

平成28年度における中部地区の景品表示法の運用状況等

平成29年6月16日
公正取引委員会事務総局
中部事務所
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。）の規定に基づいて厳正・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28年度における中部地区（富山県、石川県、岐阜県、静岡県、愛知県及び三重県の6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中部事務所（以下「中部事務所」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28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8件の計10件であった（平成28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	
	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度
表 示 事 件	1	2	6	7	7	9
景 品 事 件	0	0	2	1	2	1
合 計	1	2	8	8	9	10

問い合わせ先 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/regional_office/chubu/

2 表示事件

平成28年度に処理した表示事件は9件であり、事件処理件数全体の大部分（90%）を占めた。

その内訳をみると、優良誤認（景品表示法第5条第1号）が1件、有利誤認（景品表示法第5条第2号）が7件、原産国表示（景品表示法第5条第3号）が1件であった。また、有利誤認については、二重価格表示等の価格に関するものが6件であった。

平成28年度において、通信販売業者が販売するフライパンに係る表示及び店頭における寝具等の価格表示の2件について、中部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	
	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度
優良誤認 （第5条第1号）	1	1	2	0	3	1
有利誤認 （第5条第2号）	0	1	3	6	3	7
原産国表示 （第5条第3号）	0	0	1	1	1	1
合 計	1	2	6	7	7	9

3 景品事件

平成28年度に処理した景品事件は1件（事件処理件数全体の10%）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	
	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度
懸賞景品告示	0	0	1	0	1	0
総付景品告示	0	0	1	1	1	1
合 計	0	0	2	1	2	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28年度に行った指導は7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の規定により、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28年度に受け付けた相談件数は408件であった。その内訳は、景品類の提供に関する相談及び表示に関する相談がそれぞれ半数程度であった。

相談対応においては、一般消費者や事業者のほかにも、消費生活相談員等の消費者支援に携わる者から景品表示法に関する問合せが寄せられた。

具体的な相談内容としては、景品類の提供限度額に関する相談、商品の効果・性能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、食品の表示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28年度において、消費者団体等が開催する講習会に、計13回講師を派遣し、また、名古屋市及び浜松市（いずれも平成28年6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。

景品表示法の説明に際しては、実際の違反事例を紹介するなどして、同法の意義、規制内容等を理解してもらうことで、不当表示等による被害の未然防止を図った。

中部事務所では、中部地区管内に所在する消費者団体等に対して、講習会への講師派遣に係る案内を送付するなど、講習会の開催に向けて積極的に取り組んでいる。

（セミナーの様様）



3 関係行政機関との連携

(1) 消費者行政等に関する関係省庁との連携

静岡市において開催された「消費者行政ブロック会議（中部・北陸ブロック）」（平成28年11月）に出席するなどして、中部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。

また、不適切な食品表示に関する監視強化等の観点から、中部地区の関係行政機関（中部事務所、東海北陸厚生局、東海農政局、北陸農政局、中部管区警察局及び名古屋国税局）の担当課長等により構成される「食品表示関係機関連絡会」（平成28年7月）に出席した。

(2) 中部地区管内各県との連携

ア 景品表示法ブロック会議（中部ブロック）

中部地区における景品表示法の執行力の強化等に向けて、消費者庁が主催した中部地区の各県の景品表示法担当課長等による「景品表示法ブロック会議（中部ブロック）」（平成28年7月及び11月）に出席した。

また、中部地区管内の景品表示法執行担当者や消費生活センターと個別に情報交換を行い、中部地区における景品表示法の執行等について連携の強化に努めた。

イ 東海4県広告表示等適正化推進会議

岐阜県、静岡県、愛知県及び三重県における景品表示法の執行力の強化等に向けて、各県の景品表示法担当課長等により構成される「東海4県広告表示等適正化推進会議」（平成28年6月及び12月）に出席した。

(3) 中部地区管内の消費者団体等との連携

ア 消費者団体等との懇談会

中部事務所における景品表示法の運用状況等を説明するとともに、相互の連携を図っていくことなどを目的として、中部地区管内各県においてネットワーク機能を有する消費者団体等との懇談会を6回実施した。

イ 消費者フォーラムへの参加

消費者教育の一層の推進を図ることなどを目的として消費者庁等が主催して開催された金沢市における「消費者教育推進フォーラムin北陸」（平成28年11月）及び津市における「地方消費者フォーラムin三重」（平成29年2月）に参加した。

