 | 10 |
| 有利誤認 （第5条第2号） | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| おとり広告告示 （第5条第3号） | 1 | 0 | 3 | 0 | 4 | 0 |
| 合 計（延べ数） | 3 | 2 | 15 | 11 | 18 | 13 |

（注1） 関係法条が2以上にわたる事件があるため、本表の合計は表1の合計と一致しない。

（注2） 平成28年4月に改正法（平成26年法律第118号）が施行された後の景品表示法の条項番号を記載。（以下同じ。）

3 景品事件

平成27年度に処理した景品事件は1件であった。

表3 景品事件の内訳

（単位：件）

| 事 件 | 措置命令 | | 指 導 | | 合 計 | |
|--------|------|------|------|------|------|------|
| | 26年度 | 27年度 | 26年度 | 27年度 | 26年度 | 27年度 |
| 懸賞景品告示 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 総付景品告示 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 合 計 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |

4 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置（注）

平成27年度に行った指導は2件であった。

（注）平成26年12月に施行された景品表示法の改正法により、事業者は、景品類の提供及び表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備その他の必要な措置を講じなければならないこととされた。消費者

庁は、①事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときは、必要な指導及び助言をするとともに、②事業者が講ずべき措置を講じていないと認めるときは、必要な措置を講ずべき旨の勧告をし、その勧告に従わないときは、その旨を公表することができる。

第2 景品表示法の普及・啓発活動等

1 景品表示法に関する相談

平成27年度に受け付けた相談件数は311件であった。具体的な相談内容としては、商品の効果・性能の表示に関する相談、食品の表示に関する相談、商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、商品の原産国の表示に関する相談、景品類の提供限度額に関する相談等が挙げられる。

2 景品表示法に関する講師派遣等

平成27年度において、事業者団体等が開催する講習会に、計2回講師を派遣し、また、長崎県佐世保市（平成27年5月）、福岡市（平成27年10月）及び長崎市（平成28年2月）において、一般消費者等を対象に、景品表示法等の内容を説明するセミナーを開催した。

3 関係行政機関との連携

不適切な食品表示に関する監視強化等の観点から、熊本市において開催された「九州地域食品表示監視連絡会」（平成27年5月）に参加し、また、那覇市において開催された「消費者行政ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（平成27年11月）及び福岡市において開催された「景品表示法ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（平成28年1月）に参加するなど、九州地区の関係行政機関とも協力して景品表示法の適正な執行に努めた。

平成27年度の主要な処理事件

1 措置命令（優良誤認）（景品表示法第5条第1号）

| 事件名 | 事 件 概 要 |
|-------------------------------|---|
| 株式会社村田園 に対する件 (28.3.10) | <p>株式会社村田園は、「村田園万能茶（選）」、「大阿蘇万能茶（選）」、「村田園万能茶（粹）」及び「大阿蘇万能茶（粹）」とそれぞれ称する茶（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成21年7月頃から平成27年12月までの間、容器包装において、例えば、「村田園万能茶（選）」にあつては、「阿蘇の大地の恵み」、「どくだみ・柿の葉・とうきび・はと麦・甜茶^{てんちや}・くま笹・あまちゃづる・はぶ茶^{かんぞう} 甘草・大豆・田舎麦・桑の葉・枸杞^{くこ}・ウーロン茎・びわの葉・浜茶」と記載し、日本の山里を思わせる風景のイラストを記載することにより、あたかも、本件商品の原材料が日本産であるかのように示す表示をしていたが、実際には、「大麦」の一部及び「どくだみ」の一部以外の原材料は外国産であった。</p> <p>(注) 本事件の詳細については、http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/160310premiums_1.pdf</p> |
| 株式会社えがお に対する件 (28.3.30) | <p>株式会社えがおは、「えがおの黒酢」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成25年3月19日から平成27年5月30日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「アミノ酸一般食酢の120倍のえがおの黒酢でダイエットサポート!」、「『黒酢』に含まれたアミノ酸のメラメラパワー!」、「不足していたのはメラメラ力だったんですね・・・」、「人より効果が出にくい私。最初からアミノ酸を使っていたら・・・」、「タンスの奥のジーンズが出せた!」、「運動量は変わらないのに遂に出産前のスタイルに!」、「えがおの黒酢であつという間の目標達成! その仕組みとは?」、「たとえば、脂肪1kg（約7,000kcal）を燃やすにはこんな運動&食事制限が必要なんです。」、「ウオーキング約63時間!」、「平泳ぎ約13時間!」、「絶食約7日!」、「こんなに?できない!」、「そこで注目したいのが人が本来持っている“メラメラ力!”という名の力!」、「そうです! このメラメラ力! をサポートすれば本来の力をぐんぐん高めることが出来るのです!!」等と記載することにより、あたかも、本件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。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、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、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、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。</p> <p>(注) 本事件の詳細については、http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/160330premiums_1.pdf</p> |

