

第14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。

平成26年の景品表示法の改正から、一定期間が経過したことに加え、デジタル化の進展等の景品表示法を取り巻く社会環境の変化等を踏まえた消費者利益の保護を図る観点から、令和5年2月28日、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211回通常国会に提出され、同年5月10日に成立し、同月17日に公布された（令和5年法律第29号。以下「令和5年景品表示法改正法」という。）。

令和5年景品表示法改正法により、事業者の自主的な取組を促進し、迅速に問題を是正するための確約手続、違反行為に対する抑止力を強化するため、繰り返し違反行為を行う事業者に対する課徴金額の加算規定、悪質な不当表示に対する直罰規定、円滑な法執行の実現に向けた規定の整備等として、適格消費者団体による開示要請規定等が新設された。

令和5年景品表示法改正法は、公布の日から起算して1年6月を超えない範囲内において政令で定める日から施行されることとされている。

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（同法第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（同法第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（同法第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（同法第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（同法第27条）。また、消費者庁長官は、事業者が正当な理由がなく同法第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（同法第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5年度において、消費者庁が措置命令を行った44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85件のうち、当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20件である（第1表及び第2表参照）。

また、令和5年度において、消費者庁が課徴金納付命令を行った12件（20億4419万円）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（5251万円）である（第1表及び第3表参照）。

さらに、令和5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45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18件である。

第1表 令和5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 (44)	20 (82)	28 (126)	3 (12)	5251万円 (20億4419万円)
景品事件	0 (0)	0 (3)	0 (3)		
合計	8 (44)	20 (85)	28 (129)	3 (12)	5251万円 (20億4419万円)

