

No.151

(平成27年3月20日発行)
(2015年)

ひょうご発

生活情報レポート

Aらしい、

YOUR OWN LIFE

このタイトルには生活、くらしという意味の「life」のほか、生活のA級ライセンス、くらしのエースを目指そうという意味が含まれています。

目次

CONTENTS

特集

1~4

不当な表示と消費者保護について

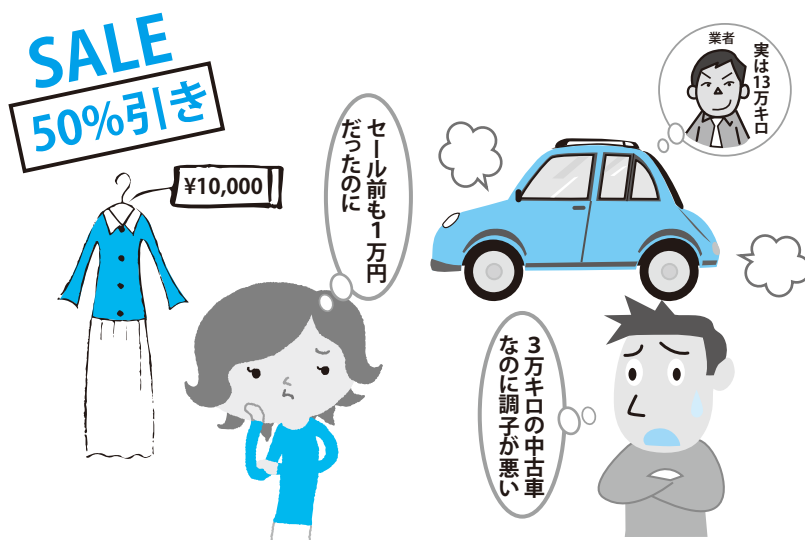
テスト&リサーチ

5・6

スマートフォンの充電中に
異常発熱!!

相談窓口案内

6



不当な表示と消費者保護について

岡山大学大学院 教授 佐藤 吾郎

1. はじめに

平成25年10月に、関西の大手ホテルグループが、提供している料理の食材が表記しているものと異なっている旨の発表をしました。一例として、「ビーフステーキ」と表示されていたものの実際は牛の脂を注入した牛肉（成型肉）であったことが挙げられました。牛肉を用いた料理に使用する牛肉には、牛の生肉の切り身（「正肉」）および成型肉（牛の生肉、脂身等を人工的に結着し、形状を整えたもの）があります。消費者には、一般に正肉を用いた料理の方が成型肉を用いた料理よりも良質のものとして好まれる状況にあり、正肉は成型肉に比べ高値で取引されています。「ビーフステーキ」というと、一般消費者は正肉と認識するので、成型肉にステーキと表示することは、実

際のものよりも著しく優良（品質がとともよい）と誤認される表示になります。

この例を含む一連の表示は、景品表示法違反とされ、メニュー表示偽装問題として大きな社会問題となり、この事件を契機として、平成26年には、景品表示法の改正が2回も行われました。なぜ、これほど表示が注目されているのでしょうか。そもそも、適正な表示は、消費者あるいは地域社会にとって、なぜ必要なのでしょうか。景品表示法とはどのような法律なのでしょうか。また、食品表示を規制する法律はどのようなものがあるのでしょうか。今回は、不当表示について、消費者保護の観点から、関連する法律の内容を解説します。

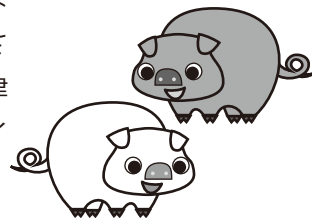
2. 適正な表示の意義

そもそも、なぜ適正な表示が私たちの社会に必要なのでしょうか。一般的に、2つの理由が挙げられます。第一に、消費者の自主的かつ合理的選択の確保です。消費者は、適正な表示に基づいて、品質に見合った価格で誤解なく、納得づくで、取引をすることができます。第二に、適正な表示を確保することによって、品質に見合わない割高な価格で販売するような悪質な事業者が排除されることになり、公正な競争が確保され、消費者に良質廉価な商品、サービスが提供されることになります。

