

景品表示法 応用編③

解答

〔設問1〕 指定告示（無果汁）

正答：②

果汁や果肉が入っていない清涼飲料水は、果実の写真やスライスされた果実の絵等を表示すると、果汁入りと誤認されるおそれがあるため、無果汁である旨を明瞭に表示しなければ不当表示となります。

〔設問2〕 指定告示（原産国）

正答：②

景品表示法では、商品に原産地を表示する義務はありませんが、外国の国名、国旗等が表示され、外国産と誤認されるおそれのある商品は、国内で生産された旨を表示しなければ不当表示となります。

なお、「原産国」とは、商品の内容について実質的な変更をもたらす行為が行われた国です。革靴の例では、日本が原産国となり、時計の例では、動力機構部分を組み立てたアメリカが原産国となります。ただし、時計のバンドが重要な構成要素となる場合は、アメリカと日本の二国が原産国となります。

〔設問3〕 指定告示（無果汁・原産国）

正答：②

果実の断面図を表示すると、果汁入りと誤認されるおそれがあります。

バニラビーンズの例では、実際に使用しているのであれば、バニラの花の絵を表示しても問題ありません。また、カカオを使用し、実際の原料原産地が正しければ、国内メーカーのアイスクリームに国産と表示しても問題ありません。ただし、輸入販売者が輸入したアイスクリームに国産と表示することはできません。

〔設問4〕 指定告示（おとり広告）

正答：③

実際には提供しない（あるいは提供できない）商品・サービスをあたかも購入できるかのように表示し、消費者が購入可能であると誤認する場合は、不当表示（おとり広告）となります。

〔設問5〕 指定告示（有料老人ホーム）

正答：②

写真の土地・建物が自己所有でない場合は、その旨を明瞭に表示する必要がありますが、自己所有の場合には問題ありません。

医療機関との連携について表示する場合は、医療機関の名称に加え、診療科目など協力内容についても記載する必要があります。また、終身性を持つ表示をする場合は、住み替えを求める場合の具体的状態や契約上の住替え条件を記載する必要があります。

〔設問6〕 メニュー表示

正答：②

景品表示法の対象となるのは、サービス等を提供する事業者が消費者を誘引するために行うあらゆる表示です。事業所内の社員に限定して表示する場合は、景品表示法の対象外となります。

〔設問7〕 メニュー表示

正答：③

「使用野菜は全て東京産」との表示から、消費者は、東京の地域で生育・収穫された野菜のみが使用されていると認識すると考えられます。

都内の市場では、東京以外の産地の野菜も取り扱っています。また、東京以外の産地が混在した野菜を提供した場合は、不当表示となる可能性があります。

〔設問8〕 打消し表示

正答：①

体験談であっても、被験者の数、体験談と同じ効果を得られた人の割合等を明瞭に表示していない場合は、不当表示となる可能性があります。

価格の適用条件（定期購入が条件であること等）を表示する場合は、消費者が容易に確認できるよう文字の大きさ、配置箇所等に注意が必要です。また、アンケート結果を表示する場合は、アンケートの概要（調査時期、対象者、調査数、調査条件など）をあわせて表示する必要があります。

〔設問9〕 比較広告

正答：②

景品表示法は、比較広告を禁止してはいませんが、比較の対象が適正でない場合、比較方法が客観的・公平でない場合には、体験談であっても不当表示となる可能性があります。

また、自社商品の比較であっても、瑣末な改良にもかかわらず画期的な新商品であるかのように表示する場合は、不当表示となる可能性があります。

〔設問10〕 比較広告

正答：①

調査結果に基づく比較広告を行う場合には、原則として相当数のサンプルで行った調査で実証されている必要がありますが、低額商品について地域限定で行う場合には、小規模の調査でも妥当性が認められる場合があります。

自社の新商品と他社の旧商品との比較において、あたかも新商品同士の比較であるかのような場合、また他社を誹謗・中傷するような場合には、不当表示と判断される可能性があります。