

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4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4件であり、消費者庁が指導を行った112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表及び第2表参照）。

また、令和4年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った17件（3億441万円）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（3323万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、令和4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60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4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	4 (41)	27 (103)	31 (144)	2 (17)	3323万円 (3億441万円)
景品事件	0 (0)	5 (9)	5 (9)		
合計	4 (41)	32 (112)	36 (153)	2 (17)	3323万円 (3億441万円)

(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4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4年5月24日 (リブサ株)	リブサ株は、「ラクトフェリン濃縮物加工食品」と称する食品（以下本事件概要欄において「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、令和3年4月23日に、例えば、「サプリメント専門店リブサ」と称する自社ウェブサイトにおいて、「主成分値 2カプセルあたり目安：ラクトフェリン濃縮物300mg」と表示するなど、あたかも、本件商品2カプセル（500mg）当たりのラクトフェリンの含有量は、300mg であるかのように示す表示をしていた。 実際には、本件商品には、2カプセル（500mg）当たりのラクトフェリンの含有量が300mgを下回るものが含まれていた。 （詳細については令和4年5月24日報道発表資料「リブサ株式会社に対する景品表示法に基づく措置命令について」を参照のこと。） https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12302202/www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/may/220524kyushu.html 	第5条 第1号
2	令和4年6月1日 (沖縄特産販売株)	沖縄特産販売株は、「養力珪素」と称する食品（以下、本事件概要欄において「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、 (1) ダイレクトメールにおいて、例えば、令和元年5月7日に本件商品の容器包装の画像と共に、「いろんなお悩みに働きかける 珪素のスゴいところ」、「★血液サラサラ コップ一杯の水に10滴程度入れ飲んで下さい（1日に5杯以上）」、「飲用前の血液 ▶15分後 飲用後の血液」との記載と共に、血液の状態を比較した画像等を表示することにより、あたかも本件商品を摂取等すれば、本件商品に含まれる珪素の作用により、血液をサラサラにする効果等が得られるかのように示す表示をしていた。 (2) 自社商品同梱チラシにおいて、令和2年4月5日から令和3年4月4日までの間、「★高血圧と血糖値が高い方へ 珪素の結晶体は優れた浸透性と浄化作用で中性脂肪を分解する力が強く、血管壁に付着したコレステロールや過酸化脂質を取り除き血管を強くします。」等と表示することにより、あたかも本件商品を摂取等すれば、本件商品に含まれる珪素の作用により、血管を強くし、高血圧及び高血糖を改善する効果等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、同社は当該期間内に当該資料を提出しなかった。 （詳細については令和4年6月1日報道発表資料「沖縄特産販売株式会社に対する景品表示法に基づく措置命令について」を参照のこと。） https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www.originsv.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/jun/220601_okinawa.html 	第5条 第1号 (第7条第2項適用)

3	令和4年6月9日 (株あきんどスシロー)	(株あきんどスシローは、 (1) 令和3年9月8日から同月20日までの期間において実施した「世界のうまいもん祭」と称するキャンペーン（以下「本件企画①」という。）において、「新物！濃厚うに包み」と称する料理（以下「本件料理①」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和3年9月14日から同月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「新物！濃厚うに包み100円（税込110円）」、「9月8日（水）～9月20日（月・祝）まで！売切御免！」等と表示することにより、あたかも、令和3年9月8日から同月20日までの間、自社が運営する「スシロー」と称する店舗（以下「本件店舗」という。）において、本件料理①を提供するかのように表示していた。 実際には、同社は、本件料理①の材料であるうにの在庫が本件企画①の実施期間の途中で足りなくなる可能性があるとして判断したため、令和3年9月13日に、同月14日から同月17日までの4日間は本件店舗における本件料理①の提供を停止することを決定し、本件店舗の店長等に対しその旨周知し、その後、前記決定に基づき、本件店舗のうち583店舗において、当該4日間のうち一日以上本件料理①を終日提供しなかった。 (2) 令和3年9月8日から同年10月3日までの期間において実施した「匠の一皿 独創／とやま鮨し人考案 新物うに 鮨し人流3種盛り」と称するキャンペーン（以下「本件企画②」という。）において、「とやま鮨し人考案 新物うに 鮨し人流3種盛り」と称する料理（以下「本件料理②」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和3年9月8日から同月17日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「とやま鮨し人考案 新物うに 鮨し人流3種盛り 480円（税込528円）」、「9月8日（水）～10月3日（日）まで 売切御免！」等と表示することにより、あたかも、令和3年9月8日から同年10月3日までの間、本件店舗において、本件料理②を提供するかのように表示していた。 実際には、同社は、本件料理②の材料であるうにの在庫が本件企画②の実施期間の途中で足りなくなる可能性があるとして判断したため、令和3年9月13日に、同月18日から同月20日までの3日間は本件店舗における本件料理②の提供を停止することを決定し、本件店舗の店長等に対しその旨周知し、その後、前記決定に基づき、本件店舗のうち540店舗において、当該3日間のうち一日以上本件料理②を終日提供しなかった。 (3) 令和3年11月26日から同年12月12日までの期間において実施した「冬の感謝祭 冬のうまいもん」と称するキャンペーン（以下「本件企画③」という。）において、「冬の味覚！豪華かにづくし」と称する料理（以下「本件料理③」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和3年11月24日から同年12月10日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「㊦冬の味覚！豪華かにづくし780円（税込858円）1日数量限定」、「新登場の『三重尾鷲ぶりとろのレアしゃぶ』や、スシローとっておきのかにを集めた『冬の味覚！豪華かにづくし』など、冬の味覚を大満喫！今だけの旨さを是非ご賞味ください!」、「●対象期間 2021年11月26日（金）～12月12日（日） 期間限定！売切御免！」等と表示することにより、あたかも、令和3年11月26日から同年12月12日までの間、本件店舗において、本件料理③を提供するかのように表示していた。 実際には、同社は、本件店舗のうち583店舗において、本件料理③を提供するための準備をしておらず、本件企画③の実施期間のうち一日以上、終日取引に応じることができないものであった。 (詳細については令和4年6月9日報道発表資料「株式会社あきんどスシローに対する景品表示法に基づく措置命令について」を参照のこと。)	第5条 第3号 (おとり広告 告示)
---	-------------------------	---	-----------------------------

