

食品表示と景品表示法

沖縄県子ども生活福祉部
消費・くらし安全課

景品表示法とは

不当景品類及び不当表示防止法

- 過大な景品類の提供を制限
- 一般消費者に誤認される表示を禁止

目的

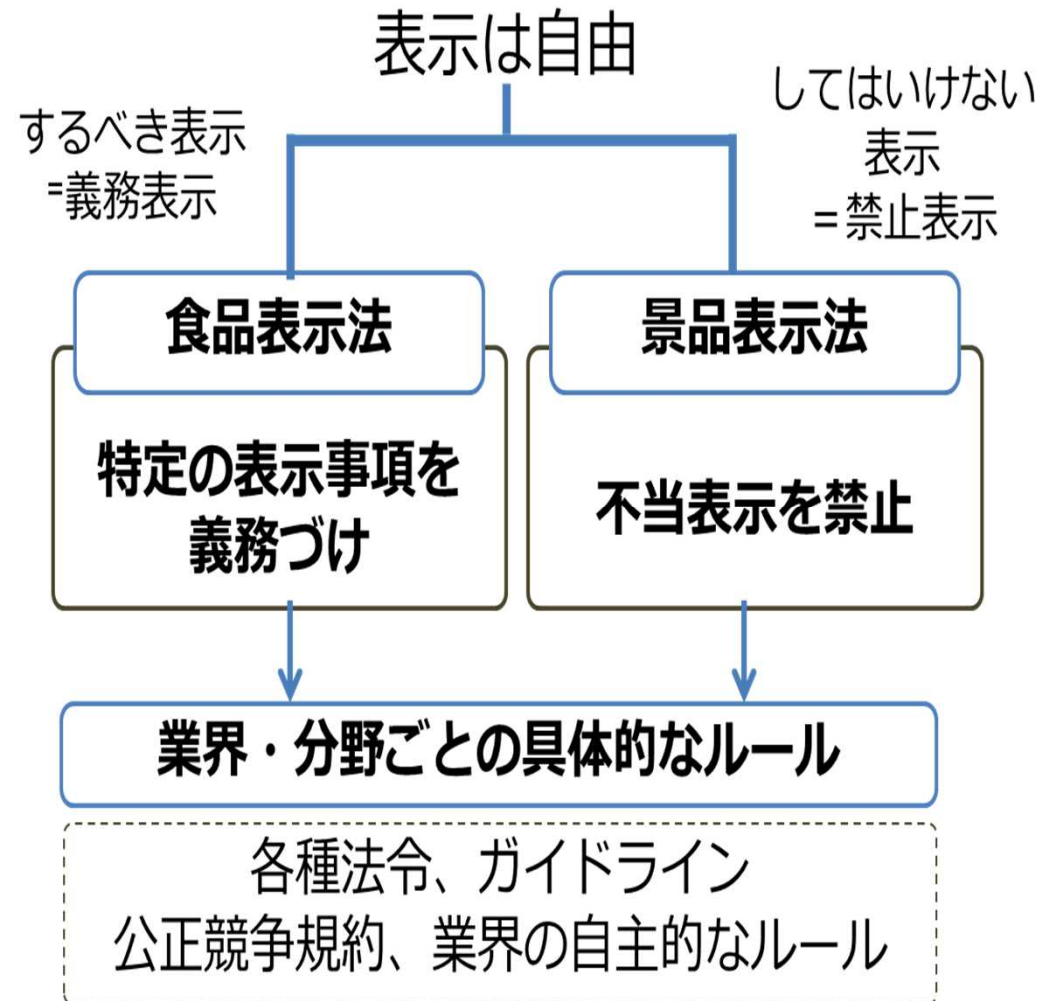
一般消費者の利益保護

- 品質や価格などの情報は、商品・サービスを選択するときの重要な判断材料
- ウソや大げさな情報は、消費者の自主的・合理的な選択を阻害する
- 不当な表示を排除
- 必要な商品・サービスを安心して選べる環境を守る



景品表示法の特徴

- 全ての商品・役務が対象となる
- 義務表示ではない
- 事後チェック型
- 故意か過失かは問われない
- 一般消費者がどう考えるか
- 表示全体から受ける印象から判断



