

公正取引委員会による 消費者取引の適正化に向けた取組

平成 20 年 3 月 18 日

公正取引委員会事務総局

< 目次 >

1	消費者取引の適正化に向けた取組の概要.....	1
2	景品表示法による規制の概要.....	2
3	景品表示法違反事件の処理手続.....	3
4	景品表示法事件の処理件数.....	4
5	都道府県による指示件数.....	5
6	景品表示法等の改正.....	6
7	生活安心プロジェクトへの対応.....	7
8	商品・サービスの表示に関する実態調査.....	8
9	消費者モニター・消費者取引適正化推進員・電子商取引調査員の 活用.....	9
10	公正競争規約制度の積極的な運用.....	10

1 消費者取引の適正化に向けた取組の概要

競争政策のグランド・デザイン

公正取引委員会は、公正で自由な競争による経済の活性化と消費者利益の増進を図るため、以下の施策に重点を置き競争政策を展開

改正独占禁止法に
基づく厳正な法執行

ルールある
競争社会の推進

競争環境の
積極的な創造

市場参加者としての消費者に対する適正な情報提供の推進

効果・性能に関する不当表示など消費者取引における不公正な取引に対する迅速かつ実効性のある対処を行い、消費者が安心して商品選択ができる環境を確保【消費者取引の適正化】

景品表示法違反行為への
厳正・迅速な対処

景品表示法（独占禁止法の特例法）

〔 不当表示の禁止
 過大景品の禁止 〕

平成 18 年度の排除命令 32 件，
警告 7 件

平成 19 年度（H19.4～H20.3）
の排除命令 56 件，警告 16 件

都道府県知事による指示は，平
成 18 年度 18 件，19 年度（H19.4
～H20.3）20 件

不当表示等を防止する
ための環境整備

- 1 平成 15 年景品表示法改正（不実証広告規制の導入）
- 2 景品表示法の普及・啓発
- 3 公正競争規約制度の積極的な運用
- 4 特定の商品・サービスに関する表示の実態調査
- 5 消費者モニター等の活用
- 6 各地区消費者団体との意見交換
- 7 関係行政機関等との連携，意見交換
- 8 事業者等からの相談への対応

