

景品表示法の概要

消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ります。

消費者は、より質の高いもの、価格の安いものを求め、事業者は消費者の期待に応えるために、商品・サービスの質を向上させ、より安く販売するよう努力します。

ところが、不当な表示や過大な景品類の提供が行われると、消費者の選択に悪影響を与え、消費者の利益が損なわれることになります。

このような不当な表示や過大な景品類の提供から消費者の利益を保護するための法律が「景品表示法」（不当景品類及び不当表示防止法）です。景品表示法は、不当な表示や過大な景品類の提供を厳しく規制することなどにより、消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ります。

景品表示法のしくみ

一般消費者の利益の保護



不当な顧客誘引の禁止

不当な表示の禁止

表示とは？

事業者が商品・サービスの内容、取引条件について行う広告等の表示

- 例
- チラシ
 - パンフレットや説明書
 - ポスターや看板
 - 新聞や雑誌に掲載された広告
 - テレビCM
 - ウェブサイト 等



過大な景品類の提供の禁止

景品類とは？

商品・サービスの取引に付随して、相手方に提供される物品、金銭等の経済上の利益

- 例
- 一定額以上の買い物をした人に抽選で提供される賞品
 - 来店者にもれなく提供される粗品
 - 商店街の福引きセールで提供される旅行券等



公正競争規約制度

消費者庁長官及び公正取引委員会が認定する業界自主規制として公正競争規約があります。（詳しくは9ページ以降）

過大な景品類の提供は禁止されています。

商品やサービスの販売促進のため、景品類の提供が盛んになっています。しかし、消費者が景品によって商品・サービスを選ぶようになると、質の良くない商品や価格の高いものを買わされて不利益を受けてしまうおそれがあります。景品表示法では、このような不利益を消費者が受けることがないように、景品類の最高額、総額などを制限しています。

景品類とは？

事業者が、顧客を誘引するための手段として、商品・サービスの取引に附随して提供する物品、金銭等のことをいいます。

※値引き、アフターサービス等は除きます。

目的 顧客を誘引する手段として

提供方法 取引に附随して提供する

内容 物品、金銭等の経済上の利益

景品類

一般懸賞

商品・サービスの利用者に対し、くじ等の偶然性、特定行為の優劣等によって景品類を提供することです。

- 例**
- 抽せん券、じゃんけん等により提供
 - 一部の商品にのみ景品類を添付して、外観上それが判断できない場合
 - パズル、クイズ等の解答の正誤により提供
 - 競技、遊技等の優劣により提供等

懸賞に係る取引価額	景品類限度額	
	最高額	総額
5,000円未満	取引価額の20倍	懸賞に係る売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	



共同懸賞

商店街や一定の地域内の同業者が共同して行う懸賞です。

- 例**
- 一定の地域（市町村等）の小売業者又はサービス業者が共同で実施
 - 中元・歳末セール等、商店街が共同で実施（年3回、70日まで）
 - 「電気まつり」等、一定の地域の同業者が共同で実施 等

景品類限度額	
最高額	総額
取引価額にかかわらず30万円	懸賞に係る売上予定総額の3%



総付景品

商品の購入者や来店者に対し、もれなく提供する景品です。

- 例**
- 商品の購入者全員にプレゼント
 - 来店者全員にプレゼント
 - 申込みや来店の先着順にプレゼント 等

取引価額	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の2/10

次のようなものには景品規制は適用されません。

- 商品・サービスの販売に必要な物品・サービス
- 見本、宣伝用の物品・サービス
- 自店又は自店と他店で共通して使用できる割引券
- 開店披露、創業記念等で提供される物品・サービス



商品・サービスに関する不当な表示は禁止されています。

品質や価格についての情報は、消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料であり、消費者に正しく伝わる必要があります。ところが、商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良又は有利であると見せかける表示が行われると、消費者の適正な選択を妨げられることとなります。このため、景品表示法では、消費者に誤認される不当な表示を禁止しています。

不当な表示

優良誤認（4条1項1号）

商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示

① 内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

例 10万キロ以上走行した中古自動車に「3万5千キロ走行」と表示した場合

② 内容について、事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

例 「この技術は日本で当社だけ」と広告しているが、実際は競争業者でも同じ技術を使っていた場合

不実証広告規制（4条2項）

消費者庁長官は、優良誤認表示（4条1項1号）に該当する

か否か判断するため必要があると認めるときは、期間を定

めて、事業者に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ることができます。

→事業者が求められた資料を期間内に提出しない場合や提出された資料が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと認められない場合は、不当表示とみなされます。

