

知っておきたい!

〈平成28年7月版〉

景品表示法が規制する食品表示のルール

平成25年秋以降、ホテルやレストラン等でメニュー表示と異なる食材を使用した事案が明らかとなり、「日本の食」に対する国内外の信頼を回復するため、景品表示法が改正されました。

また、北陸新幹線金沢開業を契機に多くの観光客が来県しています。

このリーフレットは、県民はもとより、観光客のみなさんにも本県の大きな魅力の一つである「食」を安心して楽しんでもらえるよう、事業者のみなさんが商品やサービスの内容を広告や店頭で表示する際にご留意いただきたいことをまとめています。

景品表示法とは

(不当景品類及び不当表示防止法)



消費者なら、誰もがより良い商品・サービスを求めますが、実際より良く見せかける表示や過大な景品類の提供があると、それらにつられて消費者が質の良くない商品・サービスを購入し、不利益を被るおそれがあります。

景品表示法は、商品・サービスの品質、内容、価格等を偽って表示することなどを規制し、消費者がより良い商品・サービスを自主的かつ合理的に選べる環境を守る法律です。

消費者に誤認を与える不当な表示の禁止

景品表示法で禁止している不当表示には大きく分けて3つの種類があります。

① 優良誤認表示 (第5条第1号)

商品やサービスの品質、規格などの内容について、
ア 実際のもよりも著しく優良である
イ 事実と相違して競争事業者のものよりも著しく優良であると、一般消費者に誤認される表示

② 有利誤認表示 (第5条第2号)

商品やサービスの価格などの取引条件について、
ア 実際のもよりも著しく有利である
イ 競争事業者のものよりも著しく有利であると、一般消費者に誤認される表示

③ 一般消費者に誤認されるおそれがあるとして、内閣総理大臣が指定する表示 (第5条第3号)

ア 無果汁の清涼飲料水等についての表示
イ 商品の原産国に関する不当な表示
ウ 消費者信用の融資費用に関する不当な表示
エ 不動産のおとり広告に関する表示
オ おとり広告に関する表示
カ 有料老人ホームに関する不当な表示

改正景品表示法について

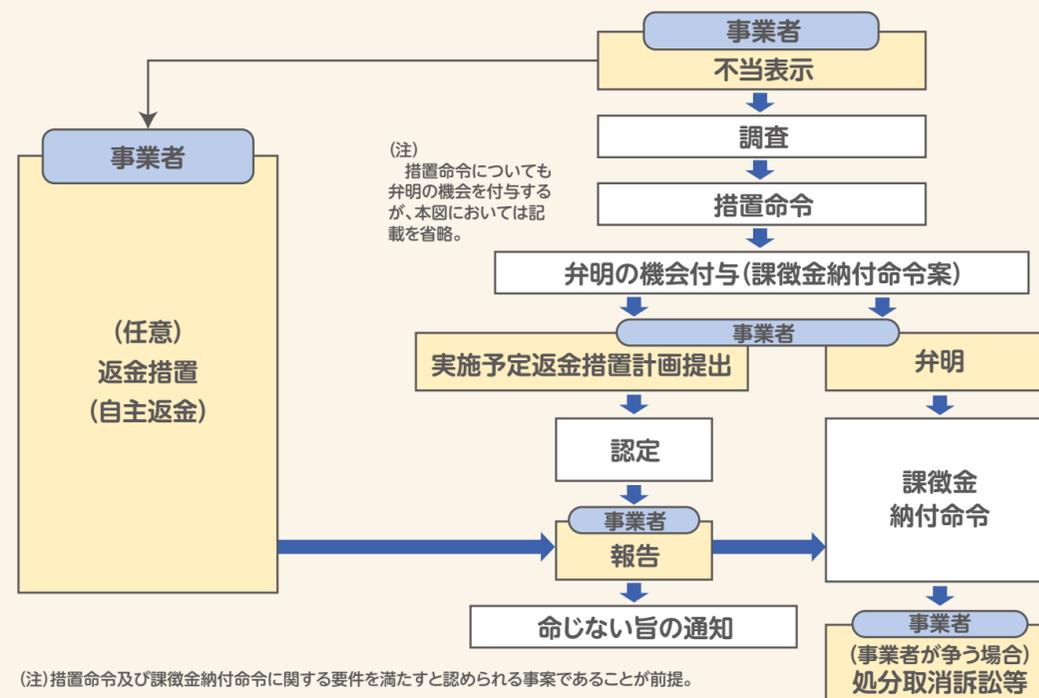
●「課徴金制度」が導入されました! (平成28年4月1日施行)

