

## 令和4年度における近畿地区の景品表示法の運用状況等

令和5年6月22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4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、違反行為をした事業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4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、課徴金納付命令が1件、指導が7件の計9件であった（令和4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 |     |
|------|------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
|      | 3年度  | 4年度 | 3年度     | 4年度 | 3年度 | 4年度 | 3年度 | 4年度 |
| 表示事件 | 4    | 1   | 3       | 1   | 7   | 6   | 14  | 8   |
| 景品事件 | 0    | 0   | (注)     | (注) | 1   | 1   | 1   | 1   |
| 合 計  | 4    | 1   | 3       | 1   | 8   | 7   | 15  | 9   |

（注） 景品事件については課徴金納付命令の対象となっていない。

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

## 2 表示事件

令和4年度に処理した表示事件は8件で、事件処理件数全体の大部分（約89%）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1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3件であった。

また、回転寿司店における料理の提供に係る不当表示について、近畿事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて、消費者庁が措置命令を行った。さらに、シミを消すなどの石けんの効果に係る不当表示について、消費者庁が課徴金納付命令（459万円）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 |     |
|------------------------------|------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
|                              | 3年度  | 4年度 | 3年度     | 4年度 | 3年度 | 4年度 | 3年度 | 4年度 |
| 優良誤認<br>（第5条第1号）             | 3    | 0   | 3       | 1   | 3   | 0   | 9   | 1   |
| 有利誤認<br>（第5条第2号）             | 1    | 0   | 0       | 0   | 4   | 4   | 5   | 4   |
| 第5条第3号に<br>基づく告示<br>（第5条第3号） | 0    | 1   | (注)     | (注) | 0   | 2   | 0   | 3   |
| 合 計                          | 4    | 1   | 3       | 1   | 7   | 6   | 14  | 8   |

（注） 第5条第3号に基づく告示事件については課徴金納付命令の対象となっていない。

## 3 景品事件

令和4年度に処理した景品事件は1件（事件処理件数全体の約11%）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 |     |
|--------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
|        | 3年度  | 4年度 | 3年度 | 4年度 | 3年度 | 4年度 |
| 懸賞景品告示 | 0    | 0   | 1   | 1   | 1   | 1   |
| 総付景品告示 | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   |
| 合 計    | 0    | 0   | 1   | 1   | 1   | 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

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4年度に、近畿事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえて、消費者庁が行った指導は7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4年度に、近畿事務所において受け付けた相談件数は525件であった。具体的な相談内容としては、①食品の表示に関する相談、②二重価格表示等価格表示に関する相談、③商品の原産国表示に関する相談、④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、⑤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等が挙げられる。

#### 2 景品表示法に関する講師派遣等

令和4年度において、事業者団体等が開催する講習会に計7回講師を派遣した。また、和歌山市（令和4年11月）において、一般消費者等を対象にセミナーを開催したほか、消費者団体等からの依頼に応じ、福井県敦賀市（同年10月）、京都市（同年5月）、京都府長岡京市（同年8月）、大阪市（同年10月及び11月）、大阪府東大阪市（同年7月及び令和5年1月）、同府枚方市（令和4年10月）、同府河内長野市（同年9月）、兵庫県小野市（同年6月）、奈良県橿原市（同年9月）、和歌山県御坊市（同年6月）において開催されたセミナーに計12回講師を派遣した。

一般消費者を対象としたセミナーにおいては、景品表示法の内容や直近の違反事例等について説明するとともに、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4年10月6日  
大阪市消費者センター（大阪市）



令和4年11月30日  
一日公正取引委員会（和歌山市）

#### 3 関係行政機関等との連携

「景品表示法ブロック会議（近畿ブロック）」（令和4年5月及び10月）に参加し、

消費者行政に関する課題や表示の適正化への対応等について情報共有を図るとともに、大阪市において開催された「近畿地域食品表示連絡会議」（同年１１月）に参加し、不適切な食品表示に関する監視強化に向けて意見交換を行うなど、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。

また、全国ドレッシング類公正取引協議会が主催する試買検査会及び全国公正取引協議会連合会が主催する「公正取引協議会地方ブロック連絡会議（近畿ブロック）」（令和４年１０月）並びに全国チョコレート業公正取引協議会が主催する試買検査会（同年１１月）並びに奈良県の観光土産品公正取引協議会が主催する認定審査会（令和５年３月）に出席して意見交換を行い、業界団体との連携による事業者の適正な表示の促進に努めた。

