

平成26年度における九州地区の景品表示法の運用状況等

平成27年6月12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、景品表示法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。

平成26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は、次のとおりである。

第1 景品表示法違反事件の処理状況

1 概況

景品表示法違反事件については、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。

平成26年度における景品表示法の事件処理件数は、措置命令が2件、指導が14件の計16件であった（平成26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		指 導		合 計	
	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度
表 示 事 件	3	2	21	14	24	16
景 品 事 件	0	0	2	0	2	0
合 計	3	2	23	14	26	16

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 http://www.jftc.go.jp/regional_office/kyusyu/

2 表示事件

平成26年度に処理した表示事件は16件であった。

その内訳を延べ数で見ると、優良誤認（第4条第1項第1号）が12件、有利誤認（第4条第1項第2号）が2件、おとり広告告示（第4条第1項第3号）が4件であった。

平成26年度において、食品の痩身効果に関する表示及び中古自動車の修復歴等に係る表示について、九州事務所及び消費者庁が行った調査の結果を踏まえ、消費者庁において措置命令を行った。

表2 表示事件の内訳

(単位：件)

事 件	措置命令		指 導		合 計	
	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度
優良誤認 (第4条第1項第1号)	3	2	4	10	7	12
有利誤認 (第4条第1項第2号)	0	0	18	2	18	2
おとり広告告示 (第4条第1項第3号)	0	1	0	3	0	4
合 計	3	3	22	15	25	18

(注) 関係法条が2以上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。

3 景品事件

平成26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	
	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度
懸賞景品告示	0	0	1	0	1	0
総付景品告示	0	0	2	0	2	0
合 計	0	0	3	0	3	0

(注) 関係法条が2以上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。

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 (注)

平成26年度に行った指導及び助言又は勧告はなかった。

(注) 平成26年12月に施行された改正景品表示法の規定により、事業者は、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を講じなければならないこととされた。消費者庁は、①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、必要な指導及び助言をするとともに、②事業者が講ずべき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。

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

平成26年度に受け付けた相談件数は397件であった。具体的な相談内容としては、食品の表示に関する相談、商品の効果・性能の表示に関する相談、商品を販売する際の二重価格表示に関する相談、商品の原産国の表示に関する相談、景品類の提供限度額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

平成26年度において、事業者団体等が開催する講習会に、計5回講師を派遣し、また、福岡市（平成26年4月及び10月（注））及び長崎県佐世保市（平成26年12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。

（注）福岡市において、平成26年10月に2回開催している。

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、福岡市において開催された「九州地域食品表示監視連絡会」（平成26年7月）に参加し、また、熊本市において開催された「消費者行政ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（平成26年10月）及び福岡市において開催された「景品表示法ブロック会議（九州・沖縄ブロック）」（平成27年2月）に参加するなど、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。

平成26年度の主要な処理事件

1 措置命令

(1) 優良誤認（第4条第1項第1号）

事件名	事件概要
株ハーブ健康本舗に対する件 (26.9.19)	<p>株ハーブ健康本舗（以下「ハーブ健康本舗」という。）は、「カロピタスリム オールクリア」と称する食品を販売するに当たり、平成24年11月頃から平成26年1月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「食べたこと、なかったコトに!?',「3大パワーでオールクリア!『あまい』も『こってり』も『どっしり』もまとめてカロピタ!’,「これらの自然植物が、糖分・脂質・炭水化物のカロリーをサポート。’,「ダイエット中の“食べたい”気持ちをちから強く応援します。」等と記載することにより、あたかも、本件食品を摂取するだけで、食事からのカロリー摂取を阻害し、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に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>前記の表示について、消費者庁は、景品表示法第4条第2項の規定に基づき、ハーブ健康本舗に対し、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、同社から資料は提出されたが、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>(注)本事件の詳細については、http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140919premiums_1.pdf</p>

