

# 平成30年度における近畿地区の景品表示法の運用状況等

令和元年6月20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30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・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。

平成30年度における景品表示法の事件処理件数は、措置命令が2件、課徴金納付命令が1件（255万円）、指導が13件の計16件であった（平成30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  |      |
|------|------|------|---------|------|------|------|------|------|
|      | 29年度 | 30年度 | 29年度    | 30年度 | 29年度 | 30年度 | 29年度 | 30年度 |
| 表示事件 | 2    | 2    | 0       | 1    | 5    | 10   | 7    | 13   |
| 景品事件 | 0    | 0    |         |      | 1    | 3    | 1    | 3    |
| 合 計  | 2    | 2    | 0       | 1    | 6    | 13   | 8    | 16   |

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

平成30年度に処理した表示事件は13件で、事件処理件数全体の大部分（約81%）を占めた。

その内訳は、優良誤認（景品表示法第5条第1号）が5件、有利誤認（景品表示法第5条第2号）が7件、原産国告示（景品表示法第5条第3号）が1件であった。

平成30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、①食品の痩身効果に係る不当表示及び②おせち料理の不当な二重価格表示について、消費者庁において措置命令を、下着の痩身効果に係る不当表示について、消費者庁において255万円の課徴金納付命令を、それぞれ行った。

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  |      |
|----------------------|------|------|---------|------|------|------|------|------|
|                      | 29年度 | 30年度 | 29年度    | 30年度 | 29年度 | 30年度 | 29年度 | 30年度 |
| 優良誤認<br>（第5条第1号）     | 1    | 1    | 0       | 1    | 5    | 3    | 6    | 5    |
| 有利誤認<br>（第5条第2号）     | 1    | 1    | 0       | 0    | 0    | 6    | 1    | 7    |
| おとり広告告示等<br>（第5条第3号） | 0    | 0    |         |      | 0    | 1    | 0    | 1    |
| 合 計                  | 2    | 2    | 0       | 1    | 5    | 10   | 7    | 13   |

## 3 景品事件

平成30年度に処理した景品事件は3件（事件処理件数全体の約19%）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  |      |
|--------|------|------|------|------|------|------|
|        | 29年度 | 30年度 | 29年度 | 30年度 | 29年度 | 30年度 |
| 懸賞景品告示 | 0    | 0    | 0    | 3    | 0    | 3    |
| 総付景品告示 | 0    | 0    | 1    | 0    | 1    | 0    |
| 合 計    | 0    | 0    | 1    | 3    | 1    | 3    |

#### 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30年度に行った指導は13件であった。

（注）平成26年12月に施行された景品表示法の改正法の規定により、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30年度に受け付けた相談件数は364件であった。具体的な相談内容としては、①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、②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、③食品の表示に関する相談、④商品の効果・性能の表示に関する相談、⑤二重価格表示に関する相談、⑥商品の原産国表示に関する相談等が挙げられる。

なお、景品類に関する相談については、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を利用した懸賞企画や電子マネーへのチャージに付随する景品提供企画に関するものなども見られた。

### 2 景品表示法に関する講師派遣等

平成30年度において、事業者団体等が開催する講習会に、計4回講師を派遣した。

また、福井市（平成30年11月）及び和歌山市（平成31年3月）において、一般消費者等を対象に、景品表示法の内容を説明するセミナーを計2回開催したほか、消費者団体等からの依頼に応じ、福井市、福井県小浜市（2回）、大津市、滋賀県草津市、京都市、京都府福知山市、大阪市、大阪府守口市、同府八尾市、同府大東市、同府交野市、神戸市、兵庫県芦屋市、同県伊丹市、同県豊岡市、同県宝塚市、同県養父市、同県加古郡稲美町、奈良県橿原市及び同県生駒郡三郷町において開催されたセミナーに計21回講師を派遣した。

一般消費者等を対象としたセミナーにおいては、景品表示法に係る違反事例を数多く紹介することにより、商品又はサービスの選択に当たって、不当表示に気を付けるよう注意喚起を行った。

