

消費生活講座や勉強会のテーマとして 消費者セミナーを開催しませんか

みなさんは、普段、どこでお買い物をしていますか？ どうしてそのお店を選んでいますか？ 家から近いから？ 品揃えが良いから？ ポイントがたまるから？ サービスが良いから？

あなたの日常生活に公正取引委員会の活動が関わっていることをご存知でしょうか？



消費者セミナーでは、私たちが安くて良い商品を買えることには独占禁止法が深く関わっていることを、これまでの違反事例なども紹介しながら消費者のみなさんにお伝えしています。

また、不当表示などの調査を行っている景品表示法についても、具体的な違反事例などを交えながら紹介し、消費者のみなさんにかしこい商品選択をしていただくための啓発なども行っています。

消費生活講座や勉強会のテーマとして是非御検討ください。

時 間：90分程度（ご要望に応じて対応いたします。）

費 用：お伺いするための交通費や講師料その他謝礼などは一切必要ありません。

申込先：公正取引委員会事務総局 近畿中国四国事務所 取引課

電 話：06-6941-2175 FAX：06-6943-7214

E-mail：kinki-keihyou@jftc.go.jp

別紙に必要事項を記載いただきFAX送信してお申込みいただくか、

別紙の必要事項①～④の内容をメール本文に記載し、送信してお申込み下さい。



令和 年 月 日

公正取引委員会事務総局
 近畿中国四国事務所取引課 行
 (FAX 06-6943-7214)

消費者セミナー開催申込書

①日時	第1希望	令和 年 月 日() 午前・午後 時 分～午前・午後 時 分 (午前・午後のどちらかに○)	
	第2希望	令和 年 月 日() 午前・午後 時 分～午前・午後 時 分 (午前・午後のどちらかに○)	
	第3希望	令和 年 月 日() 午前・午後 時 分～午前・午後 時 分 (午前・午後のどちらかに○)	
②場所	名 称		
	住 所		
③参加予定人数	名		
④申込者連絡先	団 体 名		
	住 所	〒 —	
	電話番号		F A X
	所属・ 担当者名	メールアドレス：	

※平日の夜間や土・日・祝日開催をご希望の場合は、FAX 送付前に一度お電話下さい。

消費者セミナーの説明内容例の一部のご紹介

私たちの暮らしと独占禁止法の関わり

競争がない市場①

「カルテル」



複数の企業が連絡を取り合い、本来、各企業がそれぞれ決めるべき商品の価格や生産数量などを共同で取り決める行為を「カルテル」といいます。

企業が販売価格のカルテルを結ぶと、価格の競争がなくなるので、高い価格で販売されるようになってしまいます。

消費者のメリット
が失われてしまう！

1

競争がない市場②

「私的独占」



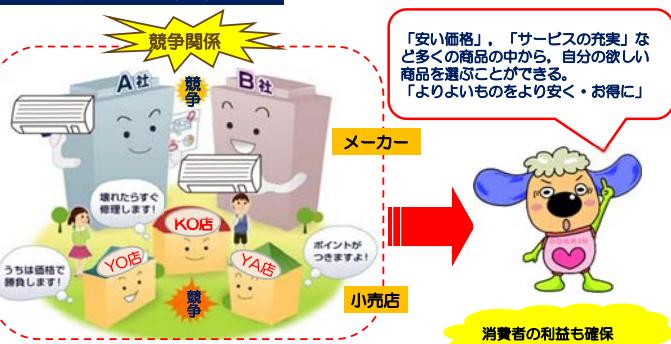
企業が単独で、または他の企業と手を組み、競争相手を市場から締め出したり、新規参入者を妨害して市場を独占しようとする行為を「私的独占」といいます。