(2) 優良誤認（第4条第1項第1号）、おとり広告告示（第4条第1項第3号）

事件名	事件概要
株ジャストライトに対する件 (26.11.26)	<p>株ジャストライトは、中古自動車販売するに当たり、中古車自動車情報サイト「Goo-net」及び「カーセンサーnet」に開設した「アプローズVOXY専門店」と称するウェブサイトにおいて、</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 中古自動車27台について、同ウェブサイト走行距離数欄に走行距離数を記載することにより、あたかも、当該中古自動車の走行距離数が同サイト走行距離数欄に記載の数値であるかのように表示をしていた。 ② 中古自動車9台について、同ウェブサイト修復歴欄に「なし」又は「修復歴なし」と記載することにより、あたかも、当該中古自動車の車体の骨格部位に修復歴がないかのように示す表示をしていた。 ③ 中古自動車34台について、本件措置命令別表記載の表示期間（以下「表示期間」という。）に、同ウェブサイトにおいて、当該中古自動車の情報を掲載することにより、あたかも、当該表示期間に当該中古自動車を販売することができるかのように表示していた。 <p>実際には、</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 中古自動車27台は、走行距離計が取り付けられているインストルメントパネルを交換した上で交換後の走行距離計が示す数値を記載したものであって、オートオークションからの仕入れ時に提示されるオークション出品票、車輛証明書等に記載された走行距離数より過少に表示していたものであった。 ② 中古自動車9台は、出品票等に、車体の骨格部位が損傷するなどの修復歴を示す記号等が記載された修復歴があるものであった。 ③ 中古自動車34台は、表示期間よりも前に売買契約が成立しており、取引に応じることができないものであった。 <p>(注)本事件の詳細については、http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141126premiums_2.pdf</p>

2 主要な指導事件

(1) 優良誤認（第4条第1項第1号）

事件概要
<p>A社は、「ローズ刺繍入りリバーシブルカシミアストール」と称する商品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「カシミア100%の優しい肌触りと繊細なローズ刺繍」、「素材：カシミア100%」等と、また、品質表示タグにおいて、「100% CASHMERE」と、それぞれ記載することにより、あたかも、当該商品の原材料としてカシミアが100パーセント用いられているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、当該商品の原材料としてカシミアは用いられていないものであった。</p>
<p>B法人は、B法人が運営する「〇〇食物科」と称する調理師養成施設（以下「本件施設」という。）において調理師免許取得に係る役務を提供するに当たり、例えば、「平成27年度生徒募集学校案内」と称するパンフレットにおいて、「※平成25年度実績 〇〇の食物科は 調理師免許取得率100%」、「毎年、調理師免許取得率は100%」等と記載することにより、あたかも、平成25年度に本件施設を卒業した者（以下「卒業生」という。）の全員が調理師免許を取得しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、全ての卒業生が調理師免許を取得しているものではなかった。</p> <p>(注) 〇〇は学校名を表す。</p>
<p>Cは、Cが運営する飲食店において飲料及び料理（以下「本件飲料等」という。）を提供するに当たり、例えば、店内掲示ポスターにおいて、セットメニューの内容について「生ビール ラーメン 酢もつ 餃子5個 980円」と記載することにより、あたかも、本件飲料等においてビールを提供しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、酒税法（昭和28年法律第6号）第3条第12号に定める「ビール」に該当しない、同条第21号に定める「リキュール」に該当する酒類を提供していた。</p>

(2) 有利誤認（第4条第1項第2号）

事件概要
<p>D社は、牛肉を販売するに当たり、商品パッケージにおいて、例えば、「佐賀産和牛切り落とし（モモ）」と称する商品について、実際の販売価格として「1000円」と記載し、「100g当り（円）1000」及び「正味量（g）150」と記載の上、「1500税込価格（円）」と、実際の販売価格を上回る価格（以下「比較対照価格」という。）を併記することにより、あたかも、実際の販売価格が100グラム当たりの単価に内容量に乗じて得られた比較対照価格に比して安いかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、比較対照価格は、D社の商品部からD社の各店舗に対して各店舗において販売価格を設定する際の参考とするために提示された100グラム当たりの単価に内容量に乗じて得られたものであって、実際に販売された実績のないものであった。</p>