例えば、地域の特産の豚肉を地域振興ブランドとして販売しようと努力しているところに、悪質な事業者が現れ、通常の豚肉を鹿児島黒豚と称して、鹿児島黒豚としては割安の価格で販売すると、地元特産の豚肉は売れなくなってしまいます。真面目に頑張っている事業者が報われなくなってしまうという意味で、公正な競争が損なわれ、ひいては、地域の産業、観光資源にも損害が及びます。

このような不当表示に対する規制としては、2つの

タイプがあります。第一は不当な表示を禁止するものです。消費者の自主的かつ合理的な選択の確保を主な目的として、著しく内容が優良あるいは取引条件が有利であると誤認される表示を禁止するタイプのルールです。景品表示法がこのタイプに属します。この場合、あらかじめ、表示内容が定まっているわけではありません。基本的に、どのような表示をするかは事業者の自由であり、かつ、提供する商品あるいはサービスの内容を一番よく知っているのは事業者ですので、事業者が消費者に誤解を与えないような形で表示することが重要となります。第二は表示を義務づけるタイプです。安全の確保を主たる目的として、必要事項(原材料、食品添加物等)をあらかじめ定め、事業者に義務づけるものです。この場合、どのような内容を表示すべきか明確にされています。食品関係の法律による表示規制は、このタイプに属します。



3. 景品表示法とは？

景品表示法は、正式には、「不当景品類及び不当表示防止法」といい、昭和37年に制定されました。過大な景品の禁止と、不当な表示の禁止の二本柱からなっています。当初は、公正取引委員会が所管をしていましたが、平成21年以降は消費者庁が所管しています。

この法律は、一般消費者を不当に誘引し、自主的かつ合理的な選択を妨げるような表示を不当表示として禁止します。ここでいう「表示」とは、商品そのものに記載された表示だけでなく、チラシ広告、新聞・雑誌広告、インターネットに掲載されたもの、見本や商品説明パンフレットなど、幅広い範囲に及びます。あらゆる商品、サービスを規制対象としていることから、表示についての一般法の性格を有しています。

景品表示法は、不当表示として禁止される表示を、1) 優良誤認表示、2) 有利誤認表示、3) その他の不当表示の3つのタイプに分けて規制しています。

1) 優良誤認表示—内容についての不当表示

商品やサービスの内容(品質、規格等)について、①実際のものよりも著しく優良であると示す表示、②事実と異なって、他社のものよりも著しく優良であると示す表示は、優良誤認表示として禁止されます。「実際の

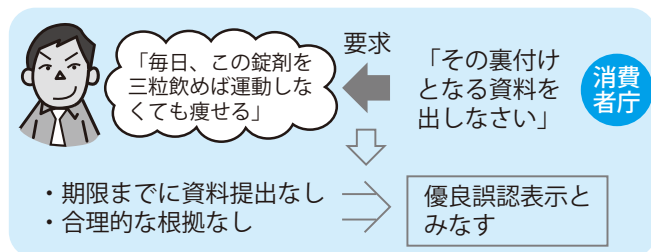
ものよりも著しく優良」とは、その表示の程度が、社会一般に許される程度を超えて、一般消費者による商品・サービスの選択に影響を与える場合をいいます。一般消費者に、実際よりも「内容(品質)が、とてもよい」と思わせておいて、実は、そうではなかったというような表示が違法となるのです。

具体例

- 国産有名ブランド豚肉であるかのように表示したものが、実際には、そうではない国産豚肉だった。
- 「果汁100%」と表示したジュースの果汁成分が、実際には60%だった。
- 「走行距離3万km」と表示した中古車が、実際には13万km走行していた。

優良誤認表示の疑いがある場合、内閣総理大臣は事業者に対して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、事業者が必要な資料を提出しない場合は、優良誤認表示とみなされます。これを**不実証広告規制**といいます。もし、行政機関が不当表示であることを立証するとなると、一般的には専門機関による調査が必要です。その調査には多大な時間と費用がかかるため、その間に不当表示が結果的に放置された状態になり、消費者の被害が拡大するおそれが生じ

ます。また、表示をした事業者はその合理的根拠となる資料を有しているべきであるという考え方から、規制する側の立証の負担（立証責任）を軽減し、消費者被害の拡大を防止するという趣旨で、この制度が導入されたのです。具体例としては、痩身効果のないダイエット商品や、効果のないダニ・ゴキブリ撃退器を挙げることができます。



2) 有利誤認表示—取引条件に関する不当表示

商品やサービスの価格その他の取引条件について、実際のもの、または同種・類似のものを提供する競争事業者のものより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は有利誤認表示として禁止されます。

