

第13章 景品表示法に関する業務

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（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（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（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（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（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（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29年度において、消費者庁が措置命令を行った50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179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34件である（第1表及び第2表参照）。

また、平成29年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った19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1件（530万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、平成29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86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27件である。

第1表 平成29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	課徴金納付命令	
				件数	課徴金額
景品事件	0 (0)	8 (14)	8 (14)		
表示事件	6 (50)	26 (165)	32 (215)	1 (19)	530万円 (3億9153万円)
合計	6 (50)	34 (179)	40 (229)	1 (19)	530万円 (3億9153万円)

（注）（ ）内は消費者庁が行った措置件数の総数・課徴金の総額

第2表 平成29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29年5月12日 (コスモ石油販売 株)	<p>コスモ石油販売株は、自ら運営する「コスモ石油サービスステーション」と称する店舗のうち5店舗において自動車の車検サービス（以下1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、平成27年9月26日から平成28年11月19日までの間、新聞折り込みチラシにおいて、例えば、「2015年10月末日までに車検ご予約または実施されたお客様は 検査費用 通常検査費用14,040円 今がチャンス 8,640円」と記載することにより、あたかも、「通常検査費用」と称する価額は、当該チラシに記載の店舗において本件役務について通常提供している価格であり、記載の期限までに本件役務の提供を受けることを予約した又は受けた場合に限り、「検査費用」と称する価額で本件役務の提供を受けることができるかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常検査費用」と称する価額は、平成26年3月以降、当該チラシに記載の店舗において提供された実績のないものであり、平成27年9月26日から平成28年11月30日までの期間において、「検査費用」と称する価額で本件役務が提供されるものであった。</p>	第5条 第2号
2	平成29年6月8日 (株)ナイスリフォーム)	<p>(株)ナイスリフォームは、26種類の住宅リフォーム工事（以下2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、例えば、「シャワートイレ付節水トイレパック」と称する本件役務について、平成27年4月21日の新聞折り込みチラシにおいて、「当社通常価格12.2万円のところ9.5万円（税別）」と記載するなど、それぞれ、実際の提供価格に当該価格を上回る「当社通常価格」等と称する価額を併記することにより、あたかも、「当社通常価格」等と称する価額は、同社が本件役務について通常提供している価格であり、実際の提供価格が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示をしていた。</p> <p>実際には、「当社通常価格」等と称する価額は、同社が任意に設定したものであって、同社において提供された実績のないものであった。</p>	第5条 第2号
3	平成29年6月28日 (株)ビーライン)	<p>(株)ビーラインは、自ら運営する宮崎県及び熊本県に所在する店舗において自動車用タイヤ（以下3において「本件タイヤ」という。）を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 宮崎県内において、例えば、「BRIDGESTONE BRIDGESTONE K305 145R12 6P」と称する本件タイヤについて、平成28年4月8日の新聞に掲載した広告において、「当店通常価格より『新聞見ました』で最大半額！」と記載した上で、「通常1本価格3,400円が→50%OFF→1本価格1,700円+消費税」と、「1本価格」と称する実際の販売価格に当該価格を上回る「通常1本価格」と称する価額を併記することにより</p> <p>② 熊本県内において、例えば、「国内一流メーカー 145R 12 6P」と称する本件タイヤについて、平成28年7月15日の新聞の別刷広告において、「当店通常価格より『この広告を見た』で最大半額！」等と記載した上で、「通常1本価格3,400円が→50%OFF 1本価格1,700円+消費税」と、実際の販売価格に当該価格を上回る「通常1本価格」と称する価額を併記することにより</p> <p>あたかも、「通常1本価格」等と称する価額は、前記店舗において本件タイヤについて通常販売している価格であり、「1本価格」と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常1本価格」等と称する価額は、同社が任意に設定したものであって、前記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

