

令和5年度における九州地区の景品表示法の運用状況等

令和6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5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5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、課徴金納付命令が1件、指導が5件の計9件であった（令和5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	
	4年度	5年度	4年度	5年度	4年度	5年度	4年度	5年度
表示事件	1	3	0	1	3	5	4	9
景品事件	0	0	(注)	(注)	0	0	0	0
合 計	1	3	0	1	3	5	4	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5年度に処理した表示事件は9件で、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（同条第2号）が3件であった。

また、ペット用サプリメントに係る白内障等を改善する効果及びNo. 1表示に関する不当表示並びに太陽光発電システム機器等に係るNo. 1表示に関する不当表示について、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、消費者庁が措置命令を行った。さらに、ペット用サプリメントに係る白内障等を改善する効果及びNo. 1表示に関する不当表示について、消費者庁が課徴金納付命令（1016万円）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	
	4年度	5年度	4年度	5年度	4年度	5年度	4年度	5年度
優良誤認 （第5条第1号）	1	3	0	1	0	2	1	6
有利誤認 （第5条第2号）	0	0	0	0	3	3	3	3
第5条第3号に 基づく告示 （第5条第3号）	0	0	（注）	（注）	0	0	0	0
合 計	1	3	0	1	3	5	4	9

（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5年度に処理した景品事件はなかった。

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5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、消費者庁が行った指導は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5年度に受け付けた相談件数は294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ステルスマー

ケティング告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5年度において、事業者団体等が開催する講習会に計2回講師を派遣した。また、宮崎市（令和6年2月）において、消費生活相談員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、熊本県玉名市（令和5年6月）、長崎県佐世保市（同年7月）、福岡市（令和6年1月）、熊本市（同月）及び長崎市（同年2月）において開催されたセミナーに計5回講師を派遣した。

3 関係行政機関等との連携

「景品表示法ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（令和5年5月及び11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とともに、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議」（同年9月）に参加し、不適切な食品表示に関する監視強化を図るなど、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。

また、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（九州・沖縄ブロック）」（令和5年11月）、福岡県の観光土産品公正取引協議会が主催する認定審査会（同月）及び全国辛子めんたいこ食品公正取引協議会が主催する試買検査会（同月）に出席して意見交換を行うなど、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5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
株式会社バウムクーヘンに対する件 （R5. 6. 14）	株式会社バウムクーヘンは、「アイズワン」と称するペット用サプリメント（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり ① a 令和4年6月8日、同月13日、同月15日、同月22日、同月29日、同年7月5日から同月7日、同月13日、同月20日、同月27日、同月29日及び同年8月3日に、本件商品のインターネット広告用に開設している自社ウェブサイトにおいて、目が白濁している犬のイラストと共に、「年齢とともに不自由になっていくココ・・・若々しかった目の輝きもなくなったような・・・」、犬の飼い主が目が白濁している犬を抱えているイラストと共に、「ココ・・・」及び「私にもできることが何かあるはず！！」、本件商品の容器包装の画像を掲載した上で、犬を抱えた犬の飼い主のイラストと共に、「私も試してみます！」、目の周りにキラキラした光の加工を施した犬の画像と共に、「クリアで綺麗な 透き通った気分！」等と表示することにより、あたかも、本件商品を犬に摂取させることにより、犬の白濁した瞳が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。 b 例えば、令和4年6月8日、同月13日、同月15日、同月22日、同月29日、同年7月5日から同月7日、同月13日、同月20日、同月27日、同月29日、同年8月3日、同月10日、同月17日及び同月25日に、「愛犬と満喫ライフ」と称するアフィリエイトサイトにおいて、「【まとめ】犬の白内障サプリ・アイズワンの口コミや評判をおさらい！目薬よりおすすめな理由も！」と記載した上で、「アイズワンの口コミや評判は？ ・アイズワンを使い始めて目の濁りが少なくなった ・獣医さんから目が良くなっていると褒められた ・目が濁り出してから散歩を嫌がっていた愛犬が散歩に行くようになった」、「私が白内障のワンちゃんにオススメしているのはアイズワンです。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を犬に摂取させることにより、犬の白内障が治る効果が得られるかのように示す表示をしていた。 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。 ② 本件商品の通信販売用に開設している自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和4年7月7日、同月13日、同月20日、同月27日、同月29日、同年8月3日、同月10日及び同月17日に、「皆様に選ばれて 7冠達成！」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 初めてでも安心の愛犬のアイケアサプリ」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 愛犬のアイケアサプリ 口コミ人気」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 愛犬のアイケアサプリ 品質満足度」等と表示するなど、あたかも、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下「同種商品」という。）に関する「食べさせやすさ」、「愛犬家におすすめ」、「初めてでも安心」、「口コミ人気」、「長く続けられる」、「友人にすすめたい」及び「品質満足度」の7項目（以下「本件7項目」という。）をそれぞれ客観的な調査方法で調査した結果において、同社が販売する本件商品に係る本件7項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件7項目について、当該事業者が指定する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品に関する各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、回答者の条件を付さずに当該事業者に登録している会員全員を対象に行われたもの

