

景品表示法検討会  
第4回 議事録

消費者庁

景品表示法検討会事務局

## 第4回 景品表示法検討会

1. 日 時：令和4年6月23日（木）15：30～17：30

2. 場 所：オンライン開催

3. 議 題：

- ・事務局からの説明（今後の検討の方向性（案）について）
- ・意見交換

4. 出席者

（委員）中川委員（座長）、大屋委員、沖野委員、小畑委員、川村委員、白石委員、古川委員、増田委員

（消費者庁）伊藤長官、高田次長、片桐審議官、南表示対策課長、黒木消費者制度課長ほか

（オブザーバー）公正取引委員会、全国知事会、独立行政法人国民生活センター

5. 配布資料

資料1 今後の検討の方向性（案）（事務局資料）

資料2 景品表示法検討会工程表（案）（事務局資料）

○事務局 それでは、定刻になりましたので、第4回景品表示法検討会を開催いたします。

本日は、委員・オブザーバーの皆様をオンラインでおつなぎしておりますので、まずは皆様の接続状況を確認いたします。委員の皆様の名前を順番にお呼びします。画面中央にあるマイクのアイコンをオフからオンにして御返事いただき、その後、再度マイクをオフにさせていただきますでしょうか。

(各委員の接続状況を確認)

確認が取れました、ありがとうございます。次に、ウェブ会議の操作説明をいたします。ハウリング防止のため、皆様におかれましては、御発言時以外は常にマイクをオフにさせていただきますよう、お願いいたします。

また、本日御説明をする予定がないオブザーバーの皆様は、マイクだけでなく、カメラについても、常時オフに設定をお願いいたします。

それでは、議事を進めたいと存じます。中川座長、この後の議事進行をよろしくお願いいたします。

○中川座長 中川でございます。本日は御多忙のところ、各委員に御参集いただき、誠にありがとうございます。本日の議事、どうぞよろしくお願いを申し上げます。

冒頭に、若宮内閣府特命担当大臣より、御挨拶をいただきたいと思います。若宮大臣、どうぞよろしくお願いいたします。

○若宮内閣府特命担当大臣 皆様、お疲れさまでございます。消費者及び食品安全担当大臣の若宮健嗣でございます。第4回景品表示法検討会の開催にあたりまして、一言御挨拶を申し上げます。

景品表示法は、1962年に制定・施行され、今年で60周年を迎えました。一般消費者による自主的かつ合理的な商品・サービスの選択を確保するためには、表示が適正であることが極めて重要であり、本法はその根幹をなす大変重要な法律です。

平成26年の法改正から一定期間が経過したことに加え、デジタル化や国際化の進展など、本法を取り巻く社会環境が大きく変化したことも踏まえ、消費者利益の確保を図る観点からの総合的な検討が求められています。

本日は、広告表示の現状や課題、そして海外の表示規制等に関するこれまでの御議論を踏まえ、悪質事業者には厳正に対処する一方で自主的な早期是正のための措置を導入するなどメリハリのある執行の実現や、ステルスマーケティングへの対応などの課題に関し、今後すみやかに取り組むべき検討の方向性について整理をされると聞いて

ております。

委員の皆様方におかれましては、時代の潮流なども見据えつつ、消費者がより安心して消費生活を営めるよう、今後の検討の方向性をお示しいただけますようお願いを申し上げ、私からの挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○中川座長 若宮大臣、どうもありがとうございました。なお、大臣は公務の都合によりまして、これにて御退席をされます。

○事務局 ここでカメラ撮影は終了とさせていただきます。カメラの方は、御退出をお願いいたします。

(カメラ退室)

○中川座長 それでは次に、資料の確認をしたいと思います。

○事務局 本日の資料について確認をさせていただきます。本日の資料は、まず、「議事次第」がございまして、続きまして、

資料1、景表法検討会におけるこれまでの議論などを踏まえた今後の方向性の案でございます。

資料2は、景品表示法検討会の工程表の案でございます。以上でございます。

○中川座長 それでは、議題に移りたいと思います。まずは事務局から資料1及び資料2に基づき説明をしていただきたいと思います。お願いいたします。

○事務局 それでは、今回、事務局として、資料1、資料案を御用意させていただいております。前々から御紹介しておりましたとおり、今日は、今後の検討の方向性の案について、御了解いただければというところでございます。

まず、資料1を御覧いただければと思います。先ほどの大臣からの御発言にもございましたが、これまで、第1回におきまして景品表示法の運用状況、制度。あとは第2回におきまして国民生活センター様、JARO様から消費生活相談の現状。それから前回、関連する法制度としまして独占禁止法について公正取引委員会様から確約手続であるとか、あるいは課徴金制度であるとか、海外事業者への対応等について御説明をいただき、また、諸外国の状況としましてカライスコス先生から御報告をいただいたところでございます。

事務局としまして、これまでのそういった議論、御報告を踏まえまして、今後の検討の方向性、前にも申し上げましたとおり、この検討会、一応、年内を目途に一定の方向性をまとめるというところでございますので、やみくもに議論しても時間だけが消費してしまうということでもありますので、ある程度のマップ、地図が要るだろうと

いうことで御用意させていただいております。これまでの議論を踏まえまして資料1に大きく1、2、3、4とナンバリングを振っておりますが、こういった大きな枠組みに課題を整理できるのではないかとこのところでございます。

まず、一つ目の効率的かつ重点的な法執行の実現。これは、先ほど大臣からの御挨拶にもございましたが、メリハリのある法執行という観点でございます。具体的には、景品表示法違反、これまでもいくつかあるわけございますが、実態として事業者の特性に差異があるだろうと。一つは、その繰り返すような人たち、言うならば、わざと一般消費者を誤認させるような表示をしてしまうような人たち。他方、景品表示法というのは、ある意味、広告宣伝活動が行き過ぎた場合に違反となるということがございますので、ついうっかりやってしまったという方々もいる。そういった方々に関しては、早期に是正したいのであると、そういった方もいるので、そういった場合の対応がいないのではないかとこの観点。

二つ目が、まさに社会状況の変化、特にデジタル化・インターネット化の進展によるボーダーレス、そういったものを踏まえた対応ということでございまして、細分化しますと、一つ目は国際化への対応。二つ目は、そういったデジタル化等の社会状況の変化に応じて出現してきた不当表示に対する対応。

三つ目が、消費者利益の回復の充実など、いうところで消費者利益の回復策。あとは執行体制整備・連携というような大きく分けました。

あと四つ目でございます。これは先ほども申し上げましたとおり、一応、年内を目途にというところではあります。難しい課題も避けては通れない。ただし、具体的な答えは見つからないかもしれませんが、次の世代の足掛かりとして何かしら痕跡を残しておくべきではないか。そういった観点から四つ目、中長期的な検討課題。以上のような、四つの大きな課題に整理させていただいております。

具体的な中身について、御説明させていただきますが、まず、一つ目の「効率的かつ重点的な法執行の実現」でございます。一つ目は、先ほど申し上げました、事業者の中にも色々いる中で、悪質事業者への対策がいないのではないかと。そこで参考となる制度として、独禁法における違反行為を繰り返した事業者に対する課徴金算定基率の割り増しというものがあるということでございます。

あとは消費者庁、特定商取引に関する法律という法律を持ってございます。景品表示法は、あくまで事業者が行う表示と実際が異なることをもって一般消費者に誤認を与えるとして規制するものでありまして、必ずしも、その個々の消費者の契約、その

消費者が契約において損害を受けたことを防止する、そういう目的にはなっておりません。

しかしながら、特商法におきましては、購入者等が受けることのある損害の防止を目的としておりまして、従いまして、通信販売等、売買契約等の申し込みを受けて行う販売において、購入者の利益が著しく害される恐れがある場合に業務停止を命じることができたりと、そういった契約に着目した規制もできることになっています。そこで、そういった特商法との連携が考えられるのではないかと考えてございます。

1の二つ目でございます。こちらは、そういった悪質事業者ではなくて、先ほども申し上げましたが、景品表示法の不当表示というものは、基本的には事業者が行う広告宣伝活動であります。広告宣伝活動でありますので、ある程度の誇張・誇大が含まれる中で、つい著しく優良ないしは有利と表示してしまった。結果的に違反行為となってしまうということが分かったので、早く是正したいのです、あるいは、再発防止措置を実効性を持って導入したいのです、という方がいても、今の景表法におきましては、一回、事件となってしまうと、調査をして違反があれば措置命令、違反のおそれがあれば事実上の行政指導と、そういった手続きしかない。

そこで、ここも独占禁止法上の確約手続。すなわち1ページめくっていただきまして、「確約手続」と書いておりますが、独禁法において既に導入されている、独禁法の疑いについて、公取委と事業者との間の合意により自主的に解決する仕組みであります。命令と比べ競争上の問題をより早期に是正し、公取委と事業者が協調的に問題解決を行う領域を拡大し、独禁法の効率的かつ効果的な執行に資するものとされているということで、先般、御報告のあったところでございます。

また戻っていただきまして、あと、確約手続に関しましては、カライスコス先生から御報告がありましたように、イギリス、オーストラリア等諸外国でも導入されております。確約手続におきましては、先ほど申し上げましたように、現行景表法ですと、措置命令をするか、事実上の行政指導をするかしかないのですが、確約は法的効果を持って事業者に対しては確約措置を実行する義務がかかる。他方、行政庁においては、これ以上、調査はしませんという法的義務がかかる。そこは一応、認定は行政処分であるという話がございましたので、実効性ある対応ができるというところでございます。

二つ目の柱、「デジタル化等の社会状況の変化への対応」でございますが、二つ目の柱の①、インターネットの進展によるボーダーレス化によりまして、在外企業が日本

の一般消費者向けに不当表示を行うことがある。これは JARO さん、国センさんから御報告があったところでございます。そのための対応として、例えば、書類送達規定の整備、あるいは海外当局との協力のための仕組み、そういったものが要るのではないかというアイデアでございます。

