

最近の景品表示法に関する 取組状況について

消費者庁 表示対策課
規約第三係長 清水 喬

はじめに

消費者庁は、不当な表示及び過大な景品類の提供行為に対して、景品表示法の規定に基づいて厳正・迅速に対処するとともに、同法の普及・啓発に関する活動を行うなど、表示等の適正化に努めている。

以下では、令和4年4月1日から令和5年3月31日までの消費者庁における景品表示法の運用状況等について紹介する。

景品表示法違反被疑事件の処理状況

1 消費者庁による措置命令の状況

(1) 概況

消費者庁は、景品表示法違反被疑事件について調査を行い、違反する事実があると認められたときは、措置命令の名宛人となるべき者に対し、予定される措置命令の内容等を通知し、弁明書及び証拠書類等を提出する機会を付与し、弁明の内容等を踏まえて措置命令を行っている。また、措置命令を行うに足る事実が認められなかった場合であっても、景品表示法に違反するおそれがあるときは、関係事業者に対し、是正措置を採るよう指導している。

令和4年度における調査件数は、前年度から繰越した85件、年度内に新規に着手した189件の合計274件である。同年度における処理件数は、措置命令が41件、課徴金納付命令が17件、指導が112件のほか、都道府県等による処理が適当とし

て都道府県等に移送したものが8件、公正競争規約により処理することが適当として当該公正競争規約を運用している公正取引協議会等に移送して同協議会等が処理したものが14件などの合計200件である。

措置命令の件数については、令和2年度は33件、令和3年度は41件、令和4年度は41件となっている。

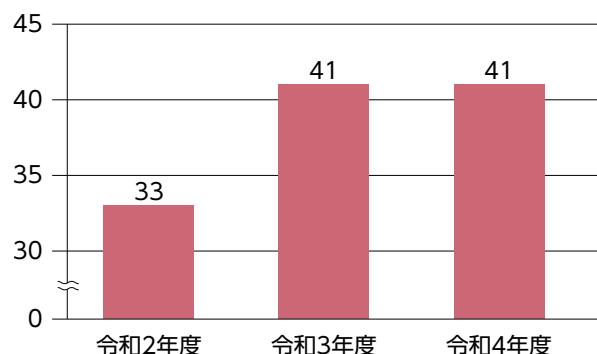
(2) 令和4年度において措置命令が行われた主な事件

ア キリンビバレッジ株式会社に対する件

〔令和4年9月6日〕

キリンビバレッジ株式会社は、「トロピカーナ 100% まるごと果実感 メロンテイスト」と称する果実ミックスジュース（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6月9日から令和4年4月13日までの間、容器において、「厳選マスクメロン」、「Tropicana® REAL FRUIT EXPERIENCE まるごと果実感」、「100% MELON TASTE」等と表示することにより、あたかも、本件商品の原材料の大部

図1 消費者庁による措置命令件数の推移



分がメロンの果汁であるかのように示す表示をしていた。

実際には、原材料の98パーセント程度はぶどう、りんご及びバナナの果汁を用いており、メロンの果汁は2パーセント程度しか用いていないものであった。(優良誤認)

イ マーヴェリック・ディー・シー株式会社に対する件 〔令和5年2月15日〕

マーヴェリック・ディー・シー株式会社は、株式会社オン・ザ・ライン及び株式会社ボードウォークと共同して、令和4年5月21日及び同月22日に東京ドームで実施された「L' Arc ~ en ~ Ciel 30th L' Anniversary LIVE」と称するコンサート(以下「本件役務」という。)を一般消費者に提供するにあたり、例えば、令和4年1月1日から同年5月18日までの間、「30th L' Anniversary LIVE 2022 MAY 21 22 —TOKYO DOME— L' Arc ~ en ~ Ciel」と称するウェブサイトにおいて、「会場の座席レイアウトはこちら」との記載と共にステージ、W会員シート、SS席、S席及びA席について会場内でのそれぞれの配置場所を图示した画像等を表示するなど、あたかも、SS席

を購入すれば1階アリーナ席、S席を購入すれば1階スタンド席、また、A席を購入すればバルコニー席又は2階スタンド席で本件役務の提供を受けることができるかのように示す表示をしていた。

実際には、SS席を購入しても1階スタンド席で本件役務の提供を受ける場合があり、S席を購入しても主に1階スタンド席後方でしか本件役務の提供を受けることができず、かつ、バルコニー席又は2階スタンド席で本件役務の提供を受ける場合があり、また、A席を購入してもバルコニー席で本件役務の提供を受けることはできず、かつ、主に2階スタンド席後方でしか本件役務の提供を受けることができないものであった。(有利誤認)