「取引条件」には、数量や支払条件（支払方法や手数料など）、景品類、各種サービスなどが含まれます。価格については、安さや、お得さを打ち出すために、自社あるいは他社の価格を比較対照価格として併記する「二重価格表示」が行われることがあります。二重価格表示自体は、それ自体で違法となるわけではありません。内容が適正である場合には、消費者にとって、商品・サービスを購入する際の有力な情報になるからです。しかし、比較対照価格に合理的な根拠がない場合には、消費者にその販売価格が実際よりも安い（「とてもお得」）と誤認させるおそれがあるため、禁止されるのです。

具体例

- 「当店通常価格の50%引きで1万円」と表示しているが、これまでも1万円で販売していた。

3) その他の不当表示—指定告示

景品表示法では、優良誤認表示、有利誤認表示以外に、内閣総理大臣によって指定される不当表示に関する規定を定めています。この指定は、告示によることか

ら、「指定告示」と呼ばれています。現在、①無果汁の清涼飲料水等、②商品の原産国、③消費者信用の融資費用、④不動産のおとり広告、⑤おとり広告、⑥有料老人ホームの6つが指定告示とされています。例えば、商品の原産国において、「原産国」とはこの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をいいますが、例えば、中国で作ったお茶セットを輸入して日本で箱詰めした場合、実質的な変更をした国は中国なので、「中国製」と表示すべきであり、「日本製」と表示をするのは、不当表示となるのです。

4) 公正競争規約

公正競争規約は、景品表示法の規定に基づき、事業者または事業者団体が内閣総理大臣および公正取引委員会の認定を受けて認定する商品・サービスの表示方法（表示規約）および当該業界における景品類の提供の制限に関する自主ルールです。法律の要件や告示にとらわれず、業界の商品・サービスの実情に合った柔軟なルールを設定することができる利点があります。

○景品表示法に違反すると・・・

消費者庁および都道府県知事は、景品表示法に違反した事業者に対し、違反行為の差し止め（「その表示をやめなさい」）、一般消費者への周知徹底（新聞での周知徹底：公告）、再発防止策の実施（マニュアル作成、研修の実施等）などを命じます。これらの措置を措置命令といいます。さらに、平成26年11月の法改正によって、不当な表示を抑止するために、優良誤認表示および有利誤認表示を行った事業者は、3年間の上限として、対象商品・サービスの売上額の3%に相当する金額を国に納付する義務が生じることとなりました。

今後は、不当表示を行った事業者は、行為についての命令を受けるだけでなく、金銭（課徴金）を国に納めなければなりません。また、事業者が所定の手続に沿って自主的に返金を行った場合は、課徴金を命じない又は減額するという制度が導入されました。自主的に返金した分は、国に納付しなくてもよいことによって、消費者の被害回復を促進するという考え方に立っています。

4. 食品表示に関する法律

適正な表示を実現するための規制として、食品表示に関する現行法には、食品衛生法、JAS法および健康増進法があります。これら3法による表示規制をまとめた形で、平成25年6月に食品表示法が制定されました。

1) 食品衛生法

食品の安全の確保を目的として、安全確保のための表示基準を定めています。主な義務表示事項は、消費期限又は賞味期限、保存の方法、製造所（加工所）所在地及

び製造者(加工者)の氏名、添加物、アレルギー物質を含む旨等です。食品表示基準に違反した食品の販売等が禁止され、違反した場合には、2年以下の懲役又は200万円以下の罰金が科せられます。違反に対して直ちに処罰されるという意味で、直罰ちよくばつといえます。過去に、殺虫剤成分等が含まれた事故米を食用と偽って転売し、利ざや稼ぎをした米穀加工販売業者が、回収命令を受け、さらに刑事告発された事例があります。

2) JAS 法

正式名称を「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」といいます。農林物資の品質の改善及び品質に関する適正な表示により消費者の選択に資することを目的として、製造業者が守るべき表示基準を定めています。飲食料品等が一定の品質や特別な生産方法で作られていることを保証する「JAS 規格制度(任意の制度)」と原材料、原産地など品質に関する一定の表示を義務づける「品質表示基準制度」からなっています。品質表示基準には、加工食品および生鮮食品に関するものがあります。過去に、生菓子製造業者が、売れ残り品や未出荷品について、包装紙を破棄・再包装し、製造年月日・消費期限を改ざんして出荷・販売していた事例があります。