<課徴金制度の概要>

不当な表示による顧客の誘引を防止するため、課徴金制度が導入されました。なお、不当表示による消費者被害の回復を促進する観点から、所定の手続きに沿って消費者に自主返金を行った場合には、返金相当額が課徴金額から減額される、または返金相当額が課徴金額を上回るときは課徴金の納付を命じられないこととなります。

- ・対象行為：優良誤認表示、有利誤認表示を対象とする。
- ・賦課金額の算定：対象商品・役務の売上高に3%を乗じる。
- ・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2分の1を減額する。
- ・除斥期間：違反行為をやめた日から5年を経過したときは、課徴金を賦課しない。
- ・賦課手続：違反事業者に対する手続保障として、弁明の機会を付与する。
- ・被害回復：事業者が所定の手続きに沿って自主返金を行った場合は課徴金を命じない又は減額する。

課徴金納付命令までの基本的な手続の流れ(イメージ)



(注) 措置命令及び課徴金納付命令に関する要件を満たすと認められる事案であることが前提。

●事業者が講ずべき表示等の管理上の措置 (平成26年12月施行)

事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又はサービスの内容等に応じ、必要かつ適切な範囲で、以下に示す7つの事項に沿うような具体的な措置を講ずる必要があります。

1 景品表示法の考え方の周知・啓発

- ・関係従業員等が、景品表示法に関する事業者団体などが主催する社外講習会に参加すること。
- ・景品表示法に関する勉強会を定期的に開催すること。など



2 法令遵守の方針等の明確化

- ・法令遵守の方針等を社内規程、行動規範等として定めること。
- ・社内規程において、不当表示等が発生した場合に係る連絡体制、具体的な回収等の方法、関係行政機関への報告の手順等を規定すること。など

3 表示等に関する情報の確認

- ・生産・製造・加工が仕様書・企画書と整合しているかどうか確認すること。
- ・企画・設計・調達・生産・製造・加工の各段階における確認事項を集約し、表示の根拠を確認して、最終的な表示を検証すること。など

4 表示等に関する情報の共有

- ・表示等に影響を与え得る商品またはサービスの内容の変更を行う場合、担当部門が速やかに表示等担当部門に当該情報を伝達すること。
- ・社内イントラネットや共有電子ファイル等を利用して、関係従業員等が表示等の根拠となる情報を閲覧できるようにしておくこと。など

5 表示等を管理するための担当者等を定めること

- ・代表者自身が表示等を管理している場合に、その代表者を表示等管理担当者として定め、代表者が表示等の内容を確認すること。
- ・商品カテゴリごとに異なる部門が表示等を策定している場合、各部門の長を表示等管理担当者として定め、部門長が表示等の内容を確認すること。など

6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること

- ・表示等の根拠となる情報を記録し、保存しておくこと。
- ・製造業者等に問い合わせれば足りる事項について、製造業者等に問い合わせができる体制を構築しておくこと。など

7 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

- ・一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合には、速やかに一般消費者に対する周知(例えば、新聞、自社ウェブサイト、店頭での貼り紙)及び回収を行うこと。
- ・関係従業員等に対して必要な教育・研修等を改めて行うこと。など

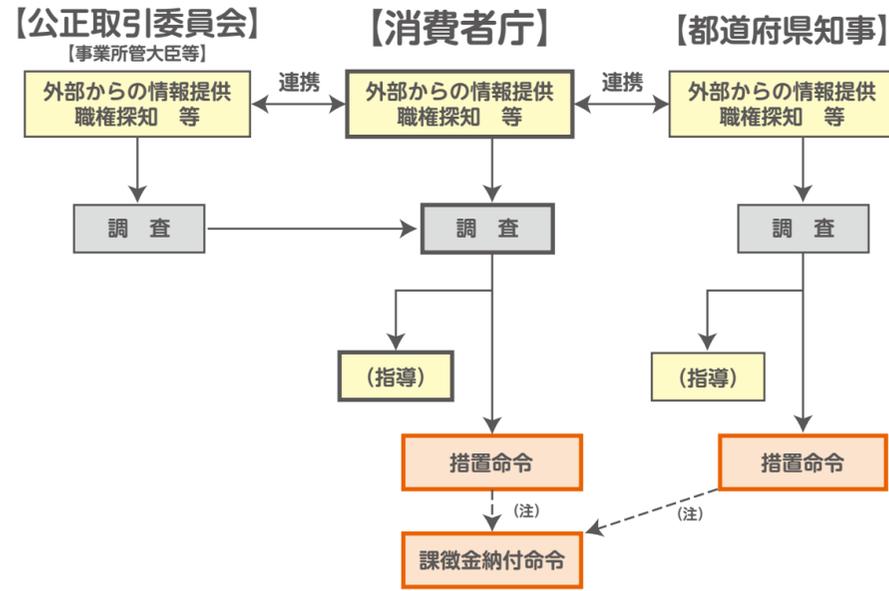
改正景品表示法について | 課徴金制度が導入されました |

●行政の監視指導体制の強化 (平成26年12月施行)

