

## 令和6年度における四国地区の景品表示法の運用状況等

令和7年6月25日  
公正取引委員会事務総局  
近畿中国四国事務所四国支所  
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6年度における四国地区（徳島県、香川県、愛媛県及び高知県の4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四国支所（以下「四国支所」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6年度における景品表示法の事件処理件数は、指導が2件であった（令和6年度の指導事件は別紙参照）。

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 |     |
|------|------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
|      | 5年度  | 6年度 | 5年度     | 6年度 | 5年度 | 6年度 | 5年度 | 6年度 |
| 表示事件 | 0    | 0   | 0       | 0   | 1   | 2   | 1   | 2   |
| 景品事件 | 0    | 0   | (注)     | (注) | 0   | 0   | 0   | 0   |
| 合 計  | 0    | 0   | 0       | 0   | 1   | 2   | 1   | 2   |

（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四国支所取引課

電話 087-811-1754（直通）

ホームページ [https://www.jftc.go.jp/regional\\_office/shikoku/](https://www.jftc.go.jp/regional_office/shikoku/)

## 2 表示事件

令和6年度に処理した表示事件は2件で、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2件、有利誤認（同条第2号）が1件であった。

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 |     |
|------------------------------|------|-----|---------|------|-----|-----|-----|-----|
|                              | 5年度  | 6年度 | 5年度     | 6年度  | 5年度 | 6年度 | 5年度 | 6年度 |
| 優良誤認<br>（第5条第1号）             | 0    | 0   | 0       | 0    | 1   | 2   | 1   | 2   |
| 有利誤認<br>（第5条第2号）             | 0    | 0   | 0       | 0    | 0   | 1   | 0   | 1   |
| 第5条第3号に<br>基づく告示<br>（第5条第3号） | 0    | 0   | （注2）    | （注2） | 0   | 0   | 0   | 0   |
| 合 計<br>（延べ数）（注1）             | 0    | 0   | 0       | 0    | 1   | 3   | 1   | 3   |

（注1） 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。

（注2） 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6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6年度に四国支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2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6年度に受け付けた相談件数は71件であった。具体的な相談内容としては、①ステルスマーケティングに関する相談、②買取サービスに係る表示に関する相談、③地方公共団体が主催するイベントにおける景品類の提供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6年度において、行政機関が開催する講習会に1回講師を派遣した。また、地方公共団体等からの依頼に応じ、高松市（令和6年6月（2回））、香川県丸亀市（同年5

月及び6月（2回）、同県善通寺市（同年5月及び6月）、同県綾川町（同年6月）及び松山市（同年10月）において開催されたセミナーに計9回講師を派遣した。

写真 講師派遣（松山市）の様様



### 3 関係行政機関等との連携

「景品表示法ブロック会議（四国ブロック）」（令和6年5月及び10月）に参加し、最近の事件処理の状況やいわゆる No. 1 表示に関する景品表示法上の考え方等について情報共有を図るとともに、高松市において開催された「中国四国地域食品表示監視連絡会議」（同年6月）及び岡山市において開催された「中国四国地域食品表示行政担当者研修会」（同年10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、四国地区等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（四国ブロック）」（令和6年10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6年度の指導事件

## 表示事件

## 1 優良誤認（景品表示法第5条第1号）

| 事 件 概 要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>A社は、注文住宅の建築請負及び建売住宅（以下本事件概要欄において「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、「〇〇エリア △△満足度 第1位」等と表示することにより、あたかも、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。）に関して、実際に利用したことがある者等を対象に調査した結果において、本件役務に係る順位が第1位であるかのように示す表示をしていたが、実際には、A社が委託した事業者による調査は、回答者に対し、本件役務及び同種役務について実際に利用したことがある者か等を確認することなく、A社及び特定の他の事業者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、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。</p> <p>B社は、住宅の外壁及び屋根の塗装（以下本事件概要欄において「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、「第1位 サイト比較イメージ調査 〇〇満足度」等と表示することにより、あたかも、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。）に関して、実際に利用したことがある者等を対象に調査した結果において、本件役務に係る順位が第1位であるかのように示す表示をしていたが、実際には、B社が委託した事業者による調査は、回答者に対し、本件役務及び同種役務について実際に利用したことがある者か等を確認することなく、B社及び特定の他の事業者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、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。</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。）。

## 2 有利誤認（景品表示法第5条第2号）

| 事 件 概 要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>C社は、住宅の外壁及び屋根の塗装（以下本事件概要欄において「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、「第1位 サイト比較イメージ調査 〇〇低価格満足度」と表示することにより、あたかも、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。）に関して、実際に利用したことがある者等を対象に調査した結果において、本件役務に係る順位が第1位であるかのように表示していたが、実際には、C社が委託した事業者による調査は、回答者に対し、本件役務及び同種役務について実際に利用したことがある者か等を確認することなく、C社及び特定の他の事業者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、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。</p> |

## 景品表示法による規制の概要

## &lt;表示&gt;

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  
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

## &lt;景品&gt;

一般懸賞  
(昭和52年  
告示3号)

| 懸賞に係る<br>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  
(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  
(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承継した法人
  - 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（以下「措置命令」という。）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。
- 3 措置命令は、措置命令書の謄本を送達して行う。

#### （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、その納付を命じることができない。

- 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

2～6 （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）

**第二十二条** 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)**

**第二十三条** 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)**

**第二十四条** 内閣総理大臣は、事業者が正当な理由がなく第二十二條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)**

**第二十五条** 内閣総理大臣は、この法律を施行する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)**

**第三十八条** 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は金融庁長官は、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** 法第三十八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、法第二十五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。