ウ 株式会社あきんどスシローに対する件 〔令和4年6月9日〕

株式会社あきんどスシローは、
(ア) a 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

表1 令和4年度における消費者庁による処理事件の商品役務別分類(単位：件)

商品役務	措置命令	指導	合計
食品(注)	10	21	31
被服品	4	9	13
住居品	9	14	23
教養娯楽品	6	13	19
教養・娯楽サービス	3	10	13
車両・乗り物	2	5	7
保健衛生品	1	13	14
土地・建物・設備	0	1	1
運輸・通信サービス	0	2	2
教育サービス	2	5	7
保健・福祉サービス	0	1	1
金融・保険サービス	0	0	0
その他	4	18	22
合計	41	112	153

(注) 外食等、役務に分類されないものは含まない。

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。

b 実際には、本件料理①の材料であるうにの在庫が本件企画①の実施期間の途中に足りなくなる可能性があるため、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、特定の期間、本件料理①を提供しなかった。

(イ) a 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。

b 実際には、本件料理②の材料であるうにの在庫が本件企画②の実施期間の途中に足りなくなる可能性があるため、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、特定の期間、本件料理②を提供しなかった。

(ウ) a 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「冬の大感謝祭 冬のうまいもん」と称するキャンペーンにおいて、「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。

b 実際には、本件店舗のうち583店舗において、特定の期間、本件料理③を提供するための準備をしておらず、取引に応じることができないものであった。（おとり広告）

2 課徴金納付命令等の状況

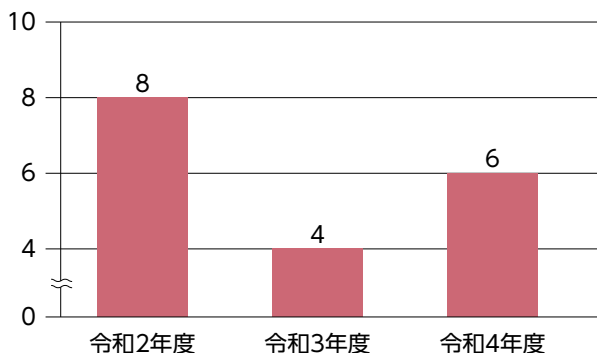
令和4年度においては、15名の事業者に対して17件の課徴金納付命令を行い、3億441万円の課徴金の納付を命じた。

なお、令和4年度に認定された実施予定返金措置計画はなかった。これまでに認定された返金措置は、一般消費者の被害回復を支援する観点等から、消費者庁ウェブサイトに掲載している。

3 都道府県知事等による措置命令の状況

都道府県知事等（注）には、景品表示法第33条第11項及び不当景品類及び不当表示防止法施行令第23条の規定に基づき、措置命令権限と調

図2 都道府県知事等による措置命令件数の推移



査権限が委任されており、都道府県知事等は、自らの判断と責任によって景品表示法を運用することができる。

最近の都道府県知事等による措置命令件数は、令和2年度は8件、令和3年度は4件であり、令和4年度においては、5都府県において6件の措置命令が行われている。

(注) 地方自治法第252条の17の2第1項に基づき、都道府県は、景品表示法の執行権限の一部を、条例の定めるところにより、市町村に移譲している場合がある。

表示等の適正化への取組状況

1 「景品表示法検討会」の開催

平成26年の景品表示法改正から一定期間が経過したことに加えて、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、消費者利益の確保を図る観点から必要な措置について検討するため、「景品表示法検討会」を令和4年3月から10回にわたり開催した。具体的には、事業者の自主的な取組の促進に向けた措置、違反行為に対する抑止力の強化、消費者庁と適格消費者団体等他の主体との連携等について議論が重ねられ、令和5年1月に検討結果を取りまとめた報告書が公表された。

その後、同報告書を踏まえて法案の検討が行われ、令和5年2月に「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」が閣議決定され、同法律案は第211回国会に提出され、同年5月に成立・公布された（主要な改正部分について、公布の日から、1年半を超えない範囲内において、政令

表2 都道府県知事等による措置命令件数

令和2年度	令和3年度	令和4年度
8件	4件	6件
(埼玉県 4件)	(埼玉県 1件)	(埼玉県 1件)
(東京都 2件)	(東京都 2件)	(東京都 2件)
(岐阜県 1件)	(静岡県 1件)	(静岡県 1件)
(大阪市 1件)		(大阪府 1件)
		(兵庫県 1件)

