

令和2年度における九州地区の景品表示法の運用状況等

令和3年6月29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。

令和2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、指導が4件の計5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	2	0	3	1	7	4	12	5
景品事件	0	0			3	0	3	0
合 計	2	0	3	1	10	4	15	5

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

令和2年度に処理した表示事件は5件で、その内訳は、優良誤認（景品表示法第5条第1号）が1件、有利誤認（同法第5条第2号）が4件であった。有利誤認4件のうち1件は、エアコンの販売価格に関する不当な二重価格表示について、消費者庁が課徴金納付命令（5180万円）を行ったものである。

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）	2	0	3	0	3	1	8	1
有利誤認 （第5条第2号）	0	0	0	1	5	3	5	4
第5条第3号に 基づく告示 （第5条第3号）	0	0			0	0	0	0
合 計 （延べ数）	2	0	3	1	8	4	13	5

3 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年度に九州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4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304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、②二重価格表示に関する相談、③商品又は役務の効果・性能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12月に佐賀市で開催した一日公正取引委員会において、事業者を対象に、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実施するとともに、一般消費者を対象に、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実施した。

また、事業者団体等が主催する研修会等に計4回講師を派遣したほか、消費生活センター等からの依頼に応じ、福岡県筑紫野市（令和2年11月）、宮崎市（令和2年11月）、鹿児島県霧島市（令和2年12月）及び鹿児島市（令和3年3月）において

開催された消費者セミナーに計4回講師を派遣した。

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、熊本市において開催された「九州地域食品表示監視連絡会」（令和2年10月）に参加した。

また、オンラインにより開催された「消費者行政ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（令和2年11月）及び「景品表示法ブロック会議（四国・九州・沖縄ブロック）」（令和2年12月）に参加し、景品表示法違反被疑事件への厳正な対応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。

令和2年度の主要な処理事件

1 課徴金納付命令

事件名	事件概要	課徴金額 (円)
<p>株式会社ジャパネットたかたに対する件 (2.12.23)</p>	<p>株式会社ジャパネットたかたは、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、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」「2万円値引き」「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」と記載するなど、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社においてエアコン4商品につ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、エアコン4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>5180万</p>

(注) 本事件の詳細については、
<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2020/dec/201223.html>

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
<p>A社は、化粧品（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ダイレクトメールにおいて、絶対たるまない 加齢により劣え減少する皮脂を補い乾燥小ジワを目立たなく等と表示することにより、あたかも、本件商品を使用することで、加齢による顔のシワやたるみが著しく改善する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、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有しておらず、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。</p> <p>（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。）。</p>

(2) 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

事 件 概 要
<p>B社は、ドリンク剤（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、店頭POP及び日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて</p> <p>(1) メーカー希望小売価格〇〇円を△△%引き□□円、㊦〇〇円を△△%OFF□□円と、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又は㊦と称する価額（以下「メーカー希望小売価格」という。）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、本件商品にはメーカー希望小売価格が設定されていなかった。</p> <p>(2) 通常価格●●円を▲▲%引き■●円と、実際の販売価格に当該価格を上回る通常価格と称する価額を併記することにより、あたかも、通常価格と称する価額は、自社が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たが、実際には、通常価格と称する価額は、自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>C社は、居宅等の清掃サービス（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</p> <p>(1) あと〇〇名様限定！！ 標準価格※△△円のところを□□円 ※標準価格とは、当サービスを大手家電量販店経由でお申し込みした場合の値段です 作業内容は全く同じですと表示することにより</p> <p>ア あたかも、標準価格と称する価額は、自社が本件役務について大手家電量販店の委託により提供する場合の価格であり、実際の提供価格が当該標準価格と称する価額に比して安いかのように表示していたが、実際には、標準価格と称する価額は、自社が任意に設定したものであって、大手家電量販店の委託により提供した実績のないものであった。</p> <p>イ あたかも、〇〇名に限り、本件役務を□□円で提供するかのように表示していたが、実際には、本件役務を□□円で提供する数の上限を設定していなかった。</p> <p>(2) 特別キャンペーン実施中！！ 期間限定 通常価格●●円を▲▲円と表示することにより</p> <p>ア あたかも、通常価格と称する価額は、自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、通常価格と称する価額は、自社において最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>イ あたかも、キャンペーン期間中に限り、本件役務を▲▲円で提供するかのように表示していたが、実際には、当該キャンペーン期間の前後の期間においても、本件役務を▲▲円で提供していた。</p>

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)	景品類限度額	
	懸賞に係る取引の価額	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
	5,000円以上	10万円 予定総額の2%

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)	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) →

- 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。