3) 健康増進法

「栄養の改善その他の国民の健康の増進を図る」ことを目的として、平成15年5月から施行されています。表示に関しては、販売する食品に、日本語により栄養成分又は熱量に関する表示(栄養表示)をする場合に適用される、いわゆる栄養表示基準が定められています。

4) 食品表示法の制定

現行の食品表示制度全体を見ると、複数の法令(上記3法)に分かれて規制されており、用語が不統一であり、内容が複雑であることから、消費者が理解しづらいこと、さらに、担当部署が異なり執行体制が不統一であること等から、事業者も法律を守るために手間がかかりすぎる等の弊害が生じていました。そこで、表示に用いる言葉を統一して、わかりやすく整理し、食品表示制度の一元的運用を可能にするために、食品表示法が平成25年6月に制定され、平成27年6月までに施行されることが予定されています。同法によれば、内閣総理大臣は、食品表示法に基づき、**食品表示基準**を定めます。その内容の代表的なものとして、名称、アレルギー、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地が挙げられています。

事業者は、食品表示基準を遵守する義務があり、違反した場合には、消費者庁長官は、まず、表示事項を表示する旨等の**指示**をします。正当な理由がなく指示に関する措置をとらなかった場合には、指示に関する措置を**命令**することができます。消費者の生命又は身体に対する危害が発生するおそれのある場合には、食品の**回収**を命じること(回収命令)ができます。指示や命令がなされた場合には公表され、立入検査等もなされます。また、原産地について虚偽表示がされた食品の販売が行われた場合および安全に関わる食品表示基準に違反して食品等を販売した場合は、**刑事罰**が科せられます。

5. おわりに

不当表示は、いったん行われると広範囲に速く伝わり、かつ、どんどんエスカレートするという性質を有しています。消費者は、表示のみを頼り、短時間で意思決定をして、取引を成立させる傾向にあります。また、インターネット等によって「すぐ内容がよい」「すぐお得な」情報は、瞬時にかつ広範囲に伝わるのです。消費者にとって、被害は小額ですが多数の消費者が損害を被ります。一方、事業者は、企業努力を放棄して、不当な表示をするだけで利益を得ることができます。費用も手間もかからず、自らの意思だけで実行できます。ある製品で不当表示をすると、他の商品についても行うことが多いのです。

現在は、法改正など法制度を整備する時期にあたり、実際の運用はこれからです。適正な表示を確保するた

めには、地域ぐるみでの取り組みが必要不可欠となります。まず、現在行われている不適切な表示を排除しなければなりません。また、不適切な表示が行われないようにすることも必要です。そのためには、表示に関する情報提供が十分になされ、それが集約される必要があります。担当行政官庁が、法律に定められた措置を行うことが最優先ではなく、地域全体として、早期発見、早期是正を行い、不適正な表示が行われにくい環境づくりに取り組んでいくことが必要なのです。「この表示は、景品表示法違反かな?」と思ったら、まず、近くの消費生活センターや市町窓口に相談しましょう。消費者の皆さんからの情報提供が、適正な表示の確保につながるのです。

テスト&リサーチ

スマートフォンの充電中に異常発熱!! ～充電器との接続部分に液体・異物が付着～

スマートフォン(パソコン機能を組み合わせた多機能型携帯電話)は近年普及が進んでいますが、県内消費生活相談窓口には「**充電中にスマートフォンと充電器との接続部分(図1)が異常発熱した。**」等の充電時の安全性に関する相談が寄せられています。スマートフォンや接続箇所が熱変形したり、異常な発熱により、やけどや寝具・床材の焦げ等の被害も発生しています(平成25年度:5件,平成26年度<12月末まで>:4件)。

異常発熱の原因としては、取り扱い上の不注意によるものも多くみられますので、スマートフォンや充電器の取り扱いについて注意が必要です。

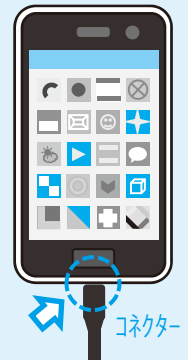


図1. スマートフォンと充電器の接続部分が異常発熱

1. 兵庫県内での具体的な相談事例

(1) やけどを負った事例

就寝時、使用約1年のスマートフォンを**枕元に置いて充電**していた。夜中に**添い寝**していた**2歳男児**が急に泣き出したので見ると、**左頬が真っ赤**になり、やけどしていた。スマートフォンを見ると**充電器との接続部分が異常に熱く、本体が一部溶融**していた。〔2014年2月受付〕