平成 19 年度の排除命令，警告及び指示件数は平成 20 年 3 月 13 日現在（以下同じ。）

2 景品表示法による規制の概要

< 表示規制 >

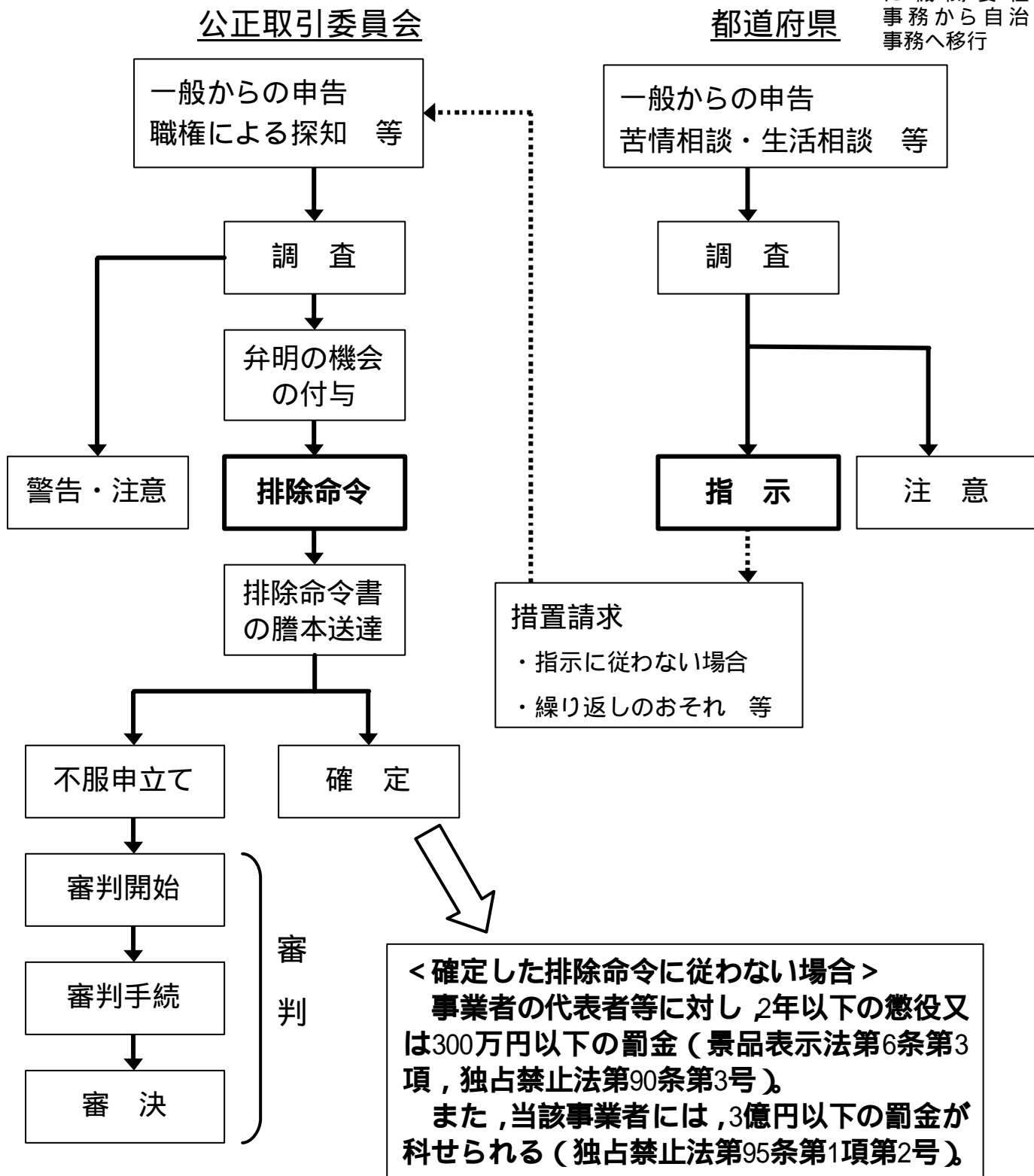
<p>優良誤認 (4条1項1号)</p>	<p>商品・役務の品質，規格その他の内容についての不当表示</p>
	<p>例 セーターのカシミア混用率が80%程度にもかかわらず「カシミア100%」と表示した場合</p>
	<p>不実証広告規制(4条2項) 優良誤認に該当する表示か否かを判断するために，事業者に対し，表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。当該資料の提出がないときは，当該表示は不当表示とみなす。</p>
<p>有利誤認 (4条1項2号)</p>	<p>商品・役務の価格その他の取引条件についての不当表示</p>
	<p>例 6,000円で販売していた商品を5,000円に値下げして販売する際に「通常販売価格10,000円のところ5,000円」と表示した場合</p>
<p>誤認されるおそれのある表示 (4条1項3号)</p>	<p>商品・役務の取引に関する事項について誤認されるおそれがある表示であって公正取引委員会が指定するもの 無果汁の清涼飲料水等についての表示 商品の原産国に関する不当な表示 おとり広告に関する表示 有料老人ホームに関する不当な表示 等</p>

< 景品規制 >

<p>一般懸賞 (昭和52年告示3号)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">懸賞に係る取引価額</th> <th colspan="2">景品類限度額</th> </tr> <tr> <th>最高額</th> <th>総額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5,000円未満</td> <td>取引価額の20倍</td> <td rowspan="2">懸賞に係る売上予定総額の2%</td> </tr> <tr> <td>5,000円以上</td> <td>10万円</td> </tr> </tbody> </table>	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
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										
<p>共同懸賞 (昭和52年告示3号)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">景品類限度額</th> </tr> <tr> <th>最高額</th> <th>総額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>取引価額にかかわらず30万円</td> <td>懸賞に係る売上予定総額の3%</td> </tr> </tbody> </table>	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%				
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%										
<p>総付景品 (昭和52年告示5号)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>取引価額</th> <th>景品類の最高額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,000円未満</td> <td>200円</td> </tr> <tr> <td>1,000円以上</td> <td>取引価額の2/10</td> </tr> </tbody> </table>	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				
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										
<p>業種別景品告示 (4業種)</p>	<p>新聞業 雑誌業 不動産業 医療用医薬品業，医療機器業及び衛生検査所業</p>										