（消費者セミナーの様子）



平成30年6月24日（京都市）



平成30年10月27日（福井市）

### 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」（平成30年11月）、「消費者行政ブロック会議（近畿ブロック）」（平成30年11月）及び「景品表示法ブロック会議（近畿ブロック）」（平成30年6月及び11月）に参加し、食品表示の適正化に向けた取組や消費者行政に対する課題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。

## 平成30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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 株式会社キリン堂<br>(H30.9.4) | <p>株式会社キリン堂は、「グラリスゴールド」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、遅くとも平成27年5月1日から平成28年12月22日までの間、本件商品取扱店舗（66店舗）の店頭表示物において、太った人物が腹部を掴んでいるイラスト、細身の人物がサイズの大きなズボンを掴んでいるイラスト及び人物が腹部を指差している画像と共に、「挑戦者続出」「食べるの大好き&amp;運動嫌い」「でも燃えた!!」「脂肪を減らしながら基礎代謝を上げる だからリバウンドしにくい」「①脂肪分解酵素を分解 ②脂肪燃焼力を大幅UP ③脂肪合成酵素を徹底抑制 + さらに④還元型CoQ10で燃焼力UP↑」及び「脂肪の消費を大幅UP」と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、体脂肪の分解、燃焼及び合成抑制による、外見上身体の変化を認識するまでの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/h30/sep/20180904.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/sep/20180904.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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 株式会社ライフサポート<br>(H31.3.6) | <p>株式会社ライフサポートは、7種類のおせち料理（以下「本件7商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「快適生活オンライン」と称する自社ウェブサイト及び「Yahoo!ショッピング」と称するウェブサイト開設した「快適生活オンライン Yahoo!店」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、「豪華三段重『和洋ファミリーおせち』鶴寿」と称する商品について、平成29年12月1日から同月13日までの間、「数量限定 歳末特別価格！ 年末のおせちお急ぎください！なくなり次第終了！ 通常価格28,800円（税別） ↓↓↓ 残りわずか！！ 今なら！！8,000円お値引き 歳末特別価格20,800円 税別」と記載するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、同社において本件7商品について通常販売している価格であり、「歳末特別価格」と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常価格」と称する価額は、同社において本件7商品につ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。</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/2019/mar/190306.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/mar/190306.html</a></p> |

## 2 課徴金納付命令

| 事件名                        | 事 件 概 要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 課徴金額<br>(円) |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 株式会社SAKLIKIT<br>(H30.10.5) | <p>株式会社SAKLIKIT（サクライキ）は、「CC+ D<br/>OWN LEGGINGS（シーシープラス ダウンレギ<br/>ンス）」と称する下着（以下「本件商品」という。）を一般消費<br/>者に販売するに当たり、平成28年5月17日から平成<br/>29年4月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>「何もしなくても24時間絶食状態！！ 異常なスピード<br/>で体重が落ちる！！ その威力はたった3日で－5kg減<br/>量！ 7日後・・・－10kg 10日後・・・－14kg 21日<br/>後には下半身だけじゃない！？ 全身の脂肪が痩せてい<br/>く！！ ↓↓↓」と記載するとともに人の身体を比較した画像<br/>を掲載した上で「78kg⇒56kg！！ 体重－22kg<br/>減！！」</p> <p>「ただレギンスを履くだけで・・・ ①ミクロ単位の骨盤矯<br/>正 ↓↓↓ ②強制循環呼吸法 ↓↓↓ ③脂肪の無限∞燃焼<br/>↓↓↓ ④毒素の大量排出 この4stepで 365日・・・<br/>脱ぎ捨てるまで痩身スパイラルが止まらない」</p> <p>「14日以内に全身の脂肪を削ぎ落とす！！ ≧14日間<br/>着用≪」と記載するとともに人の腹部を比較した画像を掲載<br/>した上で「体重64kg⇒43kg 体重－21kg減 体脂<br/>肪率⇒驚異の9%」</p> <p>「体型が激変した体験者は 既に300名を超えています」<br/>と記載した上で「◎最低体重記録を更新しました！ 柴田茜様<br/>（29歳）3週間着用」と記載するとともに人の身体を比較<br/>した画像を掲載した上で「61kg⇒43kg ≧－18kg<br/>≪ 出産を期に15kg太ってしまいました。5年くらい何を<br/>しても全く落ちなかったのに・・・ CC+ダウンレギンス<br/>を履き始めたら、ここ数年の最低体重記録を更新しました。」<br/>などと記載することにより、あたかも、本件商品を着用す<br/>るだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのよ<br/>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<br/>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<br/>社は当該期間内に資料を提出しなかった。</p> | 255 万       |

