

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を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、消費者庁長官は、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%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、消費者庁長官は、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、消費者庁長官は、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30年度において、消費者庁が措置命令を行った46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216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53件である（第1表及び第2表参照）。

また、平成30年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った20件（5億801万円）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2件（1568万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、平成30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90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44件である。

第1表 平成30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
表示事件	6 (46)	44 (193)	50 (239)	2 (20)	1568万円 (5億801万円)
景品事件	0 (0)	9 (23)	9 (23)		
合計	6 (46)	53 (216)	59 (262)	2 (20)	1568万円 (5億801万円)

（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30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30年5月15日 (農事組合法人石垣島海のもの山のもの生産組合)	農事組合法人石垣島海のもの山のもの生産組合は、「ヒバーチ20g」等と称する商品4商品（以下1において「本件商品」という。）について、遅くとも平成25年11月15日から平成29年11月9日までの間、自らが運営するウェブサイトにおいて、「石垣島海のもの山のもの生産組合は、青果や商品を通じて石垣島の食材や食文化を全国へお届けしています。」「甘い香りの島胡椒。」「八重山、世界でも希少種の甘い香りの島胡椒。（八重山を代表するスパイス）」「マンゲー山の麓で獲れた素材。」「『ヒバーチ』とは島のコショウという意味で、古くから石垣島で自生しています。」と記載するなど、あたかも、本件商品の原材料は、石垣島産のものであるかのように示す表示をしていた。 実際には本件商品の原材料は、それぞれ、大部分が外国産のものであった。	第5条 第1号
2	平成30年9月4日 (株麒麟堂)	(株)麒麟堂は、「グラリスゴールド」と称する食品（以下2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27年5月1日から平成28年12月22日までの間、本件商品取扱店舗（66店舗）の店頭表示物において、太った人物が腹部を掴んでいるイラスト、細身の人物がサイズの大きなズボンを掴んでいるイラスト及び人物が腹部を指差している画像と共に、「挑戦者続出」、「食べるの大好き&運動嫌い」、「でも燃えた!!」、「脂肪を減らしながら基礎代謝を上げる だからリバウンドしにくい」、「①脂肪分解酵素を分解 ②脂肪燃焼力を大幅 UP ③脂肪合成酵素を徹底抑制 + さらに④還元型 CoQ10で燃焼力 UP↑」及び「脂肪の消費を大幅 UP」と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、体脂肪の分解、燃焼及び合成抑制による、外見上身体の変化を認識するまでの痩身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。	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
3	平成30年10月18日 (株)ジャパネット たかた)	<p>(株)ジャパネットたかたは、</p> <p>① エアコン4商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「シャープ エアコン【G-TD シリーズ】(AY-G22TD)」と称するエアコンについて、平成29年5月19日に配布した会員カタログにおいて、「ジャパネット通常税抜価格 79,800円」、「2万円引き」、「さらに！会員様限定2,000円値引き」及び「値引き後価格 会員様特価 57,800円」と記載することにより、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において通常販売している価格であり、「値引き後価格」等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、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において、最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。</p> <p>② テレビ1商品を一般消費者に販売するに当たり、平成29年7月24日に配布したダイレクトメールにおいて、「会員様限定 3万円値引き」、「ジャパネット通常税抜価格 79,800円」及び「値引き後価格 会員様特価 109,800円」と記載することにより、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」と称する価額は、同社において通常販売している価格であり、「値引き後価格 会員様特価」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、「ジャパネット通常税抜価格」と称する価額は、同社において、最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。</p>	第5条 第2号
4	平成31年1月17日 (株)はびねすくらぶ)	<p>(株)はびねすくらぶは、「酵母と酵素 de さらスルー」と称するカプセル状93粒入りの健康食品（以下4において「93粒入り」という。）及び「酵母と酵素 de さらスルー」と称するカプセル状42粒入りの健康食品の各商品（以下4においてこれらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、93粒入りについて、遅くとも平成25年10月1日から平成29年8月3日までの間、「酵素※1 酵母 乳酸菌の発酵パワーでダイエット！」、食事の画像と共に、「食べることが大好きなあなたへ！」、「『酵母と酵素 de さらスルー』は、生きた酵素と酵母、乳酸菌、さらに白キクラゲ由来のエイドライフリーWJ をたっぷり配合した新しいダイエットサプリ。」等と記載するなど、あたかも、本件2商品を摂取するだけで、特段の食事制限をすることなく、本件2商品に含まれる成分の作用により、容易に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、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、同社は、期間内に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>	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
5	平成31年3月6日 (株)ライフサポート)	<p>(株)ライフサポートは、7種類のおせち料理（以下5において「本件7商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「快適生活オンライン」と称する自社ウェブサイト及び「Yahoo!ショッピング」と称するウェブサイト開設した「快適生活オンライン Yahoo!店」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、「豪華三段重『和洋ファミリーおせち』鶴寿」と称する商品について、平成29年12月1日から同月13日までの間、「数量限定 歳末特別価格！ 年末のおせちお急ぎください！ なくなり次第終了！ 通常価格28,800円（税別） ↓↓↓ 残りわずか！！ 今なら！！8,000円お値引き 歳末特別価格20,800円 税別」と記載するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、同社において本件7商品について通常販売している価格であり、「歳末特別価格」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、「通常価格」と称する価額は、同社において本件7商品について最近相当期間にわたっ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31年3月29日 (株)アルトルイズム)	<p>(株)アルトルイズムは、「黒フサ習慣 ブラックマックス S」と称する食品（以下6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30年4月9日から同年10月23日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、黒髪の人物の写真と共に、「白髪染めはしたくない！」、「ロマンスグレーはまだ早い！」、「艶のある漆黒に憧れる世代の方に!!」及び「さあ！“黒活”をスタートしましょう！」等と記載するなど、あたかも、本件商品を摂取することで、白髪が艶のある黒髪となる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、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、同社は、期間内に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>	第5条 第1号 (第7 条第2 項適 用)

第3表 平成30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10月5日 (株)サクリキティ (株SAKLIKITI)	<p>(株)SAKLIKITI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1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、</p> <p>「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!!」</p> <p>「ただレギンスを履くだけで・・・①マイ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」</p> <p>「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%」</p> <p>「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。」</p> <p>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、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、同社は当該期間内に資料を提出しなかった。</p>	255万円
2	平成31年3月22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個入りの食品及び4個入りの食品(以下2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、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年5月18日から同年12月5日までの間、</p> <p>「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、</p> <p>「苦しむことなくラクラクダイエットサポート!」、</p> <p>「いつもの飲み物をおいしいお茶に替える新習慣!」、</p> <p>「2大有用成分がラクラクダイエットを応援」、</p> <p>「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。」</p> <p>などと記載することにより、あたかも、普段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、期限を定めて、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、同社は、当該期間内に資料を提出しなかった。</p>	1313万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

平成31年3月末現在、101件（景品関係37件、表示関係64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30年度においては、食酢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5月7日認定。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第5号）のほか、レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒー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5月11日認定。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第6号）、ピアノ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6月6日認定。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第7号）、電子鍵盤楽器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6月6日認定。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第8号）等を行った。

3 公正競争規約の廃止

平成30年度においては、3件の公正競争規約（合成レモンの表示に関する公正競争規約〔平成30年8月1日廃止。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第11号〕、食品のりの表示に関する公正競争規約〔平成30年9月30日廃止。平成31年公正取引委員会・消費者庁告示第1号〕、殺菌乳酸菌飲料の表示に関する公正競争規約〔平成30年11月30日廃止。平成30年公正取引委員会・消費者庁告示第17号〕）が廃止された。