(2) スマートフォン本体が熱変形した事例

ベッドの枕元で、使用約4カ月のスマートフォンを**充電**していたところ、樹脂が溶けるような臭いがしたので見ると、**スマートフォン本体が熱で変形し、充電器の接続部分が焦げて溶けていた(写真1～3)**。本体を置いていた付近のベッドの敷きマットに**焦げ痕**が付き、溶融した樹脂が付着していた。〔2014年9月受付〕

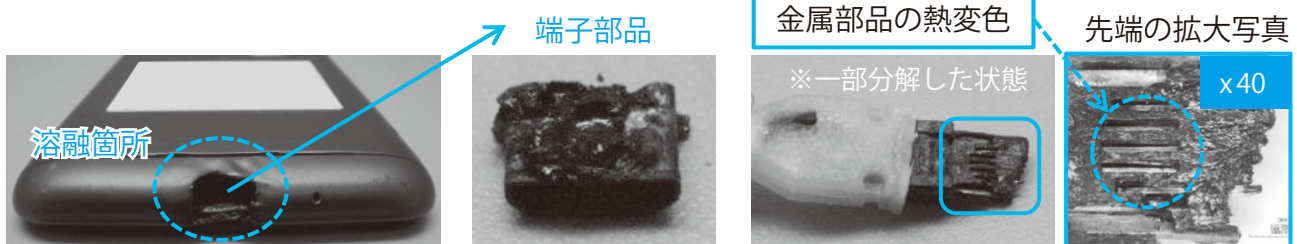


写真1. スマートフォンの溶融箇所

写真2. 脱落した端子部品

写真3. 充電器のコネクターの破損状況

推定原因

スマートフォンの端子(充電、データ通信兼用)や充電器のコネクターに付着した物質を分析したところ、塩(ナトリウム、塩素等)の成分が検出されたことから、**スマートフォンの端子や充電器のコネクターの内部に、塩分を含む異物(汗、飲用水等)が入り込んだ状態で充電したため、ショートし異常発熱したと考えられます。**

2. 導電性異物が混入したテストで異常発熱

スマートフォンの端子と充電器のコネクターに導電性の異物が入った状態で、スマートフォンを充電するテストを実施。**接続箇所付近が約5分で300℃を超えるまで異常に発熱した場合も確認できました(写真4)。**また、異常発熱した際には樹脂の焦げるような臭いがし、コネクター部分の外殻樹脂が熱で溶融し、さらにその内部の樹脂が炭化することを確認しました(写真5)。

＜充電時、接続箇所に導電性異物を混入したテスト＞

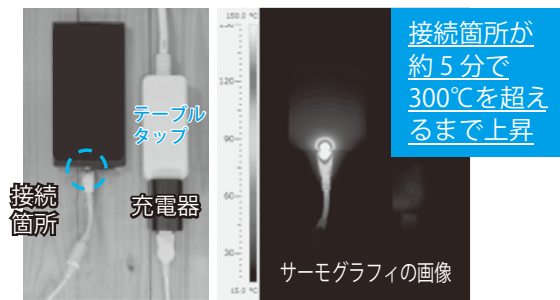


写真 4. 充電中の異常発熱状況

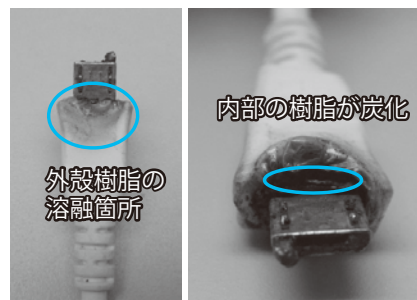


写真 5. コネクタの溶融状況

3. 充電時の異常発熱を防止するために

スマートフォンに充電器のコネクタを直接差し込んで充電する際は、下記の点に注意しましょう。

- (1) スマートフォンの接続箇所（端子内部）や充電器のコネクタに、導電性の液体（汗、飲料水等）や異物（細かな食品カス、ホコリ等）を付着させない（図2）。

スマートフォンの端子や充電器のコネクタ一部分に、導電性の液体・異物が付着した状態で充電すると、接続箇所でショートし、異常発熱や熱変形、変色（焦げ）等が発生する恐れがある。