景品表示法はこれまで消費者庁が中心となって法執行を行ってきましたが、行政の監視指導体制を強化するため、各都道府県知事に対しても、国と同等の措置命令権限と合理的根拠の提出要求権限が付与されました。

不当表示など違反の事実が認められた場合、国又は県により表示の撤回や再発防止を命じる措置命令が発せられます。措置命令に従わない場合、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金が科せられます。

景品表示法違反の事件処理手続



(注) 措置命令及び課徴金納付命令に関する要件を満たすと認められる事案であることが前提。

景品表示法に導入される課徴金制度に関する説明会資料
 「資料1 景品表示法の概要」(消費者庁) を加工して作成
http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/160129premiums_1_1.pdf

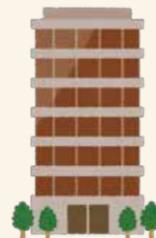
景品表示法に関する窓口等

《国》 ● 消費者庁表示対策課

〒100-8958 東京都千代田区霞が関3-1-1 中央合同庁舎第4号館
 TEL 03-3507-8800(代)
 ホームページ (景品表示法)
<http://www.caa.go.jp/representation/index.html>

《県》 ● 石川県県民文化局県民生活課

〒920-8580 金沢市鞍月1-1
 TEL 076-225-1386



本リーフレットに関するお問合せ

石川県県民文化局県民生活課 TEL: 076-225-1386

優良誤認表示・有利誤認表示とは・・・

優良誤認表示

実際よりも著しく優良であると消費者に誤認される表示

簡単に言うと

「これはとても良い品質(規格、内容)だ」と思わせておいて、実際にはそうではない表示のことです。



国産牛はおいしいなあ



優良誤認表示の基本的な考え方

商品やサービスの品質、規格などの内容について、実際のものや事実に相違して競争事業者のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示を優良誤認表示として禁止しています。

問題となる事例



1 レストランで「ステーキ」と表示して料理を提供していたが、実際は「牛の成形肉(人工的に結着し形状を整えたもの)」を焼いた料理だった。

→ 消費者は「牛の生肉の切身を焼いた料理が提供される」と誤認するおそれがあります。

問題となる事例



2 サラダの材料に「有機野菜を使用」とメニューに表示していたが、一部の野菜は有機野菜ではなかった。

→ 消費者は「有機野菜のみを使用したサラダが提供される」と誤認するおそれがあります。

不実証広告規制

～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されます～

国や県は、商品・サービスの効果や性能に優良誤認表示の疑いがある場合、その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ます。当該資料が提出されない場合、当該表示は不当表示とみなされます。

問題となる事例



3 ダイエット食品の表示に、あたかも食事制限をすることなく痩せられるかのように表示していた。

→ 実際には当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料はなかった。

詳しくは、消費者庁ホームページに掲載されている「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」をご覧ください。

http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140328premiums_5.pdf

有利誤認表示

実際よりも著しく有利であると消費者に誤認される表示

簡単に言うと

「これはとてもお得だ」と思わせておいて、実際にはそうではない表示のことです。



有利誤認表示の基本的な考え方

商品やサービスの価格などの取引条件について、実際のものや事実に相違して競争事業者のものより著しく有利であると一般消費者に誤認される表示を有利誤認表示として禁止しています。

問題となる事例



1 飲食店において日本酒を提供する際に「1合」と表示していたが、実際は「1合」より少ない量で提供されていた。

→ 消費者は「日本酒1合が提供される」と誤認するおそれがあります。

不当な二重価格表示

事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格(以下「比較対照価格」といいます。)を併記して表示することを二重価格表示といいます。二重価格表示は、その内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択に資する面がありますが、比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、有利誤認表示に該当するおそれがあります。

問題となる事例



2 「通常1,300円のところ、本日限り900円」と表示していたが、いつも900円で提供しており、1,300円で提供した実績はなかった。

→ 消費者は「900円が通常より安い価格」と誤認するおそれがあります。

ポイント解説! 「著しく」(優良・有利)とは・・・

表示には、ある程度の「誇張」が含まれていることは、通常、一般消費者も想定している。

「著しく」とは、表示の「誇張」の程度が、社会一般が認める程度を超えているため、一般消費者の商品選択に影響を与える場合をいう。

「著しく」に該当する例 実際には得られる効果が表示のとおりではないことを知っていれば、一般消費者の判断として、その食品を購入しないと考えられる場合。