3 景品表示法違反事件の処理手続

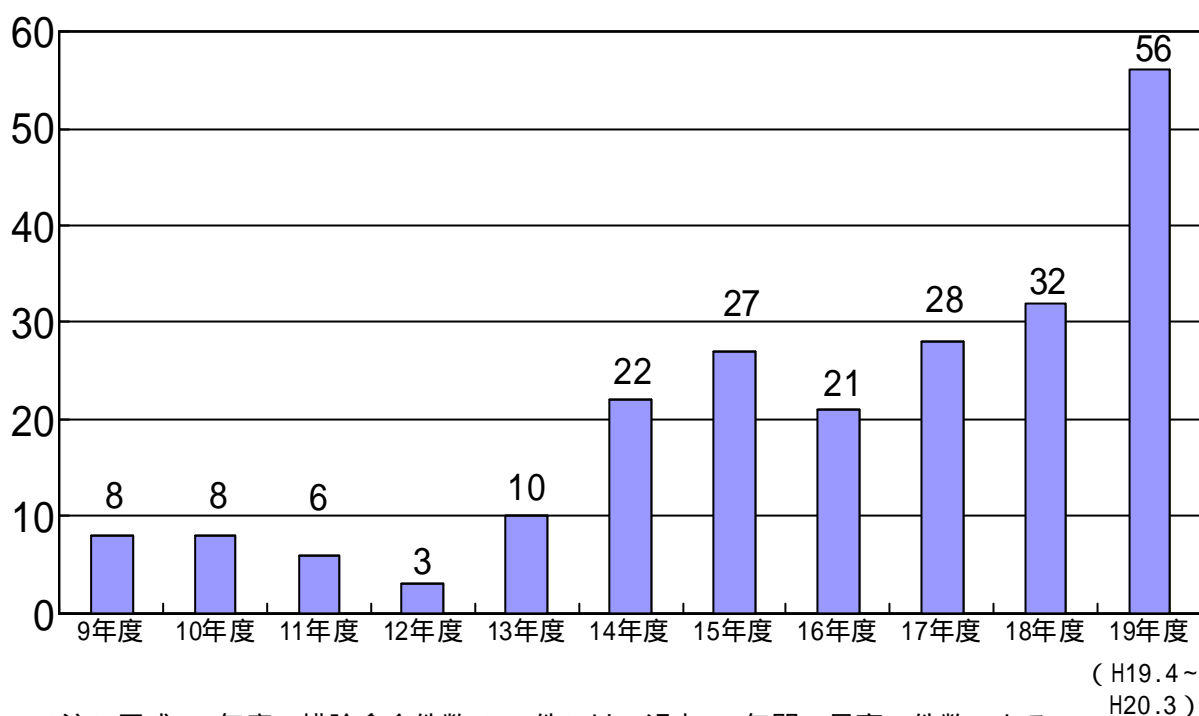
(注)平成12年度
に機関委任
事務から自治
事務へ移行



排除命令が確定した場合，関係事業者は無過失
損害賠償責任を負う (独占禁止法第25条)

4 景品表示法事件の処理件数

(1) 排除命令件数の推移 (過去 10 年間)(公正取引委員会)



(2) 平成 19 年度 (H19.4 ~ H20.3) の排除命令案件

- ・ 電話番号案内から直接電話回線を接続するサービスに関する不当表示 1 件
- ・ 寝具等のシルク混用率に関する不当表示及びシルク製品の不当な二重価格表示 1 件
- ・ 自動車の燃費向上等を標ぼうする商品に関する不当表示 (景品表示法第 4 条第 2 項適用) 16 件
- ・ 納豆菌同属菌を利用した浴室等におけるカビ防止等を標ぼうする商品に関する不当表示 (景品表示法第 4 条第 2 項適用) 7 件
- ・ 馬肉商品及び馬肉を用いた料理の内容に関する不当表示 5 件
- ・ トイレ用芳香洗剤の除菌効果に関する不当表示 1 件
- ・ 蚊よけの効果を標ぼうする商品に関する不当表示 1 件
- ・ 生命保険の支払条件に関する不当表示 1 件
- ・ 使いすてカイロの発熱効果の持続時間に関する不当表示 1 件
- ・ 衣料品のカシミア混用率に関する不当表示 3 件
- ・ 洗桶による浴室等のカビ抑制効果に関する不当表示 (景品表示法第 4 条第 2 項適用) 12 件
- ・ 染毛料の染毛効果に関する不当表示 4 件
- ・ ガラス製品の原産国に関する不当表示 1 件
- ・ 資格取得講座の受講者募集に関する不当表示 1 件
- ・ 牛肉詰め合わせ商品の内容に関する不当表示 1 件