二つ目、2の②でございます。これはステルスマーケティング、すなわち広告であることを明示しない広告というところでございます。こちらも諸外国におきましては EU、あるいは EU の加盟国、アメリカではすでに規制がなされているというところでございます。他方、わが国における景品表示法におきましては、当該表示に優良誤認・有利誤認がありましたら不当表示として規制することが可能なのですが、広告であることを明示していないことのみをもって規制する体系にはなっていない。この辺をどうするかという話でございます。

三つ目の柱、「消費者利益の回復の充実等」というところで、まず一つ目、消費者利益の回復策でございます。先ほどの1のところでも申し上げましたが、景品表示法というのは、表示と実際が異なることによって、ある意味、市場参加者たる国民、一般消費者の利益、誤認を排除するという仕組みでございます。必ずしも契約の成否、その不当表示の成否には影響しないということになっておりますので、個別の被害者というのは、なかなか観念できないわけではございますが、さはさりながら、何かしらの消費者利益の回復策があるのではないかと。

アイデアとしては、確約手続・再掲というふうに確認させていただいております。これも、先般の公正取引委員会様の御報告によりまして、確約手続において独禁法上、優越的地位の乱用という行為類型がある。典型的なものは大規模小売業者が納入業者に対して、その地位を利用して協賛金、出してください。セールするので協賛金を出してください。あるいは、今度、開店セールをやるのでそのために従業員を出してください、ある意味そういう無茶を言うこと。

そういう行為類型がある中において、排除措置命令であれば命じられないような、そういった納入業者に対する金銭回復措置、これを確約手続において実施しているという実績があるのだという御報告もございました。従いまして、景表法におきましても、その確約措置の内容として、そういった消費者に対する金銭回復措置というものが有り得るのではないかとということでございます。

あと二つ目のアイデアとして現行、課徴金制度におきましても自主返金制度というものがございまして、その違反行為を行った事業者が、購入者である消費者を特定し

てお金を返した場合、一定の要件を満たせば、課徴金を減額しますという制度がございます。しかしながら残念なところ、この制度があまりうまく活用されていないということもございます。

いろいろ課題はあるかとは思いますが、一つのアイデアとして現金、キャッシュが前提となっている。もちろん、現金というのは日本国内どこでも使える交換価値ではございますが、今のこのキャッシュレス社会において、代替手段として電子マネーなどの活用といったことも考えられるのではないかと。それでハードルを一定程度、下げるといふこともあり得るのではないかと。ということもございます。

3の二つ目としまして、執行体制整備・連携とございますが、これは、他の執行当局との、執行主体との連携協力の話でございます。一つが、景品表示法の執行は自治事務として都道府県も担っております。そこで何かさらなる連携強化策がないであろうかということもございます。あと、あくまでこれは民事的紛争の解決主体、いわゆる法定訴訟担当として、適格消費者団体が消費者のために差し止め等を行っていらっしゃるところではございますが、民と行政がコラボして、表示の適正化を図るために、特定適格消費者団体等との連携ということもあるのではないかと。ということもございます。

最後に四つ目、「中長期的な検討課題」ということでございますが、供給主体性、これは第2回ぐらいで事務局からも申し上げましたが、目的との関係で、なかなか、直ちに解決することは難しいのですが、先ほど申し上げましたとおり、検討課題として、次の世代への足掛かりとして、この検討会においても何かしらの痕跡を残したほうが良いのではないかと。あと、ダークパターンというものも海外等で議論されているところであり、これについても同じような話でございます。

上の水色の四角に戻っていただきまして、今、申し上げました、四つの柱のうち1から3については速やかに検討を進め、先ほど来御紹介している独禁法など他法令も参考としながら、年内を目途に取りまとめを行うということもございます。

ただ、※印に書いてございます、専門・技術的な観点からの検討が必要なものについては、別途、検討の場を設けたほうが良いのではないかと。これは、ステルスマーケティングでございまして、もっぱらIT分野ということになってきますので、ITの専門家であるとか、あるいは、その商品・サービスについて、もちろん優良誤認・有利誤認があれば、消費者の選択を歪めるということは誰にでも明らかでございまして、その表示主体、主体を歪める、主体を明らかにしないこと自身が消費者心理に



どう影響を与えるか、そういったところの実証的な検討も必要かもしれないということで、ステルスマーケティングについては、この検討会の場から切り離して、より専門家集団による検討が必要ではないかというところでございます。あと、4は、中長期的な検討課題ということでございます。

ついでに、資料2のスケジュールのほうも御説明させていただければと思います。資料2、景表法検討会工程表ということで、これまで議論させていただいたところ、今日が第4回、検討の方向性等の整理ということになっております。本日、この方向性について御了解いただけましたら、次回からは、その方向性に沿って、事業者団体であるとか、消費者団体であるとか、弁護士団体であるとか、そういった関係者の皆様に御参集いただいてお話を聞きながら、さらにこの検討会の委員の皆様に議論していただき、各方向性の論点について深掘りをしていただく。それが大体9月頃までということでございます。

秋口、10月から11月ぐらいにかけて、報告書案の取りまとめに向けて議論の整理をして骨子といいますか、たたき台を検討していく。最終回としまして、年内を目途、ひよっとしたら年を越してしまうかもしれませんが、最終的な報告書をまとめていきたいと、こういったスケジュールを考えているところでございます。以上、資料1、資料2についての説明でございました。

○中川座長 ありがとうございます。それでは、ただ今、説明がありました資料について意見交換をしたいと思います。年内目途ということですので、この四つのうち1、2、3については、この検討会で結論を得る。ただし、ステルスマーケティングは場を別にしてはどうかという案がございました。そして4については、今後の課題ということ。各1、2、3、4、それから工程表について、それぞれ順番に御意見、伺いたいと思います。

1、2、3について、ここに書いてあるものについて、もちろん御意見をいただきたいですし、ここに書いていないものについても御意見をいただきたいと思います。書いていないものについては、場合によっては、4の位置付けということになるかもしれませんが、その意味では、厳密に1、2、3、4のどれかというわけではございません。大体の感じで1に当たりそうなもの、2に当たりそうなもの、3に当たりそうなもの、そして4という感じで、という順番で御意見を伺いたいと思います。

では、最初の「1. 法律の執行の重点的な法執行の実現」ということで、これについて、御発言を希望される方は挙手機能でお知らせいただければと思います。よろしく

お願いします。

増田委員、お願いします。

○増田委員 はい、ありがとうございます。まず、1番、効率的かつ重点的な法執行の実現の中で、課徴金の上乗せの検討であるとか特商法と連携するということについては賛成しております。ぜひお願いしたいと思います。

相談現場におきまして、優良誤認の判断というのが非常に難しい状況にあります。特に不実証広告については、相談員が合理的根拠を示してくださいという権限はないわけなのですが、現場においては、どう見てもおかしいというような場合、複数の相談員が見て、こういう意見ですということを伝えて話し合いを進める。自治体としては、根拠を示していただく資料を提出していただくこともできるのですよ、みたいな言い方をして話し合いをするということが、実はございます。それは相談員の力量でやっているのですが、そのような場合に相談現場でもう少し使いやすくないかなというのが希望としてあります。

例えば、消費者生活センターの要請で資料提供ができるようにするとか、あるいは適格消費者団体が資料提供できるようにするとか、そういうようなことができればよいと思います。それと同時に、資料を出されたときに、それを誰が評価するのかという問題がありますので、それは自治体の、例えば、表示対策課とか、そういうところの協力を得て、現場で判断するということもあり得るのではないかなとも思うところですので、そういうことの検討をしていただいたらいいのかなというふうに思います。

もう1点、これはステルスマーケティングにも関係することなのですが、一般消費者とはどういうレベルのことを言うのかということが問題になってくると思います。消費者契約法にも関わってくるのですが、高いレベルの消費者が一般消費者というふうになってしまうと非常に問題ですし、定期購入などのケースが、あんなの見たら分かるじゃないかとか、普通の人判断すれば分かるじゃないかというような判断ではなくて、多くの消費者が誤認するような場合であれば、それは表示のほうが悪いのであって、その消費者が愚かだということではないというふうに思っておりますので、その辺の一般消費者についての判断基準みたいなものを明確にしたいと思うのです。

私ども相談現場で、例えば、大企業の役員をしていたとか、学者であるとか、そういう方がリタイアされた後、普通の生活者になって、そこで悪質な勧誘に引っ掛かって御相談いただくというようなこともありますので、どういう状況におかれて、どう

いう勧誘があったのかということによりますので、検討していただく場面があるといいなというふうに思っております。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。今のお話は、あるいは3の②にも関わるのですかね。執行体制の整備・連携で相談現場と、それから都道府県ないし消費者庁とございますよね。事務局から、もし、何かお答えいただくことがあればお願いしたいのですが。

○事務局 御意見いただきありがとうございます。一つ目は、今まさに座長がおっしゃってくださったように、ちょっと3の②に関わる話かなと思いますので、そういった課題があるということで御提示いただいたものと理解いたしました。

二つ目でございますが、一般消費者のレベルということでございますが、少なくとも我々の執行において、何か高度なレベルを持った一般消費者を念頭に置いているわけではございません。あくまで当該商品が対象とした一般消費者は誰なのかという観点から判断しておりまして、ここは高裁判決で考え方は示されておりまして、当該表示を誤認して顧客が誘引されるかどうかは商品の性質、一般消費者の知識水準、取引の実態、表示の方法、表示の対象となる内容などにより判断されるということでございます。

要は、個別的に、その商品によって商品がターゲットとしている消費者は、一般消費者は誰なのか、個別的に判断するということですので、なかなか形式的な基準を設けるというのは難しいのですが、少なくとも高度な、高いレベルの人だと誤認しないということではなくて、例えば、アフィリエイト検討会報告書でも御報告しましたが、豊胸サプリなどというのは、はっきり言って男性にはあまり直接関係はないわけではございますが、やはり表示と実際に乖離がある、あれは7条2項事案でございますが、優良誤認ということになりますし、痩身効果などというのも人によってはあまり意味がないという方もあり得るかと思えます。やはり、その表品の表示によって誘引されるのはどなたなのか、そういった観点から、一般消費者を想定して執行の現場では対応しているところでございます。以上でございます。

