

広告法規マニュアル

第39号

2016年10月

不当表示規制の概要 及び措置命令の最近の事例



公益社団法人 東京広告協会
TOKYO ADVERTISING ASSOCIATION

法務政策委員会

< 目次 >

第1章 はじめに 本稿の目指すところ	1
1. 不当景品及び不当表示の弊害.....	1
2. 独占禁止法及び景品表示法, その他の法律.....	2
第2章 不当表示規制の概要	4
1. 3種類の不当表示.....	5
(1) 優良誤認表示.....	6
(2) 有利誤認表示.....	8
(3) その他誤認されるおそれのある表示.....	9
2. 要件の検討.....	10
(1) 表示.....	10
(2) 事業者.....	11
(3) 著しく.....	11
3. 不実証広告規制—優良誤認表示のトピッカー.....	13
(1) 不実証広告規制の概要.....	13
(2) 『不実証広告規制に関する指針』.....	15
4. 二重価格表示—有利誤認表示のトピッカー.....	22
(1) 二重価格表示のパターン.....	22
(2) 過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示.....	25
5. 比較広告・最高級表現及びそれに準ずる表現.....	27
(1) 比較広告.....	27
(2) 最高級表現及びそれに準ずる表現.....	30
6. 打消し表示.....	32
(1) 打消し表示とは.....	32
(2) 望ましい表示.....	33

7. インターネットにおける表示上の留意点	35
(1) 『電子商取引ガイドライン』の概要	36
(2) 『インターネット広告ガイドライン』の概要	38
(3) インターネット消費者取引における表示方法について	41
(4) 口コミサイト	44
8. 景品表示法に違反した場合	47
(1) 措置命令	47
(2) 課徴金制度	48
9. 他の法律との関係	50
(1) 民法, 消費者契約法	50
(2) 健康増進法	52
(3) 医薬品医療機器等法	54
(4) 食品表示法 (機能性表示食品)	57
10. 法令以外の要検討事項	59
(1) 公正競争規約	59
(2) 媒体考査について	64
第3章 措置命令の最近の事例	66
1. 優良誤認表示	66
(1) レストランのメニュー	66
(2) 不実証広告規制	73
2. 有利誤認表示	79
(1) 価格の表示	79
(2) 有利な当選条件	83
3. その他誤認されるおそれのある表示	86
(1) 商品の原産国に関する不当な表示	86
(2) おとり広告に関する表示	88
第4章 まとめにかえて	90