（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5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5年6月14日 (株)バウムクーヘン	(株)バウムクーヘンは、「アイズワン」と称するペット用サプリメント（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)ア 令和4年6月8日、同月13日、同月15日、同月22日、同月29日、同年7月5日から同月7日、同月13日、同月20日、同月27日、同月29日及び同年8月3日に、本件商品のインターネット広告用に開設している自社ウェブサイトにおいて、目が白濁している犬のイラストと共に、「年齢とともに不自由になっていくココ・・・若々しかった目の輝きもなくなったような・・・」、犬の飼い主が目が白濁している犬を抱えているイラストと共に、「ココ・・・」及び「私にもできることが何かあるはず!!」、本件商品の容器包装の画像を掲載した上で、犬を抱えた犬の飼い主のイラストと共に、「私も試してみます!」、目の周りにキラキラした光の加工を施した犬の画像と共に、「クリアで綺麗な透き通った気分!」等と表示することにより、あたかも、本件商品を犬に摂取させることにより、犬の白濁した瞳が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。 イ 例えば、令和4年6月8日、同月13日、同月15日、同月22日、同月29日、同年7月5日から同月7日、同月13日、同月20日、同月27日、同月29日、同年8月3日、同月10日、同月17日及び同月25日に、「愛犬と満喫ライフ」と称するアフィリエイトサイトにおいて、「【まとめ】犬の白内障サプリ・アイズワンの口コミや評判をおさらい! 目薬よりおすすめな理由も!」と記載した上で、「アイズワンの口コミや評判は? ・アイズワンを使い始めて目の濁りが少なくなった ・獣医さんから目が良くなっていると褒められた ・目が濁り出してから散歩を嫌がっていた愛犬が散歩に行くようになった」、「私が白内障のワンちゃんにオススメしているのはアイズワンです。」等と表示するなど、あたかも、本件商品を犬に摂取させることにより、犬の白内障が治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。 (2) 本件商品の通信販売用に開設している自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和4年7月7日、同月13日、同月20日、同月27日、同月29日、同年8月3日、同月10日及び同月17日に、「皆様に選ばれて 7冠達成!」、「No.1 日本トレンドリサーチ 初めてでも安心の愛犬のアイケアサプリ」、「No.1 日本トレンドリサーチ 愛犬のアイケアサプリ 口コミ人気」、「No.1 日本トレンドリサーチ 愛犬のアイケアサプリ 品質満足度」等と表示するなど、あたかも、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下本事件概要欄において「同種商品」という。）に関する「食べさせやすさ」、「愛犬家におすすめ」、「初めてでも安心」、「口コミ人気」、「長く続けられる」、「友人にすすみたい」及び「品質満足度」の7項目（以下「本件7項目」という。）をそれぞれ客観的な調査方法で調査した結果において、同社が販売する本件商品に係る本件7項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件7項目について、当該事業者が指定する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品	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
		に関する各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、回答者の条件を付さずに当該事業者に登録している会員全員を対象に行われたものであって、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品に関して本件7項目をそれぞれ客観的な調査方法で調査したものではなかった。 (詳細については令和5年6月14日報道発表資料「(株)バウムクーヘ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://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/13133587/www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/jun/230614kyushu.html 	
2	令和5年7月28日 (北海道電力(株))	北海道電力(株)は、家庭用の電気及び都市ガスの小売供給（以下本事件概要欄において「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、令和2年12月3日から同月5日、同月7日から同月12日、同月14日から同月19日及び同月21日から同月23日までの間、電気の検針票に併せて配布した「あなたのでんき 2020年 冬号 Vol. 406」と称するリーフレットにおいて、「電気もガスもまとめてほくでんがおトク!」、「ガスのご契約が北海道ガスの『一般料金』のお客さまがおトクになる ガスとくパック」、「ほくでんガス+ほくでんの電気料金プランエネとくポイントプランのセットで ガス料金が北海道ガスの『一般料金』より5%おトクに! 電気とガス合わせたら年間約6,000円相当おトク!」と表示するなど、あたかも、都市ガスの小売供給に関する契約先を北海道瓦斯(株)から北海道電力(株)に切り替え、同社と本件役務をセットで契約するだけで、同社と本件役務をセットで契約する前の電気料金と都市ガス料金の合計金額又は電気料金の金額に比べ、年間で「おトク」と記載された金額相当分の利益を得られるかのように表示していた。 実際には、「おトク」と記載された金額には、ポイントサービスに加入した上で、毎月のログイン、おおむね毎週配信されるコラムの閲覧等を行わなければ付与されないポイント相当分が含まれており、同社と本件役務をセットで契約するだけで、同社と本件役務をセットで契約する前の電気料金と都市ガス料金の合計金額又は電気料金の金額に比べ、年間で「おトク」と記載された金額相当分の利益を得られるものではなかった。 (詳細については令和5年7月28日報道発表資料「北海道電力(株)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/13133587/www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/jul/20230728.html 	第5条 第2号
3	令和5年8月30日 (中国電力(株))	中国電力(株)は、自社が供給する家庭用の電気の小売供給のうち、「ぐっとずっと。プラン スマートコース」と称する電気料金を適用する電気の小売供給（以下「スマートコース」という。）及び「ぐっとずっと。プラン シンプルコース」と称する電気料金を適用する電気の小売供給（以下「シンプルコース」という。）の各役務を一般消費者に提供するに当たり、 (1) スマートコースについては、例えば、令和4年4月1日から同年6月19日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「ご家庭のお客さまに最も多くご契約いただいている『従量電灯 A』よりも、1年間で約1,200円おトクになる新コースです。」「電気のご使用量が比較的少なく、時間帯を気にせずに電気をご使用になりたいお客さま（月平均ご使用電力量400kWh以下）におすすめます。」等と表示することにより、あたかも、少なく	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
		とも月平均の使用電力量が400kWh 以下の場合のスマートコースの電気料金は「従量電灯 A」と称する電気料金を適用する電気の小売供給（以下「従量電灯 A」という。）の電気料金より安価であるかのように表示をしていた。 (2) シンプルコースについては、例えば、令和4年4月1日から同月27日までの間、パンフレットにおいて、『従量電灯 A』で電気をたくさん使うご家庭なら年間約10,000円おトクに！、「ご家族が多いご家庭や、昼間は家にいることが多いお客さまなど、ご使用量が月平均400kWh を超えるお客さまにおすすめです。」等と表示することにより、あたかも、少なくとも月平均の使用電力量が400kWh を超える場合のシンプルコースの電気料金は従量電灯 A の電気料金より安価であるかのように表示をしていた。 実際には、令和4年4月1日から令和5年1月12日までの間においてスマートコース及びシンプルコースに適用される燃料費調整額が従量電灯 A に適用される燃料費調整額を上回るため、スマートコースにおいて月平均の使用電力量が400kWh 以下の場合であってもスマートコースの電気料金が、また、シンプルコースにおいて月平均の使用電力量が400kWh を超える場合であってもシンプルコースの電気料金が、それぞれ従量電灯 A の電気料金より安価にならない場合があった。 （詳細については令和5年8月30日報道発表資料「中国電力㈱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/13133587/www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/aug/230830_chugoku_keihyou.html 	

