

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。

1 景品表示法違反被疑事件の調査

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）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）。

公正取引委員会は、消費者庁長官から景品表示法違反被疑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。

調査の結果、景品表示法の規定に違反する行為があるときは、消費者庁長官は措置命令を行う（第7条第1項）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。

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（第8条第1項）。

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）。

（注）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。

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、協定又は規約を締結し、又は設定することができる。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 景品表示法違反被疑事件の処理状況

令和2年度において、消費者庁が措置命令を行った33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5件であり、消費者庁が指導を行った176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、令和2年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った15件（11億7238万円）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1件（5180万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、令和2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109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30件である。

第1表 令和2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	5 (33)	31 (166)	36 (199)	1 (15)	5180万円 (11億7238万円)
景品事件	0 (0)	3 (10)	3 (10)		
合計	5 (33)	34 (176)	39 (209)	1 (15)	5180万円 (11億7238万円)

(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2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	令和2年6月26日 (㈲ファミリア薬品)	(㈲ファミリア薬品は、「朱の実」と称する商品（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 ① 平成30年8月28日、平成31年1月16日及び令和元年7月1日に、自社ウェブサイトにおいて、「年齢のせいにしていた、そのシミ… 老斑ろうはんが消えた！？」、「そして…今すでに出来ているシミを薄くする。」等と表示するなど ② 例えば、平成29年6月24日に配布された「いただきます！」と称する情報紙に掲載した広告において、顔にシミのある人物の画像と共に、「目尻や頬のおばあちゃんジミが消えた…！？」、「エッ？洗顔で老斑やシミが薄くなる？」及び「濃く、落ちにくい60代以上のシミ（老斑）に劇的実感力！」等と表示するなど あたかも、本件商品を使用することで、シミを消す又は薄くすることができ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)
2	令和2年12月22日 サルデーラボ (Salute. Lab(株))	Salute. Lab(株)は、「イオニアカード 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、自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年7月16日に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」と記載のあるウェブページにおいて、本件商品の画像と共に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」、「スギ花粉 84.5%除去」及び円グラフの画像、「ヒノキ花粉 77.6%除去」及び円グラフの画像、並びに「PM2.5 90.1%除去」及び円グラフの画像、「カードを身につけるだけで空気のトラブルからあなたを守る」、「花粉」、「アレル物質」、「ウイルス」、「PM2.5」、「タバコのニオイ」及び「これらは、ぜんそくや鼻水・鼻詰まり、目のかゆみなどの原因に。インフルエンザには、二次感染のリスクもあります。『イオニアカード』は、そんな“空気のトラブル”からイオンの力であなたを守ります。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を身につければ、本件商品から発生するイオンの作用により、本件商品から半径1.5メートルから2メートル程度又は半径1.5メートル程度の身の回りの空間における花粉及びPM2.5を除去し、本件商品を身につけた者にウイルス、菌等を寄せ付けない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	令和3年3月23日 (ティーライフ ㈱)	ティーライフ㈱は、「メタボメ茶」と称するポット用ティーバッグ30個入りの食品（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、例えば、平成30年4月3日ないし同月7日、同月9日及び同月10日に配布された㈱ペルーナが通信販売の方法により販売する商品に同梱して配布した冊子において、「中年太り解決読本」と題し、体型が異なる2名の人物のイラストと共に、「もう一度、あの頃のスリムな私に!」、飲料の入ったティーカップの画像と共に、「漫画でわかる! 日本一*売れている中年太りサポート茶とは!？」及び「2年半で-43kg!! その方法を公開中!」、並びに飲料を飲む様子の複数の人物のイラストと共に、「スリムも!健康も!自信も!家族の絆も!取り戻す これはあなたの物語です。」「健康にうれしい成分が桁違い! 雲南省ハニ族のプーアール茶」、並びにダイエットプーアール茶の茶葉における重合カテキンの含有量を示すグラフ及びダイエットプーアール茶と緑茶における没食子酸の含有量の割合を比較して示すグラフと共に、「お茶のルーツでもある中国雲南省の少数山岳民族であるハニ族が栽培する特別なプーアール茶。その茶葉には、とってもうれしい“重合カテキン”や“没食子酸”などが存在することがわかりました。」、並びに「他にはない中年太りのためのブレンドだから!」、体験談として、人物の前後比較の画像と共に、「メタボメ茶を飲む前の■■■■さん」、「96kg▶53kg -43kg減」及び「4ヶ月で5kg減! 2年半で43kg減!! ■■■■さん153cm」、並びに飲料の入ったコップを手にする人物の画像と共に、「全然大変じゃありませんでした!」等と表示するなど、あたかも、本件商品を摂取することにより、本件商品に含まれる成分の作用による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。 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)
4	令和3年3月30日 (高知県農業協同 組合)	高知県農業協同組合は、「特別栽培米 仁井田米」と称する内容量30kgの袋詰玄米及び内容量5kgの袋詰精米、「特別栽培米 仁井田米 にこまる」と称する内容量10kgの袋詰玄米並びに「特別栽培米 仁井田米 香米入り」と称する内容量5kgの袋詰精米の各商品（以下4において、これらを併せて「本件4商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「特別栽培米 仁井田米」と称する内容量30kgの袋詰玄米について、令和元年11月8日頃から令和2年10月20日までの間、当該商品の容器包装において、「特別栽培米」、「農林水産省新ガイドラインによる表示」欄に「特別栽培米」及び「節減対象農薬：当地比5割減 化学肥料（窒素成分）：当地比5割減」並びに「農薬・化学肥料を高知県慣行栽培より50%以下に抑えたお米です」と表示するなど、あたかも、本件4商品には、農林水産省のガイドラインにのっとった、その生産地の一般的な栽培方法に比して使用する農薬及び化学肥料を5割減らした栽培方法により生産された特別栽培米が使用されているかのように示す表示をしていた。 実際には、本件4商品には、その全部又は一部について、農林水産省が定める「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン」（平成4年10月1日4食流第3889号）にのっとった栽培方法により生産された特別栽培米ではなく、高知県内における一般的な栽培方法により生産された慣行栽培米（高知県知事が策定した「高知県農作物栽培慣行基準」〔平成29年6月28日策定〕の水準で生産された米をいう。）が使用されていた。	第5条 第1号

