

## 平成25年度における近畿地区の景品表示法の運用状況等

平成26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25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っている。

平成25年度における景品表示法の事件処理件数は、指導が22件となっている（平成25年度の主要な処理事件は、別紙参照）。

なお、平成26年度において、近畿事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえ、消費者庁は、平成26年5月1日に、措置命令1件を行っている（参考1参照）。

このほか、消費者庁は、平成25年10月以降の食品表示問題に関して、近畿事務所管内の3事業者に対し、4件の措置命令を行っている（参考2参照）。

表1 事件処理件数

（単位：件）

事 件	措置命令		指 導		合 計	
	24年度	25年度	24年度	25年度	24年度	25年度
表 示 事 件	4	0	27	21	31	21
景 品 事 件	0	0	1	1	1	1
合 計	4	0	28	22	32	22

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/](http://www.jftc.go.jp/regional_office/kinki/)

## 2 表示事件

平成25年度の事件処理件数のうち、表示事件が21件で大半（約95%）を占めている。

その態様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1件、有利誤認（第4条第1項第2号）が18件、原産国告示等（第4条第1項第3号）が2件となっている。

表2 表示事件の内訳

（単位：件）

事 件	措置命令		指 導		合 計	
	24年度	25年度	24年度	25年度	24年度	25年度
優良誤認 （第4条第1項第1号）	4	0	16	1	20	1
有利誤認 （第4条第1項第2号）	0	0	10	18	10	18
原産国告示等 （第4条第1項第3号）	0	0	3	2	3	2
合 計（延べ数）	4	0	29	21	33	21

（注） 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。

## 3 景品事件

平成25年度において、景品事件は1件（約5%）となっている。

表3 景品事件の内訳

（単位：件）

事 件	措置命令		指 導		合 計	
	24年度	25年度	24年度	25年度	24年度	25年度
懸賞景品告示	0	0	1	1	1	1
総付景品告示	0	0	0	0	0	0
合 計（延べ数）	0	0	1	1	1	1

## **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**

近畿事務所が、平成25年度に受け付けた相談件数は620件となっている。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**

近畿事務所は、平成25年度において、消費者団体、事業者団体が開催する講習会に、計11回講師を派遣し、また、大津市（平成25年9月）及び奈良市（平成25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した。

なお、前記11回の講師派遣のうち3回は、平成25年10月以降の食品表示問題に対応した食品表示に関する講師派遣である。

### **3 府県等との連携**

近畿事務所は、景品表示法を所管する消費者庁及び近畿地区の府県等との間において、不適切な食品表示に関する監視強化並びに消費者行政及び景品表示法の執行・連携強化の観点から、消費者行政近畿ブロック会議（平成25年9月）、近畿地域食品表示連絡会議（平成25年9月）、近畿地区景品表示法ブロック会議（平成25年12月）に参加するなど、近畿地区の府県等とも協力して景品表示法の適正な執行に努めている。

## 平成25年度の主要な処理事件

消費者庁は、景品表示法に違反するおそれのある行為等がみられた場合は是正措置を採るよう指導を行っている。主要な指導事件は以下のとおり。

## 1 表示事件

## (1) 優良誤認（第4条第1項第1号）

事 件 概 要
<p>A社は、弁当を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、「北の恵みがどっさり到着！北海道うまいもん特集」等と記載することにより、あたかも、当該商品には「うに、いくら、ずわいがに」をはじめ、原材料として北海道産の海産物が使用されているかのように表示していた。</p> <p>実際には、チリ産の「うに」やロシア産の「ずわいがに」をはじめ、原材料として使用されている過半の海産物について、北海道産よりも安価で取引されている外国産の海産物が使用されていた。</p>