一連 番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反 法条
4	令和6年2月27日 (株)新日本エネックス	(株)新日本エネックスは、蓄電池を含む太陽光発電システム機器（以下本事件概要欄において「本件商品」という。）及びその導入に係る施工（以下本事件概要欄において「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、令和5年4月10日、同月12日、同月17日、同月24日、同年5月2日、同月8日、同月15日、同月18日及び同月29日に (1) 例えば、「ENEX」と称する自社ウェブサイト（以下本事件概要欄において「自社ウェブサイト」という。）のトップページにおいて、「No.1 JMR アフターフォローも充実の太陽光発電蓄電池販売」、「No.1 2022 JMR 安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売」、「No.1 2022 JMR 知人に紹介したい蓄電池販売」及び『「アフターフォローも充実の太陽光発電蓄電池販売」』『安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売』『知人に紹介したい蓄電池販売』、の3部門で No.1を取得しました！』等と表示するなど、あたかも、令和4年に、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下本事件概要欄において「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下本事件概要欄において「同種役務」という。）に関する「アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売」、「安心して導入できる太陽光発電・蓄電池販売」及び「知人に紹介したい蓄電池販売」の3項目（以下「本件3項目①」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目①の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 (2) 例えば、自社ウェブサイトの「お知らせ」と称するウェブページにおいて、「No.1 2020 JMR アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売 No.1」、「No.1 2020 JMR 知人に紹介したい蓄電池販売 No.1」、「No.1 2020 JMR 顧客満足度 No.1」及び「3部門で No.1を獲得しました！」等と表示するなど、あたかも、令和2年に、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務に関する「アフターフォローも充実の太陽光発電・蓄電池販売」、「知人に紹介したい蓄電池販売」及び「顧客満足度」の3項目（以下「本件3項目②」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目②の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件3項目①及び本件3項目②について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者か又は知見等を有する者かを確認することなく、同社及び特定事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する他の事業者をいう。）の印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 （詳細については令和6年2月27日報道発表資料「太陽光発電システム機器等の販売施工業者2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://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/feb/kyusyu/240227_torihiki.html 	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6年2月27日 (㈱安心頼ホーム)	㈱安心頼ホームは、蓄電池を含む太陽光発電システム機器、「エコキュート」と称する給湯器及び電気温水器（以下本事件概要欄において、これらを併せて「本件商品」という。）並びにそれらの導入に係る施工（以下本事件概要欄において「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、令和5年4月7日、同月10日、同月12日、同月17日、同月24日、同年5月2日、同月8日、同月22日及び同月29日に、例えば、「安心頼ホーム」と称する自社ウェブサイトのトップページにおいて、「蓄電池 太陽光発電 エコキュート 電気温水器 九州エリア 口コミ満足度 No. 1」、「信頼の3冠獲得 第1位」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 九州エリアの蓄電池 販売施工会社 口コミ満足度」、「No. 1 日本トレンドリサーチ 九州エリアの太陽光発電 販売施工会社 口コミ満足度」及び「No. 1 日本トレンドリサーチ 九州エリアのエコキュート・電気温水器 販売施工会社 口コミ満足度」等と表示するなど、あたかも、九州地区内において、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下本事件概要欄において「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下本事件概要欄において「同種役務」という。）に関する「九州エリアの蓄電池 販売施工会社 口コミ満足度」、「九州エリアの太陽光発電 販売施工会社 口コミ満足度」及び「九州エリアのエコキュート・電気温水器 販売施工会社 口コミ満足度」の3項目（以下本事件概要欄において「本件3項目」という。）につき、実際に利用したことがある者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件3項目について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者かを確認することなく、同社及び特定9事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 （詳細については令和6年2月27日報道発表資料「太陽光発電システム機器等の販売施工業者2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://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/feb/kyusyu/240227_torihiki.html 	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6年2月29日 (フロンティア ジャパン㈱)	フロンティアジャパン㈱は、太陽光発電システム機器（以下本事件概要欄において「本件商品」という。）及びその導入に係る施工（以下本事件概要欄において「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、 (1) 例えば、令和5年4月18日、同月26日、同年5月1日、同月8日、同月15日及び同月22日に、「FRONTIER JAPAN」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト」という。）のトップページにおいて、「北海道エリア太陽光発電業者 満足度3冠達成」、「No.1 日本トレンドリサーチ 北海道エリア 太陽光発電業者 アフターサポート満足度」及び「No.1 日本トレンドリサーチ 北海道エリア 安心・信頼できる 太陽光発電業者」と表示するなど、あたかも、北海道内において、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下本事件概要欄において「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下本事件概要欄において「同種役務」という。）に関する「北海道エリア 太陽光発電業者 アフターサポート満足度」及び「北海道エリア 安心・信頼できる 太陽光発電業者」の2項目（以下「本件2項目」という。）につき、実際に利用したことがある者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件2項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 (2) 例えば、令和5年4月18日、同月26日、同年5月1日、同月8日、同月15日及び同月22日に、自社ウェブサイトにおいて、「北海道エリア太陽光発電業者 満足度3冠達成」及び「No.1 日本トレンドリサーチ 北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」と表示するなど、あたかも、北海道内において、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務に関する「北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」の項目につき、実際に見積りを徴したことがある者を対象に調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る「北海道エリア 太陽光発電業者 見積価格満足度」の項目の順位が第1位であるかのように表示していた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、回答者に対し、北海道内において、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者か又は見積りを徴したことがある者かを確認することなく、同社及び特定9事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 （詳細については令和6年2月29日報道発表資料「フロンティアジャパン㈱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/2024/feb/240229_hokkaido_keihyo.html 	第5条 第1号 又は同 条第2 号