## 令和4年度の主要な処理事件

## 1 措置命令（おとり広告（景品表示法第5条第3号））

| 事件名                           | 事 件 概 要  |
|-------------------------------|--|
| 株式会社あきんどスシローに対する件<br>（R4.6.9） | <p>株式会社あきんどスシローは、</p> <p>① 令和3年9月8日から同月20日までの期間において実施した「世界のうまいもん祭」と称するキャンペーン（以下「本件企画①」という。）において、「新物！濃厚うに包み」と称する料理（以下「本件料理①」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和3年9月14日から同月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「新物！濃厚うに包み100円（税込110円）」、「9月8日（水）～9月20日（月・祝）まで！売切御免！」等と表示することにより、あたかも、令和3年9月8日から同月20日までの間、自社が運営する「スシロー」と称する店舗（以下「本件店舗」という。）において、本件料理①を提供するかのように表示していた。</p> <p>実際には、同社は、本件料理①の材料であるうにの在庫が本件企画①の実施期間の途中で足りなくなる可能性があるため、令和3年9月13日に、同月14日から同月17日までの4日間は本件店舗における本件料理①の提供を停止することを決定し、本件店舗の店長等に対しその旨周知し、その後、前記決定に基づき、本件店舗のうち583店舗において、当該4日間のうち一日以上本件料理①を終日提供しなかった。</p> <p>② 令和3年9月8日から同年10月3日までの期間において実施した「匠の一皿 独創／とやま鮭し人考案 新物うに 鮭し人流3種盛り」と称するキャンペーン（以下「本件企画②」という。）において、「とやま鮭し人考案 新物うに 鮭し人流3種盛り」と称する料理（以下「本件料理②」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和3年9月8日から同月17日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「とやま鮭し人考案 新物うに 鮭し人流3種盛り 480円（税込528円）」、「9月8日（水）～10月3日（日）まで 売切御免！」等と表示することにより、あたかも、令和3年9月8日から同年10月3日までの間、本件店舗において、本件料理②を提供するかのように表示していた。</p> <p>実際には、同社は、本件料理②の材料であるうにの在庫が本件企画②の実施期間の途中で足りなくなる可能性があるため、令和3年9月13日に、同月18日から同月20日までの3日間は本件店舗における本件料理②の提供を停止することを決定し、本件店舗の店長等に対しその旨周知し、その後、前記決定に基づき、本件店舗のうち540店舗において、当該3日間のうち一日以上本件料理②を終日提供しなかった。</p> <p>③ 令和3年11月26日から同年12月12日までの期間において実施した「冬の大感謝祭 冬のうまいもん」と称するキャンペーン（以下「本件企画③」という。）において、「冬の味覚！豪華かにづくし」と称する料理（以下「本件料理③」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和3年11月24日から同年12月10日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「<b>㊦冬の味覚！豪華かにづくし780円（税込858円）1日数量限定</b>」、「新登場の『三重尾鷲ぶりとろのレアしゃぶ』や、スシローとっておきのかにを集めた『冬の味覚！豪華かにづくし』など、冬の味覚を大満喫！今だけの旨さを是非ご賞味ください!」、「●対象期間 2021年11月26日（金）～12月12日（日） 期間限定！売切御免！」等と表示することにより、あたかも、令和3年11月26日から同年12月12日までの間、本件店舗において、本件料理③を提供するかのように表示していた。</p> |

| 事件名 | 事件概要  |
|-----|---|
|     | <p>実際には、同社は、本件店舗のうち583店舗において、本件料理③を提供するための準備をしておらず、本件企画③の実施期間のうち一日以上、終日取引に応じることができないものであった。</p> <p>【表示例】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>前記①の自社ウェブサイトにおける表示の一部</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>前記②の自社ウェブサイトにおける表示の一部</li> </ul>  |

事件名

事件概要

- 前記③の自社ウェブサイトにおける表示の一部



新登場の「三重尾鰯ぶりどろのレアしゃぶ」や、スシローとっておきのかきを集めた「冬の味覚!豪華かたづけし」など、冬の味覚を大満喫! 今だけの買さを是非ご賞味ください!

- ◆アプリで受付・予約! お持ち帰りネット注文も!!
- ◆今すぐLINEで受付・予約!!