で定める日から施行。)

本法律には、事業者の自主的な取組を促進するための確約手続、繰り返し違反行為を行う事業者に対する課徴金の割増規定、悪質な事業者へ対応するための直罰規定、適格消費者団体が事業者に対し表示の合理的根拠の開示要請ができるとする規定等が盛り込まれている。

2 「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の一部改正

令和4年6月に「アフィリエイト広告等に関する検討会」の報告書に基づき、景品表示法第26条に基づく「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の一部改正を行い、アフィリエイト広告が当該指針の対象に含まれることを明確化した。

3 健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項の一部改定

健康食品の広告その他の表示について、どのようなものが虚偽誇大表示等として問題となるおそれがあるかを明らかにするため、景品表示法及び健康増進法の基本的な考え方を示すとともに、具体的な表示例や、これまでに景品表示法及び健康増進法において問題となった事例等を用いて、平成25年12月24日に「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」をとりまとめ、令和4年12月5日に改定版を公表した。

今回の改定の要点は、①広告の実例を踏まえ、「健康保持増進効果等」の該当例について、「妊活」、「腸活」などの例示を追加、②「アフィリエイトサイ

ト広告等に関する検討会」(令和4年2月公表)の報告書において、アフィリエイト広告は、景品表示法上は広告主の表示とされるものであることを周知徹底するよう提言がなされたことを受けてそのことを追記、③前回の改定以降、多くの違反事例が蓄積されたことから事例を刷新したことである。

4 「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の指定

広告であるにもかかわらず、広告であることを隠す、いわゆる「ステルスマーケティング」について、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある行為を規制する景品表示法の観点から、対応を検討するため、令和4年9月から「ステルスマーケティングに関する検討会」を開催し、同年12月に報告書の公表を行った。そして、当該報告書等を踏まえ、令和5年3月、景品表示法第5条第3号の規定に基づく告示として「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」(令和5年3月28日内閣府告示第19号)を新たに不当表示として指定し、同年10月1日から施行している。

また、上記の告示指定と同時に、事業者の予見可能性を確保するため、「「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の運用基準」を公表した。

5 関係行政機関との連携等

都道府県等における景品表示法の執行力の強化に向けて、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等と協力して北海道・東北地区、関東甲信越地区、中部地区、近畿地区、中国地区、四国地区、九州・沖縄地区の各ブロックの都道府県等との連絡会議(景品表示法ブロック会議)を順次開催し、都道府県等(及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等)の景品表示法担当職員向けに研修を実施した。

さらに、都道府県等において景品表示法の執行に従事している職員を対象とした同法の執行研修を実施した。このほか、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等と共に、都道府県等が行う景品表示法の運用に関して助言を行うなど、都道府県等との協力関係の強化に努めている。

なお、景品表示法に関する調査情報等を共有するネットワーク(景品表示法執行NETシステム)を運用することにより、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等及び都道府県等との情報共有の緊密化を図っている。

6 景品表示法に関する相談業務

消費者庁は、公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等と共に、景品表示法違反行為の未然防止の観点から、事業者等がこれから行う商品・サービスに関する表示の方法や景品類の提供の方法について、事前に相談に応じている。

景品表示法に関して消費者庁及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等が受け付けた令和4年度の相談件数は、16,556件(前年度16,855件)であった。具体的な相談内容としては、表示規制に関するものとして、効果・性能に関する相談、アフィリエイト広告に関する相談、No.1表示に関する相談、二重価格表示に関する相談、おとり広告に関する相談があったほか、景品規制に関するものとして、「取引に付随する」との考え方に関する相談、値引きに関する相談、共同懸賞に関する相談等があった。

7 景品表示法の普及・啓発

消費者庁及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所等は、景品表示法の普及・啓発及び同法違反行為の未然防止のために、消費者団体、地方公共団体、事業者団体や広告関係の団体が主催する景品表示法に関する講習会、研修会等に職員を講師として派遣している。

令和4年度においては、消費者団体、地方公共団体、事業者団体等が全国各地で開催する講習会等に、計170回(受講者数は合計約14,910人)講師を派遣した。

また、景品表示法の概要等を取りまとめたパンフレットを消費者団体、地方公共団体、事業者団体等に対し配布しているところ、令和4年度においては、約3,500部配布した。