一連 番号	措置日 (事業者名)	事件概要	違反 法条
7	令和6年3月5日 (㈱エスイーライフ)	(㈱エスイーライフは、家庭用蓄電池（以下本事件概要欄において「本件商品」という。）及びその導入に係る施工（以下本事件概要欄において「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、 (1) 例えば、令和5年3月10日、同月16日、同月23日、同年4月10日、同月17日、同月24日及び同年5月8日に、「エコでんち」と称する自社ウェブサイト（以下本事件概要欄において「自社ウェブサイト」という。）において、「エコでんちはおかげ様で家庭用蓄電池販売店 3冠 達成!」、「家庭用蓄電池購入後の保証・アフターサポート満足度 第1位」、「ネットで安心して蓄電池の購入ができるショップ 第1位」及び「家庭用蓄電池購入口コミ評判 第1位」と表示するなど、あたかも、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下本事件概要欄において「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下本事件概要欄において「同種役務」という。）に関する「保証・アフターサポート満足度」、「ネットで安心して蓄電池の購入ができるショップ」及び「口コミ評判」の3項目（以下本事件概要欄において「本件3項目」という。）につき、実際に利用したことがある者又は知見等を有する者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件3項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件3項目について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者か又は知見等を有する者かを確認することなく、同社及び特定9事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 (2) 令和5年3月10日、同月16日、同月23日、同年4月10日、同月17日、同月24日及び同年5月8日に、例えば、自社ウェブサイトの「エコでんちの強み」と称するウェブページにおいて、「施工実績 12,000件突破」等と表示するなど、あたかも、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数（太陽光発電に係る契約件数を含む。以下同じ。）が1万2000件以上であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数は1,800件程度であって、1万2000件を大きく下回るものであった。 （詳細については令和6年3月5日報道発表資料「㈱エスイーライフ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/2024/mar/240305_chubu_keihyo.html 	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
8	令和6年3月6日 (株)SC エージェント	(株)SC エージェントは、蓄電池（以下本事件概要欄において「本件商品」という。）及びその導入に係る施工（以下本事件概要欄において「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、令和5年3月10日、同月16日及び同月23日に、「エコ最安値.com」と称する自社ウェブサイトにおいて、 (1) 「口コミ人気 No.1 蓄電池販売会社」、「アフターフォロー満足度 No.1 蓄電池販売会社」、「コストパフォーマンス満足度 No.1 蓄電池販売会社」及び「工事品質満足度 No.1 蓄電池販売会社」と表示することにより、あたかも、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種又は類似の商品（以下本事件概要欄において「同種商品」という。）並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種又は類似の役務（以下本事件概要欄において「同種役務」という。）に関する「口コミ人気」、「アフターフォロー満足度」、「コストパフォーマンス満足度」及び「工事品質満足度」の4項目（以下本事件概要欄において「本件4項目」という。）につき、実際に利用したことがある者を対象にそれぞれ調査した結果において、同社が販売する本件商品及び同社が提供する本件役務に係る本件4項目の順位がそれぞれ第1位であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が委託した事業者による調査は、本件4項目について、回答者に対し、同社が販売する本件商品及び他の事業者が販売する同種商品並びに同社が提供する本件役務及び他の事業者が提供する同種役務について実際に利用したことがある者かを確認することなく、同社及び特定9事業者（当該委託を受けた事業者が、同種商品を販売し、同種役務を提供する事業者の中から指定する9の事業者をいう。）のみを任意に選択して対比し、各事業者のウェブサイトの印象を問うものであり、それぞれ客観的な調査に基づくものではなかった。また、当該表示は、当該調査結果を正確かつ適正に引用しているものではなかった。 (2) 「圧倒的受注数がお客様からの支持の証 『施工実績10,000件の信頼』」、「施工実績10,000件！！ たくさんの蓄電池を販売・工事をしております」と表示することにより、あたかも、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数が1万件であるかのように示す表示をしていた。 実際には、同社が過去に販売した本件商品及び同社が過去に提供した本件役務に係る契約件数は、1万件を大きく下回るものであった。 (詳細については令和6年3月7日報道発表資料「(株)SC エージェント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.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/240307_kinki_k_eihyo.html 	第5条 第1号

