

No. 5

## 不当な表示や 景品に"待った"をかける

公正取引委員会事務局 近畿中国四国事務所 取引課長 笠原 雅之 (かさはら・まさゆき)

消費者なら、誰もがより良い商品やサービスを求めます。ところが、実際よりも良く見せかける表示が行われたり、過大な景品付販売が行われたりすると、それらにつられて消費者が実際には質の良くない商品やサービスを買ってしまい不利益を被るおそれがあります。

このような不当表示や過大な景品提供から一般消費者の利益を保護するための法律が景品表示法（景表法）です。景表法は、商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制するとともに、過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額等を制限することなどにより、消費者の皆さんがより良い商品やサービスを自主的かつ合理的に選べる環境を守っています。

この景表法を所管しているのは消費者庁ですが、公正取引委員会（公取委）は消費者庁長官から景表法の違反事件に係る調査権限の委任を受け、公取委の地方事務所等において、景表法違反事件の調査業務を行うとともに、同法違反の疑いに関する情報の受け付けや相談業務を行っています。

また、都道府県でも景表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、都道府県知事も景表法に基づく権限を有しており、違反行為者に対して、措置命令を行うことができます。

そもそも景表法は、これまでの連載で紹介しました独占禁止法（独禁法）の特別法という制定経緯があります。

独禁法では、過大な景品提供や不当表示によって顧客を誘引する行為は、「不当な顧客誘引」として規制対象になっていました。しかし、昭和30年代になって景品付販売の賞金・商品の高額化が目立ち始め、また、いわゆる「ニセ缶缶事件」が発生するなど、過大な景品提供や不当表示を規制するには、独禁法による規制だけでは限界があり、特別法の制定を望む意見が有力になりました。

こうした状況を受けて、迅速かつ効果的な規制を行うための

新法として、独禁法の精神に沿って過大な景品提供や不当表示を規制する景表法が、昭和37年に成立しました。

このように、景表法は、もともと独禁法で禁止されていた「不当な顧客誘引」の考え方にに基づき、本来は商品やサービスの品質や性能などで行われるべき事業者間の競争が、過大な景品提供や不当表示により不公正なものになり、結果的に消費者の不利益につながることを防止しているのです。

景表法は、その規制の内容が景品規制と表示規制に分かれ、景品規制※1には、一般懸賞（●●を買ってくれた方には抽選で●●をプレゼント）、総付景品（●●を買ってくれた方にはもれなく●●をプレゼント）などにおける提供できる景品類の最高額等の規制があり、表示規制※2には、優良誤認表示※3（商品やサービスの品質、規格、その他の内容についての不当表示）、有利誤認表示※4（商品やサービスの価格、その他の取引条件についての不当表示）、その他誤認されるおそれのある表示（商品の原産国、おとり広告など計6告示）の規制があります。優良誤認表示には、合理的な根拠がない効果・性能の表示は優良誤認表示とみなす「不実証広告規制」という規制もあります。

また、景表法の改正により、平成28年4月から課徴金制度が導入され、商品やサービスの取引について優良誤認表示または有利誤認表示をした事業者に対して、金銭的な不利益を課す課徴金納付命令が行われることになりました。

次回からは、景表法の表示規制を中心に、消費生活と景表法の関わりについて具体的にお話します。

※1 <http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/keihin/keihingaiyo.html>

※2 <http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/hyoji/hyojigaiyo.html>

※3 <http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/yuryo.html>

※4 <http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/yuri.html>

「消費者セミナー」を開催しています。  
ご関心のある方は当事務所（06-6941-2173）まで、お気軽にご連絡  
ください。