

## 令和3年度における近畿地区の景品表示法の運用状況等

令和4年6月23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、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被疑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。

令和3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 景品表示法違反被疑事件の処理状況

#### 1 概況

景品表示法違反被疑事件については、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、違反事業者に対して措置命令・課徴金納付命令を行うほか、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。

令和3年度における景品表示法の事件処理件数は、措置命令が4件、課徴金納付命令が3件、指導が8件の計15件であった（令和3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 |     | 課徴金納付命令 |     | 指 導 |     | 合 計 |     |
|------|------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
|      | 2年度  | 3年度 | 2年度     | 3年度 | 2年度 | 3年度 | 2年度 | 3年度 |
| 表示事件 | 2    | 4   | 0       | 3   | 8   | 7   | 10  | 14  |
| 景品事件 | 0    | 0   | (注)     | (注) | 2   | 1   | 2   | 1   |
| 合 計  | 2    | 4   | 0       | 3   | 10  | 8   | 12  | 15  |

（注） 景品事件については課徴金納付命令の対象となっていない。

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 [https://www.jftc.go.jp/regional\\_office/kinki/index.html](https://www.jftc.go.jp/regional_office/kinki/index.html)

## 2 表示事件

令和3年度に処理した表示事件は14件で、事件処理件数全体の大部分(約93%)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9件、有利誤認(景品表示法第5条第2号)が5件であった。

令和3年度においては、①まつ毛美容液の育毛効果に係る不当表示、②ハーブ茶の痩身効果に係る不当表示、③電気ケトルのお湯漏れ防止性能に係る不当表示並びに④介護職員初任者研修の不当な二重価格表示及び不当な期間限定表示の4件について、近畿事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて、消費者庁が措置命令を行った。また、①空間除菌用品の空気清浄効果に係る不当表示、②電気ケトルのお湯漏れ防止性能に係る不当表示及び③まつ毛美容液の育毛効果に係る不当表示の3件について、消費者庁が課徴金納付命令(①1559万円、②588万円、③500万円)を行った。

表2 表示事件の内訳

(単位: 件)

| 事 件                          | 措置命令 |     | 課徴金納付命令 |     | 指 導 |     | 合 計 |     |
|------------------------------|------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
|                              | 2年度  | 3年度 | 2年度     | 3年度 | 2年度 | 3年度 | 2年度 | 3年度 |
| 優良誤認<br>(第5条第1号)             | 2    | 3   | 0       | 3   | 6   | 3   | 8   | 9   |
| 有利誤認<br>(第5条第2号)             | 0    | 1   | 0       | 0   | 2   | 4   | 2   | 5   |
| 第5条第3号に<br>基づく告示<br>(第5条第3号) | 0    | 0   | (注)     | (注) | 0   | 0   | 0   | 0   |
| 合 計                          | 2    | 4   | 0       | 3   | 8   | 7   | 10  | 14  |

(注) 第5条第3号に基づく告示事件については課徴金納付命令の対象となっていない。

## 3 景品事件

令和3年度に処理した景品事件は1件(事件処理件数全体の約7%)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 |     |
|--------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
|        | 2年度  | 3年度 | 2年度 | 3年度 | 2年度 | 3年度 |
| 懸賞景品告示 | 0    | 0   | 1   | 1   | 1   | 1   |
| 総付景品告示 | 0    | 0   | 1   | 0   | 1   | 0   |
| 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

消費者庁は、①事業者が講ずべき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事業者が当該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。

令和3年度に近畿事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて、消費者庁が行った指導は4件であった。

### 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

令和3年度に受け付けた相談件数は476件であった。具体的な相談内容としては、①ウイルス感染予防関連商品等の効果・性能の表示に関する相談、②食品の表示に関する相談、③消費税の総額表示に関する相談、④商品の原産国表示に関する相談、⑤景品類を提供する際の取引価額や提供限度額に関する相談、⑥商店街やショッピングモール等における共同懸賞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

