

(景品表示法回答) (ブログ(砂糖不使用))

景品表示法の基本的な考え方については別紙をご確認ください。

また、事後規制の法律となっているため、今回の指摘によってお墨付きを与えるものではないこと及び最終的には、事業者の責任と判断のうえで表示を行っていただく必要があることにご留意ください。

チラシやPOP、SNS告知における表示については、その表示内容によって景品表示法以外の法律が適用される場合がありますので、ご注意ください。また、下記に記載のとおり、商品に印字されている表示においても、景品表示法が適用される場合があります。

景品表示法に文言規定はなく、実際のものや事実と相違して競争事業者のものより著しく優良・有利であると一般消費者が誤認する場合は不当表示となる可能性があります。不当表示に当たるか否かは、商品の性質、一般消費者の知識水準、表示の方法、表示の対象となる内容などを基に、表示全体から個別に判断されます。

また、消費者庁では「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」をホームページで公表しておりますので、ご参照ください。

(消費者庁ホームページ URL)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180607_0004.pdf

景品表示法の対象となる表示は、商品に印字されている表示だけではなく、SNS、HP、イラスト、写真、メニューを含む全ての表現であり、消費者が表示全体から受けた印象・認識を基準に判断されます。

景品表示法に文言の規制はありませんが、消費者が表示から期待するものと実際のものに乖離がある場合、不当表示となるおそれがありますので、全ての表現について根拠を持っておいってください。

景品表示法の基本的な考え方について

景品表示法は、商品・サービスの品質、規格などの内容及び価格などの取引条件について、実際のものや事実と相違して競争事業者のものより著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認される表示（優良誤認表示、有利誤認表示）を禁止しています。

景品表示法の適用を受ける表示とは？

パッケージやラベルをはじめ、パンフレット、チラシ、ダイレクトメール、インターネット広告、テレビやラジオのコマーシャル及びセールストークなど、事業者が顧客を誘引するための手段として消費者に知らせる広告や表示全般を指します。

表示を行う際に、気を付けていただきたいこと

事業者が広告及び宣伝を行う際、どのような表示をするかは事業者の任意ですが、景品表示法に抵触するかどうかの判断は、その**表示全体から受ける一般消費者の印象及び認識が基準**となるため、不当表示とならないために、次の観点で表示内容を決定していただく必要があります。

- 消費者に誤解されるような誤った情報や大げさな情報を伝えていないか。
- 消費者が受ける印象及び期待感と実際のものとの間に著しい乖離がないか。
- 食品の表示において、一括表示の内容と整合性がとれているか。
- 商品・サービスの効果や性能を表示する場合、その表示は裏付けとなる**合理的な根拠を示す資料(※)**に基づいたものであるか。

※ 効果や性能について表示を行った場合、消費者庁及び県はその事業者に対して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。その結果、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。（不实証広告規制）

公正競争規約…業界が自主的に設定する表示等のルール

公正競争規約は、これを運営している各公正取引協議会の会員でなければ遵守義務はありませんが、規約を守って表示を行えば、通常、景品表示法の違反になることはありませんので、表示を行う際の参考にしてください。

<公正競争規約について閲覧できるサイト>
(全国公正取引協議連合会) <http://www.jfftc.org/>



景品表示法については、消費者庁のホームページに資料が掲載されていますので参考にしてください。

○ 「事例でわかる！景品表示法」

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_160801_0001.pdf