

### 第1 概説

景品表示法は、平成21年9月、消費者の利益の擁護及び増進、商品及び役務の消費者による自主的かつ合理的な選択の確保並びに消費生活に密接に関連する物資の品質の表示に関する事務を一体的に行うことを目的として消費者庁が設置されたことに伴い、公正取引委員会から消費者庁に移管された。消費者庁への移管に伴い、景品表示法の目的は、「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」とされた。

景品表示法は、消費者庁移管後に既に2度の法改正が行われているが、平成26年10月24日、景品表示法への課徴金制度導入を内容とする不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律案が第187回臨時国会に提出され、同年11月19日に成立し（平成26年法律第118号。以下「平成26年11月景品表示法改正法」という。）、平成28年4月1日に施行された。

平成26年11月景品表示法改正法は、違反行為を防止するため、不当表示を行った事業者に経済的不利益を課す課徴金制度を導入するとともに、併せて一般消費者の被害回復を促進する観点から、所定の手続に沿って消費者に自主返金を行った場合に、返金相当額を課徴金額から減額する、又は返金相当額が課徴金額を上回るときは課徴金の納付を命じないことを内容とするものである。

#### 1 景品表示法違反事件の調査

景品表示法は、不当な顧客の誘引を防止するため、景品類の提供について、必要と認められる場合に、内閣府告示（注1）により、景品類の最高額、総額、種類、提供の方法等について制限又は禁止し（同法第4条）、また、商品又は役務の品質、規格その他の内容又は価格その他の取引条件について一般消費者に誤認される不当な表示を禁止している（同法第5条）。これらの規定に違反する行為に対し、消費者庁長官及び都道府県知事は措置命令を行い、これを是正させることができる（同法第7条第1項）。

また、事業者が、同法第5条の規定に違反する行為（同条第3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、消費者庁は、当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る商品又は役務の売上額に3パーセント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が、当該事業者が相当の注意を怠った者でないと認められるとき、又はその額が150万円未満であるときは、その納付を命じることができない（同法第8条第1項）（注2）。

さらに、消費者庁は、同法第26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（同法第27条）。また、消費者庁は、事業者が正当な理由がなくて同法第26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とともに（同法第28条第1項）、勧告を行っ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（同条第2項）。

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の委任を受け、景品表示法の規定に違反する行為について必要な調査等を行っている。

（注1）消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律による改正前の景品表示法に基づく従来の公正取引委員会告示は、経過措置により引き続き効力を有する。

（注2）平成26年11月景品表示法改正法の施行日である平成28年4月1日以後に行われた課徴金対象行為について適用される。

## 2 公正競争規約制度

景品表示法第31条の規定に基づき、事業者又は事業者団体は、景品類又は表示に関する事項について、公正取引委員会及び消費者庁長官の認定を受けて、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と、事業者間の公正な競争を確保するため、協定の締結又は規約の設定をすることができる。当委員会は、協定又は規約（以下これらを総称して「公正競争規約」という。）の認定に当たり、事業者間の公正な競争の確保等の観点から審査を行っている。

## 第2 景品表示法違反事件の調査

消費者庁は、景品表示法違反事件について、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っている。

平成28年度において、消費者庁が措置命令を行った27件のうち、公正取引委員会及び消費者庁による調査の結果を踏まえたものは6件であり、消費者庁が指導を行った138件のうち、公正取引委員会及び消費者庁による調査の結果を踏まえたものは50件である（第1表及び第2表参照）。

また、平成28年度において、同法第26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、消費者庁が行った勧告は0件であり、消費者庁が指導を行った100件のうち、公正取引委員会及び消費者庁による調査の結果を踏まえたものは41件である。

第1表 平成28年度において公正取引委員会が調査に関わった景品表示法違反被疑事件の処理状況

事件	措置命令	指導	合計
景品事件	0 (0)	4 (11)	4 (11)
表示事件	6 (27)	46 (127)	52 (154)
合計	6 (27)	50 (138)	56 (165)

（注）（ ）内は消費者庁が行った措置件数の総数

第2表 平成28年度に消費者庁により措置命令が行われた事例のうち公正取引委員会が調査に関わったもの

一連番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反法条
1	平成28年9月1日 (㈱オークローンマーケティング)	<p>㈱オークローンマーケティングは、同社が一般消費者に対して販売する「セラフィット」と称するフライパン（以下1において「本件商品」という。）を販売するに当たり、「ショップジャパン」と称するテレビショッピング番組において、例えば、「ダイヤモンドの次に硬いセラミックを使用」との映像及び「セラフィットはダイヤモンドの次に硬いセラミックを使用」との音声を送り、また、「傷がつかない コーティングが剥がれない」との映像及び「コインで擦っても傷が付かず、コーティングは剥がれません」との音声、「クギを炒めても傷がつかない！」との映像及び「たとえ大量の釘を炒めたって傷が付かない」との音声、「耐磨耗テスト50万回クリア！！」との映像及び「セラフィットは50万回擦っても傷まないことが証明されました」との音声並びに本件商品で金属製品を用いて調理する映像を放送することなどにより、あたかも、本件商品の表面処理加工に用いられている「セラミック」と称する物質はダイヤモンドの次に硬いものであり、本件商品を金属製品で50万回擦っても傷が付かないかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品の表面処理加工に用いられている「セラミック」と称する物質はダイヤモンドの次に硬いものであるとはいえず、本件商品を金属製品で擦った場合には50万回を大きく下回る回数で傷が付くものであった。</p>	第5条 第1号
2, 3	平成28年12月21日 (イズミヤ㈱及び ㈱牛肉商但馬屋)	<p>イズミヤ㈱及び㈱牛肉商但馬屋は、例えば、平成28年2月13日に、大阪府八尾市等の地域内に配布した新聞折り込みチラシにおいて、「土 13日限り」、「和牛専門店 但馬屋」、「■八尾店・広陵店は『兵庫産神戸牛・佐賀産和牛』」、「■神戸玉津店は『兵庫産神戸牛・神戸ワインビーフ』」、「今ついでに本体価格よりレジにて3割引」と記載することにより、あたかも、平成28年2月13日に対象商品を販売するかのように表示していたが、実際には、㈱牛肉商但馬屋は、大阪府八尾市所在のイズミヤスーパーセンター八尾店、神戸市西区所在のイズミヤスーパーセンター神戸玉津店及び奈良県北葛城郡広陵町所在のイズミヤスーパーセンター広陵店において、同日に販売するための神戸牛の仕入れは行っておらず、イズミヤ㈱及び㈱牛肉商但馬屋は、対象商品の全部について取引に応じることができないものであった。</p>	第5条 第3号 (おとり広告 告示)