令和3年度において、事業者団体等が開催する講習会に、計4回講師を派遣し、また、福井市（令和3年7月及び9月）、福井県勝山市（同年11月）、滋賀県草津市（同年6月）、京都市（同月）、大阪府和泉市（同年8月）、同府東大阪市（同年7月及び令和4年1月）、神戸市（令和3年7月及び令和4年1月）及び兵庫県伊丹市（同年1月）において開催された、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に、計11回講師を派遣するなどした。

（消費者セミナーの様子）



令和4年1月15日  
神戸市消費生活センター（神戸市）



令和4年1月31日  
伊丹市立消費生活センター（兵庫県伊丹市）

#### 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」（令和3年12月）に参加し、また、「消費者行政ブロック会議（近畿ブロック）」（同年11月（オンラインにより開催））及び「景品表示法ブロック会議（近畿ブロック）」（同年6月（書面により開催））及び11月（オンラインにより開催）に参加し、消費者行政に関する課題や表示の適正化への対応等について情報共有を図るなど、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。

## 令和3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  |
|----------------------------|---|
| 株式会社ハウワイに対する件<br>（3. 6. 3） | <p>株式会社ハウワイは、「エターナルアイラッシュ」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年7月6日から同月10日までの間、同月13日から同月17日までの間及び同月21日に、自社ウェブサイトにおいて、人物のまつ毛の長さの比較画像と共に、「2週間でまつ毛が伸びる↑『エターナルアイラッシュ』の効果がすごすぎる」及び「たった2週間でこんなにまつ毛が伸びてきた」等と表示するなど、あたかも、本件商品を使用するだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、著しいまつ毛の育毛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、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たところ、同社から資料が提出されたが、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とは認められなかった。</p> <p>【表示例】</p>  <p>（注）本事件の詳細については、<br/> <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/jun/210603_honbun.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/jun/210603_honbun.html</a></p> |



| 事件名                                | 事件概要  |
|------------------------------------|---|
| <p>株式会社ハウワイに対する件<br/>(3. 6. 3)</p> | <p>株式会社ハウワイは、「重ね発酵ハーブ茶」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、令和2年7月6日から同月10日までの間、同月13日から同月17日までの間及び同月21日に、自社ウェブサイトにおいて、人物の上半身及び本件商品の画像と共に、「飲むだけ 無理せず-10kg ダイエット」、「減量アプローチ」、「カロリーブロック」、「するっとお通じ」及び「いつもの食事と一緒に飲むだけ重ね発酵ハーブ茶」等と表示するなど、あたかも、普段摂取している飲料を本件商品に替えるだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、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、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たところ、同社から資料が提出されたが、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とは認められなかった。</p> <p>【表示例】</p>  |
|                                    | <p>(注) 本事件の詳細については、<br/> <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/jun/210603_honbun.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/jun/210603_honbun.html</a></p>  |