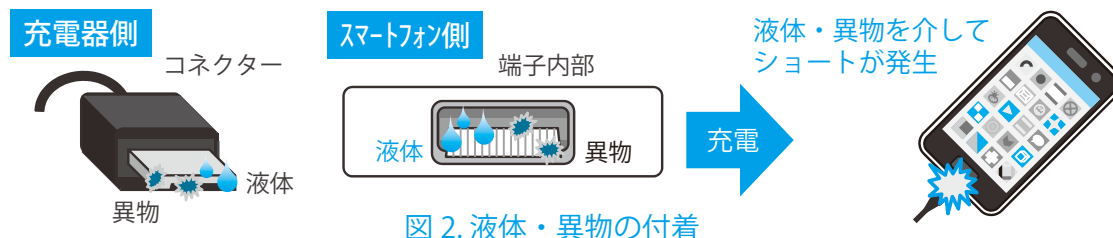


図 2. 液体・異物の付着

- (2) コネクタの接続方向を確認。

接続方向を間違えてコネクタを無理に差し込むと、コネクタ内の金属部品が変形することがあり、異常発熱につながる。

- (3) 充電器のコネクタ部分が変形等している場合は使用しない。

コネクタ内部の部品が破損し、充電時に異常発熱する場合がある。

くらしに関する相談は…

●消費者ホットライン● 0570-064-370
(お近くにある相談窓口へつながります)

●市町の相談窓口●

神戸市生活情報センター	078-371-1221
尼崎市消費生活センター	06-6438-0999
西宮市消費生活センター	0798-64-0999
芦屋市消費生活センター	0797-38-2034
伊丹市消費生活センター	072-775-1298
宝塚市消費生活センター	0797-81-0999
川西市消費生活センター	072-740-1167
三田市消費生活相談センター	079-559-5059
猪名川町消費生活相談コーナー	072-766-1110
あかし消費生活センター	078-912-0999
加古川市消費生活センター	079-427-9179
高砂市消費生活センター	079-443-9078
稲美町消費生活相談窓口	079-492-9151
播磨町消費生活相談コーナー	079-435-1999

西脇市消費生活センター	0795-22-3111
三木市消費生活センター	0794-82-2000
小野市消費生活相談コーナー	0794-63-1000
加西市消費生活相談窓口	0790-42-8739
加東市消費生活相談窓口	0795-43-0502
多可町消費生活センター	0795-32-4777
姫路市消費生活センター	079-221-2110
神河町役場住民生活課	0790-34-0963
市川町住民生活課	0790-26-1011
神崎郡消費生活中核センター (福岡町立生活科学センター内)	0790-22-4977
相生市消費生活センター	0791-23-7130
たつの市消費生活センター	0791-64-3250
赤穂市消費生活センター	0791-43-7067
宍粟市消費生活センター	0790-63-2225

太子町生活福祉部生活環境課	079-277-1015
上郡町消費生活相談窓口	0791-52-1115
佐用町消費生活センター	0790-82-0670
豊岡市くらしの相談室	0796-21-9001
養父市消費生活相談窓口	079-662-3170
朝来市消費生活相談窓口	079-672-6121
香美町消費生活相談窓口	0796-36-1941
新温泉町消費生活相談室	0796-92-1131
たじま消費者ホットライン	0796-23-1999
篠山市消費生活センター	079-552-1186
丹波市消費生活センター	0795-82-0996
洲本市消費生活センター	0799-22-2580
南あわじ市消費生活センター	0799-43-5099
淡路市消費生活センター	0799-64-0999

●県の相談窓口●

生活科学総合センター	078-303-0999
東播磨消費生活センター	079-424-0999
中播磨消費生活創造センター	079-281-0993
西播磨消費生活センター	0791-58-0993

但馬消費生活センター	0796-23-0999
丹波消費生活センター	0795-72-0999
淡路消費生活センター	0799-23-0993

●生活科学総合センターホームページもご覧下さい。
(<http://www.seiken.server-shared.com/>) ★URLが変わりました★

●Aらいふへのご意見、ご感想はメール、ファクスでも！
E-mail: seikatsukagakusogo@pref.hyogo.lg.jp FAX: 078-302-4002

Aらいふ

No.151 平成27年3月20日発行

兵庫県生活科学総合センター
研修広報部 企画研修課

〒650-0046 神戸市中央区港島中町4-2

☎ (078) 302-4000

26企②-042A4