一連 番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反 法条
5	令和3年3月31日 (株GSD)	(株GSDは、「GSD-208」と称する型式の「ION MEDIC O-RELA」と称する商品（以下5において「オーリラ208」という。）及び「GSD-209N」と称する型式の「ION MEDIC O-RELA」と称する商品（以下5において「オーリラ209N」という。）の各商品（以下5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、 ① 平成31年4月1日から令和2年2月29日までの間に配布したパンフレットにおいて、「空気中に浮遊するウィルス・菌・ダニの死骸やフンなどのアレル物質を分解し不活性化！」と表示するなど、あたかも、本件2商品を使用すれば、本件2商品によって発生するマイナスイオンの作用により、オーリラ208は50畳の空間、オーリラ209Nは20畳から30畳の空間において、空気中に浮遊するウィルス、菌、ダニの死骸やフンなどのアレル物質を分解し不活性化する効果、浮遊するインフルエンザウィルスを99.9%除去する効果、浮遊するカビ菌の分解、除去及び付着したカビ菌の成長の抑制をする効果、並びに衣類等の付着臭を分解、除去する効果が得られるかのように示す表示をしていた。 ② 「ION MEDIC O-RELA」と称する自社ウェブサイトにおいて、令和2年2月14日に、「インフルエンザウィルス・ノロウィルスに効果絶大!」、「新型コロナウイルスについて、皆さんはどのような予防策をご存知ですか?」、「マイナスイオンは、空気中に浮遊したウィルスを包み込み、分解して活動を『不活性化』します!」と表示するなど、あたかも、オーリラ208のマイナスイオンの発生量は2000万個/cm³以上、オーリラ209Nのマイナスイオンの発生量は1000万個/cm³以上であって、本件2商品を使用すれば、本件2商品によって発生するマイナスイオンの作用により、オーリラ208は50畳の空間、オーリラ209Nは20畳から30畳の空間において、PM2.5、花粉、黄砂等を分解する効果、黄色ブドウ球菌、腸炎ビブリオ菌、サルモネラ菌及びレジオネラ菌を不活性化する効果、ウィルス感染を予防する効果、浮遊するインフルエンザウィルスを99.9%除去する効果、脱臭効果、並びに新型コロナウイルス感染を予防する効果が得られるかのように示す表示をしていた。 ③ 「Ameba」と称するウェブサイトにおける「PockyBear」と称する自社ブログにおいて、令和2年2月14日に、「今一番欲しい一台 話題のマイナスイオン発生器 新型コロナウイルスにも有効」と表示するなど、あたかも、本件2商品を使用すれば、本件2商品によって発生するマイナスイオンの作用により、新型コロナウイルスを不活性化する効果、空気中に浮遊するウィルス、菌、ダニの死骸やフンなどのアレル物質を分解し不活性化する効果、及び浮遊するインフルエンザウィルスを99.9%除去する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)

第3表 令和2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2年12月23日 (株)ジャパネット たかた	(株)ジャパネットたかたは、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、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」、「2万円値引き」、「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」と記載するなど、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社においてエアコン4商品につ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。 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、エアコン4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。	5180万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

令和3年3月末現在、102件（景品関係37件、表示関係65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 新たに認定した公正競争規約

特定保健用食品の表示に関する公正競争規約の新設の認定を行った（令和2年6月9日認定。令和2年公正取引委員会・消費者庁告示第4号）。

3 公正競争規約の変更

令和2年度においては、アイスクリーム類及び氷菓の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和2年6月23日認定。令和2年公正取引委員会・消費者庁告示第5号）のほか、もろみ酢の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和2年9月8日認定。令和2年公正取引委員会・消費者庁告示第6号）、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2年9月8日認定。令和2年公正取引委員会・消費者庁告示第7号）を行った。