| 事件名                                    | 事件概要  |
|--|---|
| <p>タイガー魔法瓶株式会社に対する件<br/>(3. 8. 31)</p> | <p>タイガー魔法瓶株式会社は、「PCK-A080」と称する電気ケトル(以下「本件商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、地上波放送を通じて放送したテレビコマーシャル及び自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年10月10日から同月26日までの間、同年11月2日、同月9日、同月16日、同月23日及び同月30日に、地上波放送を通じて放送したテレビコマーシャルにおいて、本件商品を持ち運んでいる人物がつかずいて本件商品をソファ上に落として転倒させる映像及びソファ上に転倒した本件商品から液体がこぼれない映像と共に、「もしものとき、熱湯がこぼれないように、設計しています。」との音声並びにテーブル上に転倒した本件商品から液体がこぼれない映像と共に、「安全最優先」及び「01 転倒お湯もれ防止」との文字の映像等を表示するなど、あたかも、本件商品が転倒しても本件商品からお湯がこぼれないかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品が転倒したときは、本件商品の構造上、本件商品からお湯がこぼれる場合があるものであった。</p> <p>【表示例】</p>  <p>(注) 本事件の詳細については、<br/><a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/aug/210831_honbun.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/aug/210831_honbun.html</a></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EE21<br>に対する件<br>（4. 3. 24）   | <p>株式会社EE21（以下「EE21」という。）は、「介護職員初任者研修」と称する役務（以下「本件研修」という。）を一般消費者に提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年10月16日から同年11月19日までの間、「通常受講料 ¥64,500（税別）」、「11/19お申込み分まで げき得キャンペーン 教室限定 キャンペーン価格 ¥44,500（税別）」等と表示するなど</p> <p>① あたかも、「通常受講料」と称する価額は、EE21において本件研修について通常提供している価格であり、「キャンペーン価格」等と称する実際の提供価格が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、「通常受講料」と称する価額は、EE21において本件研修について最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>② あたかも、記載の期限までに申し込んだ場合に限り、「通常受講料」と称する価額から割り引いた価格で本件研修の提供を受けることができるかのように表示していたが、実際には、記載の期限後に申し込んだ場合であっても、「通常受講料」と称する価額から割り引いた価格で本件研修の提供を受けることができるものであった。</p> <p>【表示例】</p> <table border="1" data-bbox="528 898 1458 1055"> <thead> <tr> <th>通常受講料</th> <th>備考</th> <th>お申込み</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>¥64,500<br/>(税別)</td> <td>・受講料は、テキスト代、指導料込みの金額です。(消費税別)</td> <td>受講お申込み</td> </tr> </tbody> </table><br><table border="1" data-bbox="528 1126 1458 1400"> <thead> <tr> <th>11/19 お申込み分まで<br/>げき得<br/>キャンペーン<br/>教室限定</th> <th>キャンペーン価格</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>¥44,500<br/>(税別)</td> <td>【教室限定げき得キャンペーン対象者】<br/>東京23区内（新宿・北千住教室）<br/>東京23区外（町田教室）のお申込み者<br/>・受講料は、テキスト代、指導料込みの金額です。(消費税別)</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">受講お申込み</td> </tr> </tbody> </table> <p>（注）本事件の詳細については、<br/> <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/mar/220324_honbun.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/mar/220324_honbun.html</a></p> | 通常受講料   | 備考 | お申込み | ¥64,500<br>(税別) | ・受講料は、テキスト代、指導料込みの金額です。(消費税別) | 受講お申込み | 11/19 お申込み分まで<br>げき得<br>キャンペーン<br>教室限定 | キャンペーン価格 | 備考 |  | ¥44,500<br>(税別) | 【教室限定げき得キャンペーン対象者】<br>東京23区内（新宿・北千住教室）<br>東京23区外（町田教室）のお申込み者<br>・受講料は、テキスト代、指導料込みの金額です。(消費税別) | 受講お申込み |  |  |
| 通常受講料   | 備考  | お申込み  |    |      |                 |                               |        |  |          |    |   |                 |   |        |  |  |
| ¥64,500<br>(税別)   | ・受講料は、テキスト代、指導料込みの金額です。(消費税別)   | 受講お申込み  |    |      |                 |                               |        |  |          |    |   |                 |   |        |  |  |
| 11/19 お申込み分まで<br>げき得<br>キャンペーン<br>教室限定  | キャンペーン価格  | 備考  |    |      |                 |                               |        |  |          |    |   |                 |   |        |  |  |
|  | ¥44,500<br>(税別)   | 【教室限定げき得キャンペーン対象者】<br>東京23区内（新宿・北千住教室）<br>東京23区外（町田教室）のお申込み者<br>・受講料は、テキスト代、指導料込みの金額です。(消費税別) |    |      |                 |                               |        |  |          |    |   |                 |   |        |  |  |
| 受講お申込み  |   |   |    |      |                 |                               |        |  |          |    |   |                 |   |        |  |  |