○中川座長 増田委員のおっしゃった2点目については、心配はないはずなので、結論的には、多くの人が誤解すればそれは誤認されるようなものですよという、欺罔的ですよというふうに言っているのだと思えますけれども。

あと1点目ですけれども、相談員において、都道府県や消費者庁の手に渡ったら不実証広告規制になりますから出さなきゃいけないのですよと、言えば聞いてくれそう

な気もするのですけれども。そういかないものなのではないでしょうか。いかがでしょう。

○増田委員 なかなかそこまで言い切れる相談員も多くはないと思われます。行政との関係とか行政がどれだけ協力的かという問題もありますので、必ずしも全部の相談員がそういうことで活用できているという状況ではないですね。

○中川座長 言い切っちゃっていいですよ。行政が取り上げるかどうか、もちろんそれは分かりませんが、取り上げたならば、そうなる可能性は高いよというのは当たり前ですので、言い切っちゃっていいのではないかなと私は思いますけど。

先ほど川村委員からお手が挙がっていたのですかね、お願いいたします。

○川村委員 川村でございます。確約手続自体に反対するものではもちろんないのですけれども、先ほど事務局からお話がありましたように、今まで行政指導ということしかできなかったような事業者、特に悪質事業者ですね、そういう者に対して、もう少しいろんな柔軟な形で、しかも、法的にちゃんとした手続きという形で取り入れるというのは賛成なのですが、懸念していますのは、独禁法の確約手続が入りましてから、特に不公正な取引方法なんかの排除措置命令が出ていない、少なくなっているの

で。だから、これまで行政処分、措置命令が、確約手続に移るようなことであれば非常に困ると思うのですね。ですから、厳しく過去の違法性を認定し、課徴金も取るというのは、きっちりやっていただいた上で、それ以外のもの、そこまで至らないものについて取り入れるというのならいいのかなと思うのですね。

特に、独禁法の確約手続の認定を見ましても、わざわざ公取さんは、この当該行為は、公取委が独禁法違反等に認定したものではないという断り書きを入れておられまして、そうすると、グレーなままというような感じがしますので、措置命令が確約のほうに下りるというのでは困りますね、ということがあります。

それと悪質事業者の場合には、確かに確約手続というような形は、性質上、取りにくいというのはあるとは思いますが、その辺が返金のことも含めて柔軟な手続きができるということであれば、それはそれでいいのかなというふうに思います。以上です。

○中川座長 御指摘ありがとうございます。極めて重要なところだと思います。確約手続と、その措置命令の関係ということで、二つ捉え方があるのかなと思うのですけれども、違法が明らかであれば措置命令をし、グレーゾーンについて確約はするという、そういう関係なのか。それとも、相手方が確約に乗りますというのであれば、別

に明らかに違法な場合でも確約の対象にするのだと、つまり相手方が反省の度合いと  
いいますか、反省してくるのであれば、別に明らかな違法であっても確約に入る。他  
方、どうしても認めない人について、これは措置命令を打つという、そういうふうな  
相手方の動き次第でどちらにもなるというふうに考えるのか。この辺りはどうい  
うふうな考え方になりますか。

○事務局 あくまで、この間プレゼンがございました独禁法上の確約手続を前提に御  
紹介をさせていただきますと、その確約の手続きに乗るかどうかの主導権は、あくま  
で公取委さんが担っております。公取委さんが法律上、独禁法の規定に違反する疑い  
のある行為の概要を、この条項、通知して、それから 60 日以内に、事業者が確約  
契約を自主的に作成・申請するかどうかというところでスタートするというところで  
ございますので、必ずしも二者択一ということではなくて、おそらく事案に応じて公  
取委さんにおきましては、排除措置命令が相当な事案については排除措置命令をする  
し、その違反の疑いがあるのだけれども、事柄の事案の性質上、これは調査に時間を  
かけるよりも、向こうも早期に解決したいと言っているし、だったら早めに解決しよ  
うということで、その通知を発するとかは事案に応じて、その裁量権の範囲内で、自  
由に御判断されているのではないかという気がしております。

いずれにしても、仮に景表法にこの確約手続が導入されたらどうなるのかとい  
うと、それはアウトプット、措置の手段が一つ増えるというわけでございます、や  
はり、これまでどおり措置命令で対応しなきゃいけない事業者、それは今、委員のお  
っしゃった悪質事業者、これはおそらく確約ということにならなくて、これまでど  
おり措置命令で一定の要件を満たせば、課徴金納付命令ということになってくるのだ  
と思います。

他方で、自主的な早期是正・再発防止措置を講じたいのですという人がいたら、か  
つ、それが行政がその法律の要件を満たす、どういう要件になるのかはまだ分かりま  
せんけれども、きっとその確約通知をするにあたっては景表法ならではの要件が設け  
られると思いますが、その要件に即して、これは確約通知をするにふさわしい事案だ  
と判断したら、通知をして、確約手続がスタートするというところでございますので、  
そこは当局の裁量の範囲内で事案に応じた柔軟な対応、そこは大臣の冒頭の御挨拶に  
ございましたメリハリのある執行が実現されるのではないかということで、決して自  
動的に確約が入ったから、すべからく、これまで措置命令相当だったものが確約にな  
るとか、そういうことにはならないのではないかなというのが、今のところの感想で

ございます。ありがとうございます。

○中川座長 川村委員いかがでしょうか、大丈夫ですか。

○川村委員 分かりました。ただ、独禁法のほうの執行を見ているとちょっと心配になっていたもので、よろしくをお願いします。

○中川座長 白石委員からお手が挙がっています。今の点でしょうか。

○白石委員 少し違う点ですけれども、よろしいでしょうか。

○中川座長 はい。

○白石委員 ありがとうございます。確約手続が終わって確約認定があった後に、確約措置違反、つまり約束したけれども守らないという場合の対応についても検討する必要があるように思っています。独禁法では、確約違反があった場合には、もう一度、調査を再開しますというだけであり、それに対する批判的な議論もあるところです。

景品表示法の場合には、悪質な者に対しては命令、というようなお話もありましたけれども、そういう者についても確約手続も使うとすれば、確約違反が横行するということも考えられなくはないと思いますので、制度的に最初から議論しておくことは必要ではないかと思っております。以上です。ありがとうございます。

○中川座長 ありがとうございます。この点は、この検討会で議論すべきことですかね。これ、立法するならそうですね。

○事務局 もちろんコンセプトとして今、白石先生がおっしゃったのは、まさにおっしゃるとおりでございますので、それはそういう方策が要するというのは議論いただいて結構かと思えます。

○中川座長 その方策としてはどんなものがあるか、再調査でいいのかという、独禁法ではそれは生ぬるいということなのですかね、遅くなるということなのか。グレーゾーンで確約したが守られなかった場合、それはグレーかどうかははっきりしませんけれども、仮に向こうはそう思って、なので、調査されても措置は打てないだろうというふうなことを考えてきた人がいた場合にどうするか、だから再調査するというよりも、単純に確約違反に対して何か措置するほうがいいのではないかという気もするのですけれども、そういう議論をしたほうがいいかなというふうに思いますね。今、小畑委員からお手が挙がっているのでしょうか。

○小畑委員 ありがとうございます。基本的にこの1であがっている方向性については、特段異論があるわけじゃないのですけれども、今後、検討する上で、気を配っていただければというところについて申し上げたいと思います。

まず、繰り返した事業者に対する課徴金算定基準を上げたかどうかということなのですけれども、そういうのも一つの方法であろうかと思いますが、ただ、往々にしてこの繰り返し違反する事業者、いわゆる悪質事業者は、財政基盤があまり確かでないということで、結局、課徴金を引き上げてもらえぬおそれがあるということで、どこまで効果があるのかということとはよく考える必要がある。むしろ特商法と連携、こちらのほうがより有効なのかもしれない。そういうところはよく御検討いただければと思います。

また、この繰り返した事業者に対する課徴金の引き上げというところについて、これを入れるとすれば、先ほど資料の御説明の中でありましたように、わざと繰り返す、そういう悪質な事業者というお話があったかと思いますが、何が悪質なのかという要件についてしっかりと規定をしていくということが必要かなと思っております。

次に、自主的な早期是正・再発防止ということで確約手続というお話がございました。こちらについては、まず、先ほど措置命令との関係というお話がございましたけれども、それとともに、今、課徴金の中にも、その課徴金対象行為に該当する事実を報告した事業者に対する課徴金の減額ですね、9条、それから、返金措置の実施による課徴金の減額という11条ですね、こういった措置があるわけなのですけれども、これと確約手続の切り分けというところですね。どちらも、自主的になにかやっているということに違いはないわけで、この辺どちらの手続きにいくのかというところは、よく検討をしていく必要があるのかなと思います。

また、確約手続についてももう1点あるのですけれども、消費者庁さんとの間で合意を持って進めていく手続きというふうに一義的には理解しているのですけれども、その景表法の場合、消費者庁さんが処分を打つ場合と都道府県が処分を打つ場合と二つの場合があると思うのですけれども、消費者庁さんとの間で手続きを進めている一方で、都道府県のほうが処分を打つと、こういった場合にどう整理するのか。

あるいは、確約手続がいったん完了して合意もできたところで、都道府県が処分を打ってきたらどうするのか。この辺の消費者庁と都道府県、この両者が手続きに関わる場合の整理というのは、是非していただけるといいのかなというふうに思っております。以上でございます。