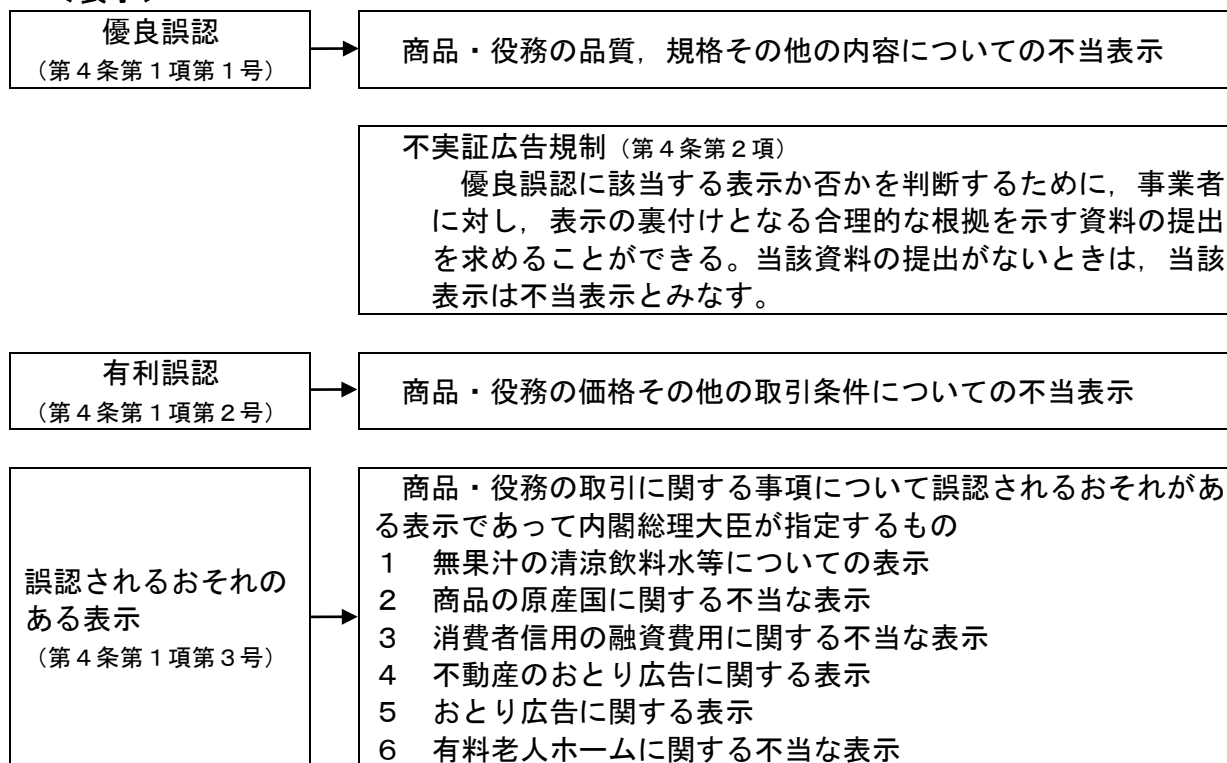
(注) 本表の金額等の表記は、実際のものとは異なる。

(3) おとり広告告示（第4条第1項第3号）

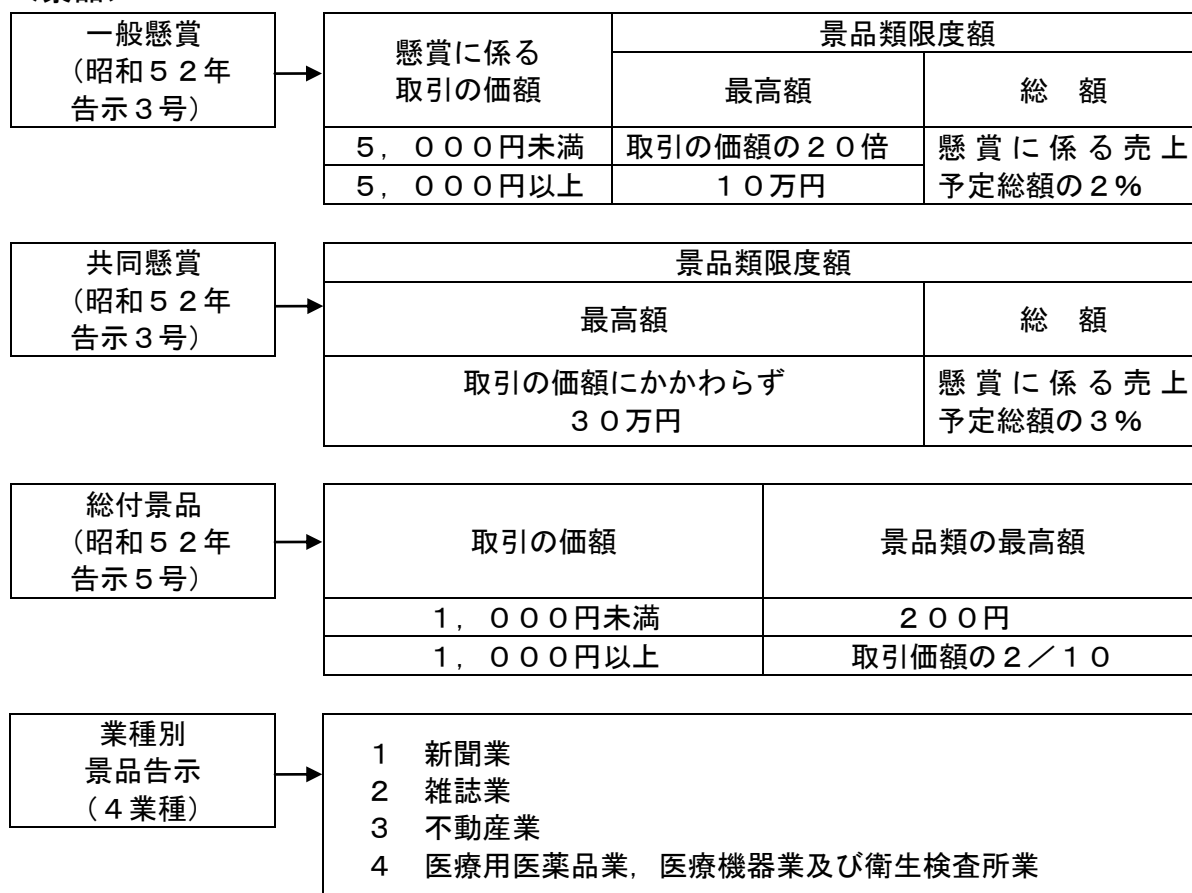
事件概要
<p>E社は、「〇〇展」と称する〇〇に関する美術品等の展覧会の開催に係る役務を提供するに当たり、例えば、当該展覧会の宣伝広告ポスター等において、「〇〇展」と記載するとともに、〇〇の著名な肖像画（以下「本件肖像画」という。）の画像を掲載することにより、あたかも、「〇〇展」において本件肖像画が展示されるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件肖像画は展示されていなかった。</p> <p>(注) 〇〇は著名な人物名を表す。</p>

景品表示法による規制の概要

<表示>



<景品>



○不当景品類及び不当表示防止法（抜粋）

（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）

第三条 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）

第四条 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

2 内閣総理大臣は、事業者がした表示が前項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、第六条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。

（措置命令）

第六条 内閣総理大臣は、第三条の規定による制限若しくは禁止又は第四条第一項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

(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)

第七条 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 (省略)

(指導及び助言)

第八条 内閣総理大臣は、前条第1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)

第八条の二 内閣総理大臣は、事業者が正当な理由がなくて第7条第1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)

第九条 内閣総理大臣は、第六条の規定による命令又は前条第1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 （省略）

（権限の委任）

第十二条 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 （省略）

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 （省略）

○ 不当景品類及び不当表示防止法第十二条の規定による権限の委任等に関する政令（抜粋）

（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）

第二条 法第十二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。