

不当景品類及び不当表示防止法施行規則の一部を改正する内閣府令（案）に関する御意見の概要及び当該御意見に対する考え方

| No. | 御意見の概要 | 御意見に対する考え方 |
|-----|---|---|
| 1 | <p>昨今、詐欺的な行為を行う悪質な事業者が、匿名性を保持したまま詐欺的な行為を行うケースが増えているように思う。例えば、本社住所はバーチャルオフィスで、代表者の住所を非公開で登記し、繋がらない電話番号を掲載するケースなどである。こうした場合、詐欺的な被害に遭っても、債権の回収を行うことは至難の業である。</p> <p>消費者庁には、こうした悪質な事例に備え、本社住所宛への郵送、電話番号への連絡などを同時に行い、メール以外の連絡手段が確保されていることを確認すべきだと思う。</p> <p>正直なところ、悪質な事業者への対応が遅く、また処分があまりに軽すぎると思う。営業停止にしたところで、代理を立てて、似たような事業をするだけで抑止力にはならない。</p> | 御意見として承ります。 |
| 2 | <p>1. 基本的な賛同姿勢</p> <p>今回の改正案は、消費者が商品やサービスを選択する際に誤認を防ぎ、透明性を高めることを目的としており、消費者保護の観点から非常に重要であると考えます。特に、インターネットを用いた通知・送達の導入は、事業者の所在が不明な場合でも確実に行政処分を届けることができ、</p> | <p>1については、賛同の御意見として承ります。</p> <p>その他、御意見として承ります。</p> |

| No. | 御意見の概要 | 御意見に対する考え方 |
|-----|---|------------|
| | <p>制度の実効性を高めるものとして賛同いたします。</p> <p>2. 透明性の強化について</p> <p>不当表示の典型例として「今だけ」「先着〇名様」「抽選で〇名様」「当社比」「〇〇部門で1位」「有名人や大学名の推薦」などがあります。これらは消費者に限定感や権威性を誤認させるものであり、透明性の欠如が問題です。</p> <p>「今だけ」「期間限定」と表示する場合は、実際の期間を明示することを義務化すべきです。</p> <p>「抽選」「先着」などの表示は、当選人数や条件を具体的に示すことを義務化すべきです。</p> <p>「ランキング」「部門1位」などの表示は、調査主体・方法・母集団を明示しなければならないと考えます。</p> <p>「当社比」などの比較表示は、比較対象を明確にしなければ消費者は正しく判断できません。</p> <p>3. ネット広告・動画広告への対応</p> <p>近年は SNS や動画広告の拡散力が非常に強く、誤認表示が広がりやすい状況です。</p> <p>ネット広告においては「この動画を見た人だけ」「個人差があります」などの曖昧表現が多用されており、消費者を誤認させる典型例です。</p> | |

| No. | 御意見の概要 | 御意見に対する考え方 |
|-----|---|------------|
| | <p>消費者庁はネット広告の監視体制を強化し、違反事例を公開する仕組みを整備すべきです。</p> <p>違反広告を見た消費者が容易に通報できる窓口を拡充し、行政が迅速に対応できるようにすべきです。</p> <p>4. 課金ゲーム・デジタルコンテンツへの対応</p> <p>課金ゲームのガチャやアイテム配布も景品表示法の対象であり、確率表示や限定キャンペーンの透明性が重要です。ガチャ確率は第三者機関による監査を導入し、透明性を担保すべきです。</p> <p>「限定キャンペーン」や「抽選」は、期間・人数・当選確率を明示することを義務化すべきです。</p> <p>未成年者が課金する場合の保護策（課金上限や親の同意）を強化すべきです。</p> <p>5. 個人販売・フリマアプリへの対応</p> <p>法律上は「事業者」が対象ですが、個人でも反復継続して販売している場合は事業者とみなされるべきです。</p> <p>フリマアプリやオークションサイトでの販売にも景品表示法を適用し、事業性の有無を明確にすべきです。</p> <p>プラットフォーム運営者に監視・通報義務を課すことで、消費者保護を強化すべきです。</p> | |

| No. | 御意見の概要 | 御意見に対する考え方 |
|-----|---|-------------|
| | <p>6. 国際的なルール化</p> <p>海賊版や不当表示は国境を越えて発生するため、日本国内だけの規制では限界があります。</p> <p>日本が透明性の高い表示ルールを示し、国際会議で共有することで事実上の国際標準を目指すべきです。</p> <p>EU の GDPR のように、強い国内ルールを作ることによって国際的に影響力を持つ形を目指すべきです。</p> <p>7. 罰則の強化と公開制度</p> <p>現行の課徴金制度（売上の3%）は一定の抑止力がありますが、悪質な事例には加算措置を導入すべきです。</p> <p>課徴金額を固定せず、悪質度に応じて加算する仕組みを検討すべきです。</p> <p>違反事例を公開し、消費者が検索できる透明な仕組みを整備すべきです。</p> <p>消費者教育を強化し、景品表示法の基礎を学校教育や広報で伝えることも重要です。</p> | |
| 3 | <p>不当表示防止法は消費者保護の観点から極めて重要な規制であると認識しています。しかしながら、日々変動する表示内容の実態確認が事業者や販売店にとって困難な状況があり、このままでは健全な市場流通が阻害される恐れが</p> | 御意見として承ります。 |

| No. | 御意見の概要 | 御意見に対する考え方 |
|-----|--|-------------|
| | <p>あります。私は以下の点を強く提案します。商品の性能や能力（例：駆動時間、防水性など）について虚偽の表示が疑われる場合は、速やかに当該商品の取り扱い停止を可能とする制度を導入すべきです。これにより被害拡大の早期是正が期待できます。通報や問題発覚時には、消費者センターでの対応に加え、販売店に対して即時に検品・検証を義務付けるとともに、問題製品の有無確認および仕入先の情報開示請求を併せて行わせる枠組みを設けるべきと考えます。現行の注意喚起に留まる対応だけでは限界があるため、迅速かつ強制力のある是正措置を整備することで消費者保護の実効性向上に資するものと期待します。以上の提案が、不当表示防止法の実効性を高めると同時に、販売事業者の適切な運営環境の整備にもつながるものと考えます。ご検討のほどよろしくお願いいたします。</p> <p>縦書き及び法令文は読み解けない(労する)ので、要訳して意見求める様にして貰えれば幸いです。</p> | |
| 4 | <p>現行の景品表示法では、商品価格の20%以内が景品の上限とされていますが、</p> <p>中小店舗は少量仕入れで原価が高くなるため不利を強いられています。</p> <p>大企業は大量発注で原価を下げられるため、現行ルールでも十分に豪華な景品を付けられます。</p> | 御意見として承ります。 |

| No. | 御意見の概要 | 御意見に対する考え方 |
|-----|---|------------|
| | <p>そこで、中小店舗に限り景品の上限を「商品価格の40%以内」とする特例を設けるべきです。</p> <p>これにより競争条件が改善され、地域経済の活性化につながります。</p> | |