## (2) 有利誤認（第4条第1項第2号）

事 件 概 要
<p>B社は、鶏卵を販売するに当たり、近隣住宅にポスティングの方法で配布したチラシ（以下「ポスティングチラシ」という。）において、「たまご（Lサイズ・Mサイズ）各1パック10コ入 各98円」と記載することにより、あたかも、当該商品を98円で購入できるかのように表示していた。</p> <p>実際には、当該商品を上記価格で購入するためには、当該商品以外に税込み1,000円以上の商品を購入する条件が付されていたものであり、当該条件を満たさない場合には、当該商品を通常価格で購入しなければならないものであった。</p> <p>なお、B社は、前記ポスティングチラシにおいて、「※玉子以外のお買い上げ1,000円（税込）ごとにLサイズ・Mサイズどちらか1パック限り98円。※お買い上げ金額税込1,000円未満（たまごを除く）の場合は、各サイズの通常価格で販売させていただきます。通常価格は、店頭にてご確認ください。」と記載していたが、当該記載は、文字のサイズが著しく小さく、また、文字の色も著しく薄いことから、一般消費者がその内容を認識することができないものであった。</p>
<p>C社は、自社が運営するフィットネスクラブの利用に係る役務を提供するに当たり、自社のウェブサイトにおいて、例えば、「HP限定！！好評つき追加30名様【*****トリプル0円キャンペーン】」と称して、「2012年10月1日」、「なんと2ヶ月間！！／10・11月 月会費が0円！！ ※入会后、6ヶ月の在籍が必要となります。」、「登録手数料も0円（通常3,150円）」、「始めるなら今がチャンス！キャンペーン締切は10/9（火）までとなります。」と記載することにより、あたかも、平成24年10月1日から同月9日までの間に同社ウェブサイトを通じて入会予約を行った場合のみ、2か月分の月会費及び登録手数料が無料となるかのように表示していた。</p> <p>実際には、当該キャンペーン終了後も、平成25年3月までの間、同様のキャンペーンを繰り返し実施していたものであった。また、「通常」と称する価格は、平成24年11月以降、最近相当期間にわたって徴収された実績のないものであった。</p>
<p>D社は、子犬及び子猫を販売するに当たり、自社のウェブサイトにおいて、例えば、特定の犬種の子犬について、「・価格／¥72,450円（税込） ・予防接種／3回 ・健康チェック／済み ・マイクロチップ／装着済み」、「狂犬病ワクチン完★」等と記載することにより、あたかも、「価格」として記載された金額のみで購入できるかのように表示していた。</p> <p>実際には、「価格」として記載された金額以外に、混合ワクチン接種費用として1回当たり8,400円程度、狂犬病予防接種費用として2,500円程度及びマイクロチップ装着費用として6,300円程度がそれぞれ必要なものであった。</p>

E社は、自転車タイヤ用接着剤を販売するに当たり、F社が運営するショッピングサイト上に開設した自社のウェブサイトにおいて、商品名、価格等に近接して、チューブ入りと缶入りの商品の画像を掲載することにより、あたかも、当該価格がチューブ入りと缶入りの2商品の価格であるかのように表示していた。

実際には、缶入りの1商品の価格であった。

G社は、仏壇を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、特定の仏壇について、「メーカー希望小売価格」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「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「メーカー希望小売価格」と称する価格は、G社が任意に設定した価格であった。

### (3) 原産国告示（第4条第1項第3号）

#### 事 件 概 要

H社は、電子レンジを販売するに当たり、I社が運営するショッピングサイト上に開設した自社のウェブサイトにおいて、「●原産国：日本」と表示していた。

実際には、タイ王国において製造されたものであった。

## 2 景品事件（懸賞景品告示）

#### 事 件 概 要

J社は、ロードバイク（※）及びロードバイクのフレームセット（以下「フレームセット」という。）を販売するに当たり、自社が開設したウェブサイト等において、

① 特定のロードバイク（最低価格484,000円）を購入した者を対象に、抽選により、1名に対し、当該ロードバイク1台分の購入額をキャッシュバックすること

② 特定のフレームセット（最低価格385,000円）を購入した者を対象に、抽選により、2名に対し、当該フレームセット1台分の購入額をそれぞれキャッシュバックすること

を告知し、自社の直営店等を通じて実施した。

（取引価格：5,000円以上、懸賞景品告示により提供できる景品類の最高額：10万円）

（※）ロードレース用自転車又はロードレース用自転車をモデルとした自転車のことをいう。

## 平成26年度の措置命令（優良誤認）（平成26年6月11日時点）

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<sup>Ⓢ</sup>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"> <li>○ 「車内やお部屋を快適空間にしてくれる」</li> <li>○ 「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。」</li> <li>○ 「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。」</li> </ul> <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"> <li>○ 「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！」</li> <li>○ 「インフルエンザウイルス98.4%以上除菌」</li> <li>○ 「黄色ブドウ球菌99.6%除菌」</li> <li>○ 「ニコチン89%以上除去」</li> <li>○ 「タール9.1%以上除去」</li> <li>○ 「ホルムアルデヒド3.9%除去」</li> <li>○ 「アンモニア3.6%除去」</li> <li>○ 「車はもちろん、こんな場所でも使えます！」</li> <li>○ 「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！」</li> </ul> <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 <a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140501premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140501premiums_1.pdf</a></p>