○中川座長 ありがとうございます。今3点、御指摘があったかと思いますが、まず、事務局から何かお答えいただける範囲のことがありましたらお願いします。

○事務局 ありがとうございます。基本的には、課題があるので是非検討していただきたいという御趣旨だったと思いますので、特段コメントということはないのですが、1点だけ、2番目の減額制度ないしは返金制度との関係ですけれども、もし、独禁法と同じような仕組みが導入されたら、これは確約認定になったら調査しない、すなわち処分はしないということですので、両者は両立し得ないので、あとは減額とか返金した事実をどう確約認定のところで考慮していくのかなという話になるのではないかというふうに、今のところ、今日聞いた印象ですけれども、そんなことを思っております。ありがとうございます。

○中川座長 ありがとうございます。私からの一つ反応なのですが、最初におっしゃられた、繰り返し事業者に対する課徴金が高くなり過ぎては困るということであったかと思いますが、ではどうしましょうということなのですからけれども、繰り返している以上、高くなるのはいいだろうと。高くなり過ぎては困るということでしょうか、潰れてしまうという。あまり繰り返すなら潰れてもいいのではないかというのが、暴論かもしれませんが、しかし、それが極悪業者に対する一つの回答でもあると思うのですけれども、いかがでしょうか。

○小畑委員 説明が足りませんで申し訳ありません。そういう趣旨ではございませんで、そもそもそういう悪質業者は払う能力がないのに、課徴金をいくら引き上げても、あまり悪質業者としては痛くも痒くもないのではないかという趣旨でございます。

○中川座長 逃げていってしまうということですね。

○小畑委員 はい。

○中川座長 ありがとうございます、よく分かりました。大屋委員、お願いします。

○大屋委員 私、申し上げようと思っていた、今、中川座長からおっしゃったことと同一でして、課徴金制度というのは国の収入を確保するための手段ではないと思いますので、悪質業者であれば繰り返し制裁をかけて、支払えなければ市場から退出していただくというのが正しいのではないかと。それに、威嚇効果が、特に悪質業者の場合はないのではないかというのは一つの御指摘かと思いますが、例えば、消費者訴訟特例法のほうでは、その点に注目して一定の場合に経営者個人責任を追及するというようなこともありましたので、そのような対応も場合によっては考えられるのかなというふうには思います。

それから、消費者の観点からいいますと、故意か過失かというのは、それほど重要ではないわけですよ。福知山線事故は過失による事故だったと私は思いますけれど



も、だから運転手は故意で人をはねたのに比べて社会的影響が小さいかということ、そんなことは全くないわけです。そうすると、悪質事業者・悪質行為の定義をきちんとすべきだ、さもないと萎縮効果が大きいという御指摘は誠にそのとおりでと思うのですが、すけれども、うっかりでも悪質行為を繰り返す事業者に対しては、やはりそれなりの制裁を加えていくほうが、市場の健全な秩序を保つという観点では望ましいのではないかというふうに思いました。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。確認ですけれども、先ほど小畑委員がおっしゃったのは、課徴金を上げるなということではなくて、課徴金は、繰り返しの人に対しては上げろと。ただし、その人は逃げちゃうかもしれないので、それ以外にもちゃんと対応策を打てということで特商法との連携、個人責任の追及と、業務禁止とか、そういう他にも手を広げておかないと、威嚇効果があるようで実は本人、消えてしまうということがあるからと、両方やれとそういう御趣旨だと理解してよろしいですかね。大屋委員がおっしゃったのもそういうことだと思っておりますけれども、小畑委員がおっしゃったのも御趣旨だということで誤解はないでしょうか。

○小畑委員 ありがとうございます。丁寧に御説明いただきまして恐縮でございます。

○中川座長 ありがとうございます。他はいかがでしょうか。古川委員、お願いします。

○古川委員 ありがとうございます、古川でございます。今のところに関連しまして、この違反行為を繰り返した事業者というところでございますけれども、景表法上は、その措置命令に違反した場合には罰則が規定されているところであって、そちらとの関係について整理もしていただきたいというふうには考えております。現実的にももちろん罰則というのは究極的なものですし、最終手段だとは思っておりますけれども、その措置命令に違反するような事態が起きたときに、実際にどのように対応しているかということも含めて、それも含めて議論させていただきたいなと思っております。

○中川座長 ありがとうございます。今おっしゃったのは、措置命令の違反に対することですかね、直罰ではなくて。

○古川委員 はい、措置命令違反には罰則規定がありますので、今、新しく制度を導入、課徴金額を引き上げるということが検討対象になって、先ほど小畑委員のほうから、上げててもそもそも財務的基盤がないところとかに対しては意味がないのではないかという御意見がありましたので、そうだとすると他の案として、その罰則の規定を適用する手段もあるので、そういうのをいつどのようにして使っていくのかといった

ところですね。もちろん、消費者庁さんが告発して、検察がそれを起訴するかどうかという問題だと思うのですけれども、実際、告発するかどうかというところも含めて議論が必要なのかなと思っております。

○中川座長 ありがとうございます。悪質事業者への対策ということになりますかね。直罰の導入ということで、これが1、2、3になるのか、4になるのか、それはまた事務局で検討していただきたいと思いますが、直罰の導入という御提案、これも加えようということですね。

○古川委員 直罰まで提案というか、今、措置命令違反に対する罰則が存在していますので、これを使っているのか・使わないのか、使うのか・使わないのかというところを含めて御議論いただければと。

○中川座長 分かりました。措置命令違反の罰則のもっと有効な利用の仕方ということですか。

○古川委員 はい。

○中川座長 分かりました。増田委員、お願いします。

○増田委員 特商法との連携のところですが、返金など民事の効果に繋がる仕組みとしていただきたいと思います。景表法で措置命令が出たとか、そういう形になったときに、特商法の中で誇大広告であるということを明確にさせていただくと、交渉の中で非常に役に立つということもございますので、その点も含めて検討していただきたいと思っております。

もう1点、確約手続が実行された後ですね、その広告表示について、措置命令、処分を受けないので、その同種のことを他の商品について行うという、悪質な事業者の場合にはあり得るというふうにも思いますので、その後の運用の仕方であるとか、確約手続の後の問題に関わるかと思うのですけれども、同種の広告を行うおそれみたいなことについても、何か御検討いただければいいなというふうに思っております。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。その辺りの検討もするということですね。他いかがでしょうか。川村委員、お願いします。

○川村委員 景表法自体の問題から外れるのですけれども、こういう悪質な事業者が故意に何度も繰り返すと、それもかなり多くの消費者に対して欺罔しているみたいなものは、そもそも詐欺ですよ。そうであれば、消費者庁も検察庁に告発・告訴するというような対応を取ってもいいのではないかと。豊田商事の国家賠償訴訟では、公

取委さんの告発義務が一つの争点になったのですけれども、そこらの、薬機法も含めてですけれども、投げてもいいのではないかなというふうには私は思っています。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。その辺りは当然、整理しなければいけないと思います。他はいかがでしょうか。

私から一つ申し上げたいのですが、課徴金について、今、計算方法、高額化ということなのですけれども、対象の拡大というのはどうなのかというのも、一応、論点になり得るかなと考えております。告示ですね、3号の告示にも課徴金の対象にできるかと。独禁法で、告示に対して課徴金をかけられないという、告示は駄目で、法律に規定しなきゃいけないということがあったという話を聞いております。もし、それが正しい理屈なのであれば、実は私は正しくないと思うのですが、もし正しい理屈であれば、結構、大変な話になって、かなり、この年内はとても無理ということになります。

一般論としてどうなのでしょう。3号告示、例えば、この前報道されたものであればスシローの事例ですね、おとり広告ですけれども、あれは告示なので、現在では課徴金の対象外であるということなのですけれども、それはそれでしょうかがないということなのか、それとも本当はおかしいと考えるべきなのかというところは、いかがなものでしょうか。

法制技術的な問題は先ほど申し上げたように、告示に対して課徴金かけられるのかという、分かったような分からないような法律論があるらしいというのはさておき、実質論といいますか、景表法の話、あるいは不当表示の規制の話として、そこはどう考えるべきかという、もし、御意見あれば伺いたいという気がするのですけれども。

○事務局 座長のおっしゃるとおり、現行制度上、課徴金制度は優良誤認・有利誤認のみということでございます。元々この課徴金制度が導入された平成26年改正の契機となったのは、やはりメニュー偽装表示問題、もっぱら優良誤認表示の問題があったということで、当時の立法担当者の解説本によると、その課徴金を付加して、違反行為の防止力を強化するに足る立法事実が認められないと考えられたことなどによる、というようなことが記載されております。

あとは、御指摘のとおり、制度論として、一応、課徴金納付命令というのは、金銭的不利益を犯す、すなわち、ある意味、国民の財産権を侵害するというところでございますので、これは、座長の前で釈迦に説法みたいな話ですが、法律による行政の原理

みたいな観点からすると、国民主権の中において、国民の代表者からなる国会によって制定されたルールだからこそ、そういった財産権の侵害が正当化されるのではないか、行政が定める告示では、その正当性が裏付けられないのではないか、そういった議論はあり得るのかなということでございます。

実際、独禁法において、不公正な取引方法、これはもっぱら景品表示法の不当表示と同じ仲間だったわけですが、それに課徴金を導入するのだというときに、それまで公正取引委員会が告示で定めるとされていた不公正な取引方法が、課徴金対象となる不公正な取引方法が法定化されたという経緯もございます。そういった経緯を踏まえると、直ちに、現状の告示のままで課徴金を導入するというのは、ちょっと制度的なハードルがあるのではないかなという気はしております。

○中川座長 ありがとうございます。白石委員、お願いいたします。

○白石委員 ありがとうございます。今の中川座長の問題提起について、私なりに感じたことを申し上げたいと思います。まず、告示かそれとも法律で書き切るかという問題ですけれども、これは先ほど事務局のお話の中にも少し含まれていたように思いますけれども、この点についてはいわゆる法制上の問題というものがありますので、それでうまくいかないという可能性もある。しかし、もちろん様々な議論は必要だと思います。