市場を独占した企業は競争相手がないので、消費者により安く、より良い商品を売ろうというような企業努力をしなくなります。

消費者のメリット
が失われてしまう！

2

競争のある市場



市場経済では競争が大切！（競争なくして成長なし！）

3

独占禁止法の禁止行為

下記行為は、競争をなくす又は妨げる行為であり、独占禁止法で禁止（規制）されています。

なお、独占禁止法は、「独占」自体を禁止しているわけではなく、競争者を不正な手段で市場から排除するなど独占の不当な形成・維持行為を禁止しています。

独占禁止法で禁止する4つの行為

不当な取引制限
カルテル・入札談合

私的独占

不公正な取引方法
再販売価格の拘束、不当廉売など

競争制限的な企業結合
企業合併・買収による独占形成など

4

【カルテル】

優待ギフト送料（中元期や歳暮期に使用するカタログに掲載して販売する商品の配送料金）を一齊に値上げ



(近畿地区に店舗を設置する百貨店業者に対する除外措置命令 (H30.10.3公表))

5

独占禁止法違反事件の処理の流れ

全国から寄せられた情報などを基に独占禁止法に違反する疑いがある企業を調査し、違反のあった企業に対しては、その行為をやめるように命令（排除措置命令）したり、違反行為によって得た不当な利益を国庫に納めるよう命令（課徴金納付命令）します。



6

かしこい商品選択 一景品表示法一

不当な顧客誘引とは①

そもそも消費者は・・・

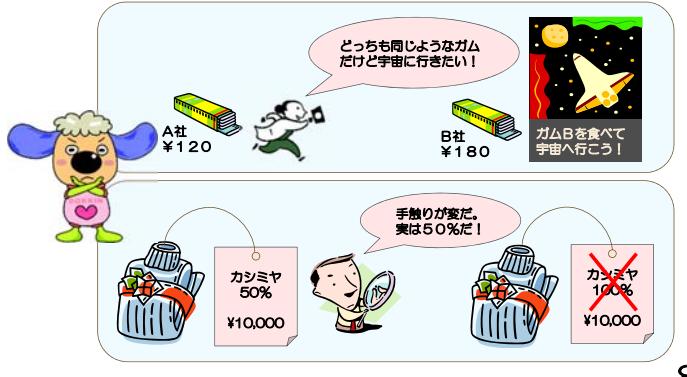
より良い商品（サービス）を
より安く買う（利用する）。



7

不当な顧客誘引とは②

しかし、こんな場合はどうでしょう？



8

第5条第1号 優良誤認表示 とは？

① 内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

② 内容について、事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

「これはとても良い品質（規格、内容）だ！」と消費者に思わせておいて、実際にはそうではない表示のことをいいます。

例えば・・・



実は・・・



9

第5条第2号 有利誤認表示 とは？

① 取引条件について、実際のものよりも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

② 取引条件について、競争事業者に係るものよりも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

「これはとてもお得な価格（取引条件）だ！」と消費者に思わせておいて、実際にはそうではない表示のことをいいます。

例えば・・・



実は・・・



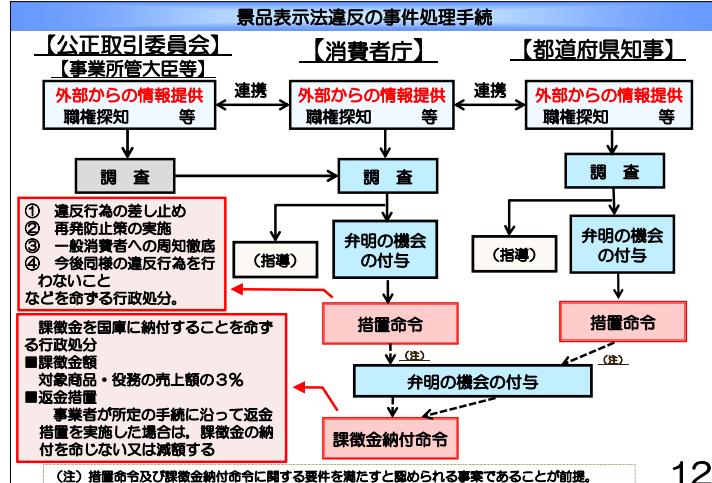
10

その他誤認されるおそれのある表示とは？

商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示（第5条第3号）

- ① 無果汁の清涼飲料水等についての表示
- ② 商品の原産国に関する不当な表示
- ③ 消費者信用の融資費用に関する不当な表示
- ④ 不動産のおとり広告に関する表示
- ⑤ おとり広告に関する表示
- ⑥ 有料老人ホームに関する不当な表示

11



12