## 食品表示に関する措置命令

事件名	事 件 概 要
近畿日本鉄道株式会社に対する件 (25.12.19) (優良誤認) (おとり広告)	<p>近畿日本鉄道株式会社は、運営する旅館等施設において一般消費者に提供する料理（以下「本件料理」という。）及び運営する「奈良 万葉若草の宿 三笠」と称する施設（以下「三笠」という。）において一般消費者に販売する「おせち料理」と称する商品（以下「本件商品」という。）について、以下のように表示していた。</p> <p>① 本件料理を提供するに当たり、例えば、遅くとも平成25年6月頃から同年8月頃までの間、三笠において提供する「ファミリープラン」と称する本件料理について、「じゃらんnet」と称する旅行情報ウェブサイトにおいて、「大和地鶏の唐揚げ」及び「大和地鶏唐揚げ」と記載することにより、あたかも、当該記載された料理に「大和地鶏」と称する地鶏の肉を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、「地鶏肉の日本農林規格」の定義に該当しない鶏肉を使用するなど、本件料理の一部に表示された食材を使用していなかった。</p> <p>② 本件商品を提供するに当たり、例えば、平成24年12月頃に送付したチラシにおいて、「車海老」と記載することにより、あたかも、本件商品にクルマエビを使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、クルマエビよりも安価で取引されているブラックタイガーを使用するなど、本件商品の一部に表示された食材を使用していなかった。</p> <p>③ 本件料理を提供するに当たり、例えば、遅くとも平成25年2月頃から同年11月12日までの間、「楽天トラベル」と称する旅行情報ウェブサイトにおいて、「大和肉鶏」、「県畜産技術センターが『名古屋種』や『シャモ』などをかけ合わせ開発した奈良独自の地鶏です。」、「三笠では『大和肉鶏鍋』や『つみれ鍋』としてお召し上がりいただいております。」と記載することにより、あたかも、当該期間中に、三笠において「大和肉鶏」と称する地鶏を使用した「大和肉鶏鍋」又は「つみれ鍋」と称する料理（以下「大和肉鶏料理」という。）を提供することができるかのように表示していたが、実際には、三笠においては、平成25年2月頃以降、「大和肉鶏」と称する地鶏を仕入れておらず、大和肉鶏料理を提供していなかった。</p> <p>(注) 本事件の詳細については、<a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf</a></p>
近畿日本鉄道株式会社に対する件 (25.12.19) (優良誤認)	<p>近畿日本鉄道株式会社は、運営するホテル等施設において、一般消費者に提供する料理について、例えば、平成25年1月から同年10月30日までの間、「都ホテルニューアルカイク」と称するホテル内の「アゼリア」と称する飲食店において提供する「土日祝日ランチバイキング」等の「ランチバイキング」と称する料理について、同ホテル内に備え置いたチラシに「牛ロース肉のステーキ」と記載するなど、あたかも、当該記載された料理に牛の生肉の切り身を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、生鮮食品に該当しない牛脂その他の添加物を注入した加工食肉製品を使用していたものであった。</p> <p>(注) 本事件の詳細については、<a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf</a></p>

事件名	事 件 概 要
株式会社阪急阪神ホテルズに対する件 (25.12.19) (優良誤認)	<p>株式会社阪急阪神ホテルズは、運営するホテル等施設において、一般消費者に提供する料理（以下「本件料理」という。）について、例えば、平成24年7月1日から平成25年7月4日までの間、運営する「ホテル阪神」と称するホテル内の「香虎」と称する飲食店において提供する「特選飲茶コース」と称する料理について、店頭に掲示したメニューに「有機野菜のプチサラダと前菜二種盛合せ」と記載することにより、あたかも、当該記載された料理に有機野菜を使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、「有機農産物の日本農林規格」（平成12年農林水産省告示第59号）の定義に該当しない野菜を使用していたものであったなど、本件料理の一部に、表示された食材を使用していなかった。</p> <p>(注)本事件の詳細については、<a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf</a></p>
株式会社阪神ホテルシステムズに対する件 (25.12.19) (優良誤認)	<p>株式会社阪神ホテルシステムズは、運営する「ザ・リッツ・カールトン大阪」と称するホテル（以下「ザ・リッツ・カールトン大阪」という。）及びザ・リッツ・カールトン大阪内で運営する「香桃」と称する飲食店において一般消費者に提供する料理（以下「本件料理」という。）について、例えば、平成18年4月1日から平成25年7月22日までの間、ザ・リッツ・カールトン大阪の「イン・ルーム・ダイニング」と称するルームサービスにおいて提供する「車海老のチリソース煮」と称する本件料理について、メニューに「車海老のチリソース煮」と記載することにより、あたかも、本件料理にクルマエビを使用しているかのように示す表示をしていたが、実際には、クルマエビよりも安価で取引されているブラックタイガーを使用していたなど、本件料理の一部に表示された食材を使用していなかった。</p> <p>(注)本事件の詳細については、<a href="http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf">http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf</a></p>

参考2の問い合わせ先

消費者庁表示対策課

電話 03-3507-8800 (代表)

ホームページ <http://www.caa.go.jp/representation/index.html>



## 景品表示法による規制の概要

## &lt;表示&gt;

<b>優良誤認</b> (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
<b>不実証広告規制</b> (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。	
<b>有利誤認</b> (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
<b>誤認されるおそれのある表示</b> (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

## &lt;景品&gt;

<b>一般懸賞</b> (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										
<b>共同懸賞</b> (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%										
<b>総付景品</b> (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										
<b>業種別 景品告示</b> (4業種)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 新聞業</li> <li>2 雑誌業</li> <li>3 不動産業</li> <li>4 医療用医薬品業，医療機器業及び衛生検査所業</li> </ol>										

## ○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

### (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。

2～4 (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 公正取引委員会は、前項の規定により委任された権限を行使したときは、速やかに、その結果について消費者庁長官に報告するものとする。

○ 不当景品類及び不当表示防止法第十二条第一項及び第二項の規定による権限の委任に関する政令

(平成二十一年八月十四日政令第二百十八号)

(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。