(注) 平成28年4月に改正法（平成26年法律第118号）が施行された後の景品表示法の条項番号を記載（以下同じ）。

2 主要な指導事件

(1) 表示事件

ア 優良誤認（景品表示法第5条第1号）

| 事件概要 |
|--|
| A社は、ペット用品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、〇名のペットオーナーに愛用いただいていますなどと記載することにより、あたかも、当該商品を累計〇名の消費者に対して販売しているものであるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該人数は、A社が一般消費者に販売した当該商品の販売数量に、A社が他事業者に対し卸売販売した数量等を加えたものであった。 |
| B社は、サプリメントを販売するに当たり、新聞折り込み情報誌において、〇に含まれる△は、脂肪やコレステロールを吸着し、排出する作用があり、食物繊維もたっぷり！糖分が多い食事でも脂肪に変わりにくくしてくれるなどと記載することにより、あたかも、当該商品を摂取することにより、毎朝快適に排便ができ、体内の脂肪やコレステロールを吸着して排出し、糖分の多い食事を摂っても脂肪となって体内に蓄積することがなく、痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。 |
| C社は、家具を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、牛革使用などと記載することにより、あたかも、当該商品に使用されている素材が牛の天然皮革であるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該商品に使用されていた素材は合成皮革であった。 |

(注) 指導事件については、表示内容等の一部加工して記載（以下同じ。）。

イ 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

| 事件概要 |
|---|
| D社は、食料品詰合せセットを販売するに当たり、店頭配布用パンフレット、ウェブサイト、店頭POP、店頭プライスボード、新聞折り込みチラシ、モバイルサイトにおいて、発売元希望小売価格の50% off、ⓧ税別〇円を税別△円などと記載することにより、あたかも、実際の販売価格が発売元希望小売価格又はⓧと称する比較対照価格に比して安いかのように示す表示をしていたが、実際には、発売元希望小売価格又はⓧと称する価格は、D社が卸売業者から小売価格を設定する際の参考価格としてD社のみ個別に呈示された価格であった。 |

(2) 景品事件（懸賞景品告示）

| 事件概要 |
|---|
| E社は、自社ウェブサイトにおいて、〇円以上の商品を購入した一般消費者に対し、抽選により、△名に対し、自社ウェブサイトのみで使用可能なE社商品券（〇万円相当）を提供することを企画し、実施した。 本件企画において、懸賞に係る取引の価額は〇円と認められることから、懸賞により提供することができる景品類の最高額は●円であるところ、提供される景品類の価額は、これを超えるものであった。 また、本件企画において、提供できる景品類の総額は▲円までであるところ、提供される景品類の総額は、この制限を超えるものであった。 |

景品表示法による規制の概要

<表示>

| | |
|------------------|----------------------------|
| 優良誤認 (第5条第1号) | 商品・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（第7条第2項）

優良誤認に該当する表示か否かを判断するために，事業者に対し，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。当該資料の提出がないときは，当該表示は不当表示とみなす。

| | |
|------------------|---------------------------|
| 有利誤認 (第5条第2号) | 商品・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 (第5条第3号) | <p>商品・役務の取引に関する事項について誤認されるおそれがある表示であつて内閣総理大臣が指定するもの</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>

| | | | |
|-------------------------|----------------|----------|-----------|
| 一般懸賞 (昭和52年 告示3号) | 懸賞に係る 取引の価額 | 景品類限度額 | |
| | | 最高額 | 総額 |
| | | 5,000円未満 | 取引の価額の20倍 |
| 5,000円以上 | 10万円 | | |

| | | |
|-------------------------|---------------------|--------------------|
| 共同懸賞 (昭和52年 告示3号) | 景品類限度額 | |
| | 最高額 | 総額 |
| | 取引の価額にかかわらず 30万円 | 懸賞に係る売上 予定総額の3% |

| | | |
|-------------------------|----------|-----------|
| 総付景品 (昭和52年 告示5号) | 取引の価額 | 景品類の最高額 |
| | 1,000円未満 | 200円 |
| | 1,000円以上 | 取引価額の2/10 |

| | |
|----------------------|---|
| 業種別 景品告示 (4業種) | <ol style="list-style-type: none"> 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 |
|----------------------|---|

