

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3年度において、消費者庁が措置命令を行った41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12件であり、消費者庁が指導を行った172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46件である（第1表及び第2表参照）。

また、令和3年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った15件（4億8484万円）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4件（2916万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、令和3年度において、景品表示法第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102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32件である。

第1表 令和3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	12 (41)	41 (158)	53 (199)	4 (15)	2916万円 (4億8484万円)
景品事件	0 (0)	5 (14)	5 (14)		
合計	12 (41)	46 (172)	58 (213)	4 (15)	2916万円 (4億8484万円)

(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3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3年6月3日 (株)ハウワイに対する件)	(株)ハウワイは、「エターナルアイラッシュ」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年7月6日から同月10日までの間、同月13日から同月17日までの間及び同月21日に、自社ウェブサイトにおいて、人物のまつ毛の長さの比較画像と共に、「2週間でまつ毛が伸びる↑『エターナルアイラッシュ』の効果がすごすぎる」及び「たった2週間でこんなにまつ毛が伸びてきた」等と表示するなど、あたかも、本件商品を使用するだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、著しいまつ毛の育毛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)
2	令和3年6月3日 (株)ハウワイに対する件)	(株)ハウワイは、「重ね発酵ハーブ茶」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年7月6日から同月10日までの間、同月13日から同月17日までの間及び同月21日に、自社ウェブサイトにおいて、人物の上半身及び本件商品の画像と共に、「飲むだけ 無理せずー10kg ダイエット」、「減量アプローチ」、「カロリーブロック」、「するっとお通じ」及び「いつもの食事と一緒に飲むだけ重ね発酵ハーブ茶」等と表示するなど、あたかも、普段摂取している飲料を本件商品に替えるだけで、本件商品に含まれる成分の作用により、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。 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)
3	令和3年6月11日 (株)ブプレひまわり)	(株)ブプレひまわりは、自社が運営する17店舗において「ウイルオフ ストラップタイプ」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和2年9月13日から同年12月15日までの間、店舗における店頭 POP において、「様々な使用シーンに合わせて開発した除菌剤」、「ウイルオフ」、「【ストラップ式】消費者庁公認の首掛け式ウイルス除去剤 お出かけ先でのパーソナル空間のウイルス除去・除菌に。」並びに本件商品を首から掛けている人物の画像と共に、「オフィス」及び「外出時」と表示することにより、あたかも、本件商品を身に着けることで、オフィスや外出時などの様々な使用シーンにおいて、身の回りの空間のウイルスを除去又は除菌できる効果が得られ、当該効果を消費者庁が公認してい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
4	令和3年6月17日 (㈱アップドラフト)	㈱アップドラフトは、「滝風イオンメディック」と称する商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり ① 令和元年5月1日から同年9月30日までの間に配布したカタログにおいて、あたかも、本件商品は2400万 ions/cc以上のマイナスイオンを発生させ、本件商品を使用すれば、本件商品によって発生するマイナスイオンの作用により、6畳から最大80畳までの空間において、浮遊するインフルエンザウイルスを除去及び付着するインフルエンザウイルスを不活化する効果、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除菌する効果、アレルギー物質、浮遊ウイルスを分解、除去する効果並びに衣類の付着臭を分解、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 「Ameba」と称するウェブサイトにおける「滝風イオンメディック」と称する自社ブログにおいて a 令和元年11月21日に、あたかも、本件商品は2400万 ions/ccのマイナスイオンを発生させ、本件商品を使用すれば、白血球が大きくなって、免疫力が高くなる効果が得られるかのように示す表示をしていた。 b 令和元年11月27日に、あたかも、本件商品は2400万 ions/ccのマイナスイオンを発生させ、本件商品を使用すれば、本件商品によって発生するマイナスイオンの作用により、最大80畳までの空間において、付着臭等を消臭する効果、血圧を下げる効果、電磁波を除去する効果、血流を促進する効果、活性酸素を除去する効果、関節炎を改善する効果、糖尿病を改善する効果、慢性肝炎を改善する効果、慢性腎不全を改善する効果及び動脈硬化症を改善する効果が得られるかのように示す表示をしていた。 c 令和元年12月11日に、あたかも、本件商品を使用すれば、室内に浮遊する花粉を吸着、除去する効果並びに花粉症による涙目、かゆみ、鼻水及びくしゃみを解消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)