景品表示法の対象となる表示

チラシ・カタログ



容器・包装



インターネット広告



話題の
新商品！



店内ディスプレイ

売上
NO1！

メニュー



新聞・雑誌広告



テレビ・ラジオ広告



してはいけない表示（不当表示）とは

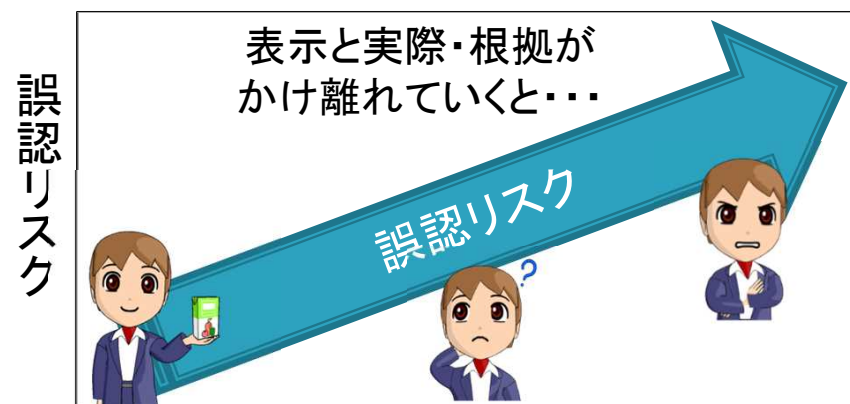
不当表示とは

- ①商品又は役務の内容、取引条件について、実際のものよりも著しく優良・有利であると消費者に誤認される表示をしてはならない（法第5条）
（例）有名ブランド牛と表示されているのに別の国産牛肉だった
- ②商品又は役務の内容について、合理的な根拠がない場合は不当表示となる（法第7条2項）
（例）「飲むだけ」と表示されたダイエット食品の根拠がなかった

➡ 実際のものとかけ離れてとても良いと消費者に誤認させる表示

著しく優良・有利とは

- この表示がなかったら買わなかったと一般消費者に思わせるものかどうか
→ 「消費者の誤認」が相当程度高い
- 不当表示となるかどうかは、個別のケースごとに表示全体から判断される



表示と実際・根拠の不一致

不当表示をしたらどうなる？

情報提供

- 国（消費者庁、公正取引委員会）や都道府県に不当表示の疑いがある案件の情報が寄せられます。
- 国や都道府県が職権で違反の疑いを探知することもあります。

調査

- 資料の収集や事業者への事情聴取などの調査を行います。
- 不当表示とは認められないが、消費者の誤認を招くおそれのある表示には、指導を行うこともあります。

措置命令

- 調査の結果、不当表示が認められると、不当表示の差し止めなど必要に応じた「措置命令」を行います。
- どの程度、表示と実態がかけ離れると不当表示と認められるかは、調査をした上で判断されます。

課徴金納付命令

- 違反行為にかかる売上の3%を納付させる命令が出されることもあります。

公正競争規約

- ▶ 事業者団体が自主的に設定するルール。
 - 消費者庁（公正取引委員会）の認定を受ける
 - 公正競争規約は規約を運用する公正取引協議会の会員に対して強制力をもつ。
- ▶ 景品表示法、他の関係法令の規制を含む。
- ▶ 「すべき表示」の基準を細かく設定。
- ▶ 「してはいけない表示」の基準を定めたものもある。

ただし、会員でなくても、その内容を参考に表示することが望ましい

表示に関する公正競争規約 65業種
うち食品関係 35業種

公正競争規約で定めている内容の例

食用塩「天然塩」「自然塩」表示の禁止
生めん類「沖縄そば」の定義
飲用乳「特濃」「濃厚」表示の基準
果実飲料等「ジュース」表示の基準
泡盛「古酒」の定義



(一社)全国公正取引協議会連合会ホームページより

消費者庁による措置命令（１） 優良誤認

（株）木曽路に対する措置命令について

<平成26年10月15日公表>

松阪牛
入荷いたしました
木曽路が目利きした、最高級の松阪牛を
お楽しみ下さい。

■松阪牛しゃぶしゃぶコース
先付、しゃぶしゃぶ（肉・野菜盛）
きしめん、餅、御飯、香の物、アイスクリーム
別きしめん、餅は中華丼に変更出来ます。
7,000円（税込7,560円）

■松阪牛すきやきコース
先付、すきやき（肉・野菜盛）
玉子、きしめん、トマトサラダ、御飯、香の物
アイスクリーム
7,500円（税込8,100円）

松阪牛
追加肉
4,500円（税込4,860円）

木曽路

松阪牛
入荷いたしました
木曽路が目利きした、最高
級の松阪牛をお楽しみ下さ
い。

松阪牛しゃぶしゃぶコース
松阪牛すきやきコース

あたかも、左記の料理に
松阪牛を使用しているか
のように示す表示をして
いた。

⇒実際は大部分について
松阪牛ではない和牛の肉
を使用していた。

消費者庁による措置命令（２） 有利誤認

有限会社ミート伊藤に対する措置命令について

<平成26年7月24日公表>



特定日の売出しに際して、商品パッケージにおいて対象商品ごとの個別価格を記載するとともに、新聞折込みチラシにおいて上記のように記載等することにより、あたかも、特定日の売出しにおいては、対象商品を通常時の販売価格の半額で販売するかのように表示していた。