平成28年度の主要な処理事件

1 措置命令

(1) 優良誤認（景品表示法第5条第1号）

事件名	事 件 概 要
株式会社オークローンマーケティング (28.9.1)	<p>株式会社オークローンマーケティングは、同社が一般消費者に対して販売する「セラフィット」と称するフライパン（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、「ショップジャパン」と称するテレビショッピング番組において、例えば、「ダイヤモンドの次に硬いセラミックを使用」との映像及び「セラフィットはダイヤモンドの次に硬いセラミックを使用」との音声を送り、また、「傷がつかない コーティングが剥がれない」との映像及び「コインで擦っても傷が付かず、コーティングは剥がれません」との音声、「クギを炒めても傷がつかない！」との映像及び「たとえ大量の釘を炒めたって傷が付かない」との音声、「耐摩耗テスト50万回クリア!!」との映像及び「セラフィットは50万回擦っても傷まないことが証明されました」との音声並びに本件商品で金属製品を用いて調理する映像を放送することなどにより、あたかも、本件商品の表面処理加工に用いられている「セラミック」と称する物質はダイヤモンドの次に硬いものであり、本件商品を金属製品で50万回擦っても傷が付かないかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品の表面処理加工に用いられている「セラミック」と称する物質はダイヤモンドの次に硬いものであるとはいえ、本件商品を金属製品で擦った場合には50万回を大きく下回る回数で傷が付くものであった。</p> <p>【表示例】</p> 
	<p>(注) 本事件の詳細については、 http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/sep/20160901.html</p>

(2) 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事件名	事件概要
株式会社布屋商店 (29.3.8)	<p>株式会社布屋商店は、一般消費者に対して寝具等を販売するに当たり、同社が運営する「超寝具店ヌノヤ」と称する店舗において、「ポップ」と称する店頭表示物（以下「ポップ」という。）又は「バーコード」と称する商品本体に貼付するシール（以下「バーコード」という。）に価格を記載するとともに、「割引札」と称する店頭表示物（以下「割引札」という。）に、「表示価格よりレジにて〇〇%割引」と記載し、ポップ又はバーコードと割引札を併せて掲示することにより、あたかも、ポップ又はバーコードに記載された価格は、当該店舗における通常の販売価格であり、当該価格から割り引いて販売するかのように表示していた。</p> <p>実際には、ポップ又はバーコードに記載された価格は、同社が任意に設定したものであって、当該店舗において販売された実績のないものであった。</p> <p>【表示例】</p>  <p>（注）本事件の詳細については、 http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/mar/170308.html</p>

2 主要な指導事件

(1) 表示事件

ア 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事 件 概 要
A社は、アルコール飲料（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、〇mlなどと記載することにより、あたかも、本件商品の内容量が〇mlであるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品の内容量は〇mlよりも少ない△mlであった。
B社は、給湯器（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、〇月限定、△円などと記載することにより、あたかも、〇月に本件商品を購入した場合に限り、△円で購入できるかのように表示していた。 実際には、〇月から□月までの間、△円で購入することができるものであった。

(注) 指導事件については、表示内容等を一部加工して記載（以下同じ。）。

イ 原産国表示（景品表示法第5条第3号）

事 件 概 要
C社は、リチウムイオンバッテリー（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、商品パッケージにおいて、Made in ○と記載することにより、○国で製造されたかのように表示していた。 実際には、本件商品は、○国ではなく、△国で製造されたものであった。

(2) 景品事件（総付景品告示）

事 件 概 要
D社は、家具の販売に関して、〇円以上購入した者に対して、もれなく商品d（△円相当）を提供することを企画し、これを実施した。 当該企画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、商品dの価額△円は、これ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>

<p>優良誤認 (第5条第1号)</p>	<p>商品・役務の品質，規格その他の内容についての不当表示</p>
<p>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。</p>	
<p>有利誤認 (第5条第2号)</p>	<p>商品・役務の価格その他の取引条件についての不当表示</p>
<p>誤認されるおそれのある表示 (第5条第3号)</p>	<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っ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>

<p>一般懸賞 (昭和52年告示3号)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">懸賞に係る取引の価額</th> <th colspan="2">景品類限度額</th> </tr> <tr> <th>最高額</th> <th>総額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5,000円未満</td> <td>取引の価額の20倍</td> <td>懸賞に係る売上</td> </tr> <tr> <td>5,000円以上</td> <td>10万円</td> <td>予定総額の2%</td> </tr> </tbody> </table>		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	懸賞に係る売上	5,000円以上	10万円	予定総額の2%
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	懸賞に係る売上											
5,000円以上	10万円	予定総額の2%											
<p>共同懸賞 (昭和52年告示3号)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">景品類限度額</th> </tr> <tr> <th>最高額</th> <th>総額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>取引の価額にかかわらず30万円</td> <td>懸賞に係る売上予定総額の3%</td> </tr> </tbody> </table>		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%					
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%												
<p>総付景品 (昭和52年告示5号)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>取引の価額</th> <th>景品類の最高額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,000円未満</td> <td>200円</td> </tr> <tr> <td>1,000円以上</td> <td>取引価額の2/10</td> </tr> </tbody> </table>		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					
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												
<p>業種別 景品告示 (4業種)</p>	<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。