

令和５年度における中部地区の景品表示法の運用状況等

令和６年７月３１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５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・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５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、課徴金納付命令が１件、指導が５件の計７件であった（令和５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	
	４年度	５年度	４年度	５年度	４年度	５年度	４年度	５年度
表示事件	０	１	０	１	６	５	６	７
景品事件	０	０	(注)	(注)	１	０	１	０
合 計	０	１	０	１	７	５	７	７

（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中部事務所取引課

電話 ０５２－９６１－９４２３（直通）

ホームページ https://www.jftc.go.jp/regional_office/chubu/

2 表示事件

令和５年度に処理した表示事件は７件で、その内訳をみると、優良誤認（景品表示法第５条第１号）が５件、有利誤認（同条第２号）が１件、原産国告示（同条第３号）が１件であった。

また、家庭用蓄電池に係るＮｏ．１表示及び施工実績に係る不当表示について、中部事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて、消費者庁が措置命令を行った。さらに、食品の痩身効果に係る不当表示について、消費者庁が課徴金納付命令（１７７１万円）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	
	４年度	５年度	４年度	５年度	４年度	５年度	４年度	５年度
優良誤認 （第５条第１号）	０	１	０	１	５	３	５	５
有利誤認 （第５条第２号）	０	０	０	０	１	１	１	１
第５条第３号に 基づく告示 （第５条第３号）	０	０	（注）	（注）	０	１	０	１
合 計	０	１	０	１	６	５	６	７

（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５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	
	４年度	５年度	４年度	５年度	４年度	５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	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

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5年度に中部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5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5年度に受け付けた相談件数は328件であった。具体的な相談内容としては、①景品類の提供限度額に関する相談、②商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、③商品の効果・性能に係る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

令和5年度において、消費者団体等が開催する勉強会や大学の講義に計20回（消費者団体等：3回、事業者団体：3回、大学：14回）講師を派遣した。また、静岡県沼津市（令和5年12月）において、事業者等を対象にセミナーを開催した。

（セミナーの様様）



3 関係行政機関等との連携

「景品表示法ブロック会議（中部ブロック）」（令和5年4月及び10月）に参加し、景品表示法違反被疑事件への厳正な対応等について情報共有を図るとともに、名古屋市において開催された「東海・北陸地域における食品表示関係機関連絡会」（同年7月）に参加し、不適切な食品表示に関する監視強化を図るなど、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、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の観点から、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」（令和5年6月及び11月）に参加し、景品表示法違反事件の調査方法等について情報共有を行った。

さらに、全国公正取引協議会連合会が主催する「公正取引協議会地方ブロック連絡会議（中部ブロック）」（令和5年10月）、日本パン公正取引協議会が主催する「令和

5年度中部・近畿地区包装食パン表示検査会」(同月)及び公益社団法人全国家庭電気製品公正取引協議会製造業部会東海支部が主催する消費者団体との意見交換会(同年11月)に出席して意見交換を行い、業界団体との連携による事業者の適正な表示の促進に努めた。

令和5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
株式会社エスイーライフに対する件 (R6.3.5)	株式会社エスイーライフは、家庭用蓄電池（以下「本件商品」という。）及びその導入に係る施工（以下「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、 (1) 例えば、令和5年3月10日、同月16日、同月23日、同年4月10日、同月17日、同月24日及び同年5月8日に、「エコでんち」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト」という。）において、「エコでんちはおかげ様で家庭用蓄電池販売店 3冠 達成!」、「家庭用蓄電池購入後の保証・アフターサポート満足度 第1位」、「ネットで安心して蓄電池の購入ができるショップ 第1位」及び「家庭用蓄電池購入口コミ評判 第1位」と表示するなど、あたかも、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下「同種役務」という。）に関する「保証・アフターサポート満足度」、「ネットで安心して蓄電池の購入ができるショップ」及び「口コミ評判」の3項目（以下「本件3項目」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件3項目について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者か又は知見等を有する者かを確認することなく、同社及び特定9事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 (2) 令和5年3月10日、同月16日、同月23日、同年4月10日、同月17日、同月24日及び同年5月8日に、例えば、自社ウェブサイトの「エコでんちの強み」と称するウェブページにおいて、「施工実績 12,000件突破」等と表示するなど、あたかも、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数（太陽光発電に係る契約件数を含む。以下同じ。）が1万2000件以上であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数は1,800件程度であって、1万2000件を大きく下回るものであった。 【表示例】 ・(1)の自社ウェブサイトにおける表示の一部 