⇒対象商品の商品パッケージに記載した個別価格の多くは、通常時の販売価格が一旦引き上げられたものであって、通常時の販売価格の半額ではなかった。

事前相談について

景品表示法に関する事前相談を受け付けています。
ただし、次の点にご注意ください。

- これから行おうとする広告表示等に関する相談を受け付けます。
→すでに表示しているものは調査の対象となります。
- 電話や面談などにより聞き取りした範囲の情報に対しての一般的な考え方のアドバイスとなります。
→景品表示法には許認可や届出制度はありません。
- 広告やパッケージ等の表示案全体の添削は行っておりません。

よくある相談 沖縄県産〇〇使用

沖縄県産牛肉のミンチと輸入牛肉のミンチを使用したハンバーグに「沖縄県産牛肉使用」と表示してよいか

考え方

- 単に「沖縄県産牛肉使用」と表示すると、使用する牛肉の100%が沖縄県産であると消費者が誤認する可能性があります。
- 事例の場合、沖縄県産牛肉の使用割合を併記することで、誤認リスクが低くなります。
- わずかな量しか使用していないのに強調して表示すると不当表示となるおそれがあります。

参考 食品表示法（原料原産地表示、特色ある原材料の表示）
食肉の表示に関する公正競争規約

よくある相談 商品名などの地名表示

原材料の一部に沖縄県産牛肉を使用したレトルトカレーに「琉球カレー」とつけてよいか

考え方

- 「琉球」など沖縄をイメージさせるような表現や、絵、写真から、消費者は沖縄県産の原材料を使用していると期待します。
- 事例の場合、沖縄県産の原材料を使用しているが別の産地も使用しているので、使用割合などを表示することで誤認リスクは低くなります。
- 沖縄で商品を製造しているという意味であれば、原材料の全てが沖縄県産であるかのような印象を与える表示にならないよう気をつけてください。

参考 観光土産品の表示に関する公正競争規約
商標法

よくある相談 原材料の写真を使いたい

果汁0.7%のオレンジドリンクのパッケージを新しくする。
オレンジのリアルな絵や写真を使ってもよいか

考え方

- 果実のスライスや果汁のしずく、果肉などのイラストや写真は、果汁100%のジュースのパッケージにしか使えません。
- 果汁が5%未満の場合は、「無果汁」と表示した上で図案化したイラストであれば使うことが認められています。
- わずかな量しか使用していないのにあたかも多量に使用しているかのような写真は不当表示のおそれがあります。

参考 無果汁又は果汁が5%未満である場合の基準

- 無果汁の清涼飲料水等についての表示（消費者庁告示）
- 果実飲料等の表示に関する公正競争規約

よくある相談 特選、極上、高級など

当社従来商品より原材料の質にこだわった新商品を販売する予定であるが、特選と表示してよいか

考え方

- 「特選」等といった表示から、消費者がほかの類似の商品よりも優れていると期待する可能性があります。
- 根拠なく「特選」等と表示すると不当表示のおそれがあります。
- 次のような点から、根拠にあった表示であるか検討してください。
 - ①品質や製造方法等に、実際に強調できる優良性があるか
(例) ほかの類似の商品より〇〇成分が多いという試験データがある
 - ②その原材料等が実際に「特選」に値するような格付けがなされているか
(例) 市場で「Aクラス」で取り引きされている

参考 公正競争規約、JAS 規格、地域特産品認証基準など

よくある相談 効果効能の表示

よもぎを使用したドリンクに「糖が気になる方へ」や「健康のために」と表示してよいか

考え方

- 明らかに食品と認識されるものは、医薬品的な効果も表示できる・・・✕
- 疾病の治療や予防を期待させるような表示が、実際のものとかけ離れてとても良いと誤認されるような場合は、景品表示法上、問題となります。
- 次のような場合には、不当表示にあたります。（本当によくある）
 - 表示の根拠がない
 - 表示の根拠が客観的に実証されたものでない
（例）ウェブサイト上の内容をまとめただけでは根拠とはいえない
 - 表示の内容と根拠が合っていない
（例）一般的な情報のみで、この商品自体に関する根拠とはいえない
- 健康、美容、元気といった抽象的な表示も考え方は同じです。

参考

医薬品医療機器等法
健康増進法

よくある相談 「増量」の表示

これまで販売していた袋入りお菓子を、価格はそのままでも量を20%増やして販売することになった。「20%増量」と表示してよいか

考え方

- 「○%増量」「+ 2 個」などの表示は、元の量を比較対照として表示し、増えた量を強調する表示です。
- このような表示から、消費者は期間限定のみ増量されたお得な商品であると期待する可能性があります。
- 期間限定でない場合や、増量の期間が長すぎる場合などは不当表示のおそれがあります。