## 2 課徴金納付命令

| 事件名  | 事件概要  | 課徴金額<br>(円) |
|--|---|-------------|
| サルデー<br><b>Salute</b><br>ラボ<br><b>Lab株式会社</b><br>に対する件<br>(3.6.25) | <p>Salute.Lab株式会社は、「イオニアカードPLUS」と称する商品(以下「本件商品」という。)を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年7月16日に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」と記載のあるウェブページにおいて、本件商品の画像と共に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」、「スギ花粉 84.5%除去」及び円グラフの画像、「ヒノキ花粉 77.6%除去」及び円グラフの画像、並びに「PM2.5 90.1%除去」及び円グラフの画像、「カードを身につけるだけで空気のトラブルからあなたを守る」、「花粉」、「アレル物質」、「ウイルス」、「PM2.5」、「タバコのニオイ」及び「これらは、ぜんそくや鼻水・鼻詰まり、目のかゆみなどの原因に。インフルエンザには、二次感染のリスクもあります。『イオニアカード』は、そんな”空気のトラブル”からイオンの力であなたを守ります。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を身に着ければ、本件商品から発生するイオンの作用により、本件商品から半径1.5メートルから2メートル程度又は半径1.5メートル程度の身の回りの空間における花粉及びPM2.5を除去し、本件商品を身に着けた者にウイルス、菌等を寄せ付けない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、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たところ、同社は当該期間内に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>【表示例】</p>  <p>(注) 本事件の詳細については、<br/> <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/jun/210625.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/jun/210625.html</a></p> | 1559万       |



| 事件名                           | 事 件 概 要   | 課徴金額<br>(円) |
|-------------------------------|---|-------------|
| タイガー魔法瓶株式会社に対する件<br>(4. 2. 9) | 前記1(1)記載の「タイガー魔法瓶株式会社に対する件(3. 8. 31)」の事件概要と同一。          | 588万        |
| 株式会社ハウワイに対する件<br>(4. 3. 29)   | 前記1(1)記載の「株式会社ハウワイに対する件(3. 6. 3)」(エターナルアイラッシュ)の事件概要と同一。 | 500万        |

## 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、イベントの模様を上映するサービス(以下「本件役務」という。)を提供するに当たり、SNSにおいて、あたかも、本件役務で上映する映像は、インターネットでは視聴することができないかのように示す表示をしていたが、実際には、当該映像は、一部を除いて、インターネットでも視聴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 有利誤認(景品表示法第5条第2号)

| 事 件 概 要  |
|--|
| B社は、食品(以下「本件商品」という。)を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、通常価格〇〇円 初回限定△△円 □□%OFFと表示することにより、あたかも、本件商品の通常販売価格が〇〇円であり、実際の販売価格は当該通常販売価格から□□パーセント割引後の△△円であるかのように表示していたが、実際には、本件商品を〇〇円で販売した実績がないものであった。 |
| C社は、食肉(以下「本件商品」という。)を販売するに当たり、容器包装において、表示価格より半額引きと表示することにより、あたかも、表示価格が通常販売価格であり、実際の販売価格が当該通常販売価格の半額であるかのように表示していたが、実際には、最近相当期間にわたって当該通常販売価格で販売した実績がないものであった。                       |

### (2) 景品事件

#### 懸賞景品告示

| 事 件 概 要  |
|--|
| D社は、店舗内にスタンプ台を設置し、当該スタンプ台を全て回って合計〇個のスタンプを押した応募用紙を、店舗内に設置した応募箱に投函した者を対象に、抽選により、ゲーム機(△△円相当)を□□名に提供することを企画し、これを実施した。<br>当該企画において、懸賞に係る取引の価額は●●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(取引価額の20倍)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。 |

### 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) →

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<br>(昭和52年告示3号) | 景品類限度額     |                |
|                     | 懸賞に係る取引の価額 | 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           |
|                     |            | 懸賞に係る売上予定総額の2% |

|                     |                 |                |
|---------------------|-----------------|----------------|
| 共同懸賞<br>(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<br>(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) →

- 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っ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、その納付を命ぜることができない。

- 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。