■新型コロナウイルス感染症拡大防止の取り組み  
<https://www.akindo-sushiro.co.jp/news/detail.php?id=1833>

●対象期間  
2021年11月26日(金)~12月12日(日) 期間限定! 売切御免!

(詳細については令和4年6月9日報道発表資料「株式会社あきんどスシローに対する景品表示法に基づく措置命令について」を参照のこと。)

[https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/jun/220609\\_honbun.html](https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/jun/220609_honbun.html)



## 2 課徴金納付命令

| 事件名                          | 事件概要  | 課徴金額<br>(円) |
|------------------------------|---|-------------|
| 有限会社ファミリア薬品に対する件<br>(R4.8.9) | <p>有限会社ファミリア薬品は、「朱の実」と称する石けん（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、</p> <p>① 平成30年8月28日、平成31年1月16日及び令和元年7月1日に、自社ウェブサイトにおいて、「年齢のせいにしていた、そのシミ…老斑<small>ろうはん</small>が消えた!?!」、「そして…今すでに出来ているシミを薄くする。」等</p> <p>② 平成30年2月24日に配布された「いただきます!」と称する情報紙に掲載した広告において、顔にシミのある人物の画像と共に、「目尻や頬のおばあちゃんジミが消えた…!?!」、「エッ?洗顔で老斑やシミが薄くなる?」及び「濃く、落ちにくい60代以上のシミ（老斑）に劇的実感力!」等</p> <p>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、シミを消す又は薄くすることができ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>  <p>(詳細については令和4年8月9日報道発表資料「有限会社ファミリア薬品に対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について」を参照のこと。)</p> <p><a href="https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/aug/220809_honbun.html">https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/aug/220809_honbun.html</a></p>  | 459万        |

### 3 主要な指導事件

#### (1) 表示事件

##### ア 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

| 事 件 概 要  |
|--|
| A社は、家電製品（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、「メーカー希望小売価格〇〇円（税込）」、「会員価格△△円（税込）」と表示することにより、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又は表示したメーカー希望小売価格を下回るメーカー希望小売価格が設定されていた。 |
| B社は、衣料品等を販売するに当たり、商品に取り付けた値札において、「¥〇〇 本体」と表示することにより、あたかも、表示価格が消費税を含めた価格（以下「税込価格」という。）であるかのように表示をしている又は表示をしていたが、実際には、表示価格は消費税を含まない価格であって、税込価格ではなかった。  |

（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）。

##### イ 原産国告示（景品表示法第5条第3号）

| 事 件 概 要   |
|---|
| C社は、国内で生産された調理機器（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、自社ウェブサイト等において、「〇〇製」と表示し、本件商品の原産国が〇〇であるかのように表示していたが、この表示は、本件商品が国内で生産されたもの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（懸賞景品告示）

| 事 件 概 要   |
|---|
| D社は、店舗（以下「本件店舗」という。）又は自社ウェブサイトにおける生物の飼育用品及び同関連役務（以下これらを併せて「本件商品・役務」という。）の供給に関して、本件店舗又は自社ウェブサイトにおいて、本件商品・役務を〇〇円以上購入した者を対象に、抽選により、生物の飼育用品（△△円相当）等（総額□□円相当）を◎◎名にそれぞれ提供することを企画し、これを実施した。<br>当該企画において、懸賞に係る取引の価額は〇〇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最高額は10万円であるところ、提供される景品類には価額が10万円を超えるものがあった。<br>また、当該企画において、懸賞に係る取引の予定総額は税込●●万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▲▲万円（懸賞に係る取引の予定総額の10分の2）までであるところ、提供される景品類の総額は、▲▲万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
- 7 一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示(令和5年10月1日施行予定)

#### <景品>

|                     |            |           |                    |
|---------------------|------------|-----------|--------------------|
| 一般懸賞<br>(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                 |
|                     | 5,000円未満   | 取引の価額の20倍 | 懸賞に係る売上<br>予定総額の2% |
| 5,000円以上            | 10万円       |           |                    |

|                     |                     |                    |
|---------------------|---------------------|--------------------|
| 共同懸賞<br>(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<br>30万円 | 懸賞に係る売上<br>予定総額の3% |

|                     |          |           |
|---------------------|----------|-----------|
| 総付景品<br>(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。