

令和元年度における近畿地区の景品表示法の運用状況等

令和 2 年 6 月 2 6 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。

令和元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。

令和元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、指導が 12 件の計 14 件であった（令和元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	
	30年度	元年度	30年度	元年度	30年度	元年度	30年度	元年度
表示事件	2	2	1	0	10	10	13	12
景品事件	0	0			3	2	3	2
合 計	2	2	1	0	13	12	16	14

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

2 表示事件

令和元年度に処理した表示事件は１２件で、事件処理件数全体の大部分（約８６％）を占めた。

その内訳を延べ数でみると、優良誤認（景品表示法第５条第１号）が３件、有利誤認（景品表示法第５条第２号）が１０件、原産国告示（景品表示法第５条第３号）が１件であった。

令和元年度において、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唐揚げ料理等の不当表示及び②パン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	
	３０年度	元年度	３０年度	元年度	３０年度	元年度	３０年度	元年度
優良誤認 （第５条第１号）	１	１	１	０	３	２	５	３
有利誤認 （第５条第２号）	１	１	０	０	６	９	７	１０
第５条第３号に 基づく告示 （第５条第３号）	０	０			１	１	１	１
合 計 （延べ数）	２	２	１	０	１０	１２	１３	１４

（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

令和元年度に処理した景品事件は２件（事件処理件数全体の約１４％）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	
	３０年度	元年度	３０年度	元年度	３０年度	元年度
懸賞景品告示	０	０	３	０	３	０
総付景品告示	０	０	０	２	０	２
合 計	０	０	３	２	３	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）

令和元年度に行った指導は9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

令和元年度に受け付けた相談件数は429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。

また、景品類に関する相談では、オンラインゲームの実施に伴う景品表示法上の規制の考え方や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に関するものなどもみられた。

2 景品表示法に関する講師派遣等

令和元年度において、事業者団体等が開催する講習会に、計6回講師を派遣した。

また、和歌山市（令和元年10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開催したほか、消費生活センター、消費者団体や大学などからの依頼に応じ、福井市（2回）、滋賀県野洲市、京都市（3回）、京都府宮津市、大阪市（2回）、大阪府泉大津市、同府枚方市、同府東大阪市、同府交野市、神戸市（3回）、兵庫県尼崎市、同県三田市、同県赤穂郡上郡町、奈良市（4回）、奈良県天理市、同県葛城市及び和歌山市において開催されたセミナーに計26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、最近の景品表示法に係る違反事例を紹介することにより、商品又はサービスの選択において注意が必要な点を説明し、不当表示に対する注意喚起を行った。

（消費者セミナーの様子）



令和2年1月23日
大阪樟蔭女子大学（大阪府東大阪市）



令和2年2月25日
泉大津消費者問題研究会（大阪府泉大津市）

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」（令和元年１１月）に参加し、また、京都市において開催された「消費者行政ブロック会議（近畿ブロック）」（令和元年１１月）及び大阪市において開催された「景品表示法ブロック会議（近畿ブロック）」（令和元年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。

令和元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
株式会社プラスワンに対する件 (元. 10. 16)	株式会社プラスワンは、同社が運営する「からあげ専門店こがね」と称する店舗において供給する鶏の「もも」と称する部位（以下「鶏もも肉」という。）を使用した唐揚げ及び当該唐揚げを含む商品の各商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、塚本店の看板において、平成28年2月1日以降、「からあげ専門店 こがね」及び「国産若鶏使用 絶品あげたて」と表示するなど、あたかも、本件商品には、国産の鶏もも肉を使用しているかのように示す表示をしている又は表示をしていた。 実際には全て、ほとんど全て又は3割程度、外国産の鶏もも肉を使用している。 【表示例】  （注）本事件の詳細については、 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/oct/191016_01.html

(2) 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事件名	事 件 概 要
株式会社サンプラザに対する件 (元. 7. 8)	株式会社サンプラザは、同社が運営する29店舗において供給するパンの各商品（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、 ① 例えば、平成29年7月1日に大阪府及び奈良県内に配布された日刊新聞紙に折り込んだ富田林店等に係るチラシにおいて、「菓子パン・食パン 全品 メーカー希望小売価格より 3割引」と表示するなど、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、本件商品を当該メーカー希望小売価格から3割引き引いて販売するかのように表示していた。 実際には、本件商品についてメーカー希望小売価格は設定されていなかった。 【表示例】  ② 本件商品のうち「神戸屋 スマイルモーニング 4枚切」と称する食パン等の各商品（以下これらを併せて「本件食パン」という。）について、例えば、三国ヶ丘東店において、「神戸屋 スマイルモーニング 4枚切」と称する食パンについて、「パン3割引の日 神戸屋 スマイルモーニング 表示価格は3割引後の価格です 通常価格125円を 4枚切 本体価格88円」と表示するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、当該店舗において本件食パンについて通常販売している価格であり、本件食パンを当該通常販売している価格から3割引き引いて販売するかのように表示していた。 実際には、「通常価格」と称する価額は、当該店舗において本件食パンについて販売された実績のないものであった。 【表示例】  (注) 本事件の詳細については、 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/jul/190708_01.html

