

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、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。

令和元年度において、消費者庁が措置命令を行った40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8件であり、消費者庁が指導を行った205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55件である（第1表及び第2表参照）。

また、令和元年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った17件（4億6559万円）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3件（3725万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、令和元年度において、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96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 令和元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	8 (40)	47 (188)	55 (228)	3 (17)	3725万円 (4億6559万円)
景品事件	0 (0)	8 (17)	8 (17)		
合計	8 (40)	55 (205)	63 (245)	3 (17)	3725万円 (4億6559万円)

（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 令和元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31年4月16日 (㈱ロイヤルダイニング)	<p>㈱ロイヤルダイニングは、</p> <p>① 「焼肉レストラン ROINS 沖縄」と称する店舗（以下1において「ROINS 沖縄」という。）において提供する「タン」と称する部位を使用した料理（以下1において「タン」という。）及び「ハラミ」と称する部位を使用した料理（以下1において「ハラミ」という。）並びにこれら料理を含む盛り合わせ又はコース料理の各料理を一般消費者に提供するに当たり、当該店舗に係る自社ウェブサイトにおいて、平成25年3月21日から平成30年12月20日までの間、「沖縄県産の食材と日本全国選りすぐりの黒毛和牛専門店」及び「『心のこもったお料理を』をモットーに■■■■料理長が厳選した黒毛和牛のみを使用した、ROINS 自慢の新鮮でクオリティの高い料理をお楽しみください。」と記載するとともに、「【厚切りの黒毛和牛を使用した上タン塩】お客様が必ず驚く当店の上タン塩は、黒毛和牛の舌を丸ごと一本使用仕入れております。」等と記載するなど、あたかも、対象料理には、黒毛和牛の部位を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 「焼肉レストラン ROINS 東大和」と称する店舗（以下1において「ROINS 東大和」という。）において提供するタン、ハラミ及び「シマチョウ」と称する部位を使用した料理（以下1において「シマチョウ」という。）並びにこれら料理を含む盛り合わせ、セット又はコース料理の各料理を一般消費者に提供するに当たり、当該店舗に係る自社ウェブサイトにおいて、平成26年11月26日から平成30年12月6日までの間、「上質な黒毛和牛専門の一軒家焼肉レストラン♪」及び「ディナーは、個室でご家族・友人とまわりを気にせず楽しめるアットホームな黒毛和牛焼肉♪」等と記載するなど、あたかも、対象料理には、黒毛和牛の部位を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には ROINS 沖縄において提供するタンには外国産牛のものを、ハラミの大部分には外国産牛のものを使用しており、ROINS 東大和において提供するタン、ハラミ及びシマチョウには外国産牛のものを使用していた。</p>	第5条 第1号
2	平成31年4月26日 (㈱BLI)	<p>㈱BLI は、「RIDDEX PLUS」と称する商品（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、平成29年7月5日から平成30年2月26日までの間、「楽天市場」と称するウェブサイト開設した「BLI-Shop」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、本件商品の写真及び弱っているゴキブリのイラストと共に、「あれ！？ゴキブリどこいった？？」、「正規品 シリアルナンバー付 RIDDEX PLUS 総合害虫駆除」及び「部屋からゴキブリ消える！」と記載するなど、あたかも、本件商品を設置するだけで、ゴキブリやヒアリ等を建物から駆除することができ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。</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
3	令和元年6月28日 (ふるさと和漢堂 (株))	<p>ふるさと和漢堂(株)は、「ドクター・フトレマックス」と称する食品（以下3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29年8月27日から令和元年6月21日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成29年8月27日から平成30年1月23日までの間、「長年のコンプレックスだったガリガリ体型を約2ヶ月で克服!」、「太る専用プロテイン!」等と表示するなど、あたかも、食物の栄養素を十分に吸収できない者であっても、本件商品を摂取することにより、約2か月で、外見上身体の変化を認識できるまでの体重の増量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。</p>	第5条 第1号 (第7 条第2 項適 用)
4	令和元年7月8日 (株)サンブラザ)	<p>(株)サンブラザは、同社が運営する29店舗において供給するパンの各商品（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、</p> <p>① 例えば、平成29年7月1日に大阪府及び奈良県内に配布された日刊新聞紙に折り込んだ富田林店等に係るチラシにおいて、「菓子パン・食パン全品 メーカー希望小売価格より 3割引」と表示するなど、あたかも、本件商品にはメーカー希望小売価格が設定されており、本件商品を当該メーカー希望小売価格から3割割り引いて販売するかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品についてメーカー希望小売価格は設定されていなかった。</p> <p>② 本件商品のうち「神戸屋 スマイルモーニング 4枚切」と称する食パン等の各商品（以下4において、これらを併せて「本件食パン」という。）について、例えば、三国ヶ丘東店において、「神戸屋 スマイルモーニング 4枚切」と称する食パンについて、「パン3割引の日 神戸屋 スマイルモーニング 表示価格は3割引後の価格です 通常価格125円を 4枚切 本体価格88円」と表示するなど、あたかも、「通常価格」と称する価額は、当該店舗において本件食パンについて通常販売している価格であり、本件食パンを当該通常販売している価格から3割割り引いて販売する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、当該店舗において本件食パンにつ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
5	令和元年8月7日 (株) ブルースター)	<p>(株)ブルースターは、「ブルースター」と称する11店舗において29品目のクリーニングサービスを一般消費者に提供するに当たり、</p> <p>① 例えば、平成28年4月25日に配布された日刊新聞紙に折り込んだザ・ビッグ浪岡店等におけるセール企画に係るチラシにおいて、「ジャンパー」と称する品目のクリーニングサービスについて、「[通常]600円[※][撥水加工]500円=1,100円～」及び「撥水加工料込み！！ 550円～」と表示するなど、実際の提供価格に比較対照価格を併記することにより、あたかも、比較対照価格は、当該チラシに記載の店舗にお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していた。</p> <p>実際には、比較対照価格は、当該チラシに記載の店舗において最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>② 例えば、平成28年6月6日に配布された日刊新聞紙に折り込んだザ・ビッグ浪岡店等におけるセール企画に係るチラシにおいて、「ダウンジャケット」と称する品目のクリーニングサービスについて、「ダウンオール半額」及び「ダウンジャケット 900円」と表示するなど、あたかも当該チラシに記載の店舗において通常提供している価格から半額又は30パーセント割引いて提供するかのように表示していた。</p> <p>実際には、半額という割引額又は30パーセントという割引率の算出の基礎となる価格は、当該チラシに記載の店舗において最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p>	第5条 第2号
6	令和元年10月16日 (株)プラスワン)	<p>(株)プラスワンは、同社が運営する「からあげ専門店こがね」と称する店舗において供給する鶏の「もも」と称する部位（以下6において「鶏もも肉」という。）を使用した唐揚げ及び当該唐揚げを含む商品の各商品（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、例えば、塚本店の看板において、平成28年2月1日以降、「からあげ専門店 こがね」及び「国産若鶏使用 絶品あげたて」と表示するなど、あたかも、本件商品には、国産の鶏もも肉を使用しているかのように示す表示をしている又は表示をしていた。</p> <p>実際には全て、ほとんど全て又は3割程度、外国産の鶏もも肉を使用している。</p>	第5条 第1号
7	令和2年3月17日 (株)あすなろわかさ)	<p>(株)あすなろわかさは、「黒椿」と称する食品（以下7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、令和元年7月4日、同月5日及び同月8日に、自社ウェブサイトにおいて、例えば、本件商品の容器包装及び黒髪の人物の写真と共に、「黒々艶やかな髪本来の美しさを取り戻す 黒椿 -KURUTUBAKI- 黒ゴマ、黒ウコン、亜鉛、ビオチンなどの黒々艶やかな天然成分をたっぷり使ったサプリメントです。あなたの髪本来の、若々しくて美しい黒髪を取り戻します。市販の白髪染めや美容院で染めるのが面倒な方にオススメです。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取することで、白髪が黒髪に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。</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
8	令和2年3月30日 (山崎製パン(株))	<p>山崎製パン(株)は、「バター香るもちりとした食パン」と称する3枚切りの食パン、5枚切りの食パン及び6枚切りの食パンの各商品（同社札幌工場において製造したもの。以下8において、これらを併せて「本件3商品」という。）を、(株)ファミリーマートが北海道内において運営する「ファミリーマート」と称するコンビニエンスストア又は同社とフランチャイズ契約を締結する事業者が北海道内において経営する「ファミリーマート」と称するコンビニエンスストアを通じて、一般消費者に供給するに当たり、同社と共同して容器包装の表示内容を決定し、平成30年11月18日から令和元年10月17日までの間、「バター香るもちりとした食パン」と表示するとともに、原材料名欄に「バター」及び「もち米粉」と表示することにより、あたかも、本件3商品には、原材料にバター及びもち米粉を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件3商品には、原材料にバター及びもち米粉を使用していなかった。</p> <p>(注) 消費者庁は、同日、(株)ファミリーマートに対しても措置命令を行った。</p>	第5条 第1号