| 事件名 | 事 件 概 要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 課徴金額<br>(円) |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|     | <p>【表示例】</p> <p>何もしなくても<br/>24時間絶食状態!!</p> <p>異常なスピードで<br/>体重が落ちる!!</p> <p>その威力は<br/>たった3日で<br/>-5kg減量!</p> <p>7日後...-10kg<br/>10日後...-14kg</p> <p>21日後には<br/>下半身だけじゃない?<br/>全身の脂肪が<br/>痩せていく!!<br/>↓↓↓</p>  <p>78kg⇒56kg!!<br/>体重-22kg減!!</p> <p>(注) 本事件の詳細については,<br/> <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/oct/181005.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/oct/181005.html</a> </p> |             |

### 3 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、ポリタンク（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、商品パッケージにおいて、〇〇種類の菌すべてを含めた△△種類の菌に対応し、安全・無害な画期的製品であり、水の取替え時期について、水道水約□□ヵ月、自然水約◎◎ヵ月などと記載することにより、あたかも、本件商品は保管条件にかかわらず△△種類の細菌等が繁殖することなく、水道水を□□ヵ月程度、自然水を◎◎ヵ月程度保管することができるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。 |
| B社は、ポリタンク（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、タンクを洗浄すれば、半永久的に抗菌作用が持続などと記載することにより、あたかも、本件商品で水を入れ替える際に内部を洗浄すれば、抗菌作用が半永久的に持続するかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。                                                                         |
| C社は、豚肉加工食品（以下「本件料理」という。）を提供するに当たり、店舗のメニューにおいて、〇〇ぶた（と称する国産の銘柄豚）こだわり鍋具材、〇〇ぶたつみれ △△円（□□円）などと記載することにより、あたかも、本件料理に使用している食肉は〇〇ぶたのみであるかのように示す表示をしていたが、実際には、鶏肉及び牛肉も使用していた。                                                                                     |

（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                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| D社は、化粧品（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（税抜）オンラインショップ限定価格△△円（税抜）と記載することにより、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、オンラインショップ限定価格と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかに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、D社が任意に設定したものであって、D社において販売された実績のないものであった。                         |
| E社は、家庭教師派遣サービス（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、〇〇が訪問（無料体験）、是非この機会に家庭教師の無料体験を受けてみてくださいと記載することにより、あたかも、本件役務の無料体験を申し込むことにより、家庭教師による授業を無料で体験できるかのように表示していたが、実際には、家庭教師による授業の実施を要望しなければ、家庭教師による授業を無料で体験できるものではなかった。                                                      |
| F社は、ベッド（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、希望小売価格〇〇円 販売価格△△円（税込）と記載するなど、実際の販売価格に当該価格を上回る希望小売価格又はメーカー希望小売価格と称する価額を併記することにより、あたかも、本件商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、実際の販売価格が当該メーカー希望小売価格に比して安いかにように表示していたが、実際には、希望小売価格又はメーカー希望小売価格と称する価額は、F社が任意に設定したものであって、小売業者の価格設定の参考となるものとして設定されたものではなかった。 |
| G社は、カーポート設置工事（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、設置工事費も無料で業界最安値！などと記載することにより、あたかも、G社の提供価格は、インターネットを通じて本件役務を提供する事業者の中で最も安い価格であるかのように表示していたが、実際には、本件役務のうち一部について、最も安い価格とはいえないものであった。                                                                                     |