(3) 平成 18 年度事件処理件数 ([] 内は平成 17 年度の件数)

事 件	排除命令	警 告	注 意	合 計
表示事件	32 [28]	7 [36]	596 [532]	635 [596]
景品事件	0 [0]	0 [0]	54 [78]	54 [78]
合 計	32 [28]	7 [36]	650 [610]	689 [674]

5 都道府県による指示件数

年度 区分	平成 17 年度	平成 18 年度	平成 19 年度 (H19.4 ~ H20.3)
指示件数	11 件 (兵庫県 2 件) (北海道 1 件) (東京都 1 件) (新潟県 1 件) (長野県 1 件) (岐阜県 1 件) (静岡県 1 件) (大阪府 1 件) (高知県 1 件) (佐賀県 1 件)	18 件 (静岡県 3 件) (兵庫県 3 件) (埼玉県 2 件) (千葉県 2 件) (東京都 2 件) (神奈川県 2 件) (長野県 2 件) (佐賀県 1 件) (大分県 1 件)	20 件 (徳島県 4 件) (静岡県 3 件) (鳥取県 2 件) (佐賀県 2 件) (山形県 1 件) (愛知県 1 件) (京都府 1 件) (兵庫県 1 件) (秋田県 1 件) (香川県 1 件) (愛媛県 1 件) (栃木県 1 件) (福岡県 1 件)

(注) 平成 19 年度の指示 20 件のうち 19 件が食品の不当表示に対するものである。

6 景品表示法の改正

景品表示法違反行為への抑止力強化，消費者被害の未然防止・拡大防止等の観点から，一定の不当表示への課徴金制度の導入及び消費者団体訴訟制度の導入を内容とした景品表示法及び消費者契約法等の改正案を提出。

(1) 不当表示への課徴金制度の導入

<考え方>

対象行為：不当表示（優良誤認表示又は有利誤認表示）

課徴金賦課の要件：

対象商品等につき 1 億円以上の売上

+

表示が事実と異なること（又はそのおそれが著しく高いこと）
を認識

算定方法：対象商品等の売上額 × 3 %

今国会に「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律及び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」を提出（3月11日）

(2) 消費者団体訴訟制度の新設

景品表示法に規定する不当表示（優良誤認表示又は有利誤認表示）について適格消費者団体が差止請求をすることができる消費者団体訴訟制度を新設する。差止請求権が付与されるのは消費者契約法上の適格消費者団体とする。

今国会に「消費者契約法等の一部を改正する法律案」を提出（3月4日）

7 生活安心プロジェクト(平成19年11月から政府全体で取組)への対応

現在の政府の仕事のやり方は生産第一の視点から作られてきたため、国民生活の安全・安心の確保の視点が政策立案の中心に置かれていない。

政治や行政のあり方のすべてを見直し、真に消費者や生活者の視点に立った行政に発想を転換する。

国民が日々、安全で安心して暮らせるためには、国民生活に関係がある行政のあり方について、被害が防止され、国民に安全・安心をもたらすものとなるよう見直す、あるいは充実強化していくことが必要。

(平成19年11月2日閣僚懇談会における内閣総理大臣発言(要約・抜粋))



生活安心プロジェクト

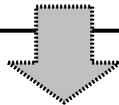
国民生活の基本である「食べる」、「働く」、「作る」、「守る」、「暮らす」の5分野について、以下の取組を政府として実施

緊急に講ずる具体的な施策

(平成19年12月に関係閣僚会合にて了承)

行政のあり方の総点検

(平成20年3月を目途に取りまとめ予定)



当委員会関係の「緊急に講ずる具体的な施策」

景品表示法改正(「食べる」分野、「守る」分野)

