

平成26年度における近畿地区の景品表示法の運用状況等

平成27年6月11日
公正取引委員会事務総局
近畿中国四国事務所
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、景品表示法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26年度における近畿地区（福井県，滋賀県，京都府，大阪府，兵庫県，奈良県及び和歌山県の2府5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近畿中国四国事務所（以下「近畿事務所」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26年度における景品表示法の事件処理件数は、措置命令が1件、指導が19件の計20件であった（平成26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	
	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度
表 示 事 件	0	1	21	19	21	20
景 品 事 件	0	0	1	0	1	0
合 計	0	1	22	19	22	20

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所取引課
電話 06-6941-2175（直通）
ホームページ http://www.jftc.go.jp/regional_office/kinki/

2 表示事件

平成26年度に処理した表示事件は20件であった。

その内訳を延べ数で見ると、優良誤認（第4条第1項第1号）が14件、有利誤認（第4条第1項第2号）が4件、おとり広告告示（第4条第1項第3号）が3件であった。

表2 表示事件の内訳

(単位：件)

事 件	措置命令		指 導		合 計	
	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度
優良誤認 (第4条第1項第1号)	0	1	1	13	1	14
有利誤認 (第4条第1項第2号)	0	0	18	4	18	4
おとり広告告示等 (第4条第1項第3号)	0	0	2	3	2	3
合 計 (延べ数)	0	1	21	20	21	21

(注) 関係法条が2つ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。

3 景品事件

平成26年度に処理した景品事件はなかった。

表3 景品事件の内訳

(単位：件)

事 件	措置命令		指 導		合 計	
	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度
懸賞景品告示	0	0	1	0	1	0
総付景品告示	0	0	0	0	0	0
合 計 (延べ数)	0	0	1	0	1	0

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26年度に行った指導及び助言又は勧告はなかった。

(注) 平成26年12月に施行された改正景品表示法の規定により、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26年度に受け付けた相談件数は453件であった。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26年度において、事業者団体等が開催する講習会に、計6回講師を派遣し、また、大阪市（平成26年6月）及び滋賀県大津市（平成26年11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するなどした。

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、大阪市において開催された「近畿地域食品表示連絡会議」（平成26年10月）、「消費者行政ブロック会議（近畿ブロック）」（平成26年9月）及び「景品表示法ブロック会議（近畿ブロック）」（平成27年2月）に参加するなど、近畿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26年度の主要な処理事件

1 措置命令（優良誤認）（第4条第1項第1号）

事件名	事 件 概 要
株式会社エム・エイチ・シーに対する件 (26.5.1)	<p>株式会社エム・エイチ・シー（以下「エム・エイチ・シー」という。）は、「蘇生イオン[Ⓢ]空気活性器 旅の恋人」と称する商品を供給するに当たり、以下のとおり表示していた。</p> <p>① 平成25年11月14日から同年12月28日までの間、「噂の商品！通販リサーチ社」と称するテレビショッピング番組において、例えば、次のように音声等を放送することにより、あたかも、対象商品を車内や室内等で使用することで、当該空間において、対象商品に内蔵された「活性石」、「イオン活性パウダー」、「ゲルマニウム」と称する物質の相乗効果により、ウイルスが除去され、抗ウイルス・除菌効果が生じるとともに、ニコチンが除去され、消臭されるかのように示す表示をしていた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「車内やお部屋を快適空間にしてくれる」 ○ 「挿し込みますと、内蔵された祖母山の活性石、イオン活性パウダー、99.999パーセントの純度に近いゲルマニウムとの相乗効果で快適空間にしてくれるという商品なんですね。」 ○ 「実はですね、ウイルスを98.4パーセント以上除去したり、嫌な臭いのニコチン、これも89パーセント以上を除去、という風に、抗ウイルス、除菌、さらには、消臭までしてくれるということなんですね。」 <p>② 平成25年1月25日から同年12月4日までの間、日刊新聞紙に掲載した広告において、例えば、平成25年1月25日に発行された朝日新聞東京本社版に掲載された広告にあっては、次のように記載することにより、あたかも、対象商品を車内や室内等で使用することで、当該空間において、イオンの働きやイオンと「活性石」と称する物質の相乗効果により、インフルエンザウイルス及び黄色ブドウ球菌が除菌され、ニコチン、タール、ホルムアルデヒド及びアンモニアが除去され、脱臭・抗菌効果が生じるかのように示す表示をしていた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「イオンと活性石の相乗効果で こんなにスゴイ実験結果が！」 ○ 「インフルエンザウイルス98.4%以上除菌」 ○ 「黄色ブドウ球菌99.6%除菌」 ○ 「ニコチン89%以上除去」 ○ 「タール9.1%以上除去」 ○ 「ホルムアルデヒド3.9%除去」 ○ 「アンモニア3.6%除去」 ○ 「車はもちろん、こんな場所でも使えます！」 ○ 「トイレの嫌なニオイを除去。脱臭・抗菌効果で快適な空間に！」 <p>前記の表示について、消費者庁は、景品表示法第4条第2項の規定に基づき、エム・エイチ・シーに対し、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、同社から資料が提出された。しかし、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とは認められなかった。</p> <p>(注) 本事件の詳細について http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140501premiums_1.pdf</p>