第3表 令和元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	令和元年6月26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1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（以下1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、93粒入りについて、平成28年4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。</p>	1581万円
2	令和元年6月26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、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。</p>	839万円
3	令和2年3月6日 (ふるさと和漢堂(株))	<p>ふるさと和漢堂(株)は、「ドクター・フトレマックス」と称する食品（以下3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29年8月27日から令和元年6月21日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成29年8月27日から平成30年1月23日までの間、「長年のコンプレックスだったガリガリ体型を約2ヶ月で克服!」、「太る専用プロテイン!」等と表示するなど、あたかも、食物の栄養素を十分に吸収できない者であっても、本件商品を摂取することにより、約2か月で、外見上身体の変化を認識できるまでの体重の増量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。</p>	1305万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

令和2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

令和元年度においては、凍り豆腐製造業における景品類の提供の制限及び凍り豆腐の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（平成31年4月9日認定。平成31年公正取引委員会・消費者庁告示第7号）のほか、はちみつ類の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和元年5月15日認定。令和元年公正取引委員会・消費者庁告示第1号）、食用塩の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和元年6月7日認定。令和元年公正取引委員会・消費者庁告示第2号）、果実飲料等の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和元年6月14日認定。令和元年公正取引委員会・消費者庁告示第3号）等を行った。