5	令和3年8月31日 (タイガー魔法瓶 (株))	タイガー魔法瓶(株)は、「PCK-A080」と称する電気ケトル（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、地上波放送を通じて放送したテレビコマーシャル及び自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年10月10日から同月26日までの間、同年11月2日、同月9日、同月16日、同月23日及び同月30日に、地上波放送を通じて放送したテレビコマーシャルにおいて、本件商品を持ち運んでいる人物がつまづいて本件商品をソファ上に落として転倒させる映像及びソファ上に転倒した本件商品から液体がこぼれない映像と共に、「もしものとき、熱湯がこぼれないように、設計しています。」との音声並びにテーブル上に転倒した本件商品から液体がこぼれない映像と共に、「安全最優先」及び「01 転倒お湯もれ防止」との文字の映像等を表示するなど、あたかも、本件商品が転倒しても本件商品からお湯がこぼれないかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品が転倒したときは、本件商品の構造上、本件商品からお湯がこぼれる場合があるものであった。	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
6	令和3年12月14日 (カーズショップ 松山こと高畑正志)	カーズショップ松山こと高畑正志は、15台の中古自動車（以下「本件15商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「Mj ネット」及び「カーセンサー」と称する全国の中古自動車情報を掲載しているウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）において、 ① 本件15商品について、本件ウェブサイトのうち当該中古自動車に係る情報を掲載する各ウェブページにおいて、「修復歴 なし」と表示することにより、あたかも、本件15商品は、車体の骨格部分に損傷が生じたことのない中古自動車であるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件15商品は、車体の骨格部分に損傷が生じたことのある中古自動車であった。 ② 本件15商品のうち3台の中古自動車（以下「本件3商品」という。）について、本件ウェブサイトのうち当該中古自動車に係る情報を掲載する各ウェブページにおいて、走行距離数をそれぞれ「78,700km」、「59,700km」、「73,000km」等と表示することにより、あたかも、本件3商品の走行距離が当該数値のとおりであるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件3商品の走行距離はそれぞれ「96,758km」、「70,379km」、「77,465km」であり、本件3商品の実際の走行距離数よりも過少であった。	第5条 第1号
7	令和3年12月16日 (㈲菊池商事)	㈲菊池商事は、レギュラーガソリン、ハイオクガソリン及び軽油を一般消費者に販売するに当たり、例えば、令和3年5月31日に「セルフプレミアム」と称するガソリンスタンドの看板において、「レギュラー129」、「ハイオク139」及び「軽油109」と価格を表示するなど、あたかも、表示の価格が消費税を含めた価格（以下「税込価格」という。）であるかのように表示していた。 実際には、表示の価格は消費税を含まない価格であって、税込価格ではなかった。	第5条 第2号
8	令和3年12月16日 (㈱ブレイズ)	㈱ブレイズは、レギュラーガソリン、ハイオクガソリン及び軽油を一般消費者に販売するに当たり、令和3年10月10日に「糸島セルフサービスステーション」と称するガソリンスタンドの看板において、「ハイオク148」、「レギュラー138」及び「軽油117」と価格を表示することにより、あたかも、当該価格が消費税を含めた価格（以下「税込価格」という。）であるかのように表示していた。 実際には、当該価格は消費税を含まない価格であって、税込価格ではなかった。	第5条 第2号
9	令和4年3月3日 (セブンエー美容 ㈱)	セブンエー美容㈱は、自社が運営する店舗において又は自社とフランチャイズ契約を締結する事業者が経営する店舗を通じて供給する全身のうち62部位を対象とする脱毛施術に係る役務（以下「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、令和2年3月26日に、「顔・VIO 含む全身脱毛62部位が月額1,409円」、「最短3か月で脱毛完了」等と表示するなど、あたかも、本件役務は最短3か月で62部位の脱毛が完了するものであって、3か月で62部位の脱毛が完了した場合の本件役務の対価の総額は4,227円であるかのように表示していた。 実際には、3か月で62部位の脱毛が完了した場合であっても、本件役務の対価の総額は64,790円以上であった。	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
10	令和4年3月3日 (株ダイシン)	(株)ダイシンは、自社が運営する店舗において供給する全身のうち62部位を対象とする脱毛施術に係る役務（以下「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、令和2年3月26日に、「顔・VIO 含む全身脱毛62部位が月額1,409円」、「最短3カ月で脱毛完了」等と表示するなど、あたかも、本件役務は最短3か月で62部位の脱毛が完了するものであって、3か月で62部位の脱毛が完了した場合の本件役務の対価の総額は4,227円であるかのように表示していた。 実際には、3か月で62部位の脱毛が完了した場合であっても、本件役務の対価の総額は64,790円以上であった。	第5条 第2号
11	令和4年3月3日 (株エイチフォー)	(株)エイチフォーは、自社とフランチャイズ契約を締結する事業者が経営する店舗を通じて供給する全身のうち62部位を対象とする脱毛施術に係る役務（以下「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、令和2年3月26日に、「顔・VIO もできちゃう♪」、「月額1,409円で」、「全身脱毛62部位が最短3ヶ月で脱毛完了」等と表示するなど、あたかも、本件役務は最短3か月で62部位の脱毛が完了するものであって、3か月で62部位の脱毛が完了した場合の本件役務の対価の総額は4,227円であるかのように表示していた。 実際には、3か月で62部位の脱毛が完了した場合であっても、本件役務の対価の総額は64,790円以上であった。	第5条 第2号
12	令和4年3月24日 (株EE21)	(株)EE21は、「介護職員初任者研修」と称する役務（以下「本件研修」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、令和2年10月16日から同年11月19日までの間、「通常受講料 ¥64,500（税別）」、「11/19お申込み分まで げき得キャンペーン 教室限定 キャンペーン価格 ¥44,500（税別）」等と表示するなど ① あたかも、「通常受講料」と称する価額は、(株)EE21において本件研修について通常提供している価格であり、「キャンペーン価格」等と称する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。 実際には、「通常受講料」と称する価額は、(株)EE21において本件研修につ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。 ② あたかも、記載の期限までに申し込んだ場合に限り、「通常受講料」と称する価額から割り引いた価格で本件研修の提供を受けることができるかのように表示していた。 実際には、記載の期限後に申し込んだ場合であっても、「通常受講料」と称する価額から割り引いた価格で本件研修の提供を受けることができるものであった。	第5条 第2号