一連 番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反 法条
		https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/jun/220609_honbun.html 	
4	令和5年3月2日 (株5コーポレーション)	(株5コーポレーションは、自社が運営する「5-Days」と称する学習塾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「5-Days」と称する学習塾を通じて供給する「毎日コース（定額）」と称する個別指導に係る役務のうち、中学1年生を対象とするもの（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、令和4年4月1日、同年5月2日及び同月27日に、自社ウェブサイトにおいて、「お月謝（中1）」、「指導時間数（月あたり）」、「定期テスト対策」の各項目について、「毎日個別塾5-Days」として「19,800円（平日週3から週5回まで定額）」、「月20時間＋α可能（1時間あたり@835円）」及び「追加料金なし」並びに「他の個別指導塾」として「22,000円（指導回数が増えれば月謝は積上）」、「月8時間（1時間あたり@2,500円）」及び「追加料金あり（1時間あたり単価×回数の積上）」と記載した「他の個別指導塾との料金比較表」と題する自社及び他の事業者がそれぞれ提供する個別指導の月謝や指導時間数等に関する比較表並びに「お月謝3万円の差が年間にすると36万円になります」及び「他の個別指導塾をご利用の場合、回数を増やせば増やすほど、当然ながらお月謝は高くなります。毎日個別塾5-Days では、週5回まで定額料金でお通いいただけ、通えば通うほどお得になります。」と記載した「他個別指導塾との授業料比較イメージ」と題する自社及び他の事業者がそれぞれ提供する個別指導の月謝を比較したグラフを表示することにより、あたかも、本件役務は、1時間当たりの授業料金が835円であり、また、本件役務と同等の条件で提供されている他の事業者が提供する個別指導に比して月謝が安いかに表示していた。 実際には、本件役務の1時間当たりの授業料金は1,188円であり、また、比較対照とした他の事業者が提供する個別指導の月謝は、本件役務と同等の条件で提供されている個別指導の月謝ではなかった。 （詳細については令和5年3月2日報道発表資料「株式会社5コーポレーションに対する景品表示法に基づく措置命令について」を参照のこと。） https://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/mar/230302_chugoku_keihyou.html 	第5条 第2号

第3表 令和4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4年8月9日 (有)ファミリア薬品)	(有)ファミリア薬品は、「朱の実」と称する石けん（以下、本事件概要欄において「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、 (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 (2) 平成30年2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 と表示することにより、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。 （詳細については令和4年8月9日報道発表資料「有限会社ファミリア薬品に対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について」を参照のこと。） https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/aug/220809_honbun.html 	459万円

一連 番号	命令日 (事業者名)	事件概要	課徴金額
2	令和4年9月14日 (株)アップドラフト)	(株)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、本事件概要欄において「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり (1) 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 ア 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。 イ 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。 ウ 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。 (詳細については令和4年9月14日報道発表資料「株式会社アップドラフトに対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について」を参照のこと。) https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12350692/www-originsv.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/sep/220914keihyoutouhoku.html 	2864万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

令和5年3月末現在、103件（景品関係37件、表示関係66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

令和4年度においては、エキストラバージンオリーブオイル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5年2月17日認定。令和5年公正取引委員会・消費者庁告示第1号）。

3 公正競争規約の変更

令和4年度においては、9件の公正競争規約について変更の認定を行った（第4表参照）。

第4表 令和4年度に変更の認定を行った公正競争規約

一連 番号	公正競争規約の名称	認定日	告示番号
1	チョコレート利用食品の表示に関する公正競争規約	令和4年5月18日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第4号
2	自動車業における表示に関する公正競争規約	令和4年5月30日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第6号
3	タイヤの表示に関する公正競争規約	令和4年6月14日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第5号
4	募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約	令和4年6月29日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第7号
5	ペットフードの表示に関する公正競争規約	令和4年9月7日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第8号
6	酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約	令和4年9月12日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第9号
7	削りぶしの表示に関する公正競争規約	令和4年11月4日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第10号
8	みその表示に関する公正競争規約	令和4年11月10日	令和4年公正取引委員会・消費者庁告示第11号
9	自動車業における表示に関する公正競争規約	令和5年3月27日	令和5年公正取引委員会・消費者庁告示第2号