

平成30年度における九州地区の景品表示法の運用状況等

令和元年6月19日
公正取引委員会事務総局
九州事務所
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年度における九州地区（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県及び鹿児島県の7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九州事務所（以下「九州事務所」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3件、指導が8件の計11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	3	0	0	6	7	8	10
景品事件	0	0			2	1	2	1
合 計	2	3	0	0	8	8	10	11

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局九州事務所取引課
電話 092-431-6031（直通）
ホームページ https://www.jftc.go.jp/regional_office/kyusyu/

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91%）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4件、おとり広告告示等（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、①家庭用電気製品の販売価格に係る表示、②健康食品の痩身効果に係る表示及び③食品の白髪が艶のある黒髪となる効果に係る表示について、それぞれ、九州事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえ、消費者庁において措置命令を行った。

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 （第5条第1号）	1	2	0	0	3	3	4	5
有利誤認 （第5条第2号）	1	1	0	0	3	3	4	4
おとり広告告示等 （第5条第3号）	0	0			0	1	0	1
合 計	2	3	0	0	6	7	8	10

3 景品事件

平成30年度に処理した景品事件は1件（事件処理件数全体の約9%）であり、懸賞景品告示に係るものであった。

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	0	0	0
合 計	0	0	2	1	2	1

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7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301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食品の表示に関する相談、③商品の効果・性能の表示に関する相談、④商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、⑤商品の原産国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

平成30年度において、事業者等を対象に、景品表示法の概要及び最近の違反事例等の紹介などを内容とする説明会を鹿児島市（平成31年2月）において開催するとともに、福岡市（平成30年11月及び平成31年2月）において、事業者団体等が開催する研修会に計2回講師を派遣した。

また、一般消費者等を対象に、景品表示法を身近に感じてもらうため、不当表示の違反事例の紹介などを内容とするセミナーを鹿児島市（平成31年2月）において開催するとともに、消費者団体等からの依頼に応じ、福岡市（平成30年9月）、宮崎県児湯郡（平成30年12月）、鹿児島市（平成30年12月）及び北九州市（平成31年2月）において開催されたセミナーに計4回講師を派遣した。



事業者団体等が開催する研修会の様子

3 関係行政機関との連携

大分市において開催された「消費者行政ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（平成30年11月）及び福岡市において開催された「景品表示法ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（平成30年6月及び11月）に参加し、景品表示法違反事件への厳正な対応等について情報共有を図るなど、九州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
株式会社はびね すくらぶ (31.1.17)	<p>株式会社はびねすくらぶは、「酵母と酵素 de さらにスルー」と称するカプセル状93粒入りの健康食品（以下「93粒入り」という。）及び「酵母と酵素 de さらにスルー」と称するカプセル状42粒入りの健康食品の各商品（以下これらを併せて「本件2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、93粒入りについて、遅くとも平成25年10月1日から平成29年8月3日までの間、「酵素※¹ 酵母 乳酸菌の発酵パワーでダイエット!」、食事の画像と共に、「食べるのが大好きなあなたへ!」、「『酵母と酵素 de さらにスルー』は、生きた酵素と酵母、乳酸菌、さらに白キクラゲ由来のエイドライフリーWJをたっぷり配合した新しいダイエットサプリ。」等と記載するなど、あたかも、本件2商品を摂取するだけで、特段の食事制限をすることなく、本件2商品に含まれる成分の作用により、容易に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、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、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である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、 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/jan/190117_keihyo.html</p>

事件名	事件概要
株式会社アルトルイズム (31.3.29)	<p>株式会社アルトルイズムは、「黒フサ習慣 ブラックマックスS」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30年4月9日から同年10月23日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、黒髪の人物の写真と共に、「白髪染めはしたくない!」、「ロマンスグレーはまだ早い!」、「艶のある漆黒に憧れる世代の方に!!」及び「さあ!“黒活”をスタートしましょう!」等と記載するなど、あたかも、本件商品を摂取することで、白髪が艶のある黒髪となる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、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、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である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、 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/mar/190329_keihyo.html</p>

(2) 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事件名	事件概要
<p>株式会社ジャパネットたかた (30.10.18)</p>	<p>株式会社ジャパネットたかたは、</p> <p>① エアコン4商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「シャープエアコン【G-TDシリーズ】(AY-G22TD)」と称するエアコンについて、平成29年5月19日に配布した会員カタログにおいて、「ジャパネット通常税抜価格 79,800円」、「2万円引き」、「さらに！会員様限定2,000円値引き」及び「値引き後価格 会員様特価 57,800円」と記載することにより、あかたも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において通常販売している価格であり、「値引き後価格」等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、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において、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>② テレビ1商品を一般消費者に販売するに当たり、平成29年7月24日に配布したダイレクトメールにおいて、「会員様限定 3万円値引き」、「ジャパネット通常税抜価格 139,800円」及び「値引き後価格 会員様特価 109,800円」と記載することにより、あかたも、「ジャパネット通常税抜価格」と称する価額は、同社において通常販売している価格であり、「値引き後価格 会員様特価」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、「ジャパネット通常税抜価格」と称する価額は、同社において、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】</p>  <p>(注) 本事件の詳細については、 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/oct/181018_keihyo.html</p>

2 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、〇〇と称する募集型企画旅行（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、自社ウェブサイト等において、△△県産の□□の旨味たっぷりの炊き込みご飯などと記載することにより、あたかも、本件役務で提供している料理に使用している□□は△△県産であるかのように示す表示をしていたが、実際には、●●国産であった。

(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
B社は、〇〇と称するサプリメント（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、本日限定、今なら定期購入をお申込みのお客様に、通常価格△△円、初回半額□□円などと記載することにより、あたかも、当該ウェブサイトを開覧した当日までに本件商品を定期購入した場合に限り、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、当日後に本件商品を購入した場合にも、本件商品を□□円で購入することができるものであった。

ウ おとり広告（景品表示法第5条第3号）

事件概要
C社は、〇〇と称する料理（以下「本件料理」という。）について、店頭及び店内ポスターにおいて、本件料理の写真と共に、昼ごはん、人気メニューNo. 1などと記載することにより、あたかも、お昼の時間帯に本件料理を提供するかのように表示していたが、実際には、本件料理は、平日の11時30分から13時30分の間は提供しておらず、平日の同時間帯においては、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
D社は、食料品を〇〇円以上購入した一般消費者を対象に、抽選により、景品（総額△△円相当）を提供することを企画し、これを実施した。 本件企画において、懸賞に係る取引の予定総額は●●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総額は、懸賞に係る売上予定総額の2%の□□円であるところ、D社が提供した景品の総額△△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

<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

<景品>

一般懸賞 (昭和52年告示3号)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th rowspan="2" style="width: 30%;">懸賞に係る取引の価額</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">景品類限度額</th> </tr> <tr> <th style="width: 35%;">最高額</th> <th style="width: 35%;">総額</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5,000円未満</td> <td style="text-align: center;">取引の価額の20倍</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">懸賞に係る売上 予定総額の2%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5,000円以上</td> <td style="text-align: center;">10万円</td> </tr> </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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">景品類限度額</th> </tr> <tr> <th style="width: 70%;">最高額</th> <th style="width: 30%;">総額</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">取引の価額にかかわらず 30万円</td> <td style="text-align: center;">懸賞に係る売上 予定総額の3%</td> </tr> </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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 50%;">取引の価額</th> <th style="width: 50%;">景品類の最高額</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1,000円未満</td> <td style="text-align: center;">200円</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1,000円以上</td> <td style="text-align: center;">取引価額の2/10</td> </tr> </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（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。