2 主要な指導事件

(1) 優良誤認（第4条第1項第1号）

事件概要
A社は、「カシミア100%ストール」と称する商品を販売するに当たり、B社が運営するクーポン共同購入サイトにおいて、「カシミア100%ストール」、「軽くて暖かい、カシミアを使用」等と記載することにより、あたかも、当該商品の原材料としてカシミアが100パーセント用いられているかのように示す表示をしていた。 実際には、当該商品の原材料としてカシミアは用いられていないものであった。
Cは、「**黒豚」と称する豚肉を販売するに当たり、D社が運営するショッピングサイト上に開設した自店のウェブサイトにおいて、「**黒豚の豚ロース肉」等と記載することにより、あたかも、当該商品が黒豚の肉であるかのように示す表示をしていた。 実際には、当該商品は、黒豚に該当しないバークシャー種とデュロック種との交雑種豚のもの等であった。
E社は、「あずきアイスクリーム」と称する料理を販売するに当たり、メニューにおいて、「あずきアイスクリーム」と記載することにより、あたかも、当該料理に「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」（昭和26年厚生省令第52号）第2条第21項に規定するアイスクリームを使用しているかのように示す表示をしていた。 実際には、乳固形分の含有量がアイスクリームよりも少ないラクトアイスを使用していた。

(2) 有利誤認（第4条第1項第2号）

事件概要
F社は、バッグ等を販売するに当たり、自社のウェブサイトにおいて、特定のバッグについて、「通常価格：10,800円（税込）価格：5,400円（本体5,000円、税400円）」と、実際の販売価格に、当該販売価格を上回る「通常価格」と称する価格を併記することにより、あたかも、実際の販売価格が「通常価格」と称する価格に比して安いかのように表示していた。 実際には、「通常価格」と称する価格は、当該ウェブサイトにおいて、最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。
Gは、宝飾品を販売するに当たり、自店のウェブサイトにおいて、特定の商品について、「限定各20セット 特別価格にて販売中 メーカー希望小売価格¥380,000～▶89,800円～」と記載することにより、あたかも、当該商品には、「メーカー希望小売価格」と称する価格が設定されており、実際の販売価格が「メーカー希望小売価格」と称する価格に比して安いかのように表示していた。 実際には、当該商品の製造業者によるメーカー希望小売価格の設定はされておらず、Gが任意に設定した価格であった。

(3) おとり広告告示（第4条第1項第3号）

事件概要
H社は、「〇〇展」と称する××に関する美術品等の展覧会の開催に係る役務を提供するに当たり、当該展覧会の宣伝広告ポスター等において、××の著名な肖像画の画像を掲載することにより、あたかも、「〇〇展」において当該肖像画が展示されるかのように示す表示をしていた。 実際には、当該肖像画は展示されていなかった。 (注)〇〇は著名な人物の名を表す。

景品表示法による規制の概要

<表示>

優良誤認 (第4条第1項第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4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4条第1項第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4条第1項第3号)	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 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)	<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 rowspan="2">懸賞に係る売上 予定総額の2%</td> </tr> <tr> <td>5,000円以上</td> <td>10万円</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 予定総額の2%	5,000円以上	10万円
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 予定総額の2%									
5,000円以上	10万円										
共同懸賞 (昭和52年告示3号)	<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%										
総付景品 (昭和52年告示5号)	<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										
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（抜粋）

（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）

第三条 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、又は事実に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

2 内閣総理大臣は、事業者がした表示が前項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、第六条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。

(措置命令)

第六条 内閣総理大臣は、第三条の規定による制限若しくは禁止又は第四条第一項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っていない場合においても、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

(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)

第七条 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 (省略)

(指導及び助言)

第八条 内閣総理大臣は、前条第1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)

第八条の二 内閣総理大臣は、事業者が正当な理由がなく第7条第1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)

第九条 内閣総理大臣は、第六条の規定による命令又は前条第1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 （省略）

（権限の委任）

第十二条 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 （省略）

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 （省略）

○ 不当景品類及び不当表示防止法第十二条の規定による権限の委任等に関する政令（抜粋）

（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）

第二条 法第十二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。