食品表示の適正化や悪徳商法の根絶に向けた制度整備の観点から、以下の事項について景品表示法を改正する。

- ・ 一定の不当表示に対する課徴金を新設
- ・ 消費者団体訴訟制度を導入

食品表示に関する関係省庁による情報共有等(「食べる」分野)

- ・ 不適切な食品表示に関する監視強化等のため、国及び地方において関係行政機関による協議会等を設置(平成20年度)

関係5省庁が参加して第1回食品表示連絡会議を開催(平成20年2月)

- ・ 不適切な食品表示の事案が明らかになった場合等において、必要に応じて関係省庁で当該情報を共有し、処分等迅速に対処

悪徳商法関係省庁連絡会議の設置(「守る」分野)

- ・ 悪徳商法の規制関係省庁の課長クラスの会議を設置し、情報共有等を通じて悪徳商法に迅速に対処(平成19年度)

8 商品・サービスの表示に関する実態調査

消費者の関心が高い商品・サービスについて，消費者に対する適正な情報提供の観点から，年数回，表示に関する実態調査を実施

消費者にとって分かりにくい表示等が見受けられた場合は，景品表示法上の考え方を明らかにするとともに，業界団体に対し，表示の適正化への取組等について要望

業界における表示の適正化を促進

< 最近実施した実態調査 >

短期の語学留学等の表示（平成 18 年 12 月）

若者を中心に留学あっせんサービスを利用した短期の語学留学等が増加している傾向にあることを受け，調査を実施

「募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約」の運用基準の変更等

果汁・果実表示のある加工食品の表示（平成 18 年 11 月）

果汁の含有率等を強調した表示のある加工食品（キャンディ，グミ等）が多くみられる実態を受け，調査を実施

飴菓子業界において表示に関する自主基準を策定

黒酢及びもろみ酢の表示（平成 18 年 5 月）

「 県産」等の地域に関する表示，健康・ダイエット等に関する表示，黒酢ともろみ酢を混同するおそれのある表示等について調査

もろみ酢の表示に関する公正競争規約の新規設定（平成 20 年 1 月認定）

9 消費者モニター・消費者取引適正化推進員・電子商取引調査員の活用

独占禁止法及び景品表示法の執行その他公正取引委員会の各種消費者政策の的確な運用に資するため、消費者モニター・消費者取引適正化推進員・電子商取引調査員を活用

消費者モニター（昭和 39 年～） 一般消費者から 1,100 人を委嘱

< 主な活動内容 >

表示等に関するアンケート

事件調査・表示実態調査における消費者意識の把握

消費者モニター通信の送付

消費者行政への消費者の意見反映

消費者取引適正化推進員（平成 17 年～） 消費者モニターの中から 200 人を委嘱

< 主な活動内容 >

消費者モニターの活動に加え、主に以下のような活動を実施

特定の事案に関する情報収集活動

表示上の問題点の把握

電子商取引調査員（平成 14 年～） 一般消費者から 80 人を委嘱

< 主な活動内容 >

ウェブサイト上の広告表示に係る情報提供

表示適正化啓発メールの送信等

啓発メールの送信実績

平成 18 年度 60 サイトの管理者

平成 19 年度 67 サイトの管理者（～平成 20 年 2 月末）

10 公正競争規約制度の積極的な運用

公正競争規約とは、表示又は景品類に関する事項について業界が定める自主規制ルールであって、景品表示法第12条の規定に基づき、**公正取引委員会が認定するもの**

商品・サービスの特性や業界の取引実態に即し、景品表示法以外の関係法令による必要表示事項も取り入れ、的確かつ詳細な規定が可能

平成20年2月末現在、公正競争規約数は106（表示68，景品38）

表示に関する公正競争規約の内容の例

飲用乳の表示に関する公正競争規約の場合

- ・必要表示事項：種類別名称，商品名，原材料名，内容量，消費期限又は賞味期限 等
- ・特定事項の表示基準：「成分調整牛乳」・「低脂肪牛乳」・「無脂肪牛乳」等の用語の表示基準，「特濃」・「濃厚」等の用語の表示基準 等
- ・不当表示の禁止：飲用乳でないものを飲用乳であるかのように誤認されるおそれのある表示，客観的な根拠に基づかない「特選」，「高級」等の表示 等
- ・公正マークの表示：



