

平成25年度における中部地区の景品表示法の運用状況等

平成26年6月12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、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14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）。

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	1	0	32	14	33	14
景 品 事 件	0	0	2	0	2	0
合 計	1	0	34	14	35	14

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25年度に処理した事件は、全てを表示事件が占めており、14件となっている。

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3件、有利誤認（第4条第1項第2号）が10件、おとり広告告示（第4条第1項第3号）が1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)	0	0	4	3	4	3
有利誤認 (第4条第1項第2号)	1	0	27	10	28	10
おとり広告告示等 (第4条第1項第3号)	0	0	2	1	2	1
合 計	1	0	33	14	34	14

(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	
	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	0	1	0
総付景品告示	0	0	1	0	1	0
合 計	0	0	2	0	2	0

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

中部事務所が、平成25年度に受け付けた相談件数は530件となっている。具体的な相談内容としては、料理の食材の表示に関する相談、価格の表記に関する相談が目立ったほか、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、景品類の提供限度額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

中部事務所は、平成25年度において、消費者団体、事業者団体等が開催する講習会に、計11回講師を派遣した。また、中部事務所は、名古屋市（平成25年6月）及び静岡市（平成25年8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。

3 関係行政機関との連携

(1) 食品表示に関する関係省庁等との連携

中部事務所は、不適切な食品表示に関する監視強化等の観点から、平成25年9月に、中部地区における関係省庁（中部事務所、東海北陸厚生局、東海農政局、北陸農政局及び中部管区警察局）の担当課長等による食品表示関係機関連絡会に出席した。

(2) 中部地区管内各県等との連携

ア 中部地区景品表示法ブロック会議

中部事務所は、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、平成25年11月に、消費者庁が主催した、中部地区の各県の担当課長等による中部地区景品表示法ブロック会議に出席した。

また、中部地区管内の各県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

中部事務所は、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、平成25年7月及び同年11月に、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にオブザーバーとして出席した。

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 優良誤認（第4条第1項第1号）

事 件 概 要
<p>A社は、大気汚染物質用のフィルター及び放射性物質吸着除去用のフィルターを販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて</p> <p>① 大気汚染物質用のフィルターをエアコンの吹き出し口に貼り付けている作業写真等を掲載し、「室外機から入ってくるPM2.5大気汚染物質を防ぎます。」等と</p> <p>② 放射性物質吸着除去用のフィルターをエアコンの吹き出し口に貼り付けている作業写真等を掲載し、「室外機から入ってくる放射性ヨウ素を半減期が訪れるまでの間、吸着させます。」等と</p> <p>それぞれ表示していた。</p> <p>実際には、換気機能を有するエアコンにおいて当該機能を使用する場合以外には、一般的にエアコンの室外機が外気を取り込むことはなく、また、表示している使用方法では微小粒子状物質（PM2.5）等が室内に入り込むことを防ぐ効果があるとは認められないものであった。</p>
<p>B社は、中古自動車を販売するに当たり、中古自動車情報サイト及び中古自動車情報誌において、中古自動車2台について、当該車両の車体の骨格部位の状況を「修無」と表示していた。</p> <p>実際には、オートオークションから提示される出品票等に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。</p>

2 有利誤認（第4条第1項第2号）

事 件 概 要
<p>C社は、自社が運営するスポーツクラブの利用に係る役務を提供するに当たり、当該スポーツクラブの入会金について、新聞折り込みチラシにおいて</p> <p>① 「11月30日（金）締切!」、「入会金通常17,850円を▼0円」と</p> <p>② 「新春先着50名様」、「入会金通常17,850円を▼1,050円」と</p> <p>それぞれ表示していた。</p> <p>①について、実際には、「通常」と称する価格は、入会金として、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>②について、実際には、入会を希望する者が50名を超えた場合であっても、入会金として、「通常」と称する価格に比して安い金額を徴収するのみで当該役務を提供していた。</p>
<p>D社は、太陽光発電システム付き新築分譲住宅を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、「電気料金が年間約12万円安くなります」と表示していた。</p> <p>実際には、本件住宅の太陽光発電システムを利用した場合、電気料金が1年間で約12万円安くなるものではなかった。</p>
<p>E社は、寝具等を販売するに当たり、ウェブサイト等において</p> <p>① 「当店通常価格 80,000円（税込） 特別価格 19,900円（税込）送料込」等と</p> <p>② 「メーカー希望小売価格：80,000円（税込）を、数量限定割 19,900円（税込）」等と</p> <p>それぞれ表示していた。</p> <p>①について、実際には、「当店通常価格」と称する価格は、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。</p> <p>②について、実際には、「メーカー希望小売価格」と称する価格は、製造業者により設定され、あらかじめ公表されているとはいえない価格であった。</p>

F社は、冷凍食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、「冷凍食品 厳選10品 半額セール ※メーカー希望小売価格の半額」と表示していた。
実際には、「メーカー希望小売価格」と称する価格は、卸売業者が同社に対し商談時に個別に呈示したものであって、メーカー希望小売価格は設定されていなかった。

3 おとり広告告示（第4条第1項第3号）

事 件 概 要

G社は、同社が提供する旅客運送サービスのチケットを自社ウェブサイトで販売するに当たり、「事前購入割引制度」と称し、「早めの予約がダンゼンおトク!」、「28日前までの予約・購入で、50%OFFになるおトクな運賃です。」等と表示していた。

実際には、例えば「特等」と称する等級については、事前購入割引制度の対象となる席数は大半の便において1組のみであり、事前購入割引制度の対象となる席数が限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていないものであった。

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 （省略）

（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。