景品表示法のまとめ

～不当表示をしないために～

- この表示によって、お客様はどのような印象を持つかを意識する。
- 表示の根拠が客観的、事実であること
- 業界・分野によってルールがあるものがある
- 消費者（＝お客様）をがっかりさせない表示をお願いします。

資料編：景品表示法の概要（1）

消費者の自主的かつ合理的な商品及び役務の選択を確保するため、一般消費者に誤認される表示や過大な景品類の提供を制限・禁止→一般消費者の利益を保護

景品類の制限及び禁止（法第4条）

総付景品

商品の購入者等にもれなく提供する景品類
最高額：取引価格1000円未満は200円まで
取引価格1000円以上は取引価格の20%まで

一般懸賞

商品の購入者等に対し、くじなどの偶然性、特定行為の優劣等によって提供する景品類
最高額：取引価格5000円未満は取引価格の20倍まで
取引価格5000円以上は10万円まで
総額：懸賞に係る売上予定総額の2%まで

共同懸賞

一定地域の同業者・商店街が共同実施
最高額：30万円まで 総額：売上予定総額の3%まで

不当表示の禁止（法第5条）

優良誤認

商品又は役務の品質、規格その他の内容について実際のものより著しく優良と消費者に誤認される表示

【不実証広告規制】（法第7条2項）
事業者に対し商品・役務の効果、性能に関する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

有利誤認

商品又は役務の価格その他の取引条件について実際のものより著しく有利と消費者に誤認される表示

その他誤認されるおそれのある表示

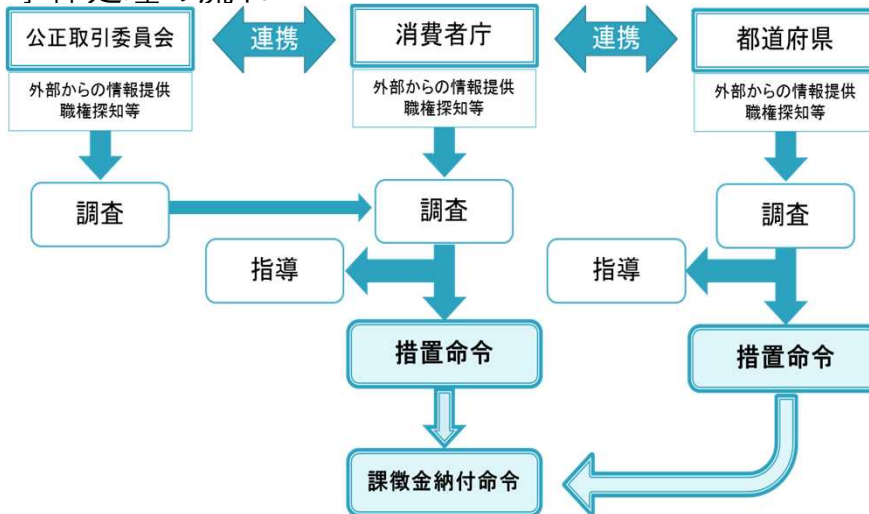
- ①無果汁の清涼飲料水等
- ②商品の原産国
- ③消費者信用の融資費用
- ④不動産のおとり広告
- ⑤おとり広告（売り切れ）
- ⑥有料老人ホーム

資料編：景品表示法の概要（2）

措置命令（法第7条）

調査の結果違反と認められた場合に、違反行為の差し止め、再発防止策の実施、一般消費者への周知徹底、今後同様の違反行為をしないことなどを命ずる行政処分

事件処理の流れ



罰則：措置命令に違反した者
2年以下の懲役又は300万円以下の罰金

課徴金（法第8～25条）

課徴金納付命令

【対象行為】優良誤認表示、有利誤認表示

【賦課金額の算定】対象商品・役務の売上額の3%

【対象期間】3年間を上限とする

【主観的要素】違反事業者が相当の注意を怠った者でないと認められるときは、課徴金を賦課しない。

【規模基準】課徴金額が150万円未満となる場合は課徴金を賦課しない。

課徴金額の減額

違反行為を自主申告した事業者に対し、課徴金額の1/2を減額する。

自主返金

①実施予定返金措置計画の作成・認定

②返金措置の実施

③報告期限までに報告

返金合計額が課徴金額未満→課徴金の減額

返金合計額が課徴金額以上→課徴金を命じない

景品表示法に関する相談・問合せ先

沖縄県子ども生活福祉部 消費・くらし安全課

電話：098-866-2187 FAX：098-866-2789

景品表示法について詳しくは・・・

- ▶ 消費・くらし安全課ウェブサイト

<http://www.pref.okinawa.jp/site/kodomo/shohikurashi/index.html>

- ▶ 消費者庁ウェブサイト（景品表示法のページ）

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/

ご静聴ありがとうございました