業界において**公正取引協議会**を設立するなどして、公正競争規約を運用

<最近設定された公正競争規約>

- ・ドレッシング類の表示に関する公正競争規約（平成19年3月）
- ・しょうゆの表示に関する公正競争規約（平成19年4月）
- ・もろみ酢の表示に関する公正競争規約（平成20年1月）

<設定手続中の公正競争規約>

- ・食用塩の表示に関する公正競争規約（平成20年2月公聴会実施）

(参考) 表示に関する公正競争規約 (68 規約)

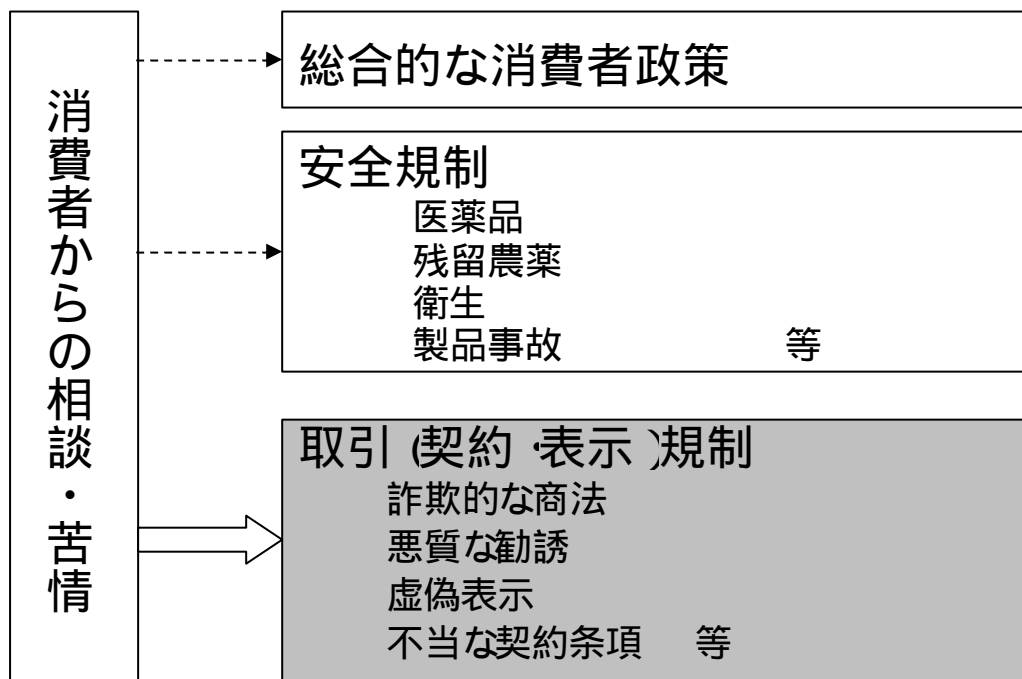
36 規 約	食 品 一 般		身 の ま わ り 品	
	3 規 約	飲 用 乳 は っ 酵 乳 ・ 乳 酸 菌 飲 料 殺 菌 乳 酸 菌 飲 料	帯 締 め 及 び 羽 織 ひ も 人 造 真 珠 眼 鏡 類	
		家 庭 用 品		
		2 規 約	チ ー ズ ア イ ス ク リ ー ム 類 及 び 氷 菓 は ち み つ 類 ロ ー ヤ ル ゼ リ ー う に 食 品 辛 子 め ん たい こ 食 品	家 庭 電 気 製 品 製 造 業 家 庭 電 気 製 品 小 売 業
	医 薬 品 ・ 化 粧 品 等			
	5 規 約	削 り ぶ し り 食 品 食 品 の し り 食 品 食 品 缶 詰 品 ト マ ト 加 工 品 粉 わ さ び 生 め ん 類	化 粧 品 化 粧 石 け ん 家 庭 用 合 成 洗 剤 及 び 家 庭 用 石 け ん 歯 み が き 防 虫 剤	
		自 動 車 等		
	4 規 約	ビ ス ケ ッ ト 類 チ ョ コ レ ー ト 類 チ ョ コ レ ー ト 利 用 食 品 チ ュ ー イ ン ガ ム 凍 食 豆 腐 酢 等	自 動 車 業 二 輪 自 動 車 夕 イ ヤ 農 業 機 械	
		不 動 産		
	1 規 約	果 実 飲 料 等 コ ー ヒ ー 飲 料 等 合 成 レ モ ン 類 豆 乳 類 マ ー ガ リ ン 類	不 動 産	
サ ー ビ ス 業				
3 規 約	観 光 土 産 品 レ ギ ュ ラ ー コ ー ヒ ー 等 ハ ム ・ ソ ー セ ー ジ 類	募 集 型 企 画 旅 行 銀 行 業 指 定 自 動 車 教 習 所 業		
	そ の 他			
7 規 約	酒 類		7 規 約	写 真 機 類 小 売 業 ペ ッ ト フ ー ド 釣 竿 ピ ア ノ ス ポ ー ツ 用 品 電 子 鍵 盤 楽 器 記 録 メ デ ィ ア 製 品
	ビ ー ル 輸 入 ビ ー ル ウ イ ス キ ー 輸 入 ウ イ ス キ ー 単 式 蒸 留 し ょ う ち ゅ う 泡 酒 類 小 売 業			