事件名	事 件 概 要
	・(2)の自社ウェブサイトの「エコでんちの強み」と称するウェブページにおける表示の一部  (注) 詳細については、令和6年3月5日報道発表資料「株式会社エスイーライフに対する景品表示法に基づく措置命令について」を参照のこと。 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/240305_chubu_keihyo.html 

2 課徴金納付命令

事件名	事 件 概 要	課徴金額 (円)
ティーライフ株式会社に対する件 (R6.3.6)	ティーライフ株式会社は、「メタボメ茶」と称するポット用ティーバッグ30個入りの食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成30年4月3日から同月7日、同月9日及び同月10日に配布された株式会社ベルーナが通信販売の方法により販売する商品に同梱して配布した冊子において、「中年太り解決読本」と題し、体型が異なる2名の人物のイラストと共に、「もう一度、あの頃のスリムな私に!」、飲料の入ったティーカップの画像と共に、「漫画でわかる! 日本一売れている中年太りサポート茶とは!？」及び「2年半で-43kg!! その方法を公開中!」、並びに飲料を飲む様子の複数の人物のイラストと共に、「スリムも! 健康も! 自信も! 家族の絆も! 取り戻す これはあなたの物語です。」、「健康にうれしい成分が桁違い! 雲南省ハニ族のプーアール茶」、並びにダイエットプーアール茶の茶葉における重合カテキンの含有量を示すグラフ及びダイエットプーアール茶と緑茶における没食子酸の含有量の割合を比較して示すグラフと共に、「お茶のルーツでもある中国雲南省の少数民族であるハニ族が栽培する特別なプーアール茶。その茶葉には、とってもうれしい“重合カテキン”や“没食子酸”などが存在することがわかりました。」、並びに「他にはない中年太りのためのブレンドだから!」、体験談として、人物の前後比較の画像と共に、「96kg▶53kg -43kg減」及び「4ヶ月で5kg減! 2年半で43kg減!!」、並びに飲料の入ったコップを手にする人物の画像と共に、「全然大変じゃありませんでした!」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取することにより、本件商品に含まれる成分の作用による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。 消費者庁が、ティーライフ株式会社に対し、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。 (注) 詳細については、令和6年3月6日報道発表資料「ティーライフ株式会社に対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について」を参照のこと。 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/240306_chubu_keihyo.html 	1771万

3 主要な指導事件

(1) 優良誤認（景品表示法第5条第1号）

事 件 概 要
A社は、空間除菌商品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイト等において、〇〇%の消臭力及び病原菌・ウイルスを△△%除去等と表示することにより、あたかも、本件商品をエアコン等に取り付けて使用すれば、室内空間又は車内空間において菌やウイルスが△△パーセント除菌又は除去できる効果及び悪臭が〇〇パーセント消臭できる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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有しておらず、当該表示どおりの効果が得られるとまでは認められるものではなかった。
B社は、浴場利用役務を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、天然温泉等と表示することにより、あたかも、当該施設の浴槽に使用している温水が温泉であるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該施設の浴槽に使用している温水は温泉ではなく、井戸水を沸かしたものであった。

（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。）。

(2) 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事 件 概 要
C社は、寝具（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイト等において、通常価格¥〇〇（税込） ¥△△（税込） 当店通常価格より□□% off 等と表示することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品について通常販売している価格であり、「通常価格」と称する価額から割り引いた価格で本件商品を購入できるかのように表示していたが、実際には、「通常価格」と称する価額は、最近相当期間にわたって販売された実績の無いものであった。
また、チラシにおいて、プライスDOWN ◎◎円（税込●●円）等と表示することにより、あたかも、「プライスDOWN」に併記された価格は、通常時の価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、「プライスDOWN」に併記された価格は、通常時の価格と比較して差が無いものであった。

(3) 原産国告示（景品表示法第5条第3号）

事 件 概 要
D社は、記録メディア（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、〇〇製と表示することにより、〇〇国の国名を表示していたが、実際には、本件商品は、△△で生産されたものであった。

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
- 7 一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示

<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	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)

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)

- 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。