

(参考資料 4)

第 2 回 食品の表示制度に関する懇談会

参考資料 (公正取引委員会関係)

景品表示法の運用状況及び消費者取引の適正化への取組

平成 1 4 年 6 月 2 8 日
公正取引委員会

景品表示法の運用状況及び消費者取引の適正化への取組

公正取引委員会

第1 平成13年度における景品表示法事件の処理状況

- 平成13年度における事件処理件数は、表1のとおり、排除命令10件、警告379件及び注意83件、計472件であった。事件処理件数は昨年度と比較して横ばいながら、表示の警告件数が257件（前年度201件）と増加した。

表1

単位：件

| | 排除命令 | 警 告 | | 注 意 | 合 計 |
|-----|---------|-----------|-----------|---------|-----------|
| | | | うち、公表したもの | | |
| 表 示 | 10 [3] | 257 [201] | 7 [15] | 74[123] | 341 [327] |
| 景 品 | 0 [0] | 122 [119] | 0 [1] | 9[25] | 131 [144] |
| 合 計 | 10 [3] | 379 [320] | 7 [16] | 83[148] | 472 [471] |

（注） []内は、平成12年度の件数である。

- 排除命令の内容は、健康志向を背景とした化粧品の効能・効果の不当表示事件、輸入商品について適切な表示を求める観点から行った電球形蛍光ランプの明るさの不当表示事件、加えて、30年振りに観光土産品の過大包装等の事件のほか、従来より散見される中古車の走行距離数の不当表示事件や不当な二重価格表示事件などであった。
また、本年1月末以降顕在化した食肉の偽装表示については、消費者が安心して商品選択ができる環境を確保すべく迅速・厳正に対処しており、平成13年度においては、雪印食品株式会社に対する食肉の原産国等の不当表示事件について排除命令を行った。食品の不当表示については、同事件を皮切りに、現在までに8件の排除命令を行っている（別紙参照）。
- 警告事件のうち、表示事件では、健康・環境志向や高齢者向けサービスの分野に係るもののほか、依然として不当な二重価格表示事件が多く、また、景品事件では、懸賞景品事件が過半を占め、中でも、自動車、海外旅行等、高額の景品が提供される事件がみられた。

第2 消費者取引の適正化への取組

1 消費者取引問題について検討

「21世紀にふさわしい競争政策を考える懇談会」の提言書において消費者政策の積極的な推進について提言があったことを踏まえ、公正取引委員会が消費者取引において取り組むべき問題について検討するため、有識者から成る「消費者取引問題研究会」（座長落合誠一東京大学大学院教授）を開催した。

2 消費者向け電子商取引の適正化への取組

(1) 消費者向け電子商取引分野における監視体制の強化

消費者向け電子商取引(以下「B to C 取引」という。)における消費者利益の保護，事業者・消費者に対する B to C 取引に係るルールの啓発のため，定期的・集中的な監視調査(インターネット・サーフ・デイ)を実施するとともに，我が国を含む世界 30 か国において同時期に実施される国際・インターネット・サーフ・デイにも積極的に参加してきた。

(2) 「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項」の公表

これまで実施してきた B to C 取引における表示についてのインターネット・サーフ・デイの調査結果，最近の B to C 取引をめぐる環境の変化，インターネットに関する苦情・相談の傾向等を分析したところ，様々な表示上の問題が顕在化している状況がみられたことを踏まえ，B to C 取引の健全な発展と消費者取引の適正化を図るとの観点から，B to C 取引における表示について景品表示法上の問題点，問題となる事例及び表示上の留意事項を整理し，公表した。

(3) 飲用海洋深層水の表示について

近年，海洋深層水を原料とする商品(飲料水，塩，化粧品等)が多岐にわたって販売され，これら商品の市場規模は，消費者の健康志向を受けて拡大しているところ，消費者からはこれらの商品に関する表示が分かりにくい等の情報が寄せられていたため，これらの商品のうち，比較的市場に多く流通している飲用海洋深層水について，表示の状況を調査し，消費者取引の適正化を図る観点から，表示上の問題点と留意事項を整理し，公表した。

第3 公正競争規約の見直し等

1 平成 13 年度においては，消費者の健康志向の高まりや商品の多様化等により表示内容の一層の充実が求められている状況を踏まえて，飲用乳，はっ酵乳，辛子めんたいこ食品，タイヤ及びうに食品の各表示規約について所要の変更の認定を行った。

2 食肉の不当表示問題を契機として，一般消費者の食品表示への不信感が拡大している状況に対応するため，食肉卸売業者及び小売業者における適正表示確保等の在り方について早急に検討を開始するよう関係団体に要請するとともに，要請を受けた全国食肉公正取引協議会と食肉卸売業者等との合同検討会議などにおける卸売段階における適正表示の自主ルールとしての公正競争規約の設定に向けた事業者団体の適正表示への取組についても積極的に支援している。

最近の景品表示法違反事件処理状況（排除命令のみ）

平成 13 年度（10 件）

| 番号 | 事 件 名 | 概 要 |
|----|----------------|---|
| 1 | (株)アニューズ | 化粧品 of 効能に関する不当表示（第 4 条第 1 号） |
| 2 | (有)新ヨコハマ自動車販売 | 中古自動車の走行距離計の巻戻し（第 4 条第 1 号） |
| 3 | (株)ラルズ | 食料品の不当な二重価格表示（第 4 条第 2 号） |
| 4 | ニチメン九州(株) | 白熱電球の性能に関する不当表示（第 4 条第 1 号） |
| 5 | 雪印食品(株) | 食肉に関する不当な原産国表示（第 4 条第 3 号） |
| 6 | 南風堂(株) | 観光土産品（菓子類・乾燥果実）に関する不当表示 原材料の不当表示（第 4 条第 1 号） 過大包装（第 4 条第 2 号） 原産国の不当表示（第 4 条第 3 号） |
| 7 | (有)ファッションキャンディ | |
| 8 | (有)仲原商事 | |
| 9 | (株)チトセ | |
| 10 | (株)山内産業 | |

平成 14 年度（12 件：平成 14 年 6 月 25 日まで）

| 番号 | 事 件 名 | 概 要 |
|----|-----------------------------------|---|
| 1 | (株)カワイ | 食肉に関する不当な原産国表示及び優良誤認 （第 4 条第 1 号，第 3 号） |
| 2 | オレンジチェーン本部(株) | 食肉に関する不当な原産国表示及び優良誤認 （第 4 条第 1 号，第 3 号） |
| 3 | (有)ササキストア | 食肉に関する不当な原産国表示（第 4 条第 3 号） |
| 4 | まるまつ鮮魚(有) | 食肉・食肉加工商品に関する不当な原産国表示及び 優良誤認（第 4 条第 1 号，第 3 号） |
| 5 | 丸紅畜産(株) | 食肉に関する不当な原産国表示及び優良誤認 （第 4 条第 1 号，第 3 号） |
| 6 | (株)中田喜造商店 | 伝統工芸品（茶筌）に関する不当な原産国表示 （第 4 条第 3 号） |
| 7 | 竹華園こと奥田正一 | |
| 8 | 高山堂こと藤井編利 | |
| 9 | 全農チキンフーズ(株)及び 鹿児島くみあいチキンフーズ(株) | 食肉・食肉加工商品に関する不当な原産国表示及び 優良誤認（第 4 条第 1 号，第 3 号） |
| 10 | スターゼン(株) | 食肉に関する優良誤認（第 4 条第 1 号） |
| 11 | (株)赤のれん | 衣料品の不当な二重価格表示（第 4 条第 2 号） |