それから、もう一つは、それは置いておくとして、告示の内容を、もし、法律に書き切れと言われるならば法律に書き切るという方法があるわけなので、今、告示の対象になっているものを課徴金対象になり得るかということを議論する必要というか、それは大いにやるべきだと思います。

それを申し上げた上でいうと、今、告示対象になっているものには、非常に大ざっぱに言うと2通りあると思うのですね。一つは、まさにその商品・役務について表示をする。ただ、その表示が誤認を与えているとその事案では断言できない場合でも違反としてよいこととするために告示をしている、というものですが、その商品・役務についての表示であることは間違いない。例えば、原産国の表示とか、それから有料老人ホームの表示についてそれぞれ告示がありますけれども、これらは、どちらかという、その問題の商品・役務についての表示である。ただ、その事案で誤認があるとまでは認められない場合でも、告示を根拠にして違反としてよいというものです。

他方で、そうではなくて、別の類型がある。これは今、中川座長が触れられた、おとり表示の告示などもそうなのですが、これは、その商品を供給すると言っておとり

で集めたのだけれども、その商品はなかったわけです。なので、その商品は供給してないわけなのです。そうすると、現行法の課徴金の計算は、その商品についての売上額の何パーセントというふうに決めていますので、違反行為の性質上、売上額がないものについての課徴金の計算の仕方について、根本的に見直す必要が出てくるということになるかと思います。

根本的に見直すのは駄目というつもりは全くないのですけれども、そういう意味で、かなり周到な、あるいは幅広い議論が必要になってくるということになるのではないかと思いました。以上です。ありがとうございました。

○中川座長 どうもありがとうございました。二つポイントがあったかなと思います。

まず、告示でも色々なものがあるので、1号、2号に相当するような欺罔性が高いといえますか、極悪性とまで言いませんが、そういう悪質性の高いものについて、課徴金、抑止のために課徴金をするというのが、まずは本道だろうと。告示だから全部、課徴金の対象というのは、あまりにも乱暴過ぎるとするのが1点かなと思います。

もう1点は、先ほどの課徴金の計算の仕方に及ぶ。これは大問題です。議論する価値があるというのであれば、これは議論するというか、将来、議論してほしいということだと思いますので、中期的な課題に入るかもしれないと、そういうふうな整理かなと思います。

ありがとうございます。他いかがでしょうか。差し当たり、1の効率的かつ重点的な法執行の実現について、他に御意見があれば承りたいと思いますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、次の「2. デジタル化等の社会状況の変化への対応」について、御発言を承りたいと思います。御発言のある方は挙手機能でお知らせください。

特にございませんか。ないようでしたら、私から1点、2点ほど、この機会だから聞いてみたいということがあります。まず1点目、国際化対応で、公示送達をすることなのですからけれども、現在の景表法の公示送達の規定を見ると、領事送達ができないときに限る、なんか色々外務省に一回お伺い立てなきゃいけないのではないかと。これ、面倒くさいから飛ばせないのかなと。せっかく規定を置くのだから、どうせしてくれるわけもないものなのだから、さっさとこちらの判断でできるようにしてはどうという、ちょっと乱暴かもしれませんが、そういう感想を持っておりまして。それは、つまり、単に現在の規定を使うだけではなくて、現在の規定をさらに使いやすく修正する必要はないかということ議論する必要があるのかというのが1点。

もう一つが、デジタル化といえばターゲティング広告という、ちょっと条件反射的に思うわけなのですけれども、この検討会で扱うべき問題がターゲティング広告にはあるかどうかということについて考えるというか、考えてみてはどうかなと思ったのですけれども。

順番としては、まず、そういう話を事務局にもしていたので、事務局から現行の景表法で公示送達について差し支えがあるかどうかということについて、現行どのように使われているかということをお知らせいただければと思います。

○事務局 ありがとうございます。現在、景品表示法にも課徴金納付命令に関して送達規定、一部は民事訴訟法の規定を準用し、一部はオリジナルで書き下しております。そのオリジナルで書き下している送達方法として、座長御指摘の公示送達がございまして、確かに、その外国においてすべき送達というものが民事訴訟法 108 条にございます。それができず、または、これによって送達をすることができないと認めるべき場合に、公示送達をすることができるという要件が規定されております。

ただ、平成 26 年に導入されてから、公示送達を必要とする場面に出くわしてないものですから、何か支障があるかと言われると、なかなかエビデンスがないというところではありますが、一般論として申し上げますと、送達、すなわち行政庁の意思表示を書面でもって相手方にお知らせするというところでございますが、原則は当然、交付送達、相手方に直接お渡しする、なんとなれば、それは処分による法律効果、すなわち命令が、法律上の義務としてかかるということでもありますから、それは原則、相手方に渡すこととなります。

ただし、相手方が海外にいて渡せないとき、これは手続きが中途半端になってしまって困ります。ラストリゾートとして、公示送達というものがあるというふうに認識しておりますので、そこはラストリゾートならでは、それなりの手を尽くしたけど駄目だったという要件は、いるのではないかなという気はしております。

ただ、現実問題、その民事訴訟法などを調べてみますと、これもどこかで申し上げたかもしれませんが、送達というのは主権行使、わが国の行政権の行使ということになりますから、勝手に他国で行使するわけにいかない。主権侵害ということになります。したがって、民事訴訟、あるいは商事法の世界だと条約があるようでございまして、しかしながら景表法の世界、行政法の世界では、そういった条約がございませんので、直ちにこの外国における送達がスムーズに使えるわけではないということは、それなりの努力を、恐らく外交ルートでやるのでしようけれども、結果的にはラ

ストリゾートたる公示送達になるのかなという気はしております。

あとは、ラストリゾートでありますので、事実上、相手方にお知らせすること自体は、これ、制限されておられませんので、恐らく行政として公示送達が必要な場面に出くわした場合は、相手方にコンタクトを取って何とか日本に来てください、ないしは日本に代理権を誰かに与えてください、そういったお願いをしながら、効果的な執行を努めていくのではないかなという気がしております。以上でございます。

○中川座長 要するにそんなに支障はないという御説明だと理解してよろしいですかね。だそうです。なので、あんまり外野で心配してもしようがないかなというところではあります。

それからターゲティング広告で何か御意見ある方いらっしゃいますか。ここで取り上げるべき問題があるかどうかということですよ。ターゲティングだからという、別にその表示が不当かどうかという問題ではないので、景表法の話ではないかなとも思うのですが。大屋委員、お願いします。

○大屋委員 座長のおっしゃるとおりで、例えば、ターゲティングをしてあなただけにと言ったけれども、実は条件に該当する方全員にまいていましたとかという場合には問題になるのですけれども、これ、従前から問題にできる事案だと思います。有利誤認の事案だと思いますし、そのターゲットとして届けるだけのことから、その広告内容が正当である場合には、景品表示法上の問題は生じないだろうし、むしろ、ターゲットするにあたって入手した利用した情報の適切性みたいなものは問題になり得るのですが、それは、どちらかというところ、個人情報保護法制の問題であって、ここではないのではないかなという気がいたしました。

ターゲットすることによって特定の人にしか届かなくなるので、不当性が目につかなくなるとか検証が困難になるといった話はあるかと思いますが、これはデジタル化一般に関わる問題かと思いますが、特段、ここに焦点を当てる理由はないかなというのが個人的な印象です。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。問題があるときには、既に現行法で対応できる、あとは証拠がなかなか見つからないということですね。では、これは取り上げないということよろしいですね。ありがとうございます。

他はよろしいですか、2番目について。川村委員、お願いいたします。

○川村委員 ステルスマーケティングについては切り離してというふうに事務局の御説明があったと思うのですけれども、これは、例えば、最後の4番のような中長期

的な検討課題ということではなくて、この検討会が終了次第というか、早めに別の検討会なりを立ち上げて検討を進めるという段取りで考えておられるのかどうか、そこだけお聞きしたいと思います。

○中川座長 では、事務局からお願いします。

○事務局 まさに御指摘のとおりでございます。スケジューリング全体に関しては、1から3について速やかに検討を進め、年内を目途に取りまとめを行うということで、1から3は全てこの傘の下にございます。ただ、その場だけをスペシフィックな場を設けさせていただきたいという趣旨でございます。

○中川座長 よろしいでしょうか。ステルスマーケティングも、年内目途ということなのでですね。

○川村委員 そうすると、ステルスマーケティングもここから完全に切り離すというのではなくて、この検討会の中でもこの枠組みには入れると、そういうふうにお聞きしてよろしいですか。

○中川座長 そこまで考えているかどうか分かりませんが。

○事務局 その辺りの進め方は、また座長とも御相談させていただければと思います。

○中川座長 いずれにせよ報告は来るわけですね、ここには。こうなりますみたいな。はい、分かりました。なので、どこかで、全然知らないところでやっているだけではなさそうです。他いかがでしょうか。

ありがとうございます、それでは、2は以上といたしまして、「3. 消費者利益の回復の充実等」ということで、この項目につきまして、御意見をいただきたいと思ます。いかがでしょうか。川村委員、お願いします。

○川村委員 何度もすみません。最初に増田さんもおっしゃっていたと思うのですが、不実証広告制度ですね。あれが、団体の連携なんかとも絡むわけですが、消費者庁さんは不実証広告を使って優良誤認というのは、かなり措置命令を出すのに武器として使っておられるのですが、いざ消費者団体、消費者もそうだと思うのですが、のほうは、そのような効果がないとかいうようなことの主張・立証責任は負っていますので、非常にやりにくい。なかなか技術的なことも含めて分かりにくいということもあるので、その辺の何か、全く行政の手続きと一緒にいうわけにいかないのかもしれないけれども、不実証広告を使えるとか、それに準ずるような武器を団体に与えるというのは、考えていただきたいなというふうに思っております。

○中川座長 ありがとうございます。今のご指摘は、3の②のほうの特定適格消費者



団体等との連携だけれども、例えば、差し止め訴訟等をするときに立証責任の転換の規定を置くとか、あるいはそもそも罰則ということになりますかね、そういうふうなことを考えてはどうかという、こういう御提案でしょうか。