消費者行政の一元化について

公正取引委員会

基本的視点

- 産業政策との利益相反を回避すべき
- 消費者からの相談・苦情窓口と法執行とを連結させるべき
- 安全規制と取引（契約・表示）規制とは別個に扱うべき
- 屋上屋を架す行政は回避すべき



公正取引委員会 = 独立の行政委員会

↓
独占禁止法が基本であり、消費者向け取引（契約・表示）に係る規制は特別法としての景品表示法による広告・表示規制に限られる

取引（契約・表示）規制全般に拡大可能

縦割りではなく業種横断的に法適用が可能
事業者の視点ではなく、消費者の視点に立った法執行が可能
調査手続とスキルは独占禁止法違反事件審査と共通
諸外国の競争当局においては、消費者取引全般に対する規制権限を有するところがある（米，英，加，韓，豪等）

主要国の競争当局による消費者政策

国	執行組織	主な規制対象行為	違反行為に対する措置の内容
米国	連邦取引委員会 消費者保護局	虚偽広告（FTC法） ぎまんの行為（FTC法）、電話勧誘販売規則（FTC規則） その他の消費者保護法違反行為（消費者信用供与に関する必要開示事項、債権取立における濫用行為規制、小売・ノンバンク・消費者金融業者の表示規制、エネルギー消費量表示規制（個別法））	同意命令、審決 民事訴訟
英国	公正取引庁 消費者助言・取引基準局	消費者の利益を損なう行為の規制（企業法第8部及び個別法令に基づくもの） ぎまんの広告行為（ぎまんの広告規制法） その他の消費者保護法違反行為（消費者金融規制、不動産規制等）	事業者との改善措置の確約 民事提訴（差止め）
カナダ	産業省競争局 公正取引部	ぎまん・誤認表示、おとり販売（競争法） マルチ商法、ぎまんのテレマーケティング（競争法） 消費者包装・表示法（商品の表示事項）、繊維表示法（繊維の品質表示）、貴金属刻印法（貴金属の品質表示）の違反行為。	事業者との改善措置の確約 刑事事件として司法長官に送付 競争審判所への審判請求、裁判所提訴
韓国	公正取引委員会 消費者政策局	虚偽・誇大広告（公正表示・広告法） 不当な約款（約款規制法） その他の消費者保護法違反行為（訪問販売法、割賦販売法、電子商取引消費者保護法）	排除命令、課徴金納付命令 刑事罰（虚偽・誇大広告等）
豪州	競争・消費者委員会（ACCC） 消費者保護課等	虚偽、誤認表示、おとり広告、不実表示（取引慣行法） 紹介販売、消費者に対する嫌がらせ及び取引強制、送りつけ商法（取引慣行法） 非良心的行為（取引上の地位を利用した不当な行為）（取引慣行法）	民事提訴（差止め・損害賠償） 事業者との改善措置の確約 刑事訴追（虚偽表示、おとり広告、不当な困惑・脅迫行為等）