H社は、化粧品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、日刊新聞紙に掲載した広告、日刊新聞紙又は冊子に折り込んだチラシ、ポスティングチラシ及び雑誌に掲載した広告において、今だけ2つの〇〇をセットでお届けいたします。特別価格 期間限定：□□月□□日まで ◎◎円（税込） 全国送料無料 〇〇シリーズを初めてご利用の方限定<お一人様1セット限り>などと記載することにより、あたかも、広告に記載の期限までに本件商品の購入を申し込んだ場合に限り、本件商品を◎◎円で購入することができるかのように表示していたが、実際には、広告に記載の期限後に本件商品の購入を申し込んだ場合にも、本件商品を◎◎円で購入することができるものであった。

I社は、自動車の車検サービス（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、車検専門店特別企画、〇〇年〇〇月末日までに車検ご予約または実施されたお客様は 検査費用 △△円と記載することにより、あたかも、記載された期限までに本件役務の提供を申し込んだ又は受けた場合に限り、本件役務を検査費用と称する価格で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、記載された期限後に本件役務の提供を申し込んだ又は受けた場合にも、本件役務を検査費用と称する価格で受けることができるものであった。

## (2) 景品事件（懸賞景品告示）

景品類の限度額：取引価格の20倍の金額

（当該金額が10万円を超える場合10万円まで）

景品類の総額：取引予定総額の2%まで

| 事 件 概 要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>小売店J社は、メーカーK社と共同して、J社の店舗において、K社が供給する対象商品について税抜価格で〇〇円以上購入していることが記載されているレシートをはがきに貼付して応募した一般消費者を対象に、抽選により、食品（△△円相当）等を提供することを企画し、これを実施した。</p> <p>本件企画において、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。</p>                                                                             |
| <p>L社は、カラオケ店舗において、店舗を利用する一般消費者を対象に、店員とジャンケンを行い、勝った連続回数に応じ、旅行（〇〇円相当）等を提供することを企画し、また、映像配信の公開生放送を実施するに当たり、店頭に観覧に来たL社の会員を対象に、抽選により、旅行（△△円相当）等を提供することを企画し、それぞれ実施した。</p> <p>本件企画のいずれにおいても、懸賞により提供することができる景品類の最高額を超えるものであった。また、後者の抽選企画において、懸賞により提供することができる景品類の総額は、当該懸賞に係る取引の予定総額の100分の2である□□円までであるところ、提供される景品類の総額は、これを超えるものであった。</p> |

## 景品表示法による規制の概要

## &lt;表示&gt;

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 優良誤認<br>(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                                                                                                                                                                                                                                            |
|                           | <p>不実証広告規制（第7条第2項）</p> <p>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。</p>                                                                                                                                            |
| 有利誤認<br>(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<br>(第5条第3号) | <p>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つて内閣総理大臣が指定するもの</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 無果汁の清涼飲料水等についての表示</li> <li>2 商品の原産国に関する不当な表示</li> <li>3 消費者信用の融資費用に関する不当な表示</li> <li>4 不動産のおとり広告に関する表示</li> <li>5 おとり広告に関する表示</li> <li>6 有料老人ホームに関する不当な表示</li> </ol> |

## &lt;景品&gt;

|                         |        |                         |              |                           |
|-------------------------|--------|-------------------------|--------------|---------------------------|
| 一般懸賞<br>(昭和52年<br>告示3号) | →      | 懸賞に係る<br>取引の価額          | 景品類限度額       |                           |
|                         |        |                         | 最高額          | 総 額                       |
|                         |        |                         | 5, 0 0 0円未満  | 取引の価額の2 0 倍               |
| 5, 0 0 0円以上             | 1 0 万円 |                         |              |                           |
| 共同懸賞<br>(昭和52年<br>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<br>3 0 万円   |              | 懸 賞 に 係 る 売 上<br>予定総額の3 % |
| 総付景品<br>(昭和52年<br>告示5号) | →      | 取引の価額                   | 景品類の最高額      |                           |
|                         |        | 1, 0 0 0円未満             | 2 0 0 円      |                           |
|                         |        | 1, 0 0 0円以上             | 取引価額の2 / 1 0 |                           |
| 業種別<br>景品告示<br>(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つてい

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、その納付を命ずることができない。

- 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。