第3表 令和5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5年7月26日 (沖縄特産販売 ㈱)	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、「いろいろな悩みに働きかける 珪素のスゴイところ」、「★血液サラサラ コップ一杯の水に10滴程度入れ飲用して下さい（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) 令和2年4月5日から令和3年4月4日までの間に配布した自社商品同梱チラシにおいて、例えば、「★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5年7月26日報道発表資料「沖縄特産販売(株)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/13133587/www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/jul/230726okinawa.html 	2464万円
2	令和6年3月6日 (ティーライフ ㈱)	ティーライフ(株)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、平成30年4月3日から同月7日、同月9日及び同月10日に配布された(株)ベ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、「96kg▶53kg -43kg 減」及び「4ヶ月で5kg 減! 2年半で43kg	1771万円

一連 番号	命令日 (事業者名)	事件概要	課徴金額
		減!!」、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、ティーライフ㈱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6年3月6日報道発表資料「ティーライフ㈱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://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/240306_chubu_keihyo.html 	
3	令和6年3月26日 (㈱バウムクーヘン)	第2表一連番号1の「事件概要」欄記載のとおり。 (詳細については令和6年3月26日報道発表資料「㈱バウムクーヘン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://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/kyusyu/240326_torihiki.html 	1016万円

第3 公正競争規約の認定

1 概要

令和6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 公正競争規約の変更

令和5年度においては、3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5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	二輪自動車業における表示に関する公正競争規約	令和5年4月27日	令和5年公正取引委員会・消費者庁告示第3号

一連 番号	公正競争規約の名称	認定日	告示番号
2	包装食パンの表示に関する公正競争規約	令和5年6月22日	令和5年公正取引委員会・ 消費者庁告示第4号
3	化粧品の表示に関する公正競争規約	令和6年3月21日	令和6年公正取引委員会・ 消費者庁告示第1号