第3表 令和3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3年6月25日 サルテ・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「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。	1559万円

一連 番号	命令日 (事業者名)	事件概要	課徴金額
2	令和3年12月22日 (株GSD)	(株GSDは、「GSD-209N」と称する型式の「ION MEDIC 0-RELA」と称する商品（以下「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、あたかも、本件商品を使用すれば、本件商品によって発生するマイナスイオンの作用により、20畳から30畳の空間において、空气中に浮遊するウイルス、菌、ダニの死骸やフンなどのアレルギー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イルスを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 0-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、あたかも、本件商品のマイナスイオンの発生量は1000万個/cm³以上であって、本件商品を使用すれば、本件商品によって発生するマイナスイオンの作用により、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、ウイルス感染を予防する効果、浮遊するインフルエンザウイルスを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、あたかも、本件商品を使用すれば、本件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、空气中に浮遊するウイルス、菌、ダニの死骸やフンなどのアレルギー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イルスを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。	269万円
3	令和4年2月9日 (タイガー魔法瓶 株)	(第2表の一連番号5の「事件概要」欄記載のとおり。)	588万円
4	令和4年3月29日 (株ハウワイ)	(第2表の一連番号1の「事件概要」欄記載のとおり。)	500万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

令和4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 公正競争規約の変更

令和3年度においては、ドレッシング類の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和3年5月18日認定。令和3年公正取引委員会・消費者庁告示第1号）のほか、ハム・ソーセージ類の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和3年6月2日認定。令和3年公正取引委員会・消費者庁告示第2号）、発酵乳・乳酸菌飲料の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和3年6月10日認定。令和3年公正取引委員会・消費者庁告示第3号）、食肉の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和3年6月14日認定。令和3年公正取引委員会・消費者庁告示第4号）、チョコレート類の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和3年11月4日認定。令和3年公正取引委員会・消費者庁告示第5号）、豆乳類の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和3年11月30日認定。令和3年公正取引委員会・消費者庁告示第6号）、食酢の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和4年1月12日認定。令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第1号）、不動産の表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和4年2月21日認定。令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第2号）、ビールの表示に関する公正競争規約の一部変更の認定（令和4年3月22日認定。令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第3号）を行った。