

## 平成30年度における中部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  
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・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、課徴金納付命令が1件（1313万円）、指導が11件の計12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（注）

（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 | 1    | 0    | 0       | 1    | 6    | 9    | 7    | 10   |
| 景品事件 | 0    | 0    |         |      | 2    | 2    | 2    | 2    |
| 合 計  | 1    | 0    | 0       | 1    | 8    | 11   | 9    | 12   |

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/](https://www.jftc.go.jp/regional_office/chubu/)

## 2 表示事件

平成30年度に処理した表示事件は10件で、事件処理件数全体の大部分（約83%）を占めた。

その内訳を延べ数で見ると、優良誤認（景品表示法第5条第1号）が4件、有利誤認（景品表示法第5条第2号）が5件、おとり広告告示等（景品表示法第5条第3号）が2件であった。

平成30年度において、ダイエット茶の痩身効果に係る表示について、中部事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえ、消費者庁において1313万円の課徴金納付命令を行った。

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  |      |
|----------------------|------|------|---------|------|------|------|------|------|
|                      | 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    | 0    | 0       | 1    | 3    | 3    | 4    | 4    |
| 有利誤認<br>（第5条第2号）     | 0    | 0    | 0       | 0    | 3    | 5    | 3    | 5    |
| おとり広告告示等<br>（第5条第3号） | 0    | 0    |         |      | 0    | 2    | 0    | 2    |
| 合 計（延べ数）             | 1    | 0    | 0       | 1    | 6    | 10   | 7    | 11   |

（注） 関係法条が2つ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30年度に処理した景品事件は2件（事件処理件数全体の約17%）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    | 2    | 1    | 2    | 1    |
| 総付景品告示 | 0    | 0    | 0    | 1    | 0    | 1    |
| 合 計    | 0    | 0    | 2    | 2    | 2    | 2    |

#### 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8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294件であった。具体的な相談内容としては、①景品類の取引価額・提供限度額に関する相談、②商品・サービスの特徴に係る強調表示に関する相談、③商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、④景品類の提供に係る表示に関する相談等が挙げられる。

なお、表示に関する相談として、本年10月に予定されている消費税率の引上げを見越した価格表示に関するものもあった。

### 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19回講師を派遣し、また、石川県白山市（平成30年9月）及び名古屋市（平成30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。

そのほか、名古屋市が主催する消費者向けイベント「名古屋市消費生活フェア」（平成30年11月）にブース出展し、景品表示法等に関するパネル展示やクイズを実施した。

景品表示法の説明に際しては、実際の違反事例を紹介するなどして、同法の意義、規制内容等を理解してもらうことで、不当表示等による被害の未然防止を図った。

中部事務所では、中部地区管内に所在する消費者団体等に対して、講習会への講師派遣に係る案内を送付するなど、講習会の開催に向けて積極的に取り組んでいる。

（セミナーの様様）



(名古屋市消費生活フェアの様様)



### 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、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」(平成30年7月)、「消費者行政ブロック会議(中部・北陸ブロック)」(平成30年11月)及び「景品表示法ブロック会議(中部ブロック)」(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の状況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、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。

そのほか、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」(平成30年6月及び12月)に参加し、景品表示法違反事件の調査方法等についての意見交換を行った。

## 1 課徴金納付命令

| 事件名                     | 事件概要  | 課徴金額<br>(円) |
|-------------------------|---|-------------|
| ティーライフ株式会社<br>(31.3.22) | <p>             ティーライフ株式会社は、「ダイエットプーアール茶」と称するポット用ティーバッグ35個入り及び4個入りの食品（以下、これらを併せて「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、平成28年5月18日から同年12月5日までの間、<br/>             「知らないうちにスタイルアップ↑に導く まったく新しいダイエット茶」、<br/>             「苦しむことなくラクラクダイエットサポート!」、<br/>             「いつもの飲み物をおいしいお茶に替える新習慣!」、<br/>             「<u>2大有用成分</u>がラクラクダイエットを応援」、<br/>             「長期間の醗酵によって緑茶の有用成分カテキンが『重合カテキン』や『没食子酸』にパワーアップ。ラクラクダイエットをサポートします。」<br/>             などと記載することにより、あたかも、普段の食生活における飲料を本件商品に替えることにより、本件商品に含まれる成分による痩身効果の促進作用が容易に得られるかのように示す表示をしていた。<br/>             消費者庁が、同社に対し、期限を定めて、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、当該期間内に資料を提出しなかった。<br/><br/>             【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/190322.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/mar/190322.html</a> </p> | 1313万       |

## 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、寝具（〇〇敷きパッド。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、ベッド・〇〇敷きパッドなどと記載するとともに、ベッドに〇〇敷きパッドが敷かれている写真を掲載することにより、あたかも、本件商品はベッドと〇〇敷きパッドがセットになったものであるかのように示す表示をしていたが、実際には、〇〇敷きパッドのみの商品であった。 |
| B社は、鍋（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、商品説明チラシ等において、金属溶出がないなどと記載することにより、あたかも、本件商品から金属溶出がないかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの性能があるとまでは認められないものであった。   |

(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   |
|---|
| C社は、仏壇等（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、廃業致します、全品〇割引などと記載することにより、あたかも、廃業に伴って過去の販売価格から〇割相当額を割り引いた価格で本件商品を販売するかのように表示していたが、実際には、廃業する具体的な予定はなく、また、割引率算定の根拠となった価格で販売した実績はなかった。 |
| D社は、料理を提供するに当たり、店舗内に掲示したポスターにおいて、〇円以上飲食をされたお客様に抽選で〇〇をプレゼントなどと記載することにより、あたかも、〇円以上飲食するだけで抽選に参加できるかのように表示していたが、実際には、〇円以上の飲食を2回以上しなければ抽選に参加できないものであった。                              |

#### ウ おとり広告告示（景品表示法第5条第3号）

| 事 件 概 要  |
|--|
| E社は、仏壇等を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、仏壇等の画像と販売価格を掲載することにより、あたかも、当該チラシ掲載商品を販売するかのように記載していたが、実際には、チラシ掲載商品のうち一部について取引に応じることができないものであった。 |

### (2) 景品事件（懸賞景品告示）

| 事 件 概 要   |
|---|
| F社は、対象商品を含む〇円以上購入した一般消費者を対象に、抽選により、景品（景品額△円）を提供することを企画し、これを実施した。<br>当該企画により提供することができる景品類の最高額は〇円であるところ、F社が提供した景品額△円は、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

## &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  |
| 不実証広告規制(第7条第2項)<br>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<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)   | 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<br>1 無果汁の清涼飲料水等についての表示<br>2 商品の原産国に関する不当な表示<br>3 消費者信用の融資費用に関する不当な表示<br>4 不動産のおとり広告に関する表示<br>5 おとり広告に関する表示<br>6 有料老人ホームに関する不当な表示 |

## &lt;景品&gt;

| 一般懸賞<br>(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>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> <td>懸賞に係る売上予定総額の2%</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 | 懸賞に係る売上予定総額の2% |
|---------------------|---|----------------|------------|---------|----------|------|-----------------|----------------|-----------|----------------|----------|------|----------------|
| 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  | 懸賞に係る売上予定総額の2% |            |         |          |      |                 |                |           |                |          |      |                |
| 共同懸賞<br>(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<br>(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<br>(4業種)    | 1 新聞業<br>2 雑誌業<br>3 不動産業<br>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。