一連 番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反 法条
4	平成29年2月2日 (株Xenaに対 する件)	<p>(株Xenaは、「VCソープ」と称する石鹸（以下4において「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成27年2月20日頃から同年11月20日頃までの間に配布した情報誌において、</p> <p>① 例えば、「※シミを『ビタミン洗顔』で洗い流しませんか?」、「長年の肌悩み、あきらめる前に!」等と記載することにより、あたかも、本件商品を使用することによって、シミを解消又は軽減することができるように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、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、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出したが、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であるとは認められないものであった。</p> <p>② 例えば、「期間限定! 2015年3/22(日)まで」、「今だけ! 半額!」と記載した上で、「初回半額1個990円(税別)」と記載することにより、あたかも、当該広告に記載した期限までに本件商品を初めて購入した場合に限り、通常価格の半額で購入することができるかのように示す表示をしていたが、実際には、平成27年2月20日頃から同年12月19日までの期間において、本件商品を初めて購入した場合に通常価格の半額で購入できることとしていた。</p>	第5条 第1号 及び 第2号 (第7 条第2 項適 用)
5	平成29年3月8日 (株布屋商店)	<p>(株布屋商店は、一般消費者に対して寝具等を販売するに当たり、同社が運営する「超'寝具店ヌノヤ」と称する店舗において、「ポップ」と称する店頭表示物（以下5において「ポップ」という。）又は「バーコード」と称する商品本体に貼付するシール（以下5において「バーコード」という。）に価格を記載するとともに、「割引札」と称する店頭表示物（以下5において「割引札」という。）に、「表示価格よりレジにて〇〇%割引」と記載し、ポップ又はバーコードと割引札を併せて掲示することにより、あたかも、ポップ又はバーコードに記載された価格は、当該店舗における通常の販売価格であり、当該価格から割引いて販売するかのように表示していた。</p> <p>実際には、ポップ又はバーコードに記載された価格は、同社が任意に設定したものであって、当該店舗において販売された実績のないものであった。</p>	第5条 第2号
6	平成29年3月24日 (株エネルギー・ コミュニケーションズ)	<p>(株エネルギー・コミュニケーションズは、「メガ・エッグ 光ネット [ホーム]」等と称する戸建住宅向け光回線インターネット接続サービスに「ギガ王」と称する複数年またがる契約に伴う割引を適用した役務等（以下6において「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成27年2月1日から同年5月31日までの間、「期間限定 今カラ割+今カラ割プラス 今がチャンス キャンペーン期間：平成27年2月1日(日)～平成27年5月31日(日) 月々最大800円割引」等と記載することにより、あたかも、下記の期間内において新規に本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、2年間にわたり毎月最大で800円の割引が適用されるかのように表示していたが、実際には、平成27年2月1日から平成28年9月30日までの期間において、新規に本件役務の提供を申し込んだ場合に、2年間にわたり毎月最大で800円の割引を実施していた。</p> <p>① 平成27年2月1日から同年5月31日までの間 ② 平成27年6月1日から同年9月30日までの間 ③ 平成27年10月1日から平成28年1月31日までの間 ④ 平成28年2月1日から同年5月20日までの間 ⑤ 平成28年5月21日から同年7月15日までの間</p>	第5条 第2号

## 第3 公正競争規約の認定

---

### 1 概要

平成29年3月末現在、104件（景品関係37件、表示関係67件）の公正競争規約が認定されている（附属資料6参照）。これらの公正競争規約に参加する事業者又は事業者団体により、公正競争規約の運用団体として公正取引協議会等が組織されているところ、公正取引協議会等は、公正競争規約の運用上必要な事項について、公正競争規約の定めるところにより、施行規則、運用基準等を設定している。公正取引委員会は、公正取引協議会等がこれらの施行規則等の設定・変更を行うに際しても、事業者間の公正な競争の確保等の観点から審査を行い、問題があれば指導を行っている。

### 2 公正競争規約の変更

平成28年度においては、景品表示法の改正に伴う変更の認定を一括して行ったマーガリン類の表示に関する公正競争規約ほか21規約の一部変更の認定（平成28年4月1日認定。平成28年公正取引委員会・消費者庁告示第1号）のほか、衛生検査所業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約の一部変更の認定（平成28年6月27日認定。平成28年公正取引委員会・消費者庁告示第2号）、釣竿の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（平成28年10月28日認定。平成28年公正取引委員会・消費者庁告示第11号）、即席めんの表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（平成29年3月16日認定。平成29年公正取引委員会・消費者庁告示第4号）等を行った。