事件名	事 件 概 要
	であって、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品に関して本件7項目をそれぞれ客観的な調査方法で調査したものではなかった。 【表示例】 - 前記①aの自社ウェブサイトにおける表示の一部 - 前記①bのアフィリエイトサイトにおける表示の一部 【まとめ】犬の白内障サプリ・アイズワンの口コミや評判をおさらい！目薬よりおすすめの理由も！ アイズワンの口コミや評判は？ ・アイズワンを使い始めて目の濁りが少なくなった ・獣医さんから目が良くなっていると褒められた ・目が濁り出してから散歩を嫌がっていた愛犬が散歩に行くようになった - 前記②の自社ウェブサイトにおける表示 (注) 詳細については、令和5年6月14日報道発表資料「株式会社バウムクーヘン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/13133587/www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/jun/230614kyushu.html



事件名	事 件 概 要
株式会社新日本エネックスに対する件 (R6.2.27)	株式会社新日本エネックスは、蓄電池を含む太陽光発電システム機器（以下「本件商品」という。）及びその導入に係る施工（以下「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、令和5年4月10日、同月12日、同月17日、同月24日、同年5月2日、同月8日、同月15日、同月18日及び同月29日に ① 例えば、「ENEX」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト」という。）のトップページにおいて、「No. 1 JMR アフターフォローも充実の太陽光発電蓄電池販売」、「No. 1 2022 JMR 安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売」、「No. 1 2022 JMR 知人に紹介したい蓄電池販売」及び『アフターフォローも充実の太陽光発電蓄電池販売』『安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売』『知人に紹介したい蓄電池販売』の3部門でNo. 1を取得しました！」等と表示するなど、あたかも、令和4年に、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下「同種役務」という。）に関する「アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売」、「安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売」及び「知人に紹介したい蓄電池販売」の3項目（以下「本件3項目①」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目①の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 ② 例えば、自社ウェブサイトの「お知らせ」と称するウェブページにおいて、「No. 1 2020 JMR アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売No. 1」、「No. 1 2020 JMR 知人に紹介したい蓄電池販売No. 1」、「No. 1 2020 JMR 顧客満足度No. 1」及び「3部門でNo. 1を獲得しました！」等と表示するなど、あたかも、令和2年に、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務に関する「アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売」、「知人に紹介したい蓄電池販売」及び「顧客満足度」の3項目（以下「本件3項目②」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目②の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件3項目①及び本件3項目②について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者か又は知見等を有する者かを確認することなく、同社及び特定事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する他の事業者をいう。）の印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。