有利誤認（4条1項2号）

商品・サービスの価格その他の取引条件についての不当表示

① 取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

例 「優待旅行を特別価格5万円で提供」と表示しているが、実際は通常価格と変わらない場合

② 取引条件について、競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

例 「他社商品の1.5倍の量」と表示しているが、実際は他社商品と同程度の内容量しかない場合

4条1項3号

商品・サービスの取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ、内閣総理大臣が指定する表示

以下の6つが指定されています（平成23年1月現在）

- ① 無果汁の清涼飲料水等についての表示（昭和48年公正取引委員会告示第4号）
- ② 商品の原産国に関する不当な表示（昭和48年公正取引委員会告示第34号）
- ③ 消費者信用の融資費用に関する不当な表示（昭和55年公正取引委員会告示第13号）
- ④ 不動産のおとり広告に関する表示（昭和55年公正取引委員会告示第14号）
- ⑤ おとり広告に関する表示（平成5年公正取引委員会告示第17号）
- ⑥ 有料老人ホームに関する不当な表示（平成16年公正取引委員会告示第3号）

優良誤認

品質、規格等に関する 不当表示を禁止しています。

品質、規格、その他の内容とは、
次のようなものです。

- 品質 原材料、純度、添加物、性能、鮮度、栄養価等
- 規格 国等が定めた規格(例 JIS)、等級、基準等
- その他の内容 原産地、有効期限、製造方法等

CASE 1

自社の商品・サービスの品質、規格その他の内容について、実際のものよりも著しく優良であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

衣料品の原材料

セーターに「カシミア100%」と表示していたが、実際にはカシミア混用率は80%程度であった。



宅配便の配達日数

「翌日配達」と表示していたが、実際には一部の地域にしか翌日に届いていなかった。



CASE 2

自社の商品・サービスの品質、規格その他の内容について、競争業者のものよりも著しく優良であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

携帯電話の機能

「この機能はこの携帯電話だけ」と表示していたが、実際には他社の携帯電話にも同じ機能が搭載されていた。



健康食品の成分量

健康食品に「栄養成分が他社の2倍」と表示していたが、実際には同じ量しか入っていないかった。



その他誤認されるおそれのある表示

特定の商品・サービス

※以下のほか、「有料老人ホームに関する

商品の原産国に関する不当な表示

例えば、A国製の商品に、B国の国名、国旗、事業者名等を表示することにより、消費者が当該商品の原産国をA国と認識できない場合、「A国製」等と原産国がA国であると明りように記載していないと、不当表示となります。



無果汁の清涼飲料水等についての表示

例えば、果汁又は果肉が入っていない清涼飲料水(アイスクリーム等を含む)に、商品名に「〇〇オレンジ」等と果実名を付けたり、果実の絵、写真、デザイン等を表示しているにもかかわらず、無果汁である旨を明りように記載していない場合、不当表示となります。



有利誤認

価格や取引条件に関する 不当表示を禁止しています。

取引条件とは、次のようなものです。

- 取引条件 数量、アフターサービス、保証期間、支払条件等

CASE 1

商品・サービスの価格や取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

住宅ローンの優遇金利

住宅ローンについて、「〇月〇日までに申し込みれば優遇金利」と表示したが、実は、優遇金利は借入れ時期によって適用が決まるものであった。



菓子の過大包装

土産物の菓子について、内容物の保護として許容される限度を超えて過大な包装を行った。



CASE 2

自社の商品・サービスの価格や取引条件が、競争事業者のものよりも著しく有利であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

販売価格の比較

他社の売価を調査せずに「地域最安値」と表示したが、実は近隣の店よりも割高な価格だった。



ローン内容の比較

「無金利ローンで買い物できるのは当社だけ」と表示したが、実は他社でも同じサービスを行っていた。



について内閣総理大臣が指定(告示)した不当表示を禁止しています。

「不当な表示」と「消費者信用の融資費用に関する不当な表示」があります。

不動産のおとり広告に関する表示

例えば、チラシ販売物件として掲載された住宅が、そもそも存在しないものであったり、すでに売却済みである場合は、不動産に関するおとり広告に該当し、不当表示となります。