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、スマートフォン等の修理サービス（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、店舗のウェブサイトにおいて、総務省登録修理業者になりました等と表示することにより、あたかも、本件役務を提供する店舗は、全ての携帯電話端末に係る総務省登録修理業者であるかのように示す表示をしていたが、実際には、一部の携帯電話端末に係る総務省登録修理業者であって、全ての携帯電話端末に係る総務省登録修理業者ではなかった。
B社は、下着（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、まさかの太もも－〇cm、履くだけでいいんです、バストアップ効果にも！等と表示することにより、あたかも、本件商品を着用することにより、容易に著しい下半身の痩身効果及び豊胸効果が得られ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得られ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、エアコンの取り外し及び回収サービス（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、〇個の項目に全て当てはまれば本件役務を無料で提供すると表示し、室内機、室外機など〇個の項目を記載するとともに、全て該当の場合は無料回収可能と表示することにより、あたかも、記載された項目に全て該当した場合には、本件役務を無料で提供するかのように表示していたが、実際には、全ての項目に該当していても、過去に他の設置場所から移設したエアコンについては、無料で提供していなかった。
D社は、食品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、定期注文 今だけ初回〇%OFF 2回目以降△%OFF、期間限定！初回〇%OFFキャンペーンは□□年□□月□□日□□時まで等と、購入価格の割引率と共に当該割引率の適用期限を表示することにより、あたかも、当該割引率の適用期限までに本件商品の定期購入を申し込んだ場合に限り、本件商品を初回は〇パーセント割引で、2回目以降は△パーセント割引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、当該割引率の適用期限が到来するごとに適用期限を繰り返し延長し、当該割引率の適用期限後に本件商品の定期購入を申し込んだ場合にも、当該割引率が適用されるものであった。
E社は、スマートフォン等の修理サービス（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、 (1) 今なら期間限定 〇〇割 適応で △／△まで最大□□□□円割引などと表示することにより、あたかも、ウェブサイトに記載の期限までに本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、〇〇割の適用を受ければ、最大□□□□円の割引で本件役務の提供を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、ウェブサイトに記載の期限後に本件役務の提供を申し込んだ場合にも、〇〇割の適用を受ければ、最大□□□□円の割引で本件役務の提供を受けることができるものであった。 (2) 地域最安値で即日修理、地域最安値で大人気等と表示することにより、あたかも、自らが当該店舗の所在する地域のスマートフォン等の修理サービス提供事業者の中で、最も安価で当該役務を提供する事業者であるかのように表示していたが、実際には、必ずしも最も安価で当該役務を提供する事業者ではなかった。
F社は、財布（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、メーカー希望小売価格〇〇円（税込） 価格△△円（税込）等と、実際の販売価格に当該価格を上回る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のように表示していたが、実際には、本件商品は、F社が自ら製造し、専ら自ら小売販売している商品であって、メーカー希望小売価格と称する価額は、F社が自ら任意に設定したものであった。

G社は、脱毛に係る施術サービス（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、全メニュー A L L O % O F F 等と表示するとともに、例えば、鼻下△△円→□□円等と、実際の提供価格に当該価格を上回る価格（以下「比較対照価格」という。）を併記することにより、あたかも、比較対照価格は、G社が本件役務について通常提供している価格であり、実際の提供価格が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、比較対照価格は、G社が自ら任意に設定したものであって、G社において提供された実績のないものであった。
H社は、茶（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、○月特価セール！△茶半額セール（～○／○）△茶□g（包装込）◎円 → ●円（税込▲円）等と、実際の販売価格に当該販売価格を上回る価格（以下「比較対照価格」という。）を表示することにより、あたかも、比較対照価格は、本件商品について当該ウェブサイトにおいて通常販売している価格であり、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が、実際には、比較対照価格は、本件商品について当該ウェブサイトにおいて販売した実績のないものであった。
I社は、衣料品（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、人気の○○２着フェア 期間延長！△月△日までと表示した上で、人気の衣料品 通常合計価格¥□□，□□□～＋税 ¥◎◎，◎◎◎～＋税 最大●●% O F F 等と表示することにより、あたかも、表示された期限までに本件商品を２着まとめて購入した場合に限り、最大で表示された割引率の割引が適用されるかのように表示していたが、実際には、表示された期限後に本件商品を２着まとめて購入した場合にも、最大で表示された割引率の割引が適用されるものであった。
J社は、下着（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、大ヒット御礼 先着○○名限定 S A L E 開催 先着○○名様に限り なんと！？通常価格の△% O F F で御購入いただけます！※○○名様に達し次第、予告無しで通常価格に変更させていただきます ご購入はお早めに １日おき着用コース 感謝御礼 △% O F F 通常価格□□，□□□円 ◎，◎◎◎円（税別）等と表示することにより、 (1) あたかも、「通常価格」と称する価額は、J社において本件商品について通常販売している価格であり、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るが、実際には、「通常価格」と称する価額は、J社が任意に設定したものであって、J社において販売された実績のないものであった。 (2) あたかも、先着○○名に限り、本件商品を◎，◎◎◎円（税別）で販売するかのように表示しているが、実際には、○○名を超過して本件商品を◎，◎◎◎円（税別）で販売していた。

ウ 原産国告示（景品表示法第5条第3号）

事 件 概 要
K社は、コンタクトレンズ用品（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、日本製等と表示し、本件商品の原産国が日本であるとの表示をしていたが、この表示は、本件商品の原産国が○○国であることを一般消費者が判別することが困難であると認められるものであった。

(2) 景品事件（総付景品告示）

事 件 概 要
L社は、食品（以下「本件商品」という。）の購入を申し込んだ者に対して、もれなく、本件商品とは別の食品（○，○○○円相当）を提供することを企画（以下「本件企画」という。）し、これを実施した。 これは、本件企画により提供することができる景品類の限度額△，△△△円を超えるものであった。

M社は、雑貨（以下「本件商品」という。）を合計〇, 〇〇〇円以上購入した者に対して、もれなく、本件商品とは別の雑貨（△, △△△円相当）を提供することを企画（以下「本件企画」という。）し、これを実施した。

これは、本件企画により提供することができる景品類の限度額□, □□□円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)	→	懸賞に係る 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 (昭和52年 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 3 0 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)	→	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 景品告示 (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
- 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。