○不当景品類及び不当表示防止法（抄）

（昭和三十七年法律第百三十四号）

（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、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的とする。

（景品類の制限及び禁止）

第四条 内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、景品類の価額の最高額若しくは総額、種類若しくは提供の方法その他景品類の提供に関する事項を制限し、又は景品類の提供を禁止することができる。

（不当な表示の禁止）

第五条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当す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同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの
- 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同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの
- 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、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定するもの

（措置命令）

第七条 内閣総理大臣は、第四条の規定による制限若しくは禁止又は第五条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。その命令は、当該違反行為が既になくなつている場合においても、次に掲げる者に対し、することができる。

- 一 当該違反行為をした事業者
 - 二 当該違反行為をした事業者が法人である場合において、当該法人が合併により消滅したときにおける合併後存続し、又は合併により設立された法人
 - 三 当該違反行為をした事業者が法人である場合において、当該法人から分割により当該違反行為に係る事業の全部又は一部を継承した法人
 - 四 当該違反行為をした事業者から当該違反行為に係る事業の全部又は一部を譲り受けた事業者
- 2 内閣総理大臣は、前項の規定による命令に関し、事業者がした表示が第五条第一号に該当するか否かを判断するため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、同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。

(課徴金納付命令)

第八条 事業者が、第五条の規定に違反する行為（同条第三号に該当する表示に係るものを除く。以下「課徴金対象行為」という。）をしたときは、内閣総理大臣は、当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る商品又は役務の政令で定める方法により算定した売上額に百分の三を乗じて得た額に相当する額の課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。ただし、当該事業者が当該課徴金対象行為をした期間を通じて当該課徴金対象行為に係る表示が次の各号のいずれかに該当することを知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められるとき、又はその額が百五十万円未満であるときは、その納付を命ずることができない。

- 一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、実際のものよりも著しく優良であること又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であることを示す表示
- 二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であること又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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ことを示す表示

2・3 (略)

(事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置)

第二十六条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、景品類の提供又は表示により不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害することのないよう、景品類の価額の最高額、総額その他の景品類の提供に関する事項及び商品又は役務の品質、規格その他の内容に係る表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備その他の必要な措置を講じなければならない。

2～5 (略)

(指導及び助言)

第二十七条 内閣総理大臣は、前条第一項の規定に基づき事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、その措置について必要な指導及び助言をすることができる。

(勧告及び公表)

第二十八条 内閣総理大臣は、事業者が正当な理由がなく第二十六条第一項の規定に基づき事業者が講ずべき措置を講じていないと認めるときは、当該事業者に対し、景品類の提供又は表示の管理上必要な措置を講ずべき旨の勧告をすることができる。

2 内閣総理大臣は、前項の規定による勧告を行つた場合において当該事業者がその勧告に従わないときは、その旨を公表することができる。

(報告の徴収及び立入検査等)

第二十九条 内閣総理大臣は、第七条第一項の規定による命令、課徴金納付命令又は前条第一項の規定による勧告を行うため必要があると認めるときは、当該事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者に対し、その業務若しくは財産に関して報告をさせ、若しくは帳簿書類その他の物件の提出を命じ、又はその職員に、当該事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入り、帳簿書類その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2・3 (略)

(権限の委任等)

第三十三条 内閣総理大臣は、この法律による権限（政令で定めるものを除く。）を消費者庁長官に委任する。

2 消費者庁長官は、政令で定めるところにより、前項の規定により委任された権限の一部を公正取引委員会に委任することができる。

3 (略)

4 公正取引委員会、事業者の事業を所管する大臣又金融庁長官は、前二項の規定により委任された権限を行使したときは、政令で定めるところにより、その結果について消費者庁長官に報告するものとする。

5～11 (略)

○ 不当景品類及び不当表示防止法施行令（抄）

(平成二十一年政令第二百十八号)

(公正取引委員会への権限の委任)

第十五条 法第三十三条第一項の規定により消費者庁長官に委任された権限のうち、法

第二十九条第一項の規定による権限は、公正取引委員会に委任する。ただし、消費者庁長官が自らその権限を行使することを妨げない。