



景品表示法の優良誤認とは

商品・サービスの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、消費者に正しく伝えられる必要があります。それゆえ、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、消費者の適正な商品選択が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。



○不当な表示とは

消費者に誤認される不当な表示には、優良誤認表示と有利誤認表示があります。

優良誤認表示(景品表示法 5 条 1 号)

商品・サービスの品質、規格などの内容について不当な表示がされた。

①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) カシミヤ混用率が 80%程度のセーターに「カシミヤ 100%」と表示した。

②事実に相違して競争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) 「この技術を用いた商品は日本で当社のもものだけ」と表示していたが、実際は競争業者も同じ技術を用いた商品を販売していた。

有利誤認表示(景品表示法 5 条 2 号)

商品・サービスの価格などの取引条件について不当な表示がされた。

③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) 当選者の 100 人だけが割安料金で契約できる旨表示していたが、実際には応募者全員を当選とし、全員に同じ料金で契約させていた。

④競争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 2 倍の内容量です」と表示していたが、実際には他社と同程度の内容量だった。

○製品の品質に関わる表示と優良誤認表示の禁止(景品表示法 5 条 1 号)

商品・サービスの品質を、実際よりも優れていると偽って宣伝する、または、競争業者の商品・サービスよりも特に優れてなくても、あたかも優れているように偽って宣伝する行為が優良誤認表示になります。不当に消費者を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあるため禁止されています。(先に示した①、②に相当)

なお、故意に偽って表示する場合だけでなく、誤って表示してしまった場合でも、優良誤認表示に該当する場合は、景品表示法により規制されることとなりますので特に注意が必要です。

○不当表示 (不実証広告規制) (景品表示法 7 条 2 項)

優良誤認表示を効果的に規制するため、消費者庁長官は、商品・サービスの内容(効果、性能)に関する表示についての優良誤認表示に該当するか否かを判断する必要がある場合に、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。

それに対し、事業者が資料を提出しない場合又は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、該当する表示は、不当表示とみなされます。

○不実証広告規制に関する指針(「合理的な根拠」の判断基準)²⁾

商品・サービスの効果、性能の著しい優良性を示す表示は、一般消費者に対して強い訴求力が有り、顧客誘引効果が高いことから、そのような表示を行う事業者は、表示内容を裏付ける合理的な根拠をあらかじめ有していることが求められています。

商品・サービスの表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すため、資料の提出が消費者庁長官から求められ、その内容が妥当であると認められるためには、下記の 2 つの要件が必要です。

① 提出資料が客観的に実証された内容のものであること

提出資料は、表示された具体的な効果、性能が事実であることを説明できるものでなければなりません。次のいずれかに該当する客観的に実証された内容のものである必要があります。

・試験・調査によって得られた結果

試験・調査の方法は、表示された商品・サービスの効果、性能に関連する学术界又は産業界において一般的に認められた方法又は関連分野の専門家多数が認める方法により実施する必要があります。方法が存在しない場合は、社会通念上妥当と認められる方法等で試験・調査を実施する必要があります。消費者の体験談やモニターの意見等については、無作為抽出法で相当数のサンプルにて、作為が生じないように考慮して行うなど、統計的に客観性が十分に確保されている必要があります。

・専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献

専門家等による見解又は学術文献を表示の裏付けとなる根拠として提出する場合は、該当する分野の専門家等により、見解や学術文献で一般的に認められている必要があります。該当する専門分野以外の専門家等の見解は、客観的に実証されたものとは認められません。

生薬の効果など経験則を表示の裏付けの根拠として提出する場合においても、専門家等の見解又は学術文献によってその存在が確認されている必要があります。

② 表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること

提出資料が、それ自体として客観的に実証された内容のものであることに加え、表示された効果、性能が提出資料によって実証された内容と適切に対応していなければなりません。

そして、表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出期限は、該当する資料の提出を求めた日から、原則として 15 日後とされています。商品・サービスの表示は、あらかじめ実証されていることが前提であるためです。

【参考にした情報】

1) 景品表示法；消費者庁

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

2) 不当景品類及び不当表示防止法第 7 条第 2 項の運用指針；消費者庁

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/pdf/100121premiums_34.pdf