事件名	事 件 概 要
	【表示例】 - 前記①の自社ウェブサイトのトップページにおける表示の一部  - 前記②の自社ウェブサイトの「お知らせ」と称するウェブページにおける表示の一部 2020年06月22日 ブログ  日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2020年3月期 ブランドイメージ調査 3部門でNo.1を獲得しました！ 『アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売No.1』 『知人に紹介したい蓄電池販売No.1』 『顧客満足度No.1』 日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2020年3月期 ブランドイメージ調査 以上3部門でNo.1を獲得しました！ まだまだ設立6年目に入ったばかりの若い会社ではありますが、多くのお客様に囲わり、そしてご満足いただいていることがこうした形として得ることができました。 暑い日も寒い日も雨の日も現場に走ったスタッフと、それを支えた内勤スタッフ、関わってくださるお取引様、そして何よりも一番はお客様の方のおかげでございます。 本当にありがとうございます！ これからたくさんさんのNo.1を取得するためにもスタッフ一同ますます身に力がいります。 (注) 詳細については、令和6年2月27日報道発表資料「太陽光発電システム機器等の販売施工業者2社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://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/feb/kyusyu/240227_torihiki.html 

事件名	事 件 概 要
株式会社安心頼ホームに対する件 (R6.2.27)	株式会社安心頼ホームは、蓄電池を含む太陽光発電システム機器、「エコキュート」と称する給湯器及び電気温水器（以下これらを併せて「本件商品」という。）並びにそれらの導入に係る施工（以下「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、令和5年4月7日、同月10日、同月12日、同月17日、同月24日、同年5月2日、同月8日、同月22日及び同月29日に、例えば、「安心頼ホーム」と称する自社ウェブサイトのトップページにおいて、「蓄電池 太陽光発電 エコキュート 電気温水器 九州エリア 口コミ満足度 No. 1」、「信頼の3冠獲得 第1位」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 九州エリアの蓄電池 販売施工会社 口コミ満足度」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 九州エリアの太陽光発電 販売施工会社 口コミ満足度」及び「No. 1 日本トレンドリサーチ 九州エリアのエコキュート・電気温水器 販売施工会社 口コミ満足度」等と表示するなど、あたかも、九州地区内において、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下「同種役務」という。）に関する「九州エリアの蓄電池 販売施工会社 口コミ満足度」、「九州エリアの太陽光発電 販売施工会社 口コミ満足度」及び「九州エリアのエコキュート・電気温水器 販売施工会社 口コミ満足度」の3項目（以下「本件3項目」という。）につき、実際に利用したことがある者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件3項目について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者かを確認することなく、同社及び特定9事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 【表示例】  (注) 詳細については、令和6年2月27日報道発表資料「太陽光発電システム機器等の販売施工業者2社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://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/feb/kyusyu/240227_torihiki.html 

2 課徴金納付命令

事件名	事 件 概 要	課徴金額 (円)
株式会社バウムクーヘンに対する件 (R6.3.26)	前記1記載の「株式会社バウムクーヘンに対する件(R5.6.14)」の事件概要と同一。 (注) 詳細については令和6年3月26日報道発表資料「株式会社バウムクーヘン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。 https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/kyusyu/240326_tori_hiki.html 	1016万

3 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、次亜塩素酸水（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、ダニアレルゲンを水に変える、一吹きするだけでダニ対策、ダニの死骸や糞を分解等と表示することにより、あたかも、本件商品を布団等に吹きかけるだけで、ダニアレルゲンであるダニの死骸及び糞を水等に変える効果が得られるかのように示す表示していたが、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
B社は、ギフト用の飲料（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、ギフトカタログにおいて、発売元希望小売価格より〇〇%引 △△円と表示するなど、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、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は設定されていなかった。
C社は、食肉（以下「本件商品」という。）を販売するに当たり、容器包装において、ラベルに本体〇〇円と表示するとともに、割引シールに本体価格の半額等と表示することにより、あたかも、ラベルに記載の価格は通常販売している価格であり、当該通常販売している価格から割引シールに記載された割引率相当額分割り引いて販売するかのように表示していたが、実際には、ラベルに記載の価格は、本件商品について販売された実績のないものであった。

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

<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
5,000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)

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。