

「私たちの暮らしと独占禁止法の関わり」を開催しました。

平成27年12月9日（水）、公正取引委員会事務総局四国支所総務課職員を講師にお迎えし、日常の私たちの暮らしと独占禁止法の関わりについて開催しました。

本講座では、①市場における競争の必要性（競争による消費者のメリット）②私たちの身近に起こった事件ファイル③公正取引委員会の役割④景品表示法（消費者をだます表示、不当表示等）について詳細に説明がありました。



前半部分では、需要と供給のバランス、価格競争・サービス競争・メーカー同士の競争、例えば、各メーカーが競争することによって消費者に及ぼすメリットあるいは競争することによる企業側・社会全体のメリットのほか、公正取引委員会の役割や独占禁止法の概要について説明がありました。

中盤から後半にかけては、直接消費者に結びつく内容であり、非常に興味深いものでありました。昭和30年代に①チューインガムを買うと1000万円が当たるという景品付販売（消費者の射幸心を過度に刺激するもの（過大な景品の提供））②牛肉の大和煮（実際はクジラの肉使用）「ニセ缶詰事件」などが発生し、こうした違反を取り締まる法律が制定されたのは昭和37年のことで、この景品表示法の制定によって一般消費者の利益が保護されることとなったとの説明がありました。

また、最近の事例として①痩身効果を標榜する食品（俗にいうダイエット食品）の表示を裏付ける合理的な根拠のない表示違反②うなぎ蒲焼きのおとり広告（愛知県三河一色産を謳い映像を放送。あたかも対象商品を販売するかのような表示違反〔実際は、対象商品を仕入れておらず、取引に応じることができない違反〕等の紹介がありました。

なお、景品表示法の所管は、平成21年9月1日をもって公正取引委員会から消費者庁に移管されましたが、移管後も景品表示法違反の疑いのある情報の受付業務や事件の調査業務等は、引き続き公正取引委員会が行っているとのことです。

最後に、景品表示法の不当表示の禁止についての説明があり、優良誤認表示（商品・サービスの品質規格、その他の内容についての不当表示）や有利誤認表示（商品・サービスの価格、その他の取引条件についての不当表示）、その他誤認されるおそれのある表示（消費者に誤認されるおそれがあるとして内閣総理大臣が指定する不当表示）が禁止されているとのことです。

講座名からすると一見、私たち一般の消費者には関わりがないような題材ですが、実際には、深く日常生活に結びついていることが分かり、好評のうちに終了しました。