一連 番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反 法条
4	平成29年9月29日 (ティーライフ 株)	<p>ティーライフ株は、「ダイエットプーアール茶」と称するポット用ティーバッグ35個入り及び4個入りの食品（以下4において、これらを併せて「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年5月18日から同年12月5日までの間及び同年12月7日から平成29年2月1日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「知らないうちにスタイルアップ↑に導く まったく新しいダイエット茶」、「苦しむことなくラクラクダイエットサポート!」、「いつもの飲み物をおいしいお茶に替える新習慣!」、「2大有用成分がラクラクダイエットを応援」、「長期間の醗酵によって緑茶の有用成分カテキンが『重合カテキン』や『没食子酸』にパワーアップ。ラクラクダイエットをサポートします。」と記載することにより、あたかも、普通の食生活における飲料を本件商品に替えることにより、本件商品に含まれる成分による痩身効果の促進作用が容易に得られ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、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とは認められないものであった。</p>	第5条 第1号 (第7 条第2 項適 用)
5	平成29年12月14日 (株SAKLIKIT)	<p>株SAKLIKIT は、「CC+ DOWN LEGGINGS (シーシープラス ダウンレギンス)」と称する下着（以下5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、遅くとも平成28年5月17日から平成29年4月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「何もしなくても24時間絶食状態!! 異常なスピードで体重が落ちる!! その威力はたった3日で-5kg減量! 7日後・・・-10kg 10日後・・・-14kg 21日後には下半身だけじゃない!? 全身の脂肪が痩せていく!! ↓↓↓」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「78kg⇒56kg!! 体重-22kg減!!」、「ただレギンスを履くだけで・・・①ミクロ単位の骨盤矯正 ↓↓↓ ②強制循環呼吸法 ↓↓↓ ③脂肪の無限∞燃焼 ↓↓↓ ④毒素の大量排出 この4step で 365日・・・脱ぎ捨てるまで痩身スパイラルが止まらない」、「14日以内に全身の脂肪を削ぎ落とす!! ≧14日間着用≪」と記載するとともに人の腹部を比較した画像を掲載した上で「体重64kg⇒43kg 体重-21kg 減 体脂肪率⇒驚異の9%」、「体型が激変した体験者は既に300名を超えています」と記載した上で「◎最低体重記録を更新しました! 柴田茜様 (29歳) 3週間着用」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「61kg⇒43kg ≧-18kg≪ 出産を期に15kg 太ってしまいました。5年くらい何をしても全く落ちなかったのに・・・CC+ダウンレギンスを履き始めたら、ここ数年の最低体重記録を更新しました。」などと記載することにより、あたかも、本件商品を着用するだけで、短期間で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>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、同社は当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p>	第5条 第1号 (第7 条第2 項適 用)

一連番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反法条
6	平成30年3月27日 (生活協同組合連 合会グリーンコー プ連合)	<p>生活協同組合連合会グリーンコープ連合は、14種類のウインナーソーセージ（以下6において「本件ウインナーソーセージ」という。）を、会員生協を通じて会員生協の組合員である一般消費者に販売するに当たり、平成28年6月13日から平成29年3月18日までの間、「GREEN」と称するカタログ（以下6において「GREEN」という。）において、例えば、平成28年6月13日から同月18日までの間に配布された GREEN において、「ハム・ソーセージも 原料は産直豚100%！ 添加物に頼らず、素材の良さをいかしています。保存料・着色料・添加物・化学調味料など不使用。」及び「今週のお・す・す・め！ グリーンコープのハム・ソーセージには化学的な合成添加物は一切使っていません。」と記載するなど、配布された GREEN において、あたかも、本件ウインナーソーセージは、化学的な合成添加物を一切使用せずに製造されたものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件ウインナーソーセージに使用された羊腸は、化学的な合成添加物であるリン酸三ナトリウム溶液に漬けて加工されたものであった。</p>	第5条 第1号

第3表 平成29年度に消費者庁により課徴金納付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	命令日 (事業者名)	事件概要	課徴金額
1	平成30年3月23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、自らが供給する「メガ・エッグ 光ネット [ホーム]」又は「メガ・エッグ for BB 東広島 [ホーム]」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」と称する複数年にまたがる契約に伴う割引を適用した役務（以下1において「メガ・エッグ光ネットホーム」という。）の取引について、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年4月1日から同年5月20日までの間、「今カラ割と今カラ割プラスで月額料金を最大2年間800円割引！ 3年間で最大22,800円もオトク！」「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：2016年2月1（月）～5月20日（金） 月々最大800円割引 ギガ王 3年契約（ファミリーコース）の場合」等と記載することにより、あたかも、当該期間内において新規にメガ・エッグ光ネットホーム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な表示を行っていた。</p> <p>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、新規にメガ・エッグ光ネットホーム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>	530万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

平成30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29年度においては、ナチュラルチーズ、プロセスチーズ及びチーズフード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9月20日認定。平成29年公正取引委員会・消費者庁告示第5号）のほか、削りぶし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9月20日認定。平成29年公正取引委員会・消費者庁告示第6号）、飲用乳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12月13日認定。平成29年公正取引委員会・消費者庁告示第7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30年2月5日認定。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第1号）等を行った。