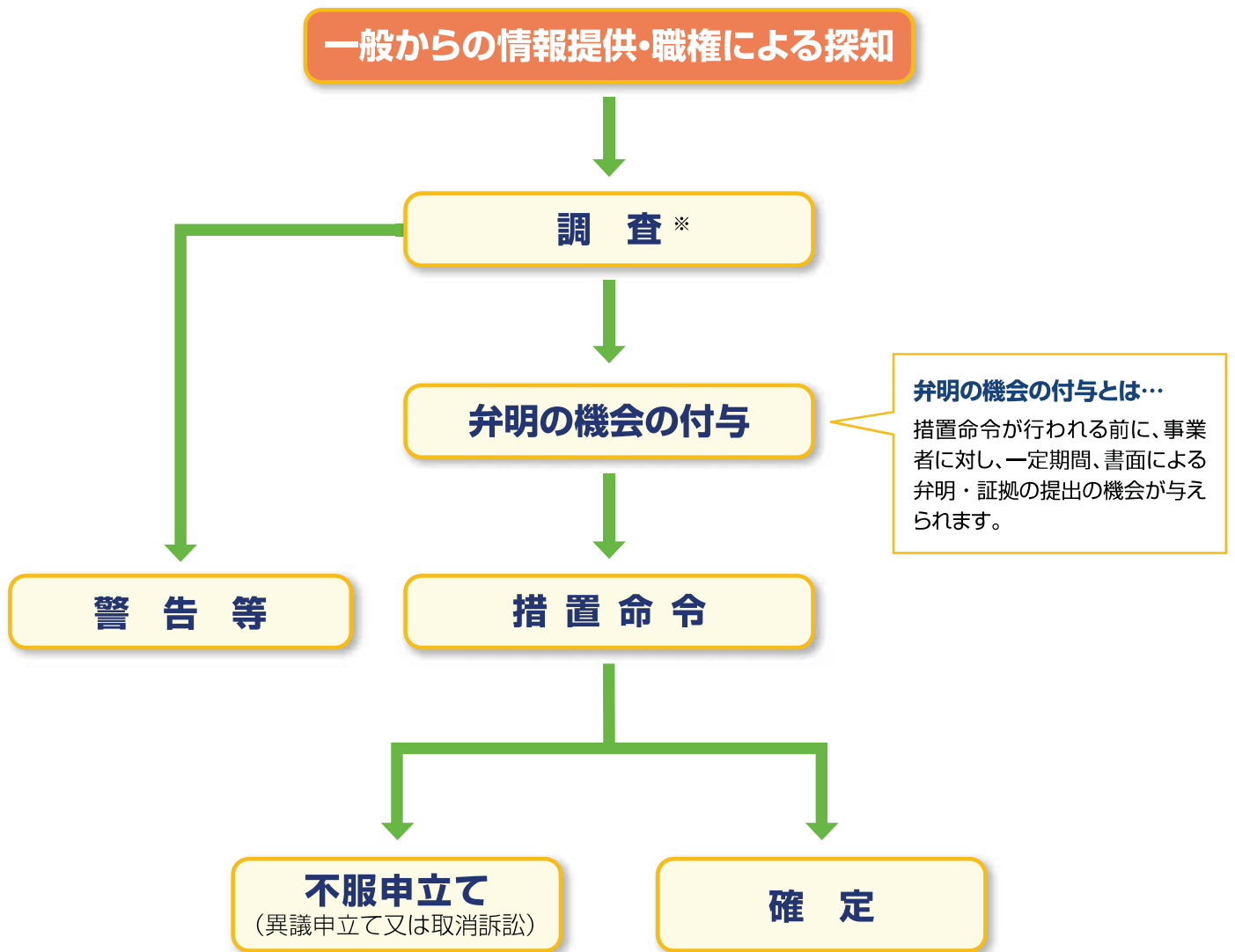
おとり広告に関する表示

例えば、売り出しセールのチラシに「超特価商品10点限り!」と表示しているにもかかわらず、実際には当該商品を全く用意していない場合又は表示した量より少ない量しか用意していない場合は、おとり広告に該当し、不当表示となります。



違反行為に対しては、措置命令が出されます。

景品表示法に違反する行為が行われている疑いがある場合、消費者庁は、事業者への事情聴取、資料収集などを行い、調査を実施します。措置命令を出す前に、いったん書面による弁明、証拠の提出の機会を与えた上で、消費者に与えた誤認を排除すること、再発防止策を講ずること、その違反行為をとりやめることなどを命じます。



※公正取引委員会も、調査のための権限を消費者庁長官から委任されています。

各都道府県でも景品表示法を運用しています。

違反行為を迅速、効果的に規制できるよう、各都道府県知事によっても景品表示法が運用されており、次の権限が与えられています。

- 違反行為に対して、行為の取りやめ、訂正広告などを指示できます。
- 違反者が指示に従わない場合は、消費者庁長官に措置を求めることができます。
- 違反の疑いのある事業者に報告命令や立入検査が行え、拒んだものは50万円以下の罰金が科せられます。