

令和2年度における中部地区の景品表示法の運用状況等

令和3年6月25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被疑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2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 景品表示法違反被疑事件の処理状況

1 概況

景品表示法違反被疑事件については、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。

令和2年度における景品表示法の事件処理件数は、措置命令が1件、指導が6件の計7件であった（令和2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	
	元年度	2年度	元年度	2年度	元年度	2年度	元年度	2年度
表示事件	1	1	0	0	16	6	17	7
景品事件	0	0			1	0	1	0
合 計	1	1	0	0	17	6	18	7

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/

2 表示事件

令和2年度に処理した表示事件は7件で、事件処理件数全体の全てを占めた。

その内訳をみると、優良誤認（景品表示法第5条第1号）が6件、有利誤認（景品表示法第5条第2号）が1件であった。

令和2年度においては、食品の瘦身効果に係る不当表示について、中部事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて、消費者庁が措置命令を行った。

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	
	元年度	2年度	元年度	2年度	元年度	2年度	元年度	2年度
優良誤認 (第5条第1号)	1	1	0	0	10	5	11	6
有利誤認 (第5条第2号)	0	0	0	0	6	1	6	1
第5条第3号に 基づく告示 (第5条第3号)	0	0			1	0	1	0
合 計 (延べ数)	1	1	0	0	17	6	18	7

(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場合がある。

3 景品事件

令和2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	
	元年度	2年度	元年度	2年度	元年度	2年度
懸賞景品告示	0	0	0	0	0	0
総付景品告示	0	0	1	0	1	0
合 計	0	0	1	0	1	0

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

消費者庁は、①事業者が講ずべき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事業者が当該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。

令和2年度に中部事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて同庁が行った指導は6件であった。

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2年度に受け付けた相談件数は418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商品の効果・性能の表示に関する相談、③商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、④消費税の表示に関する相談、⑤食品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

令和2年度において、消費者団体等が開催する講習会や大学の授業に、計11回（消費者団体及び地方公共団体：5回、事業者団体：1回、大学：5回）講師を派遣し、また、名古屋市（令和2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。

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地方公共団体等や大学に対して講師派遣に係る案内を行うなど、講師派遣に積極的に取り組んでいる。

また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、オンラインによる講師派遣の実施にも取り組んでいる。

（セミナーの様様）





3 関係行政機関との連携

「消費者行政ブロック会議（中部・北陸ブロック）」（令和2年11月〔オンライン会議により北海道・東北ブロックとの合同開催〕）に参加し、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、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。また、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」（令和2年7月及び12月〔いずれも書面会議〕）に参加し、景品表示法違反事件の調査方法等について情報共有を行った。

令和2年度の主要な処理事件

1 措置命令（優良誤認〔景品表示法第5条第1号〕）

事件名	事 件 概 要
ティーライフ株式会社に対する件 (3.3.23)	<p> ティーライフ株式会社は、「メタボメ茶」と称するポット用ティーバッグ30個入りの食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成30年4月3日ないし同月7日、同月9日及び同月10日に配布された株式会社ベルーナが通信販売の方法により販売する商品に同梱して配布した冊子において、「中年太り解決読本」と題し、体型が異なる2名の人物のイラストと共に、「もう一度、あの頃のスリムな私に!」、飲料の入ったティーカップの画像と共に、「漫画でわかる! 日本一※売れている中年太りサポート茶とは!？」及び「2年半で-43kg!! その方法を公開中!」、並びに飲料を飲む様子の複数の人物のイラストと共に、「スリムも! 健康も! 自信も! 家族の絆も! 取り戻す これはあなたの物語です。」「健康にうれしい成分が桁違い! 雲南省ハニ族のプーアール茶」、並びにダイエットプーアール茶の茶葉における重合カテキンの含有量を示すグラフ及びダイエットプーアール茶と緑茶における没食子酸の含有量の割合を比較して示すグラフと共に、「お茶のルーツでもある中国雲南省の少数民族であるハニ族が栽培する特別なプーアール茶。その茶葉には、とっとうれしい“重合カテキン”や“没食子酸”などが存在することがわかりました。」、並びに「他にはない中年太りのためのブレンドだから!」、体験談として、人物の前後比較の画像と共に、「メタボメ茶を飲む前の■■■■さん」、「96kg▶53kg -43kg減」及び「4ヶ月で5kg減! 2年半で43kg減!! ■■■■さん153cm」、並びに飲料の入ったコップを手にする人物の画像と共に、「全然大変じゃありませんでした!」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取することにより、本件商品に含まれる成分の作用による著しい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かった。 </p> <p> 【表示例】 </p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p> (注) 本事件の詳細については、 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/mar/210323.html </p>

2 主要な指導事件

(1) 優良誤認（景品表示法第5条第1号）

事 件 概 要
A社は、温浴施設の利用役務を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、〇〇が含まれた温泉等と表示することにより、あたかも、当該温浴施設に設置した浴槽に使用している温水が温泉であるかのように示す表示をしていたが、実際には、温泉法第2条第1項に規定する温泉ではなかった。
B社は、化粧品（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、本件商品を目の下にたっぷり塗ってマッサージで驚きの効果！！等と表示することにより、あたかも、本件商品の使用にマッサージを併用すれば、目の下のたるみがなくなるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有しておらず、当該表示どおりの効果があるとまでは認められるものではなかった。
C社は、住宅建築工事（以下「本件役務」という。）を提供するに当たり、新型コロナウイルスを含むあらゆる菌を死滅させます等と表示することにより、あたかも、本件役務により施工された住宅は、新型コロナウイルスを不活性化又は死滅させる効果があるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有しておらず、当該表示どおりの効果があるとまでは認められるものではなかった。

（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。）。

(2) 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事 件 概 要
D社は、ガソリンを販売するに当たり、給油所の電光表示板において、レギュラー プリペイドカード 〇〇円/L等と表示することにより、あたかも、プリペイドカードを用いて給油代金を支払えば、1リットル当たり〇〇円で給油できるかのように表示していたが、実際には、当該価格は、給油額から別途付与され次回以降利用可能なポイントを差し引いて算出したものであって、1リットル当たり〇〇円で給油できるものではなかった。

景品表示法による規制の概要

<表示>

<p>優良誤認 (第5条第1号)</p>	<p>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>
<p>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。</p>	
<p>有利誤認 (第5条第2号)</p>	<p>商品・役務の価格その他の取引条件についての不当表示</p>
<p>誤認されるおそれのある表示 (第5条第3号)</p>	<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って内閣総理大臣が指定するもの</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>

<p>一般懸賞 (昭和52年告示3号)</p>	<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%											
<p>共同懸賞 (昭和52年告示3号)</p>	<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%												
<p>総付景品 (昭和52年告示5号)</p>	<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												
<p>業種別景品告示 (4業種)</p>	<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、その納付を命ぜることができない。

- 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。