○川村委員 はい、そうです。

○中川座長 これは大きな立法になると思いますが、どうでしょうか。検討事項になるのかな。他の委員の方はいかがでしょうか、今の御提案。理屈の上では通るのですか。不実証広告規制というのは、何しろちゃんと理屈を備えときなさいという全般的な義務を踏まえているので、それは別に対行政だけではなくて、訴訟でも一緒だと言えそうな気もするのですけれども。どうなのでしょうね、事務局からお願いします。

○事務局 一応、今の不実証広告規制について御説明しておく、皆様御案内のとおり、当然ながら消費者庁が行政処分をするにあたって、その行政処分の措置命令に関して、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を出しなさいと、出さなければ不当表示とみなすという規定でございまして、おっしゃるように、立証責任の転換がなされているわけではございます。

ただ、これを適格消費者団体に与えるということになると、これはもはや行政法の世界ではなくて、民事訴訟法の話になってくると思いますので、民事訴訟における立証責任という一般的な考え方、すなわち実体法の法律効果の要件によって利益を得る人が、その立証責任を負うのだというルールがあるかと思いますが、それを転換させる合理的な必要性があるのか、ないのか。その大原則のルールを変える必要があるのかどうかということで、行政法の世界を超えてしまうのではないかということで4番かなという気はしております。

○中川座長 ありがとうございます。私も、やるなら4かなという気はしますけれども。検討する価値はありそうな気がするのですけれども、いかがでしょうか。実際問題、違いますかね。訴訟される適格団体の方々、明らかに違うというふうに考えてよろしいのでしょうか。

○川村委員 例えば、差し止め訴訟、検討する場合に多いのは、消費者契約法上の契約の条項の無効のやつが割と多いのですね。景品表示法でやろうとすると、その健康食品に効果があると言っている広告がうそだということを実証しようと思うと、なかなか難しいし、そのためには専門家の御意見とか、色々と聞かないといけなくて、もちろん費用のコストの点もありますので、その辺りは、どういう訴訟外なのか訴訟内なのかは別にして、例えば、向こうにそういうエビデンスを要求して、それを送って

こない、あるいは、それが大したことがないということであれば、立証責任を転換するぐらいの規定は、何かあってもいいのかなというふうには思っているのです。

○中川座長 ありがとうございます。川村委員がそうおっしゃるかどうかわかりませんが、事業者側としては、それを乱用されるのを警戒するということになるかと思えますけれども、急に指名して申し訳ありませんが、小畑委員、どうでしょう。それは大丈夫ですよというようなことなのか。

○小畑委員 先ほど事務局の方から御説明があったように、民事訴訟一般の話に広がる可能性があって、ここのところはよく見極めが必要だなと思っておりますけれども、消費者団体さんが必ずしも訴訟を提起するだけが道ではなくて、消費者団体さんのほうが問題だと思えば、消費者庁と連携して、消費者庁のほうから措置命令を出していただくというのが、今の景表法の流れではないかなと思っております、そこのところ、それでは足りないということかどうなのかと思います。

○中川座長 ありがとうございます。これはどうしましようかね、4に入るかどうかということですね。すぐの、年内の検討は難しいだろうというか、その体制がないという感じもいたしますが。御指摘・御提案ありがとうございます。他いかがでしょうか、3についてです。増田委員、お願いします。

○増田委員 電子マネー等の活用というのがあるのですけれども、今、現金で返金というところを電子マネーというところまで広げるということなのかなと思えますけれども、その電子マネーにもすごく種類があるということと、その人が何を使っているのかということ、それから、現金にしてほしいといったときに、事業者が電子マネーじゃないと返金しませんとか、そういうような制限を付けられる可能性もありますので、その活用の仕方については十分、検討していただきたいというふうに思います。

それと、もう1点、これは特例法の改正のときにも議論がありましたけれども、景表法に基づき処分した事例について、その資料の提供を適格消費者団体・特定適格消費者団体に対して提供できるようにしていただきたいということは、かねてより要請のあるところでしたので、その点についても御検討いただければなというふうに思っております。

○中川座長 事務局からよろしいですか。

○事務局 いずれも御指摘のとおりかと思えます。

○中川座長 ありがとうございます。他いかがでしょうか。

ちなみに、電子マネーの活用というのは、これは法律事項になるのですか。

○事務局 はい。もし、この制度を導入しようとする、今の法律では読めませんので、法改正ということにはなろうかと思えます。

○中川座長 分かりました。

よろしいでしょうか。そうしますと3も以上ということで、最後に4、最後というか、最後から2番目ですけれども、「中長期的な検討課題」ということで、今のところ供給主体性、ダークパターン等とあって、「等」について、結局、何が入っていたのですかね、罰則規定の活用、それから立証責任の転換、あと民事訴訟というやつですね。課徴金の対象拡大をするときの考え方というか課題ということですね、そのくらいでしたかね。

古川委員がおっしゃった、措置命令違反に対する罰則、あれが使われてないのではないかという、そういう問題意識ですよ。

○古川委員 はい、おっしゃるとおりです。

○中川座長 あれはどういう罰則でしたか、罰金でしたか。

○事務局 基本刑が罰金と懲役でして、法人重科で、両罰規定で、法人であれば3億円以下の罰金となります。

○中川座長 罰金というのは機能するのですか、ここで議論してもしょうがないかもしれないけれども、結局、拘束しないとどうしようもない、それが一番、極悪層に効くという話を聞いたことがあるのですけれども。新しくなる拘束刑ですかね。あれをやらなければいけないのだけれども、措置命令違反だとどうもそこまではいかない。罪刑謙抑主義からすると、かなり低めの罰金で済むのではないかとか、そうすると、あまり意味がないかということになろうかと思えますが、その辺りはどうなのでしょうね。

○事務局 まず、ここに刑法の専門家の方がいらっしゃらないので、ちょっとにわか知識みたいになってしまって恐縮ですけれども、基本的に日本の刑法というのは自然人を対象としているので、一方で、景表法の主体というのは事業者でございまして、必ずしも人格がなくても、例えば、法人格のない社団なんかでも経済活動をしているとなれば、それは事業者性を持つということになっております。

従って、今の座長の御指摘、懲役刑を科される可能性があるのは誰かということ、個人としての事業者ということになってきてしまいまして、法人としての事業者は、あくまで罰金だけということになるのかなと思えますが、そこは、わが国、刑事法体系

全体の話、そのわが国刑事法体系の全体の中で、この景表法の措置命令違反の罰則、今こういうふうに位置付けられている、それが全体の刑事法体系の中の均衡上、これが適切だと判断されて今こうなっているのではないかなというふうに認識しております。

○中川座長　なので、今の状態を続ける限りは、結局、ワークしないということは変わらないかもしれないですよ。課徴金もワークしない。お金ないからワークしない。罰金もワークしない。罰金はワークしないということはないか。もう身柄、取られているからそれは何とかするのでしょうか、働いていても払うから、ワークはするか。罰金と課徴金は違うということですかね。どうぞ、お願いします。

○古川委員　手を挙げず申し訳ありません。もちろん種類が違うといいますか、恐らく刑罰として科されるという点では違うというのではないかということは考えておりました。もちろん前科にもなってしまいますし。そうすると、抑止力は強いということかとは思っておりました。38条では、法人の代表者が違反行為をしたときは行為者を罰する他、その法人に対しても罰金刑を科するとなっておりますので、その代表者に対しても刑罰は科せるといふふうに認識しております。

○中川座長　それが機能していないというのは、これは告発するのですかね、行政庁から。

○事務局　基本的に告発義務みたいなのはございませんが、普通に考えたら、我々が告発するのだと思います。

○中川座長　それに対して検察が動いてくれないとか、そういう話はあるのでしょうか。行政の話は行政でやってくださいみたいに言われちゃうとか。

○事務局　個別具体的な話になってしまいますので、ここでは避けたいと思いますが、いずれにせよ、当然、我々が告発するにあたっては、一般論として、検察当局と相談して公判維持に耐え得るかどうかというのを協議してから告発するということになるのは、これは独禁法でもあるいは国税の世界でも、同じことになるのではないかなというふうには認識しております。

○中川座長　そうすると、仮に4に入れたとして、この罰則の有効利用というところでは何を検討することになるかですね、もっと積極的にやれと励ますという、そういうことになるのでしょうか。古川委員、御提案ございますか。

○古川委員　私が申し上げたものの、課徴金算定基準の、課徴金算定率を引き上げても意味がないのではないかという御指摘もあったので、措置命令違反という点におい

ては刑罰も一応あるので、こちらもありますねということをお伝えしたかったところでして、これをもっとがんがんやれということではなく、もちろんそれがワークしていけば抑止力になるのでしょうけれども、いろんな、もちろん消費者庁だけの問題ではないですし、検察庁との関係もあるでしょうから。しかも、今、それほど罰則までしないといけないような鬼気迫った時期なのかということ、そうでもないとする、4に入れていただかなくても、今日お話を伺って、問題意識をお伝えしただけでいいということもあるかなとは思いました。

○中川座長 消極的な発言をしているつもりではないのですけれども。

○古川委員 一応、刑事訴訟法には告発義務はあるという認識をしていたのですけれども。公務員は、その職務を行うことにより犯罪があると認識した場合は告発しなければならないという。

○中川座長 告発は、でも、常にしているわけじゃないですね。告発に値するものということじゃないですかね。

○事務局 まさに、もし、犯罪ということになりますと、当然これも先生方には釈迦に説法ですけれども、刑法総則の適用がございますので、単純に措置命令に従っていないこと自体が直ちに犯罪に相当するかというのは、ちょっと違うのかなという気はしております。

○中川座長 行政から告発はしても検察がなかなか動いてくれないというのは、行政法ではよく言われる話なのです。だから行政処分違反に対する刑事罰というのは機能しないものの、ある種、象徴みたいなものだ。どこまで本当なのかもしれませんが、ほぼ通説的にそう言われているのです。検察は刑法典のものを重視するので、詐欺罪で来るのならそれはやるけれども、景表法の行政処分違反で来られたならば、よほど社会的に重要だと説得されない限りは動いてくれないと。どこまで本当か分かりませんが、これはなかなか統計の取りづらい話ですので、そういう調査をした研究者たちがそういうふうに言っているということなので、それしか情報がないので我々の間の通説になっているわけなのですけれども。

先ほど話をした直罰のほうは、もしかしたら警察が勝手に動いてくれるという意味では、意味があるのかもしれないなど。直罰なのか行政措置の違反に対する刑罰なのかというのは、かなり機能が違うので、両方どうしますかというふうに考えてみるという課題設定はあり得るかなと思うのですけれども。

古川委員、今、手を挙げられたと思いますが、いかがでしょうか。

○古川委員 何度も申し訳ありません、ありがとうございます。考えると、そのように整理いただいたことになるかと思っております。ただ、私としましては、今まで直罰が入っていなかったところで今から入れましようとなると、それは相当、中長期的な検討課題になるでしょうから、それをこの検討会で議論する必要があるのかどうかというところは、私自身はそんなに積極的には思っておりません。

○中川座長 ありがとうございます。白石委員、お願いいたします。

○白石委員 不当表示の直罰については、不正競争防止法が、多分使われているのだらうと思いますので、もし検討するのであれば、そちらとの関係も整理する必要があるのだらうと思います。以上です。

○中川座長 御指摘ありがとうございます。ここはどうするか、また検討させていただきます。川村委員、お願いします。

○川村委員 蛇足になりますけれども、実際に特定商取引法の不実告知は、割と警察側の逮捕容疑になったりとか、要するに詐欺ではなかなかしにくいところもありますので、あれは割と使われていると思います。

○中川座長 ありがとうございます。そういう立法事実といいますか、使う必要が現にあるかということですね。そこもまた、もし検討するならば調べる必要があるということになりますね。中期的検討というのは、検討に値しそうなテーマだということであればよくて、ここで結論を出すわけではありませぬので、その意味で、すぐには答えが出ないけれども価値のある論点だというお考えであれば、ぜひお出しいただきたいと思います。他はいかがでしょうか。

○白石委員 刑罰以外の論点でもよろしいですか。

○中川座長 もちろんいいですよ、白石委員ですか。

○白石委員 ありがとうございます、白石です。4の中で出てきたうち、先ほど中川座長が、告示の問題にもう一度、触れていただいたので、私、先ほどの発言に一つ補足したいと思います。

5条3号の告示対象表示は2種類あるというふうに申し上げましたけれども、前者のほうのその商品についての不当表示であるという場合については、優良誤認・有利誤認があるとまで言えれば、現行法でも課徴金がかかけられるということが前提で、なので、そうでないものまでかけるのかということを検討するということになるかと思っております。

あともう一つは、その後半の類型で、商品自体については売上げがないという類型、

それについては、先ほどまとめもしていただきましたので、そういうことでよろしいかと思います。それが補足ですけれども。

それ以外にもう一つ発言してよろしいでしょうか。

○中川座長 どうぞ、お願いします。

○白石委員 ありがとうございます。供給主体性の論点を上げていただいている、中長期的な課題として検討することに賛成です。私からのコメントは、言葉の問題のようで恐縮なのですけれども、この供給主体性という論点の名前、ネーミングですね。私は、ちょっと具合悪いと思っているので、一つ申し上げておきたいと思います。

この供給主体性という言葉は、法律家は、供給をする者というような意味で、供給主体とか供給主体性という言葉は軽く使ってしまふのですけれども、景品表示法などの消費者法では、そういう法律家以外の方も多く参画されて有益な議論をされているところだと思います。私の理解するところでは、ですけれども、そういう法律家以外の方は、供給主体という言葉は聞くと、メインで供給する者というふうには受け止められることも少なくないのではないかという気がしております。法律家が軽く供給主体と言っているのだけれども、多くの方には違う意味で受け止められるということがあると、議論が誤解のまま進んだり、歪んだりすることもあるだろうと思います。

それから、当局である消費者庁の立場に私が勝手に立って考えてみても、例えば、出店事業者以外にプラットフォームも、とか、あるいは広告主以外にアフィリエイターも、というような議論するとき、どちらがメインであるかという議論は、むしろ邪魔になる概念であって、当局の側からすれば同じ事件において複数の者が供給するという要件を満たすこともあり得るということが言えればいいので、どちらがメインであるかということとは関係ないわけです。もし、この供給主体という論点がメインの者は誰なのかという議論だというふうには誤解されて議論されるとなると、不幸なことになるのではないかと私は思っています。

それで、さらに条文を見ると、主体などとは書いていなくて、供給すると書いてあるだけなのです。なので、私はこのネーミングをやめて、例えば、何でもいいのですけれども、供給行為の要件とか供給要件とかいうふうにしたほうが、今後の議論のためにはよいのではないかと考えています。同じように、表示主体という論点もあって、あちらのほうも私、表示行為の要件とか、そんなふうには呼んだらいいのではないかなと思っておりますけれども。取りあえず以上でございます。ありがとうございました。

○中川座長 ありがとうございます。今のお話の前提の確認ですけれども、事務局

への質問なのですが、供給主体性と書いてあるのは、これは景表法上の責任を負うべき人を、現在、供給主体性という言葉で理解している範囲から広げるべきかどうかという、そういう話だと理解してよろしいですか。それとも、供給主体性そのものについて、供給主体というのを維持したまま、その概念を広げるとか、そちらのほうでしょうか。

○事務局 まさに前者でございます、逆に言うと、白石先生がおっしゃっていただいたように、これは法律上の要件でございますから、この要件を不充足であれば、景表法の規制は対象になりませんので、何か広げるということであれば、それは、まさに要件を拡充するしかないかなというふうに認識しております。

○中川座長 例えば、その広告主が今、責任主体で、責任を負うわけですけれども、アフィリエイト広告をしている人にも広げるかと、そういう話でしょうか。

○事務局 その場合ですと、そもそも責任という概念が景表法にあるのかということも実はあるのですけれども、その措置命令を打たれる事業者ということでありまして、まさに5条に書いてあります、白石先生おっしゃっていただいたように、その事業者は自己の供給する商品または役務の取引について、不当表示をしてはならないということでありまして、もし、自己の供給する商品または役務の取引をしていない人に拡大するのであれば、その要件をどうにかしなければならないというのが課題、この中長期的な課題だと認識しております。

○中川座長 ということで、その問題をどう一言で説明すべきかということですね。大屋委員は、この点についての御意見でしょうか。

○大屋委員 そうです。これ、問題としては、例えば、アフィリエイトみたいなものが想定されていたと思いますので、「事業者以外の者による広告表示（アフィリエイトなど）」みたいな形で、中心的な問題事例をぱっと書きちゃったほうが分かりやすいのかなというふうに思いました。それを法的にどう位置付けるかというのは、それこそ長期的な課題なので、正確な表現とか範囲の話は後回しにして、とにかくアフィリエイトみたいな者を介した誤認みたいなものを我々は問題だと思いましたが、ということが、分かりやすくしとけばいいのかなという感じです。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。それを具体的に書いてしまうという手もあるか、ということですね。ちなみに僕は景表法でも責任という言葉、使ってもいいと思うけどどうでしょう。

○白石委員 すいません、よろしいでしょうか。



○中川座長 白石委員でしょうか、お願いします。

○白石委員 すいません、関連しますので割り込みました。今の大屋委員の御指摘のとおりだと思いますけれども、先ほど申し上げました、出店事業者とプラットフォームの関係とか、そういうものについても検討するとすれば、もうちょっと一般的に書いたほうがいいのかもかもしれませんし、最終的な書き方はもちろんお任せしますけれども、アフィリエイトの問題が大事だとして、それ以外もあるとしたら、最後のところに「等」を付けるなどして膨らませておいてもいいかなという気がいたしました。以上です、ありがとうございました。

○中川座長 ありがとうございます。アフィリエイトだけではないので、少し一般的な書き方も必要だと。少し考えてみましょうかね、これは。分かりました。川村委員、お願いします。

○川村委員 広告業者の責任のときには、広く広告媒体者というような言い方をする場合もありますので、そういう言葉もあるかなということをお伝えしておこうと思います。

○中川座長 広告媒体にも広げるかという、そういう言い方ということですね。色々と言葉がありますね。広告媒体者もそうだし、アフィリエイト広告作成者もそうだし、そのネットワークもそうだしというので、いくらでも出てきますね。

他いかがでしょうか。この関連でもいいですし、それ以外でも構いませんが。

ダークパターンというのは何を議論するというイメージでしょうか。景表法の観点からみて問題があるのは、ダークパターンのうち、どのようなものかということなのか、告示を広げていくという、そういう問題意識になるのですか。あおりとか誘導ですので、景表法上、今は規制できないものだけれども、告示の対象にすべきか、という話になるのですか。

○事務局 第1回であったかと思いますが、こういう御意見があったということで取り上げさせていただいております。ただ、あおり、あるいは誘導が景表法上の有利誤認に該当するというのであれば現行でも規制できますし、あるいは景表法以外の特商法で対応できる場合もあろうかと思えます。ただ、海外でこういったものが議論されているところもあって、その議論の行方も注視しつつ、何かこの検討会でも、何かしらの提言が盛り込められないかなというところで、掲載させていただいております。

○中川座長 デジタル化という流れではあるわけですね。分かりました。増田委員、お願いします。

○増田委員 ありがとうございます。ダークパターンかどうかの話なのですが、例えば、広く一般に広告するのではなくて、契約をした人に対して、契約した後に、その人に対して広告、その画面で広告をして、プラスアルファの必要のないものを契約させるというようなケースというのがあって、それは契約をしないとそこにはいかないものですから、相談員が確認できないような状況となっています。それは、広く広告表示をしているわけではないのでその人に対しての広告になるだろうと思うのですが、それは多くの契約した人みんなにそういうふうな広告をしているということになると、広告になるのではないかなと思うのです。そのようなパターンが、今、デジタルの中で行われていますので、そういうことも含めて検討する必要があるかなと思います。

○中川座長 ありがとうございます。景表法上は、広告である必要はないですね。それと1人に対してしかやっていない場合はどうなるのでしょうか。

○事務局 理論的には、おおよそその商品・サービスについての表示であれば景表法上の表示にはなってきますので、現実の問題として、1人の方しか見ていないということがあったとしても、景表法上の表示には当たってきます。

○中川座長 よろしいでしょうか。大屋委員、お願いします。

○大屋委員 大屋です。ダークパターンの話なのですが、例えば、何時間のみのオファーですと書いてあって、それがうそである場合などは有利誤認に該当するとか、従来型の優良誤認・有利誤認に該当するケースは十分あると思うのですが、それに加えて、表示は真実なのだけれども、あるいは文字面上は真実なのだけれども、消費者心理を考えた場合に、一定の誤認をしてしまったり、誘導を受けたりといった問題が生じ得るとというのが大きなポイントになるかと思えます。

この辺りが、デジタル技術の活用によって非常に進化してしまっているところではあるので、現在のところは、優良誤認・有利誤認はいずれも真実性がないというのが大きな要件としてかかっているのですが、そこをもうちょっと広く考えないと、重要なパターンを逃すのではないかということが懸念されているところだと思います。これについて言うと、少々大きな話であるというのと、技術的な問題が関わってきますので、そのダークパターンの研究をしている方などの知見も反映されるべきだと思いますし、その点も踏まえて、長期的な課題として、理解しておいていただけないのかなというふうには思っております。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。同じじゃないですか。ステルスと少し似てい

るところもあるのですかね。真実・真実じゃないという話ではないのだけれども、引っ掛かるといいますか、そういう意味では問題だというので告示対象という話になるのでしょうかけれどもね。沖野委員、お願いします。

○沖野委員 ありがとうございます。増田委員が御指摘になった点の問題について、もう一度、確認させていただきたいのですけれども、先ほどの例ですと、その表示が誰に向けられているかということが、表れ方として、契約をしたあなたに、という1人だけれども、同じような状況の人には一律にされるという意味では非常に多数にわたるといふ点について、それが対象となる表示に当たるかという点については御説明いただいて、景表法は、だからといって対象から除外されているわけではないということだったと思います。

増田委員がおっしゃったもう一つは、契約をするというステップを経て初めて出てくる表示であるために、かつデジタルでされているために、一体どういう表示がされたのかというのを後から検証ができないとか、証拠がだせないとか、デジタルが持っている証拠保持性というか、それが書面であれば置いておけばいいのだけれども、という面が損なわれるというところの問題も、指摘されたように思うのです。その問題というのは、何かここで従来から扱われているのかどうかというのは気になりまして、増田委員の問題をきちんと捉えたかということも気になっているのですけれども、いくつかのことを含んでいたように思いましたので確認させていただければと思いました。

○中川座長 ありがとうございます。まず、増田委員にそういう御趣旨もあるかということ伺った後、デジタル広告の、ある意味、証拠保全の話だと思いますので、それについて、行政調査を行う側として事務局にお尋ねしたいのは、困ったことがあるか、この制度が必要とか、そんなふうな話になろうかと思えます。まずは増田委員、今の沖野委員の問題整理について何かコメントがあればお願いいたします。

○増田委員 沖野先生おっしゃられたとおりでございます。現実に指摘ができないということで、なかなか交渉は難しいという状況にありますので、処分にもつながりにくいのではないかなというふうに思います。

○中川座長 ありがとうございます。その上で、これは広告だけではありませんが、デジタル時代の調査というか、調査手法として、何らかの形で一定期間のものを、全部保存しろ、みたいな命令をかけてとか、そんな権限が必要かどうかという、そういう問題だと思いますけれども、これについて現場を預かっていらっしゃる立場からい

かがでしょうか。

○事務局 まず、制度論として申し上げますと、当然ながら、景品表示法にも調査権限がございまして、その提出命令であるとか、そういったものはございますので、特に問題はないかと思えます。あとは実行ベースということになると、これは我々が現場で知恵と工夫を凝らして対応していくしかないのかな、というところがございます。

○中川座長 知恵と工夫でなんとかなるということですが、結局、これは今のところ、言いようがないのですかね。消えてしまったものは消えてしまったということですか。アプリの話かな。大屋委員、お願いします。

○大屋委員 どこまでやれるか、やるかという話ではあるのですが、警察・検察の捜査当局のほうは、その辺り、デジタル・フォレンジックという話でやっているわけですが、事業者側に、消すインセンティブがあるとなかなか機能しない。そうすると、例えば、広告表示をする場合に、どういう広告をどういう形で表示したかということのログ保存義務とか、そういうものを事業者に課すということは、検討課題としてはあり得ると思えます。

ただ、特に個別化した場合に、個々のユーザーにどのような広告をいつ表示したかということ保存するというのは、これ結構な手間になるという気が、情報量的には大きくなると思えますので、事業者団体としては慎重にお考えいただく必要があるかもしれません。あるいは特に広告業者に依頼して配信している場合に、そうすると、今度は監督義務みたいな話になるということもあろうかと思えますので、この辺りも検討は必要かというふうには思います。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。まさに同じことが、アフィリエイト広告のときにも大問題になりました。膨大だし、もう無理という声はもちろんものすごく強くて、それでも何とか、ひどい場合にはやってもらおうということにはなるということにしたのでしたかね。

○事務局 アフィリエイト広告の検討会は、あくまで 26 条の枠内でということですので、そこは管理上の措置の実効性的手段として、保存が望ましいという話でありました。

○中川座長 措置命令として、あるいは調査のときということではないわけですね。なので、それを越えた制度を考える過程の中、妙案があるかどうかということで、命令したところで、守ってくれるかどうかという話もあります。大屋委員、お願いします。

○大屋委員 先ほどの話と重なってくるかもしれませんが、あるいは悪質行為をやった事業者とか、一定の場合、確約措置の一部として、一定期間、そのような記録を、義務を課すというような形で、善良にやっておられる限りにおいてはやらなくていいのだけれども、なんか文句、来たら保存義務、課しますみたいなことを考えてもいいのかもしれないとは思いました。以上です。

○中川座長 ありがとうございます。増田委員がおっしゃった問題意識は、今の話はどうでしょう。対応していますでしょうか。それとも、もっと一般的な人にかけてほしいということなのか。

○増田委員 一部、対応していると思います。現場で活用できるかどうかは別にしまして、でも、最終的なところで対応していると思います。ありがとうございます。

○中川座長 そうしますと、沖野委員の御指摘から始まった件ですが、何かうまくかけられそうかどうかということもありますので、預からせていただいて、こういうデジタル広告の保全・保存に関して、何か今後の検討課題というべきものを、少し形にできそうかどうかというのを考えさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

他いかがでしょうか。大丈夫でしょうか。それでは資料1がこれで終わったということになります。

そこで続いて、資料2の工程表ですが、先ほど御説明ございましたとおり、本日以降、7月、8月、9月に関係者等のヒアリングを行い、ディスカッションを行う。そして10月、11月に報告書案の取りまとめということになる、という工程表でございます。この工程について、ないし、こういうことをやったらどうかということも含めて、御意見、あるいは御質問がありましたらよろしくお願ひしたいと思ひます。

いかがでしょうか。ぜひ、私たちの意見を聞けとか、この人たちの意見を聞いた方がいいのではないかというのがありましたらお願いいたします。ステルスはこれとは別ということになりますので、それ以外のところで。では、増田委員、お願いします。

○増田委員 ヒアリングの対象者・対象団体ですけれども、例えば、委員の先生方から御推薦いただいたようなところを御検討いただくとかいうようなことは可能なのでしょうか。

○中川座長 事務局からお願いしましょう。

○事務局 もちろん今、事務局として、ある程度、考えておりますが、御提案いただくことは可能でございます。

○中川座長 ですので、委員の方から、思い付かれましたら、ぜひ事務局にこういう方はどうでしょうかという御提案をいただければと思います。回数も第5回から数回と書いてありますので、柔軟にと。なので、これ、結構、時間が迫っていますので、月2回という形になるかもしれませんが、そこは月1回というふうに限定しているわけではないというふうに、私、伺っておりますので、ぜひ、こういう御提案がございましたら、よろしくお願ひしたいと思います。

工程表についてよろしいでしょうか。ありがとうございます。

まだ残り時間、多少ございますが、もし、言い忘れた、追加等ございましたら挙手機能でお知らせいただきたいと思いますと思いますが、よろしいでしょうか。大丈夫ですね。ありがとうございます。

それでは、本日は、この辺りで切り上げたいと思います。御議論いただきましてどうもありがとうございました。本日は、本検討会における今後の検討の方向ということで、本日のまとめですが、資料1、それから資料2について原案どおり、御承認をいただいたというふうに理解しております。それから中期的な検討課題については、これ以外にいくつか宿題があったと思いますので、それについては、また整理させていただきます。

ステルスマーケティングについては、この会に報告はあるけれども、この会自体ではなくて、別の場を設けて検討をし、しかし、先ほどの工程表どおりに最終的な報告書には、そのステルスも含めて年内にまとめると、こういう方向で御承認をいただいたというふうに理解しております。以上でよろしいでしょうか。ありがとうございます。

では、本日は、このようなまとめということで、あと事務局から日程等お願ひいたします。

○事務局 次回の日程でございますが、委員の皆様の御都合も確認させていただき、また、次回以降はヒアリングということもございますので、その調整も検討させていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○中川座長 それでは、これで第4回の検討会を終了いたします。どうもありがとうございました。引き続き、よろしくお願ひいたします。

(了)